

• ЭЛЕКТРОННОЕ ИЗДАНИЕ •

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Вятский государственный университет»

Институт гуманитарных и социальных наук
Факультет филологии и медиакоммуникаций

ЯЗЫК. ТЕКСТ. МЕДИА

МАТЕРИАЛЫ МЕЖДУНАРОДНОГО
НАУЧНОГО КОНГРЕССА
21–22 октября 2021 года



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Вятский государственный университет»

Институт гуманитарных и социальных наук
Факультет филологии и медиакоммуникаций

ЯЗЫК. ТЕКСТ. МЕДИА

МАТЕРИАЛЫ МЕЖДУНАРОДНОГО
НАУЧНОГО КОНГРЕССА
21–22 октября 2021 года

КИРОВ
2021

УДК 81'37

ББК 81.1

Я41

*Публикуется по решению организационного комитета
международного научного конгресса «Язык. Текст. Медиа»*

Научные редакторы

Динер Елена Васильевна, и. о. заведующего кафедрой журналистики и интегрированных коммуникаций, доктор педагогических наук, доцент, Вятский государственный университет, Россия, г. Киров;

Булдакова Юлия Вячеславовна, доцент кафедры журналистики и интегрированных коммуникаций, кандидат филологических наук, доцент, Вятский государственный университет, Россия, г. Киров

Рецензенты

Калинина Людмила Викторовна, доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры русского языка, культуры речи и методики обучения, Вятский государственный университет, Россия, г. Киров;

Лопатина Наталья Викторовна, доктор педагогических наук, профессор, заведующая кафедрой библиотечно-информационных наук, Московский государственный институт культуры, Россия, г. Москва

Я41 Язык. Текст. Медиа : материалы международного научного конгресса 21–22 октября 2021 гг. / науч. ред. Ю. В. Булдакова, Е. В. Динер ; Вятский государственный университет ; факультет филологии и интегрированных коммуникаций). – Киров : ООО «Издательство «Радуга-ПРЕСС», 2022. – 2,05 Мб; 142 с. – URL: http://raduga-press.com/gallery/Language_Text_Media.pdf – Заглавие с экрана. – Текст : электронный.

ISBN 978-5-6047118-5-9

В сборник вошли научные статьи, тезисы, дискуссионные материалы, в которых рассмотрены теоретико-методологические и методические проблемы изучения современного текста, семантика и функционирование языковых единиц в аспекте национально-культурной специфики, вопросы медиатекста в цифровой среде, представлены векторы развития библиотеки и книжного дела в цифровом информационном пространстве, дан анализ аспектов развития современных читательских стратегий и практик.

Материалы сборника адресованы студентам, аспирантам, преподавателям вузов, научным работникам, чьи научные интересы находятся в плоскости исследования текста и специфики его функционирования в коммуникационной среде цифрового общества.

ISBN 978-5-6047118-5-9

УДК 81'37

ББК 81.1

© ФГБОУ ВО «Вятский государственный университет», 2022

Содержание

О международном научном конгрессе «Язык. Текст. Медиа»	5
Раздел 1. Медиа и текст в междисциплинарных исследованиях	6
<i>Авгуль Л. А.</i> О деятельности по возрождению белорусского языка, периодических изданиях и чтении (1920-е годы)	6
<i>Гвозданная Н. В.</i> Мультимедийный текст и его применение в современной корпоративной медиа-коммуникации.....	11
<i>Заможных Е. А., Церман М. Д.</i> Стилистические особенности предложений с однородными членами в структуре рекламного текста	15
<i>Клышников Ю. А.</i> Влияние американизмов и англицизмов на язык рекламы и пиар.....	19
<i>Козлова Е. А.</i> Лингвокреативные средства медиадискурса при реализации лидерских стратегий и границы лингвокреативности.....	22
<i>Колесникова О. И.</i> Языковая среда новых медиа о современной прозе.....	27
<i>Колесниченко А. В.</i> Эволюция жанров журналистских текстов в цифровой среде	32
<i>Коростенски Й.</i> Роль интернационализмов в переводном тексте	36
<i>Лаптева О. А.</i> Эстетическая позиция В. В. Капниста в «Ответе Рафаэла к певцу Фелицы»	41
<i>Лимова Е. Ю., Маслова А. Г.</i> Мотив денег в поэзии И. Ф. Богдановича	45
<i>Маслова А. Г.</i> Синтез искусств в поэзии Е. И. Кострова.....	50
<i>Поздеев В. А.</i> <i>Фольклнет в современных условиях: видеопубликации</i>	55
<i>Скидан О. Г.</i> Концепт <i>война</i> в современном англоязычном художественном тексте: лингвокогнитивный и переводческий аспекты	60
Раздел 2. Книга, библиотека, читатель в цифровом обществе	64
<i>Галковская Ю. Н.</i> Библиотеки и библиотечно-информационное образование: тенденции и пути развития в Беларуси.....	64
<i>Грушевская Н. В.</i> Структурная модель читательской компетентности библиотекаря	71
<i>Дрешер Ю. Н.</i> Внедрение системы менеджмента качества в деятельность библиотек	77
<i>Кожевникова Е. А.</i> Иллюстрация как инструмент управления детским чтением: теоретические аспекты	82
<i>Лютков С. Н.</i> Книга и СМИ в информационном обществе: конкуренция или конвергенция?	87
<i>Мершиева А. Д.</i> Опыт формирования и развития навыков профессионального чтения студентов-журналистов	92
<i>Пескишев Г. А.</i> Авторский блог как средство продвижения книги: лингвостилистический аспект	98
<i>Шабалина В. Я.</i> Издательская концепция методической литературы для повышения уровня профессиональных компетенций педагогов в современной ситуации.....	102
Раздел 3. Педагогические технологии в цифровом информационном пространстве.....	109
<i>Вылегжанина С. Ю.</i> Игровая оболочка «Кубик» на занятиях по русскому языку и РКИ	109

Галицких Е. О., Терентьева Н. П. «Явление» текстов «новой природы» в литературном образовании: способы их прочтения	113
Пермякова Н. А. Ознакомление китайских студентов с элементами русского национального культурного кода в условиях дистанционного обучения русскому языку как иностранному	119
Фирсова Н. А. Игра на уроках русского языка как способ развивающего контроля	123
Чан Ю, Тун Хуэй Исследование реформы онлайн- и офлайн-смешанного обучения по предмету «Элементарный курс русского языка» на примере обучения русскому языку в Шаньси Датунском Университете.....	127
Дискуссионная площадка «Восприятие смысла и понимание электронного текста»	133
Сведения об авторах.....	140

О международном научном конгрессе «Язык. Текст. Медиа»

Международный научный конгресс «Язык. Текст. Медиа» проходил 21–22 октября 2021 года на базе факультета филологии и медиакоммуникаций ФГБОУ ВО «Вятский государственный университет» в рамках мероприятий, посвящённых Году науки в России. В нём приняли участие учёные из России, Беларуси, Китая, Чехии, Финляндии, Болгарии, аспиранты и магистранты российских вузов, изучающие фундаментальные и прикладные аспекты функционирования текста в условиях цифрового общества.

Актуальность проблематики конгресса продиктована необходимостью а) сохранить духовные и интеллектуальные традиции в условиях всеобщей цифровизации; б) осмыслить эффективные коммуникационные стратегии в цифровой среде; в) определить перспективы и векторы развития социальных институтов в цифровом информационном пространстве.

Тематика исследований была представлена на площадках конгресса с помощью различных форм научной дискуссии: в докладах, охватывающих вопросы исследования текста, в том числе и мультимедийного, в междисциплинарной парадигме информационной культуры и чтения, традиций и новаций в методике преподавания русского языка, развития библиотеки и книжного дела в цифровом обществе; в мастер-классах, посвящённых проблемам применения инструментов Big-Data в гуманитаристике, реализации лингвокреативных аспектов в процессе редактирования текста; в рамках круглых столов и дискуссионных площадок, где обсуждались вопросы национального культурного кода в медиасреде, особенности восприятия смысла и понимания электронного текста, перспективы развития журналистских жанров.

В сборнике представлены материалы конгресса, в которых отражено главное содержание заинтересованного, плодотворного научного диалога, состоявшегося в процессе проведения мероприятия. В него включены научные статьи ведущих учёных, выступивших на площадках конгресса, материалы дискуссии «Восприятие смысла и понимание электронного текста», а также работы молодых исследователей, начинающих свой путь в науке.

*Е. В. Динер,
Ю. В. Булдакова*

Раздел 1. Медиа и текст в междисциплинарных исследованиях

Л. А. Авгуль

Центральная научная библиотека имени Якуба Коласа
Национальной академии наук Беларуси
Беларусь, г. Минск

О деятельности по возрождению белорусского языка, периодических изданиях и чтении (1920-е годы)

Аннотация. В статье рассмотрены примеры деятельности журналов «Полымя», «Маладняк» по возрождению национальной культуры и белорусского языка в 1920-е гг., влияние этой деятельности на чтение.

Ключевые слова: журнал, периодические издания, Инбелкульт, «Полымя», «Маладняк», читатели, чтение, писатель, национальная культура, белорусский язык, мировоззрение.

L. A. Avgul

Head of the Research Department of Library Science,
Yakub Kolas Central Science Library of
the National Academy of Sciences of Belarus
Belarus, Minsk

The activities on the revival of the Belarusian language, periodicals and reading (the 1920s)

Abstract. The article examines the examples of the activities of the magazines «Polymya» and «Maladnyak» on the revival of the national culture and the Belarusian language in the 1920s, and the impact of these activities on reading.

Keywords: magazine, periodicals, Inbelcult, «Polymya», «Maladnyak», readers, reading, writer, national culture, the Belarusian language, worldview.

В начале XX века ситуация с бытованием белорусского языка в Беларуси была непростой. Данному факту негативно поспособствовали особенности развития, многое в истории, а прежде всего то, что белорусские земли переходили от одного государства к другому и, как правило, приоритетно и априори доминировала национальная культура соответствующего государства. Всё же, несмотря на открытость белорусского народа другим национальным культурам,

полиэтничность и поликультурность общества, белорусский язык всегда был в основе формирования белорусской нации. Прочитаем белорусского ученого-лингвиста А. А. Лукашанца, отметившего: «Яна прайшла працяглы і складаны шлях свайго развіцця, зведала перыяды росквіту і заняпаду. На беларускай мове створаны і захоўваюцца велізарнейшыя духоўныя каштоўнасці, якія складаюць важную частку сусветнай духоўнай культуры. На працягу ўсяго свайго існавання беларуская мова адыгрывала вельмі важную ролю ў жыцці беларускага народа, садзейнічала фарміраванню нацыянальнай свядомасці і асаблівасцей нацыянальнага светапагляду і менталітэту. Яна была і застаецца галоўным сродкам захавання і падтрымання беларускай народнай культуры і традыцый. У XIX – пачатку XX стагоддзя менавіта беларуская мова стала галоўным фактарам нацыянальнага адраджэння, адыграла вядучую ролю ў стварэнні беларускай дзяржаўнасці» [4]. Активное возрождение белорусской национальной культуры и языка стало возможным и характерным для периода 1920-х гг., осуществлялось по разным социокультурным направлениям, с применением самых разнообразных форм и методов, с привлечением выдающихся деятелей. Немалая роль в этом принадлежала Институту Белорусской культуры (Институт белорусской культуры, Инбелкульт) – первому в истории Беларуси научному учреждению страны, в работе которого участвовали известнейшие ученые и талантливые писатели. Так, в контексте данной статьи этот факт является важным, в его деятельности, уже на стадии разработки устава, Комиссией по организации Института Белорусской культуры в 1921 г. было определено, что основной задачей будет исследование Беларуси в этнографическом, лингвистическом, литературном, художественном, культурно-историческом, естественнонаучном и географическом отношениях. Предполагалось создание секций, которые бы занимались вопросами разработки терминологии, словарей и т. д., то есть развитием языка [3]. Затем эти направления в деятельности, так или иначе, были реализованы. Количество секций и комиссий, их названия, наполнение в ходе работы со временем менялись. К примеру, в плане на 1927–1928 гг. Отдела Гуманитарных наук (Аддзел Гуманітарных Навук) в рамках деятельности кафедры «живой белорусской мовы», при которой работали диалектологическая комиссия, комиссия литературного языка и др., Институт научного языка (Інстытут навуковай мовы), входили научно-исследовательская работа по изучению белорусского языка, текущая работа в комиссиях и Институте научного языка. Среди запланированных была работа по многим вопросам: составление и редактирование при подготовке к изданию словарей, в том числе работа по российско-белорусскому словарю, других изданий, пере-

воды, разработка и уточнение терминов, исследование белорусского языка в различных аспектах. Изучались книжные памятники. Только этот источник информации (план) позволяет сделать вывод о значительной по объему и направлениям, сложной в научном отношении, имевшей большое общественное значение работе [2]. Очевидна роль Инбелкульта в формировании самосознания, национального менталитета, возрождении и развитии языка. В то время новые посылы получает книгоиздание, создаются и начинают выходить периодические издания, ориентированные на разные слои населения. Феномен чтения многоаспектен, и продвижение каких-либо ценностей посредством книги может приносить значительные результаты. Многие из инбелкультовцев, являясь носителями объединявших их взглядов на возрождение национальной культуры и идей, того, что и как следует делать в этом направлении, принимали участие в создании и работе журналов как члены редколлегий и как авторы. Среди примеров: с 1922 г. в Инбелкульте работали И. Д. Луцевич (Янка Купала) и К. М. Мицкевич (Якуб Колас), активно участвовавшие в этой деятельности. Такой подход был призван оказывать влияние на формирование мировоззрения посредством чтения, при этом читателю предлагались талантливо написанные национальные литературные произведения на белорусском языке. Конечно, нелишне помнить, что в тот период интенсивно проводилась работа по ликвидации неграмотности населения в Беларуси. Чтение стало возможным не только для образованной части общества, но и для широкого круга населения, в основном менее обеспеченного и по этой причине не имевшего образования. Возрождение национальной культуры, языка, проблемы развития и сохранения стояли достаточно остро. К работе во вновь созданных периодических изданиях привлекались многие уже известные к тому времени и начинающие писатели и поэты. Достаточно подробно становление белорусской журналистики, определенные периоды развития печати, деятельность созданных газет и журналов рассмотрены в работах историка журналистики О. Г. Слуки [8].

В контексте статьи приведем яркие примеры деятельности журналов. «Полымя» и «Маладняк» – периодические издания, созданные в тот период, призванные и, на наш взгляд, в содержании издательской политики реализовывавшие основные черты национальной печати – переход на белорусский язык. Журнал «Полымя» стал издаваться в 1922 г. В нем впервые в Беларуси были собраны материалы весьма широкие по тематическому охвату, поднимались вопросы политики, культуры, экономики, содержались художественные произведения и публицистика. Концепция издания, носившая программный характер, была изложена редколлегией в статье «Нашы заданні» [7], тогда как Устав по-

явился несколько позже – в 1928 г. [9] С журналом сотрудничали как уже признанные и знаменитые, так и начинающие поэты и прозаики. Среди них нужно отметить ранее названных Я. Коласа и Я. Купалу, а также З. Бядулю, П. Труса, М. Горецкого, М. Чарота, Я. Журбу, Т. Гартного и многих других, вошедших в элиту белорусской литературной школы. Среди безусловных заслуг редколлегии – отбор и публикация высокохудожественных литературных произведений, ставших событием в культурной жизни Беларуси. Примером является опубликование пьесы Я. Купалы «Тутэйшыя» – одного из самых талантливых и известных произведений в национальной белорусской литературе, по-прежнему пользующихся любовью белорусского читателя, не сходящих с театральных подмостков. Во множестве и другие подобные примеры. «Полымя», пожалуй, не просто первый такого уровня журнал, а издание, стимулировавшее развитие национальной литературной школы, побуждавшее к деятельности молодых авторов, повлиявшее на поколения читателей, формируя у них хороший литературный вкус, любовь к национальной культуре, языку. Редколлегия размещала в журналах художественные произведения разных жанров, много критики, публицистики, что, конечно же, развивало читателей, формировало точки зрения по разным вопросам, в том числе злободневным. Содержание журналов позволяло повышать образовательный уровень, так как публиковались лекции по самым различным вопросам, было хорошо структурированным, имелись указатели и реклама других белорусских изданий, культурных мероприятий и пр., что было в то время очень важным для читателей, которые далеко не всегда имели доступ к такой информации [1].

Кроме того, исследователи этого периода отмечают, что «Полымя» стал школой, из которой вышло первое – новое поколение литераторов той эпохи [8].

В начале 1920-х гг. большое значение в становлении и развитии белорусской литературы имело всебелорусское литературное объединение «Маладняк», которое собрало в своих рядах молодых талантливых поэтов и писателей. Организация поддерживала идеи марксизма и ленинизма, призывала к созданию правдивого образа литературного героя, имела филиалы, что позволяло привлекать к деятельности молодежь по всей республике, поддерживало связи с литературными организациями союзных республик. Исследователь О. Г. Слука пишет, что «да 1926 г. у “Маладняку” налічвалася каля пяцісот паэтаў і празаікаў. У творчых адносінах маладыя пісьменнікі прадстаўлялі моцную інтэлектуальную сілу» [8]. С этой организацией тесно связан журнал «Маладняк», который первые годы с момента создания в 1923 г. выходил как

журнал ЦК ЛКСМБ [5], а затем как «Штомесячная літаратурна-мастацкая і грамадзка-палітычная часопісь Цэнтральнага Бюро Ёсебеларускага аб'яднання поэтаў і пісьменьнікаў “Маладняк”» [6]. В работе с молодёжью являлось важным основать издание, отвечавшее соответствующим критериям, публиковавшее материалы для этой многочисленной и активной группы читателей. В тот период ощущался недостаток хорошей белорусской литературы, в том числе на родном языке. Кроме того, очень значимой была поддержка молодых талантливых писателей, иногда весьма харизматичных, несших новые идеи, художественные образы, применявших различные литературные приемы, что добавляло в произведения остроты, колорита, новизны. Таким изданием стал журнал «Маладняк», который сконцентрировал значительные литературные силы, став фактически центром и платформой для оттачивания молодыми авторами литературного мастерства. В числе представителей творческой молодежи, публиковавшей свои произведения в журнале, были К. Крапива, П. Бровка, П. Трус, М. Чарот, П. Глебка, М. Лужанин, многие другие. Конечно же, он издавался на белорусском языке. Журнал позиционировал себя как комсомольский, был ориентирован на молодежную читательскую аудиторию с передовыми революционными взглядами и быстро завоевал своих читателей. О. Г. Слука отмечал, что «Кожны філіял “Маладняка” выдаваў свой часопіс або альманах. Літаратурным пачаткоўцам гэта давала магчымасць друкаваць свае творы, назапашваць майстэрства, чуць добразычлівыя, іншы раз і сур'ёзныя заўвагі, парады сяброў і праніклівых чытачоў. Маладнякоўцы актыўна супрацоўнічалі з газетамі, друкавалі не толькі вершы, апавяданні, але і дасылалі ў рэдакцыю інфармацыю і заметкі, былі рабселькорамі, пастаяннымі іх аўтарамі. Многія маладнякоўцы пазней становіліся вядомымі журналістамі і публіцыстамі» (речь идет о литературном объединении) [8]. В разных городах были созданы филиалы объединения, которые также выпускали свои журналы. Были учтены национальные интересы других групп населения и организованы секции: русская, польская, еврейская. Издавалась маладняковская библиотечка. Формы массовой работы с читателями реализовывались посредством созданных из молодых писателей и поэтов выездных бригад, посещавших колхозы и предприятия. Такая разноплановая и масштабная деятельность, несмотря на пролетарский максимализм части молодняковцев, принесла большую пользу молодому белорусскому читателю, развитию национальной культуры и языка.

Список литературы

1. Авгуль Л. А. Журнал «Полымя» и чтение // Берковские чтения. Книжная культура в контексте международных контактов, 2021 : материалы VI Междунар. науч. конф., Гродно, 26–27 мая 2021 / Междунар. ассоц. акад. наук, Науч. совет по книгоизд. [и др. ; сост.: Л. А. Авгуль, Н. В. Вдовина ; редкол.: Л. А. Авгуль и др.]. Минск ; М., 2021. С. 7–12.
2. Академия наук БССР, Институт Белорусской культуры. Планы работы за 1927–1928 // ЦНА НАН Беларуси. Ф. 67. Оп. 1. Д. № 33. 253 л.
3. Вестник Народного Комиссариата Просвещения. 1921. № 2. С. 33.
4. Лукашанец А. А. Беларуская мова ў XXI стагоддзі : развіццё сістэмы і праблемы функцыянавання / Нац акад. навук Беларусі, Цэнтр даслед. беларус. культуры, мовы і літ. НАН Беларусі, Філ. «Ін-т мовы і літ. імя Я. Коласа і Я. Купалы». Мінск: Беларус. навука, 2014. С. 3.
5. Маладняк. 1923. № 1.
6. Маладняк. 1927. № 7–8.
7. Нашы заданьні // Полымя. 1922. № 1. С. 3–6.
8. Слука А. Г. Беларуская журналістыка: падручнік. Мінск: БДУ, 2011. 447 с.
9. Статут аб'яднання беларускіх пісьменьнікаў «Полымя» // Полымя. 1928. № 1. С. 221–225.

Н. В. Гвозданная

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова
Россия, г. Москва

Мультимедийный текст и его применение в современной корпоративной медиакommunikации

Аннотация. В статье дан анализ мультимедийного текста как фактора развития современной корпоративной коммуникации, отмечается его роль в осуществлении контактов с разными целевыми аудиториями, создании благоприятной для организации информационной среды, что способствует дальнейшему коммерческому успеху компании.

Ключевые слова: корпоративная коммуникация, мультимедиа, медиатекст, целевая аудитория, вербальный и невербальный компоненты в корпоративной коммуникации.

N. V. Gvozdannaya
Lomonosov Moscow State University
Russia, Moscow

Multimedia Text and Its Application in Modern Corporate Media Communication

Abstract. Multimedia texts in corporate communication allow the company not only to carry out the process of communication with different target audiences effectively, but also to create favorable organizational information environment, thus contributing to the further commercial success of the company.

Keywords: corporate communication, multimedia, mediatext, target audience, verbal and non-verbal components in corporate communication.

В современном мире бизнес активно участвует во всех сферах жизни общества. Многочисленные примеры участия корпораций во внешнеполитических и экономических процессах, социальных и благотворительных проектах говорят о том, что сегодня компании не ограничивают сферу своей деятельности только увеличением прибыли.

Любая компания в процессе своей деятельности вынуждена постоянно решать задачи, связанные с управлением персоналом, работой с клиентами, увеличением продаж, укреплением партнерских отношений и репутации, а также поддерживать свою структуру, то есть работать с разными целевыми аудиториями [3, с. 7–9]. От того, насколько грамотно выстроены взаимоотношения корпорации с такими целевыми аудиториями, зависит успех коммуникации, а следовательно, и имидж компании, являющийся одним из самых дорогих нематериальных активов – репутационным капиталом [1, с. 8].

Трансформации, происходящие в информационном обществе, вызвали изменения в коммуникационном пространстве. Эти изменения проявляются в том числе в виде новых форм и форматов коммуникации компаний с целевыми аудиториями. Если ранее основным форматом корпоративной коммуникации был организационный, представляющий собой взаимодействие организации с другими участниками бизнеса (компании-конкуренты, государственные органы, СМИ и т. п.), то с развитием информационного общества организационный формат коммуникации трансформировался в массовый, когда компания взаимодействует не только с различными структурами, но и с клиентами, сотрудниками, широким кругом участников, вовлеченных в общение с данной организацией.

Активное развитие цифровых технологий и появление новых конвергентных форм коммуникации, позволяющих обмениваться информацией всем её участникам, привело к изменению понимания таких понятий коммуникативного процесса, как «сообщение» и «канал». Особенно это проявляется в корпоративной коммуникации, где «канал» одновременно является и «сообщением», способным создавать собственное смысловое пространство [2, с. 212], так как обладает всеми характеристиками и признаками медийного продукта. Например, корпоративный сайт – это одновременно инструмент коммуникации между компанией и ее целевыми аудиториями и большой массив информации о компании, ее целях, проектах, достижениях и т. д. Таким образом, корпоративный сайт позволяет не только информировать аудиторию о деятельности компании, ее товарах и услугах, но и создавать определенное восприятие корпорации в целом.

Процессы конвергенции, происходящие в медиасреде, также изменили и саму природу текста. В настоящее время медиатекст представляет собой «синкретичное единство вербальных и невербальных элементов, объединяющее речевые структуры, видеоряд, статичные и динамичные изображения, звуковые и цветовые эффекты» [4, с. 201]. Следует отметить, что невербальные элементы несут такую же важную смысловую нагрузку, как и вербальные.

В корпоративной коммуникации примерами таких мультимедийных текстов могут служить размещенные на сайтах компаний материалы, являющиеся значимыми инструментами для налаживания коммуникативного процесса организации с целевыми аудиториями. Использование компанией медиатекстов позволяет ей оказывать более сильное и целостное воздействие на целевые аудитории, увеличивать их охват, продвигать свой продукт, формировать позитивное восприятие своей деятельности.

Например, американская транснациональная корпорация Coca-Cola, являющаяся крупнейшим мировым производителем и поставщиком безалкогольных напитков, использует мультимедийные тексты для коммуникации с разными целевыми группами – работниками, клиентами и партнерами из 6 мировых регионов (Северная и Южная Америка, Африка, Европа, Евразия и Азиатско-Тихоокеанский регион) и более чем из 30 стран мира. У компании несколько каналов коммуникации, включая корпоративный сайт, социальные сети (Instagram, Facebook, Twitter, ВКонтакте) и официальный видеоканал YouTube, где процесс коммуникации осуществляется более чем на 15 языках мира.

Тексты, размещенные на корпоративном сайте, предназначены для разных целевых аудиторий – как для работников (рубрики «Coca-Cola изнутри», «Работа»), так и для потенциальных партнеров (рубрики «Стратегия развития»,

«Вклад в экономику», «Пресс-релизы»), а также для клиентов компании (рубрики «Делаем мир лучше», «Вкуснее с Coca-Cola», «Разделяй с нами», «Акции и призы») – и являются поликодовыми, совмещающими вербальную часть с визуальной, или аудиовидеорядом. Соотношение вербальных и невербальных частей текста зависит, в первую очередь, от выбранного канала коммуникации и варьируется весьма широко.

Так, на официальном сайте размещены тексты, где вербальная часть сопровождается графической (фотографии, диаграммы и т. д.), а на официальном видеоканале вербальная часть дополняется видео- и аудиорядом. Таким образом, восприятие информации, переданной вербально, значительно усиливается, если вербальная часть дополняется визуальной. Восприятие той же информации, переданной с помощью аудиовизуального ряда, увеличивается многократно.

Использование текстов-мультимедиа позволяет компании «Coca-Cola», во-первых, многократно увеличивать свою целевую аудиторию, так как сообщения компании, переданные с помощью аудиовизуального ряда, могут получать реципиенты, не способные читать. Во-вторых, невербальная часть медиатекста (красочные фото и слайды) сразу же привлекают внимание реципиента, способствуют увеличению интереса к передаваемому сообщению.

Обобщая вышеизложенное, можно сделать вывод о том, что развитие цифровых технологий меняет корпоративную коммуникацию, позволяя усиливать сообщение самыми различными способами. Объединение иллюстраций, фотографий, вербальной части в виде текста, аудио- и видеоряда в единый мультимедийный текст гарантирует, что сообщение будет получено адресатом и поощрит его на совершение определенных действий. В зависимости от целевой группы, канала коммуникации и цели сообщения результатом таких действий могут быть увеличение продаж и повышение уровня лояльности к бренду (целевая аудитория – клиенты), укрепление партнерских отношений и привлечение новых партнеров и инвесторов (целевая аудитория – партнеры), повышение мотивации (целевая аудитория – сотрудники). Таким образом, использование мультимедийных текстов в корпоративной коммуникации позволяет компаниям достигать поставленных стратегических задач.

Список литературы

1. Альшевская С. О., Кузьменкова А. А. Корпоративные медиа как форма реализации социальной ответственности организаций // Корпоративные стратегические коммуникации : сб. науч. ст. Минск, 2016. С. 7–20.
2. Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека. М. : Кучково поле, 2003. 464 с.
3. Минаева Л. В. Внутрикorporативные связи с общественностью. Теория и практика. М. : Аспект-Пресс. 2010. 287 с.
4. Пильгун М. А. Мультимедийный текст: особенности функционирования и перспективы развития // Ученые записки Казанского университета. Сер. Гуманитарные науки. 2015. Т. 157. Кн. 5. С. 192–204.

Е. А. Замозных, М. Д. Церман

Северо-Кавказский федеральный университет
Россия, г. Ставрополь

Стилистические особенности предложений с однородными членами в структуре рекламного текста

Аннотация. В статье рассматриваются и анализируются предложения с однородными членами, используемые в структуре рекламного текста. Установлено, что употребление однородных членов в составе предложения, с одной стороны, усложняет его синтаксически, делает его более тяжеловесным, а с другой – позволяет удержать внимание целевой аудитории, вовлечь ее в активное считывание смыслов рекламного текста.

Ключевые слова: синтаксис, рекламный текст, стилистические особенности текста, осложнённые предложения, предложения с однородными членами.

E. A. Zamozhnikh, M. D. Tserman

North-Caucasus Federal University
Russia, Stavropol

Stylistic Features of Sentences with Homogeneous Terms in the Structure of the Advertising Text

Abstract. The article discusses and analyzes sentences with homogeneous terms used in the structure of the advertising text. It is established that the use of homogeneous terms in the composition of a sentence, on the one hand, complicates it syntactically, makes it more ponderous, and on the other allows you to keep the attention of the target audience, to involve it in the active reading of the meanings of the advertising text.

Keywords: syntax, advertising text, stylistic features text, complicated offers, sentences with homogeneous members.

Синтаксис и, в особенности, стилистика рекламного текста в последние два десятилетия все чаще становятся объектами научного интереса как профильных специалистов, так и ученых, работающих в областях фундаментального языкознания и психолингвистики. Накопленные за это время знания тем не менее все еще недостаточны для того, чтобы сформировать целостное видение некоторых частных вопросов лингвистики рекламного текста. Ввиду этого обстоятельства вопрос изучения стилистических особенностей предложений с однородными членами в структуре рекламного текста кажется нам особенно актуальным.

Выявление стилевой специфики рекламного сообщения связано с пониманием нескольких аспектов: помимо собственно лингвистических проблем применения и семантики языковых единиц и структур важно исследование прагматики и рецепции рекламного текста, его ценностной составляющей в свете лингвокультурологии, представленности речевых жанров в рекламном дискурсе [2, 3, 4].

Ученые Н. Г. Вартанова и М. С. Володина, занимающиеся вопросами синтаксиса рекламного текста, отмечают, что в рекламном тексте преобладают простые и осложненные простые предложения [1]. Это объясняется, с их точки зрения, тем, что рекламный текст стремится к оптимальному сочетанию максимально возможной лаконичности с максимально возможными яркостью и образностью: такое сочетание обеспечивает, с одной стороны, сохранение внимания реципиента на протяжении всего текста за счет его краткости и образности, с другой – привлечение его внимания.

Отметим, что последний тезис, по нашему мнению, характеризуется ограниченной «зоной действия»: он справедлив для большинства узуальных жанров рекламы, но не вполне соответствует действительности там, где мы имеем дело с текстами, имитирующими журналистские материалы, и некоторыми текстами «новых медиа»: лонгридами, рекламными и имиджевыми постами в соцсетях и т. д.

Ввиду неохватного разнообразия видов и типов рекламного текста, понимая, что они, использующие разнообразные коммуникативные стратегии, не могут рассматриваться как однородные, объект изучения сузим до рекламных текстов, которые не выходят за пределы «рекламности»: не заимствующие стиль и клише журналистских и информационных текстов, очевидно продающие.

Такие рекламные тексты, имеющие в своем составе однородные члены предложений, несмотря на значительные различия, проявляемые в основном в зависимости от канала распространения сообщения, имеют важнейшее сходство, в основе которого лежит собственно наличие предложений с однородными членами. Это их сходство заключается в том, что включение однородных членов в состав предложения не только усложняет его синтаксически, но и делает его воспринимаемым как более тяжеловесное, крупное. Такие предложения призывают реципиента остановиться на себе взгляд, потратить на себя чуть больше времени и сил, чем на другие, и осознать себя качественнее.

Эта особенность предложений с однородными членами должна заставлять рекламистов использовать их с большой осторожностью. Очевидно, что она вступает в конфликт с базовым принципом рекламности: реклама не должна быть скучной и громоздкой, а иначе неизбежно станет раздражающей и игнорируемой. С другой стороны, она становится вариантом реализации другого принципа – принципа удержания внимания и вовлечения в активное считывание смыслов рекламного текста.

Рекламисту, решившему использовать в своем тексте предложение с однородными членами, следует в этой связи соблюдать определенный баланс: допуская заметное снижение скорости восприятия за счет включения однородных членов в предложение, не позволять этому снижению стать роковым, выключаящим реципиента из процесса восприятия.

Для того, чтобы добиться такого эффекта, рекламисты используют языковые средства, отвечающие ряду критериев:

1) используемая лексика должна быть общеизвестна, использование узкоспециальных слов, научных терминов нежелательно, но возможно там, где их замена неуместна – например, в рекламе лекарственных средств;

2) слова должны читаться легко. Таким образом, неудачно использование очень длинных слов, слов, использующих сложные буквенные сочетания;

3) более удачным можно считать использование конкретной или образной лексики, нежели абстрактной. В данном случае важно не столько отнесение слова к конкретной грамматической группе, сколько то, в какой степени оно способно вызвать в представителе целевой аудитории эмоцию или активацию образа.

В качестве факультативного критерия можно выделить принадлежность слова к наиболее активному пласту вокабуляра целевой аудитории – иными словами, реклама должна говорить на ее языке. Впрочем, этот критерий относится не только к однородным членам предложения, но и ко всему рекламному тексту в целом. В этом смысле однородные члены предложения должны быть

зоной особого внимания рекламиста: замедляя восприятие, они неизбежно становятся «первой жертвой» активного чтения.

В рекламном тексте мобильного оператора «Билайн», объясняющей преимуществу сети 4G, используется ряд однородных членов «чем быстрее, тем бесплатнее». Этот текст полностью соответствует описанным выше критериям. В тексте использована лексика активного словарного запаса, нейтральная по стилю, поэтому фраза легко воспринимается. Но не эта стилевая «нормальность» создает суггестивный эффект. Ориентация рекламной кампании на молодых носителей языка со сниженной языковой культурой, которая допускает нарушение языковой нормы, стремится к разговорному и просторечному словоупотреблению, в котором экспрессивный потенциал речи важнее логического смысла. Кажущаяся логическая организация фразы (союз *чем... тем*) контрастирует с игровым нарушением смысловой точности («бесплатнее»), подчеркивает искусственность конструкции сравнительной степени. Такая способность к свободному сочетанию морфем, образованию абсурдных и абстрактных грамматических и синтаксических форм отражает специфику и языкового творчества, и нарушения нормативности. Выбранный языковой прием – игровое нарушение – отвечает запросам целевой аудитории, а потому может пониматься не как абстрактная, а как вызывающая эмоциональный отклик – желание получить услугу высокого качества («быстрее») по чрезвычайно, и даже абсурдно низкой цене («бесплатнее»). Смещение смыслов «бесплатный – дешевый» несет скрытое рекламное воздействие: необходимость покупки, то есть оплаты полученного товара.

Второй ряд однородных членов – «безлимитно и бесплатно» – менее проработан графически и, вероятно, в соответствии с замыслом автора, должен быть факультативным. Он раскрывает смысл слов, вынесенных в заголовок, еще раз включает семантику бесплатного получения услуги – то есть, по сути, выполняет комментирующие и закрепляющие функции. Стилистически, грамматически и синтаксически «нормальность» этой части рекламного текста делает более явной игровую деформацию нормы, которая привлекает внимание потребителя.

Кроме того, важную роль в данном случае играет графическая организация текста: вербальная часть выполнена крупно, однородные члены отделены друг от друга положением в пространстве и цветом.

В сфере рекламы предложения с однородными членами – важный и действенный, но опасный инструмент, применять который следует с осторожностью. Такие предложения позволяют увеличить осознанность восприятия, но,

ввиду своей тяжеловесности, рискуют вовсе отвлечь реципиента от считывания смыслов текста.

Список литературы

1. Вартанова Н. Г., Володина М. С. Особенности синтаксиса рекламных текстов // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2019. Т. 12. Вып. 7. С. 238–242.
2. Вахрушева Т. А., Усманова Е. Г. Анализ суггестивных приемов гипнотизирующего языка рекламных текстов // Вестник Ленинградского государственного университета им. А. С. Пушкина. 2014. Т. 1. № 4. С. 167–177.
3. Кузьмин В. В. Аксиологические ориентиры рекламы в информационном обществе // Манускрипт. 2018. № 12(98). Ч. 1. С. 103–107.
4. Новикова О. С. Структурное описание языка рекламы // Вестник РУДН. Сер. Теория языка. Семиотика. Семантика. 2010. № 3. С. 60–73.

Ю. А. Клышникова

Северо-Кавказский федеральный университет
Россия, г. Ставрополь

Влияние американизмов и англицизмов на язык рекламы и пиар

Аннотация. Статья посвящена влиянию иностранных слов на русский язык. В работе подробно рассматривается профессиональная лексика «рекламы и связей с общественностью». Приведены удачные примеры, а также исследования, подтверждающие заимствование. Статья будет полезна в первую очередь пиарщикам и рекламистам.

Ключевые слова: влияние, заимствование, реклама, пиар, американизм, англицизм, варваризм, неологизм.

Yu. A. Klyshnikova

North-Caucasus Federal University
Russia, Stavropol

The Influence of Americanisms and Anglicisms on the Language of Advertising and PR

Abstract. The article is devoted to the influence of foreign words on the Russian language. The paper considers in detail the professional vocabulary of «advertising and public relations». In the clause there are successful examples and studies that corroborate borrowings. The article will be useful primarily for PR specialists and advertisers.

Keywords: influence, borrowing, advertising, PR, americanism, anglicism, barbarism, neologism.

Влияние американизмов и англицизмов на язык рекламы и сферы PR – тема, актуальная уже много лет. Каждый день наша речь обогащается новыми словами: от модного сленга до профессиональной лексики. Русский язык динамичен, ему свойственно меняться, но нарастающий процесс распространения иностранных слов, активно функционирующих в современном русском языке, принято считать проблемой XXI века. Подавляющая часть заимствований приходит из английского языка. Наиболее часто это происходит под влиянием языка новых профессий.

Так, современные реклама и связи с общественностью, которые пришли к нам из Америки и Европы, дополнили жизнь не только инструментами онлайн/офлайн продвижения, но и новыми словами, например: спичрайтинг (speechwriting), брифинг (briefing), копирайтер (copywriter), фидбек (feedback), инсайт (insight), пресс-релиз (pressrelease), тендер (tender), дедлайн (deadline) и т. д.

Наиболее популярными видами заимствований в настоящее время можно считать варваризмы – иноязычные слова или выражения, не вошедшие, в отличие от заимствований, в лексическую систему литературного языка и нарушающие его чистоту [1]: например, *ComedyClub*, *DJ*, *наблик-рилейшнз* и т. д.; и неологизмы – слова, выражения или новые значения у существующих слов, появление которых в языке на определенном этапе его развития вызвано необходимостью именования новых реалий или обозначения новых понятий, а также потребностью в новых выразительных средствах [2]: например, *маркетинг*, *секьюрити*, *тренд*, *коуч*, *бренд*, *имиджмейкер* и т. д.

Появление этих заимствований в языке – это процесс, который находит отражение во всех сферах деятельности, особенно в современной рекламе. Для лексики рекламных текстов характерно использование всех пластов разговорных и книжных слов, не имеющих ограничительных помет в толковых словарях (вульгаризмы, диалектизмы, жаргонизмы, арготизмы и грубое просторечие здесь, конечно, неуместны). Специальная лексика и фразеология могут быть оправданны, если реклама обращена к специалистам. Однако книжные слова в рекламе также не редкость.

Использование иностранных слов в рекламе способствует появлению «иллюзии уникальности», то есть впечатления неповторимости, значимости рекламируемого товара или услуги. Немаловажную роль при этом играют англицизмы, необычность и нестандартность формы которых привлекают внимание потребителя. Именно поэтому многие фирмы, рекламируя свои товары или услуги, используют англицизмы. Чрезмерное использование англицизмов можно

наблюдать в наружной рекламе, например: «*YourEnglishSchool. Английская школа "YES"*», а также в названии множества организаций, кафе и ресторанов, магазинов и торговых центров: «*IAMStudio*», «*PRTREND*» (*PR&event-агентство*), «*Royal (EnglishPub/Restaurant)*», «*Vegas Крокус Сити*» и многие другие.

Зарубежная, особенно американская, реклама отличается необычным сюжетом, рекламисты создают настоящие произведения искусства. Поэтому рекламные видеоролики, плакаты, брошюры, примеры радиной рекламы влияют не только на речь потребителя в конкретной стране, но и на язык многих государств, в частности на русский язык.

Всем известна «The Coca Cola Company», первая реклама которой была запущена в 1895 году. С этого момента это название у всех на слуху, оно прочно закрепилось в активном словаре представителей разных государств, и таких примеров много:

ADIDAS: «Impossible is nothing» / «Невозможное возможно»;

MAYBELLINE: «Maybe she's born with it. Maybe it's Maybelline» / «Может быть, она с этим родилась. Может, это Maybelline»;

APPLE: «Think different» / «Думай иначе»;

L'OREAL: «Because you are worth it» / «Ведь вы этого достойны»;

MCDONALD'S: «I am loving it» / «Вот что я люблю».

Все слоганы, которые были перечислены выше, используются в рекламных роликах как в США, так на территории Российской Федерации. Они настолько часто употребляемы, что пользователи не задумываются о происхождении использованных слов. Эти факты свидетельствуют о том, что без американских слоганов современный рекламный текст будет неполноценным.

В Интернете в общем доступе есть классификация видов употребления иноязычной лексики в сфере рекламы и пиар, приведу примеры:

1. Иноязычная аббревиатура: *PR (пиар), SMM (маркетинг в социальных медиа), B2B (модель бизнеса).*

2. Наименование торговых марок с сохранением иноязычного написания: *DNS, BMW, H&M.*

3. Использование английских букв в написании русского слова: «*SUMОЧКА. Сумки. Чемоданы. Аксессуары.*»

4. Использование иноязычного слова с известным всем значением с сохранением неполного написания: «*БлинStreet*» (блинная), *fashion магазин, beauty салон.*

5. Дублирование – двойное написание названий (на английском и русском языке): *DISCOVERY (ООО «Дискавери»), ADIDAS (Адидас), MANGO (Манго).*

Англицизмы и американизмы, распространяемые посредством языка рекламы, проникают во все сферы нашей жизнедеятельности: бизнес, политику, спорт, средства массовой информации, PR-деятельность. Это происходит вследствие широкой глобализации бизнеса и общества в целом и обуславливает необходимость знать несколько языков, прежде всего английский. Он считается одним из простых для изучения, а также является международным. Для сферы рекламы и PR знание английского языка становится профессиональной компетенцией, не владея которой сложно добиться успеха в продвижении рекламных проектов, особенно международных.

Таким образом, иноязычная лексика, активно используясь в рекламных текстах, оказывает сильное влияние как на самих рекламодателей, так и на потребителей рекламы. Использование заимствованных слов в рекламных и PR-текстах является неременным атрибутом профессиональной стилистики в этих сферах деятельности. Знание английского языка в этом случае способствует сотрудничеству с международными торговыми организациями, общению с партнерами для проведения, например, общих ивент-мероприятий, и в целом создает условия взаимодействия в области рекламы и PR-деятельности на международном уровне.

Список литературы

1. Sanstv.ru: сайт / Толковый словарь русского языка. URL: <https://sanstv.ru/dict/варваризмы> (дата обращения: 1.10.2021).
2. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный / под ред. Т. Ф. Ефремовой. М. : Русский язык, 2000. URL: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/efremova/277667/неологизмы> (дата обращения: 1.10.2021).

Е. А. Козлова

Вятский государственный агротехнологический университет
Россия, г. Киров

Лингвокреативные средства медиадискурса при реализации лидерских стратегий и границы лингвокреативности

Аннотация. В статье рассматривается природа и дефиниция понятия «лингвокреативность», точки зрения на лингвокреативные средства медиадискурса и границы лингвокреативности по отношению к употреблению сниженной лексики. Лингвокреативность рассматривается как когнитивная способность сильной языковой личности. Чувство эстетического в медийном дискурсе сохраняется, по мнению автора, при условии реализации высокого уровня языковой компетенции медийной личности лидера.

Ключевые слова: лингвокреативность, лингвокреативные средства, границы лингвокреативности, сильная языковая личность.

E. A. Kozlova

Vyatka State Agrotechnological University
Russia, Kirov

Linguocreative Resources of Media Discourse in The Implementation of Leadership Strategies and The Boundaries of Linguocreativity

Abstract. The article examines the nature and definition of the concept of «linguocreativity», the points of view on the linguocreative resources of media discourse and the boundaries of linguocreativity in relation to the use of reduced vocabulary. Linguistic creativity is considered as the cognitive ability of a strong linguistic personality. According to the author, the sense of the aesthetic in media discourse is preserved, when a high level of linguistic competence of the media personality of the leader is realized.

Keywords: linguocreativity, linguocreative resources, boundaries of linguocreativity, strong linguistic personality.

Ядром понятия «лингвокреативность» считается творческое начало. Одно из определений слова *креативный* (от англ. *creative*) – художественный, творческий [5]. Для рассмотрения предпосылок языкового творчества необходим разговор о двух известных способах восприятия окружающего мира – понятийного и образного. Понятийный способ связан с логическим мышлением. Стараюсь аргументировать точку зрения, мы, прежде всего, обращаемся к логическим доводам, особенно если речь идет о научном доказательстве. Какое-либо понятие мы рассматриваем в системе родо-видовых признаков и причинно-следственных связей. Образный способ восприятия связан с работой правого полушария головного мозга, оперирует нашими чувствами, ощущениями, представлениями. Так, метафорическое мышление основано на концептуальном переносе отношений между предметами из хорошо известной области в плохо известную целевую область, что может привести к творческим результатам в науке, бизнесе, риторике. Креативность приводит к созданию продуктов, которые считаются новыми и оригинальными, а также полезными и адаптивными [8]. Слово, вызывающее эмоции, оказывает на нас сильное воздействие, и нам не нужны в этом случае логические доводы, чтобы принять тезис.

Креативность в современных работах рассматривается как когнитивная способность сильной языковой личности, или лидера [7]. Лидеры являются представителями команд, и их ориентация на достижение целей, определяемая как склонность демонстрировать компетентность и получать положительные оценки, может быть наиболее важным фактором, способствующим реализации

творческих идей команд. Для реализации прагматических стратегий в рамках медийного дискурса ими используются лингвокреативные речевые средства.

Использование языка в прагмаэстетических целях дает право различать понятия «лингвокреативность» и «выразительность речи» (см. таблицу).

Отличие лингвокреативности от выразительности

Лингвокреативность	Выразительность
Эстетика и оригинальность	Эстетика и оригинальность
Эмоциональное самовыражение адресанта	Эмоциональное самовыражение адресанта
Обеспечение оптимального понимания путём создания нужного ментального образа в сознании адресата	Обеспечение оптимального понимания путём создания нужного ментального образа в сознании адресата
Реализация стратегического замысла и достижение убеждающего эффекта	—

Таким образом, лингвокреативные единицы – это не только изобразительно-выразительные средства. Это *средства речевого воздействия*, и рассматриваются они нами, прежде всего, в риторическом аспекте.

Существуют разные точки зрения на границы лингвокреативности и сами лингвокреативные средства. Так, в работе Т. М. Гермашевой упомянуты исследования, в которых под лингвокреативными средствами понимаются только образные средства, или вторичные номинации, в основе которых лежит сравнение, ассоциация, аналогия [1]. В монографии А. В. Нагорной лингвокреативность рассматривается как «производство нового языкового «продукта», который оптимально подходит для решения коммуникативной задачи, максимально полно выражая искомый смысл, раскрывает заложенный в языке потенциал и способствует его дальнейшему развитию, способен задавать новый формат вербализации определенных явлений и может способствовать перестройке языковой системы» [4, с. 10]. В данной работе под лингвокреативностью понимается способность индивида использовать эстетический потенциал языка (художественно-речевые средства и приемы) для реализации стратегического замысла и достижения убеждающего эффекта.

Нами был подробно рассмотрен корпус лингвокреативных средств публичного делового дискурса, и в результате анализа 3000 контекстов высказываний российской деловой элиты выделены ранжированные группы лингвокреативных средств, основными из которых являются:

- 1) вторичные номинации (тропы);
- 2) синтаксические средства;
- 3) инновации;
- 4) речевая эклектика;
- 5) прецедентные языковые факты [2].

Вторичные номинации, используемые в прагмаэстетических целях, представлены в основном метафорами и аналогиями, реже метонимиями, эпитетами и другими тропами. Концептуальные метафоры можно разделить на несколько групп, связанных с основными областями человеческой деятельности (морские, медицинские, бытовые, военные и др.). Средства экспрессивного синтаксиса (повторы, градации, параллелизмы и др.) ритмически организуют текст, гипнотически воздействуя на адресата [3, 6]. Инновации представлены неологизмами, неофразами, афористическими высказываниями и языковой игрой. Прецедентный языковой факт следует рассматривать как удачную языковую конструкцию, уже имеющуюся в языке, которую можно воспроизвести в речи. Условно все языковые прецеденты можно поделить на две группы: имеющие автора (афоризмы, цитаты, упоминания); не имеющие автора (крылатые слова, пословицы, поговорки, фразеологические словосочетания, псевдоцитаты).

Речевая эклектика, или оригинальные стилистические смешения, образуется в публичном деловом медиадискурсе чаще всего двумя путями:

1. Высокое книжное слово, попадая в официально-деловой контекст, обеспечивает (при желании автора) ироническую окраску речи (например: *Но должного эффекта эта акция **не возымела***).

2. Разговорное, просторечное или, в редких случаях, жаргонное слово может быть использовано в публичной речи для придания шутливой окраски или для выражения восхищения или крайнего неодобрения (например: *Мы по привычке **долдоним** о бездуховности, а сами воспитываем по принципу: «человек человеку – волк»*).

Второй способ создания стилистического смешения заслуживает разговора о границах лингвокреативности. Необходимы ориентиры, чтобы понимать, в каком случае употребление сниженной лексики в стилистическом смешении будет удачно, а в каком нет. Так, 24 сентября 1999 года во время пресс-конференции в Астане, отвечая журналистам ОРТ, В. В. Путин сказал: «Мы будем преследовать террористов везде. В аэропорту – в аэропорту. Значит, вы уж меня извините, в туалете поймает, мы в сортире их замочим, в конце концов». Это выражение понравилась не всем, однако со временем стало крылатым, стилистически оправдало себя применительно к политической ситуации того времени, хотя слово «замочим» является грубым, жаргонным. Если бы это жаргонное слово употребил кто-нибудь другой из наших политиков, то этот шаг, скорее всего, большинство людей не одобрило. Слово *креативный*, как было приведено выше, трактуется как «художественный, творческий», а понятие художественности непосредственно связано с эстетическим началом, поэтому, описывая возвышенное и низкое, автор высказывания должен стараться не задевать

чувство прекрасного. Чувство эстетического в медийном дискурсе сохраняется, по нашему мнению, при условии реализации высокого уровня языковой компетенции медийной личности. Сильная языковая личность (лидер) при реализации стратегии убеждения и используя такой прием, как стилистическое смешение с помощью сниженной лексики, должен продемонстрировать перед этим глубокое знание предмета речи и умение использовать и другие лингвокреативные регистры.

Итак, лингвокреативные средства в медийном дискурсе применяются сильной языковой личностью (лидером) как *средства речевого воздействия*, Эстетический потенциал языка (художественно-речевые средства и приемы) используется в этом случае для реализации стратегического замысла и достижения убеждающего эффекта. Высокий уровень речевой компетенции сильной языковой личности позволяет регулировать границы лингвокреативности в рамках прагмаэстетической стратегии убеждения, в результате чего незначительные эмоциогенные сниженные фрагменты приобретают особую оправданную остроту в обрамлении других, элитарных речевых конструкций.

Список литературы

1. Гермашева Т. М. Лингвокреативный дискурс: к постановке проблемы // Дискурс-Пи. 2016. № 3–4. С. 166–172.
2. Колесникова О. И., Козлова Е. А. Прагмаэстетическая стратегия убеждения в деловой прессе : монография. Саарбрюккен : Lambert, 2013. 227 с.
3. Матвеева Е. А. Лексический повтор в рекламном тексте: особенности использования, стилистические возможности // Омский научный вестник. 2013. № 3. С. 144–146.
4. Нагорная А. В. Грани и границы лингвокреативности : монография. М. : ЛЕНАНД, 2019. 312 с.
5. Толковый словарь современного русского языка. Языковые изменения конца XX столетия / ИЛИ РАН ; под ред. Г. Н. Складчиковой. М. : Астрель, 2001. 944 с.
6. Усманова Е. Г., Вахрушева Т. А. Анализ суггестивных приемов гипнотизирующего языка рекламных текстов // Вестник Ленинградского государственного университета им. А. С. Пушкина. 2014. № 4. С. 167–177.
7. Gatignon H. et al. Making Innovation Last: Vol. 2 / H. Gatignon, D. Gotteland and C. Haon. 2016. 478 p.
8. Sanchez-Ruiz M.-J., Santos M. R., Jiménez Jiménez J. The Role of Metaphorical Thinking in the Creativity of Scientific Discourse // Creativity Research Journal. 2013. Vol. 25(4). P. 361–368.

О. И. Колесникова

Вятский государственный университет
Россия, г. Киров

Языковая среда новых медиа о современной прозе

Аннотация. Статья посвящена выявлению специфики языковой среды новых медиа и ведущих признаков медиастилистики текстов о новинках литературы. Выявлены основные стратегии развертывания нарратива о книгах: эстетизированная, шоковая и стратегия создания эмоциогенного текста. Рассматриваются типы интернет-текстов о литературных произведениях, определяется участие средств языка в продвижении медиапродуктов книжной сферы.

Ключевые слова: медиастиль, стратегия, эстетизация, прагматический эффект.

O. I. Kolesnikova

Vyatka State University
Russia, Kirov

The Language Environment of New Media About Modern Prose

Abstract. The article is devoted to identifying the specifics of the language environment of new media and the leading features of the media style of texts about novelties of literature. The main strategies for the deployment of the narrative about books are revealed: aestheticized, shock and strategy for creating an emotionogenic text. The types of Internet texts about literary works are considered, the participation of language means in the promotion of media products of the book sphere is determined.

Keywords: new media style, electronic literary magazine, critical media discourse, emotional and evaluative subjectivation of professional discourse.

Несмотря на то, что в настоящее время активно развивается медиалингвистическое направление исследования текстов, в сфере изучения языка новых медиа, даже с учетом огромного количества работ, освещающих отдельные и общие аспекты его использования в интернет-коммуникации (см., например, [5]), остается множество лакун, которые предстоит заполнить. Так, определение стилистических доминант медиадискурса о книгах – одного из интеллектуальных и в то же время массово-развлекательного поля любителей разноликой и интересующей всех, но вряд ли всех объединяющей, литературы может способствовать выявлению эволюции литературного языка, направлений его движения во времени и пространстве.

Ключевой проблемой, определяющей исследовательский поиск лингвистов в сфере новых медиа, является категориальный статус медиатекста, в котором

репрезентируются те или иные качества произведения. С одной стороны, это культурно-просветительский текст, имеющий коммуникативную цель – сообщение о выходе книги и о ее достоинствах/недостатках, тем самым повысив уровень культурных знаний массовой аудитории о литературе и ее достижениях.

С другой стороны, это текст «продвигающий» («продающий»), то есть нацеленный на продвижение медиапродукции в кругу потенциальных читателей как ее потребителей. Так, «наивысшим воздействующим потенциалом», а значит, в нашей терминологии – продвигающим эффектом, обладает такая разновидность медиатекстов о литературных произведениях, как «презентация» (см. классификацию «текстотипов» о книгах в работах А. А. Самсоновой). Исследователь определяет презентацию, отграничивая ее от рецензии, авторской рецензии, рейтинга и других жанровых моделей, следующим образом: это «относительно новый текстотип, рожденный в пространстве пиар-коммуникации, стремительно занимающий в процессе оценивания современного литературного текста лидирующую позицию» [4, с. 100].

Вербальный инструментарий «мягкого» воздействия в издательских аннотациях, несомненно участвующих в поэтапном пиар-процессе книги, представлен нами в монографии (2016): основными художественными способами, как показало исследование, являются смысловые аналогии, перифрастические номинации, прецедентные факты, атрибутивы, средства диалогизации как имитация нарратива, риторизованные формы убеждения [2]. Однако нельзя не отметить, что в более широких (непрофессиональных) координатах медиа свобода выбора (текста, рецензии, книги, темы и т. д.) в медиасреде может обернуться «выходом» пользователя на непредсказуемый по языку и стилю контент: эту особенность новых медиа читатель прекрасно осознает. Его приоритеты и предпочтения, в том числе языковые, определяют и выбор книги для чтения; решая вопрос «читать» или «не читать», он неминуемо должен ощущать себя «ведомым», управляемым автором медиатекста (просветительского, «продвигающего», рекламного или информационного).

Важно выяснить, что происходит с языком в литературном Интернете, какие средства языка характерны для новых медиа как новой инфосфере, предлагающей книги? Концептуально важной исходной позицией в поисках ответов на эти вопросы является понятие «медиастилия». Н. И. Клушина предлагает считать медиастилем «не жесткий заданный стандарт/прототип организации стилистических средств языка в медиадискурсе, а гибкий, динамический феномен» [1, с. 46], допускающий слом «авторских интерпретационных рамок» в читательском сознании. Анализ языкового воплощения презентации литературных

произведений в новых медиа показал, что ключевая позиция в языковой среде, выполняющей функцию продвижения книги и чтения, остается за эстетизированным характером стилистических качеств текста. Однако, в отличие от контента с издательскими аннотациями как ведущей жанровой разновидностью критического дискурса, в текстах новых медиа (см., например, сайт «Горький») обнаруживаются характерные черты языка эпохи «оразговаривания» и снижения этико-речевых и стилистических требований к речевому оформлению экспертной оценки.

Данное явление можно наблюдать на уровне различных средств выражения суждений о произведении литературы, в том числе в интеллектуализованных элементах текстов. Установлены следующие специфические по медиастилю компоненты текстов презентации книжных новинок. На уровне прецедентности снижение стиля наблюдается в обращении к разговорно-бытовым речениям как источнику трансформаций. Например, в тексте Л. Обороина о рассказе В. Сорокина «Татарский малинник» концепция писателя представлена посредством словесных замен в устойчивой речевой формуле «Дадут... Догонят, и еще раз дадут»¹: *В общем, тридцать шесть иллюстраций к тому, как новая идея огорошивает человека, к ней не подготовленного, а потом догоняет и еще раз огорошивает.*

Перифрастические элементы текста также могут встраиваться в разговорные структуры, выступая в позиции предиката или включаясь в синтаксически неполные конструкции устной речи – как, например, в следующем фрагменте текста о «Коже» Евгении Некрасовой, вписывающейся, по выражению рецензента, в «тему фемповестки: права женщин, гендер и независимость, рабство и угнетение». «...Части про Хоуп и её жизнь в Америке всё равно сильно отдают голливудскими фильмами про рабов на плантациях. Такая клюква наоборот – в стиле «Джанго» и «12 лет рабства» (ReadRate. Сервис «для тех, кто читает»). К тому же перифраза «клюква наоборот» не совсем прозрачна по семантике, если учитывать, что «клюква» (в полной форме «развесистая клюква») – «выражение пародийного происхождения, высмеивающее анекдотическое, поверхностное изображение русской жизни» [6, с. 199].

Заметим, что перифрастические замены в исследуемом поле – типичный эстетизированный прием «продвижения» концептуального содержания, ключевой идеи представляемой книги. Они также отмечены такой характерной чертой современного медиастилля, как смысловая компрессия, особенно частотной

¹ Словарь народной фразеологии. URL: https://gufo.me/dict/folk_phraseology (дата обращения: 1.11.2021).

в заголовочных сегментах медиатекстов: *«Голландский дом» Энн Пэтчетт: жизнь на паузе* (ср. с названием другой рецензии, также на Яндекс. Дзен: «букет сломанных судеб»); *«Полночное небо» Лили Брукс-Далтон: конец света и все-все-все* и т. д. Примеры компрессии примечательны тем, что их эллиптичность, при всей креативности, – одна из черт «языкового вкуса эпохи», отражающего, в частности, стремление вместить больший смысловой объем в меньший формат. Подобные формы так же частотны, как и такой неперменный способ продвижения, как оценочные интенсификаторы – любые сегменты фразы, апеллирующие к положительному (или, напротив, негативному) восприятию объекта, например: *Тот случай, когда точно нужно знакомиться с книгой медленно, обращая внимание на детали, которые щедро рассыпал автор по спирали повествования* (сайт «Лингвояд», о романе А. Сальникова «Петровы в гриппе и вокруг него»).

Перечисленные способы можно отнести к эстетизированной (прагмаэстетической) стратегии реализации авторского замысла в дискурсе о книгах. На наш взгляд, в ходе развертывания данной стратегии актуализируется идентичность рецензента (автора текста о книге), которую, вслед за М. А. Лаппо, можно трактовать как «эмоционально-интеллектуальное переживание принадлежности или непринадлежности говорящего субъекта к какой-либо группе/категории, к какому-либо классу/уровню/типу людей, а также желания быть включенным в какую-либо группу» [3, с. 10]. Речь идет о включенности в группу элитарных языковых личностей. Такая группа имеет типичные языковые и коммуникативные особенности; наш материал подтверждает следующие главные характерные свойства элитарности речи, выделяемые разными исследователями: 1) стремление к саморефлексии, а также 2) лингвокреативность, то есть способность к творческому использованию ресурсов языка.

Саморефлексия наблюдается, в частности, в средствах языка, номинирующих сенсорные оценки – не столько презентуемого объекта, сколько читательского состояния автора текста о книге, причем состояния как физического, так и психологического: чувственный личный опыт нарратора служит когнитивной основой развертывания оценочного поля (*ощущения просто невероятны; книга, которая проникает в душу...*).

Наряду с фактами эстетизации дискурса о книгах, нельзя не оставить в стороне и факты грубо-агрессивной медиаречи, которые можно квалифицировать как следование негласным законам виртуальной коммуникации, в которой интолерантное речевое поведение если не норма, то совершенно привычное явление. В рассматриваемом дискурсе они могут быть подчинены вполне осознаваемой шоковой стратегии, которая в русле «продвигающей» стилистики, судя

по распространенности, считается средством создания прагматического эффекта. Так, название подрубрики на сайте «Горький» *«Гвоздь в лоб: книги недели»* не может не удивить массового читателя довольно жестким «изобразительным приемом» привлечения внимания. Дочитав страницу до конца, адресат постигает замысел «нужным образом». Аннотированный обзор завершает цитата, которая послужила основой «кликбейтного» заголовка; в ней описывается состояние зараженного вирусом героя презентуемого романа «Чумные ночи» Орхана Памука: *«...он вдруг сел, потом лег и, глядя в небо, подумал, что может умереть. В лоб ему словно вколачивали гвоздь»*.

Итак, в языковой среде новых медиа о литературе авторами, которых можно считать «приобщенными» к элитарному кругу языковых личностей, используются дискурсивные практики и стратегии, которые не отличаются однородностью в стилистическом плане. Обладая признаками жанровой гетерогенности (изучались, в основном, рецензии), тексты могут воплощаться различными способами. Мы выделили *эстетизированную* стратегию, *шоковую* стратегию и стратегию создания *эмоциогенного текста*, что проявляется в доминировании лексических вербализаторов сильных эмоций, возникающих при чтении рецензируемого произведения.

Специфика языковой среды новых медиа о современной литературе определяется прагматической интенцией авторов, реализуемой в творческой интерпретации рецензируемого произведения в чувственном ключе, на основе передачи возникающих эмоций, образов, представлений элитарной языковой личности. Нацеленность на усиление воздействующего потенциала медиаречи является основной прагматической установкой авторов медиатекстов о книгах.

Список литературы

1. Клушина Н. И. Медиастилистика. М. : ФЛИНТА, 2019. 184 с.
2. Колесникова О. И. Медиакоммуникация в сфере продвижения литературно-художественной книги: проблемы воздействия на читателя : монография / О. И. Колесникова, Е. В. Русских. Киров : Науч. изд-во ВятГУ, 2016.
3. Лаппо М. А. Самоидентификационный дискурс русской элитарной языковой личности : дис. ... д-ра филол. наук. Новосибирск, 2018. 515 с.
4. Самсонова А. А. Оценивание литературных произведений в массмедиа // Арт-журналистика: речевые техники оценивания произведения искусства. СПб. : Алетей, 2021. С. 100–111.

5. Трофимова Г. Н. Языковое послевкусие интернет-эпохи в России: эффект бумеранга (актуальные процессы в русскоязычной цифровой медиакommunikации) : монография / Г. Н. Трофимова, В. В. Барабаш. М. : РУДН, 2020. 273 с.
6. Фразеологический словарь русского языка / под ред. А. И. Молоткова. М. : Рус. яз., 1987.

А. В. Колесниченко

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова
Россия, г. Москва

Эволюция жанров журналистских текстов в цифровой среде

Аннотация. В цифровой среде жанры журналистских текстов трансформируются в нескольких направлениях: предпочитаемыми становятся ультракороткие или очень длинные тексты; доминируют легкие для восприятия формы текстов «перевернутая пирамида» и история. Потенциальными тенденциями могут стать мультимедизация текстовых жанров и влияние блогосферы на журналистские жанры, но авторская практика не дает возможность полноценного их воплощения.

Ключевые слова: жанр, журналистика, блог, мультимедийный текст.

A. V. Kolesnichenko

Lomonosov Moscow State University
Russia, Moscow

The Evolution of Genres of Journalistic Texts in The Digital Environment

Abstract. In the digital environment, the genres of journalistic texts are transformed in several directions: ultra short or very long texts become preferred; easy-to-understand forms of texts "inverted pyramid" and history dominate. Multimedia text genres and the influence of the blogosphere on journalistic genres may become potential trends, but the author's practice does not allow their full implementation.

Keywords: genre, journalism, blog, multimedia text.

В цифровой среде жанры журналистских текстов трансформируются в нескольких направлениях. Во-первых, это тяготение либо к ультракоротким текстам, либо к очень длинным. Основная медиапродукция современных СМИ – это новости агентского и реже газетного формата, когда сообщение о факте дополняется аналитикой. Как показало исследование [3], самым попу-

лярным жанром современных онлайн-СМИ являются короткие новости, которые составляют около половины всей медиапродукции. В сочетании же с расширенными новостными заметками на тексты новостных жанров будет приходиться уже две трети публикаций – больше, чем на тексты всех остальных жанров вместе взятые.

При этом на подъеме находится журналистика больших текстов: сайт позволяет разместить материал любого объема, в отличие от печатного издания. На западе это явление получило название «Slow Journalism» (англ. «медленная журналистика») как противопоставление «быстрой» и сверхоперативной журналистике новостей [9, 10]. Выпадают же средние по объему и глубине материалы, так как они проигрывают по соотношению цена/качество. Цена в данном случае – это затраты времени и внимания на их прочтение, качество – понимание либо погружение, которые получит читатель.

Второй тренд – это доминирование двух легких для восприятия форм текстов, таких как «перевернутая пирамида» и история. Первая форма используется для коротких текстов, вторая – для длинных. Обе формы имеют очевидные преимущества, такие как возможность быстро войти в курс дела и потреблять новости потоком, как в случае с «перевернутой пирамидой», и возможность погружаться в происходящее и сопереживать, как в случае с историей. Однако с точки зрения полноценного информирования о происходящем обе формы имеют существенные недостатки. В новостных заметках акцент делается на факт, в историях – на сюжетные повороты и чувственные детали. Упускается же осмысление, адекватное встраивание в контекст.

Аналитика в онлайн-среде подменяется колумнистикой, где на первый план выходят яркость и категоричность. Происходит упрощение, дающее не понимание, а иллюзию понимания. В российских условиях это может быть объяснено бедностью СМИ и невозможностью многих редакций оплачивать подготовку полноценных аналитических материалов. За рубежом, возможно, на первый план выходит политизированность и ангажированность многих изданий. Также нужно признать, что настоящая глубокая аналитика, приближающая к пониманию, а не к иллюзии его, востребована широкой аудиторией в гораздо меньшей степени.

Но по соотношению цена/качество выигрывают именно «перевернутая пирамида» (причем чтение новостей часто сводится к чтению расширенных заголовков) и большие репортажно-историйные материалы. А среди аналитических материалов – короткий и яркий комментарий-реплика, хорошо воспринимаемый в клиповом пространстве интернет-среды.

Третьим трендом могли бы стать мультимедизация текстовых жанров и появление новых жанровых форм, включающих в себя текстовый и мультимедийный контент [7, 8]. Однако нужно признать, что, несмотря на более чем десятилетнюю историю мультимедийной журналистики, о сложившихся гибридных жанрах говорить пока нельзя. Есть полижанровый формат «мультимедийный лонгрид», однако он слишком обширен, чтобы можно было назвать его конкретной устоявшейся формой [5, 6]. Кроме того, высказывается мнение, что данный формат становится все менее востребован СМИ [1].

В существующей медиапродукции типичными дополнениями текстового контента являются стоковое фото (снятое не на события, а взятое из фотобанка) либо вставка видео, как правило, предоставленного пресс-службой или взятого из соцсетей [2]. При этом текст является полноценным материалом сам по себе, а выбор фото и видео определяется не требованиями жанра, а возможностями редакции в каждом конкретном случае. То есть ни о какой повсеместной или хотя бы значительной мультимедизации журналистики говорить пока нельзя. СМИ стали конвергентными в том аспекте, что публикуют на своих сайтах как текстовый, так и аудиовизуальный контент. Однако конвергенция на уровне конкретных материалов пока что наблюдается крайне ограниченно.

Более того, прослеживается обратный процесс – тяготение онлайн-СМИ к мономедийности. Так, в интернет-СМИ достаточно много крупных хорошо оформленных публикаций журнального формата с большим количеством иллюстраций. Целый ряд интернет-изданий (например, Лента.ру) производят не только тексты, но и документальные фильмы. Но вот сочетание текстовой и аудиовизуальной форм контента все еще остается редкостью, особенно если эти формы контента не являются избыточными по отношению друг к другу.

Четвертый тренд касается потенциального влияния блогосферы на журналистские жанры. Если не принимать во внимание де-факто СМИ, использующие соцсети (главным образом, YouTube) как канал доступа к аудитории, то нужно признать, что в жанрово-тематическом плане блогосфера пересекается с журналистикой крайне слабо. Анализ записей топовых блогеров пяти наиболее популярных в России соцсетей («ВКонтакте», Facebook, Instagram, Telegram, Twitter) показал, что их контент – это прежде всего шоу-освещение своей частной жизни [3, 4]. Только 16% записей топовых блогеров по тематике имели хоть какое-то отношение к журналистике, если под журналистикой понимать освещение актуальных социально значимых событий и проблем.

С точки зрения же форм публикаций блогосфера гораздо ближе к простым речевым жанрам устной культуры, нежели к сложным жанрам журналистского или литературного творчества. Пятерка самых популярных жанров

блогосферы – это анонс (я собираюсь что-то делать), самопрезентация (вот он я какой), сценка (посмотрите, как я делаю), высмеивание (вот кто-то сделал глупость) и впечатление (как прекрасно в летнюю жару есть мороженое). Доминирующий контент топовых блогеров именно такой. Блогеры же, которых можно отнести к журналистам (Юрий Дудь, Ксения Собчак и др.), не вошли в топ-10 даже на YouTube. Таким образом, если журналистика могла бы обогатить блогосферу в жанровом плане, то влияние блогосферы на журналистику грозит упрощением жанров вплоть до их разрушения, низведением сложных журналистских жанров до простых восклицаний уровня Элочки-людоедки.

В заключение нужно отметить, что эволюция жанров журналистских текстов в цифровой среде идет одновременно в нескольких направлениях. И если к позитивным трендам можно отнести лишь определенный ренессанс больших текстов в некоторых интернет-изданиях, то негативные тренды – это вырождение текстов до коротких малоинформативных новостей с кликбейтными заголовками, где в пользу привлекательности жертвуют корректностью, крайне слабое использование онлайн-СМИ мультимедийных инструментов в текстовых жанрах и наступление блогосферы на пространство СМИ. Причем блогосфера отнимает у СМИ не только время, внимание аудитории и деньги рекламодателей, но и навязывает аудитории свои стандарты подачи информации, гораздо более примитивные, чем современные журналистские жанры.

Список литературы

1. Баранова Е. А. Конвергентная журналистика : учебное пособие для вузов. М. : Юрайт, 2022. 269 с.
2. Вырковский А. В. Мультимедийные элементы в современном медиатексте / С. А. Вартанов, А. В. Вырковский, М. Ю. Галкина, А. В. Колесниченко, М. Ю. Образцова // Медиаскоп: электронный журнал. 2017. № 3. URL: <http://www.mediascope.ru/2364> (дата обращения: 13.02.2022).
3. Колесниченко А. В. Востребованность жанров журналистских текстов в онлайн-СМИ // Вестник Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2018. № 1. С. 26–42.
4. Колесниченко А. В. Журналистика и блогосфера: жанрово-тематические пересечения // Вестник Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2021. № 1. С. 51–74.
5. Кульчицкая Д. Ю., Галустян А. А. Лонгриды в онлайн-СМИ: особенности и технология создания. М. : Аспект Пресс, 2018. 80 с.

6. Нестеренко О. А. Лонгрид как новый медиаформат: подходы к классификации // Science and Education: A New Dimension. Humanities and Social Sciences. 2016. № 4. С. 14–17.
7. Тертычный А. А. Особенности жанрообразования в интернет-СМИ // Научные ведомости БелГУ. 2013. № 6. С. 172–179.
8. Универсальная журналистика : учебник для вузов / под ред. Л. П. Шестеркиной. М. : Изд-во «АспектПресс», 2016. 480 с.
9. Jacobson S., Marino J., Gutsche R. The Digital Animation of Literary Journalism. Journalism. 2016. Vol. 17(4). P. 527–546.
10. Le Masurier M. What is Slow Journalism? // Journalism Practice. 2014. Vol. 9:2. P. 138–152.

Й. Коростенски

Западночешский университет в г. Пльзень
Чехия, г. Пльзень

Роль интернационализмов в переводном тексте

Аннотация. Целью статьи является сопоставление чешско-русских языковых интернационализмов на фоне проблематики устного перевода. На конкретных примерах указаны некоторые сложности подбора эквивалентов слов при соблюдении перспективы направления от языка-источника в целевой язык.

Ключевые слова: чешско-русское сопоставление, интернационализмы, язык-источник, целевой язык.

J. Korostenski

University of West Bohemia
Czech Republic, Pilsen

The Role of Internationalisms in The Translated Text

Abstract. The purpose of the article is to compare the Czech-Russian linguistic internationalisms against the background of the problems of oral translation. On specific examples, some of the difficulties of selecting word equivalents are indicated, always respecting the perspective of the direction from the source language to the target language.

Keywords: Czech-Russian juxtaposition, internationalisms, source language, target language.

Устные переводчики часто советуют начинающим коллегам при переводе интернационализмов положиться на то, что во всех языках они заимствованы почти в одной и той же форме. Различие диктуют разве что фонетические особенности конкретных целевых языков. Устный переводчик выигрывает ценные секунды, употребляя готовые формы языка источника лишь в немного преобразованном виде.

По разным определениям интернационализмы возникают сначала в одном языке, а потом распространяются в остальные. Такой интернациональной лексемой считают единицу, которая, помимо исходного языка, была заимствована в три целевых языка, не имеющих прямые родственные связи [3, с. 131]. Лексемы, передающие значения международного характера из разных областей, прежде всего из науки, техники, политики и культуры, как правило, восходят в европейских языках к греческому и латинскому языкам (*пролетариат, диалектика, коммунизм, алфавит, интонация*). Количество интернационализмов постоянно растет быстрыми темпами, особенно в переломных моментах развития общества и языка [5, с. 123].

Тем не менее в четко нарисованной и обозримой картине существуют многие исключения, затрудняющие использование сиюминутной выгоды, перенося одно и то же интернациональное слово без обработки в любой контекст целевого языка. В чем скрыты опасности такого переноса? Устному переводчику надо считаться со многими факторами. В каждой из перечисленных нами выше областей, в которых чаще всего можно встретиться с интернационализмами, существуют ограничения. Так, например, названия всех месяцев как единиц измерения времени получили во многих европейских языках, включая русский, единую международную форму: *январь, февраль, март, апрель, май, июнь, июль, август, сентябрь, октябрь, ноябрь, декабрь*. Такое четкое распределение найдем не только в английском, но и немецком, французском, итальянском и многих других языках; однако в чешском сохранились исконно славянские наименования месяцев: *leden, únor, březen, duben, květen, červen, červenec, srpen, září, říjen, listopad, prosinec*. Подобную, хотя и несколько видоизмененную, номенклатуру месяцев найдем и в украинском и польском языках.

Дальше, например, слово *вундеркинд*, которое в русском приобрело общераспространенную форму интернационализма, в чешском сохранилось исконное *záračné dítě*. Действительно, существуют интернационализмы, обладающие только одним значением, совпадающим по объему в исходном и целевом языке. К таким случаям отнесем прежде всего узкоспециальные термины: *ablaut/аблаут, gigabajt/гигабайт, demineralizace/деминерализация, oligofrenie/олигофрения, oligopol/олигополия, peristola/непустола* [4, с. 16, 151,

541, 583; 1, с. 5, 149, 185, 403, 402]. В данном случае переводчик может использовать интернациональные слова в целевом языке, не сомневаясь ни в каких ограничениях. Переводчик должен только правильно оформить произношение слова в целевом языке. Но такое возможно без оговорки далеко не всегда. Поэтому примеры несовпадений многочисленны, как и варианты комбинаций в сопоставительном чешско-русском плане.

Остановимся на самых типичных примерах. В некоторых случаях, когда интернационализмы в одном из исследуемых языков развили больше чем одно исходное значение, не найти интернационального соответствия в другом языке.

Такое чешское слово, как *absolvovat*, не имеет в русском формально совпадающего эквивалента.

В чешском данное слово обладает тремя словарными значениями:

- 1) *vychodit, dokončit školu, kurz, vystudovat*’;
- 2) *zúčastnit se; zúčastňovat se*’;
- 3) *círk, poskytnout, poskytovat absoluci někomu, dávat rozhřešení*’.

В данном конкретном случае проблема заключается в том, что первые два значения в чешском являются самыми частотными, но при переводе на русский приходится выбирать из существующих в русском языке эквивалентов, как например: ‘закончить курс, школу’ или ‘принимать участие в чём-либо’. Соответственно производные варианты слов *absolvent/absolventka* образованы от другого корня *výпускник/выпускница*. Наименее частотное с точки зрения обоих языков представляет значение, связанное с малоупотребительной сферой религии и юриспруденции:

- 1) отпущение грехов в римско-католической церкви;
- 2) приговор, освобождающий подсудимого от обвинения.

Оно совпадает в обоих языках, и всё равно в русской православной традиции употребляется сложное словосочетание, закреплённое в русском языке: пройти через этапы покаяния и получить отпущение грехов.

Достаточно видоизменило свое значение слово *brigáda* (из фр. *brigade*) в чешском и русском языках, хотя исходным в обоих языках являлось значение, связанное с военным делом, конкретно с названием тактической группы войск. С точки зрения частотности употребления данное значение относится к малоупотребительным. Чаще употребляются в обоих языках производные значения, обозначающие рабочую группу людей. Но в чешском процесс семантической деривации не остановился, и то самое слово метонимически обозначает сам рабочий процесс, осуществляемый данной группой людей, и впоследствии прижился как название любой кратковременной рабочей деятельности. Слова с

этим значением весьма часто употребляются в чешском языке. В русском данные значения оформлены разными словами исконно русского происхождения.

Таких интернационализмов, вошедших в разряд широкоупотребительной лексики, очень много. Но их перевод на другой целевой язык относится к числу непростых задач. Почему? Уже в исходном слове, как правило, не совпадают значения исходного и целевого языка. Например, слова *absorbovat/абсорбировать* [2, с. 13]. Первоначально термин химии быстро освоили и другие естественные науки, в частности физика. Он обозначал ‘осуществление абсорбции’. В чешском языке быстро развиваются переносные значения метафорического характера: *абсорбировать* можно идеи, мысли или даже человека, ср. например:

Absorboval jeho myšlenky a plně se s nimi ztotožnil.

Funkce předsedy ho zcela absorbovala.

Очень важными являются и другие специфические черты языков. В чешском языке отмечается высокая способность образовывать длинные ряды производных слов. Естественно, по самым разным причинам, ряды таких дериватов, как *absorbance/экстинкция*, *absorbát/абсорбат*, *absorbátor/поглотитель* (физика), *absorbens/адсорбент*, *absorbér/абсорбер*, *absorbce/абсорбция*, *absorpciometr/абсорбциометр*, связанные на основе производности со словом *absorbovat*, не всегда в русском языке находят соответствия на уровне тех же самых интернациональных форм. Приходится учитывать факт разноскоростного развития лексики в языке-источнике и целевом языке. В то же время если чешским термином *absorbance* в спектрофотометрии и фотометрии обозначается величина, показывающая количество света, поглощенного измеряемым веществом, то в русском употребляется другой термин – экстинкция.

Формальная степень различия между языками может показаться меньше (ср. в случае пары *absorbens/адсорбент*), но всё-таки для устного синхронного переводчика на международной научной конференции недопустима.

Важно учитывать не только значение, а также стилистическую оценку интернациональных лексем. Примером в данном случае могут послужить слова *korespondence/корреспонденция*. В русском языке интернационализм функционирует почти на уровне дублетного синонима с исконно русским словом переписка. Такого нет в чешском языке. Слово *korespondence* в чешском обладает теми же значениями, что и в русском:

- 1) обмен письмами;
- 2) сообщение о текущих событиях, присланное откуда-нибудь в органы информации;
- 3) письма, почтово-телеграфные отправления, –

и является доминантой в синонимическом ряду. Самый близкий к нему синоним *dopisování* уже не обладает третьим значением, а исконное чешское слово *dopisování* имеет ограничения в употреблении. Его нельзя употребить, например, как обозначение предмета школьного обучения и т. п.

Объем публикации не позволяет представить более обширный обзор проблематики трудностей перевода интернационализмов из языка-источника в целевой язык на примере чешского и русского языков, поэтому подведём частные заключения.

Устный перевод интернациональных лексем с чешского на русский и наоборот облегчается из-за полного совпадения значений указанных лексических единиц лишь частично. Случаев полного совпадения интернационализмов, т. е. формального, содержательного и шире текстового, не так много. В эту сферу входят прежде всего узкоспециальные термины, как, например, *ablaut/аблаут* и некоторые другие. Чаще всего можно встретиться со следующими проблемами.

1. В языке-источнике и целевом языке перевода представлены эквиваленты разных порядков, в данном случае интернационализмы и исконные лексические единицы, например в названиях месяцев (*leden – январь*).

2. В случае широко распространенных интернациональных слов, возникших на базе терминов, можно встретиться с явлением, когда в языке-источнике интернациональное слово включает несколько значений, которые в целевом языке переводятся лишь словами исконного происхождения. Например, чешское *absolvovat* переводится как ‘выпускать’, ‘пройти через что-либо’ и т. п.

3. Несмотря на внешнее сходство двух интернационализмов, объем их значения не совпадает. В случае чешского *absorbovat* объем значения шире, чем в русском. Многочисленные словообразовательные дериваты в чешском языке не имеют в русском формального соответствия, и их эквиваленты на русском подбираются в сфере исконной лексики или даже интернационализмов другого происхождения.

4. При устном переводе необходимо считаться с несоответствиями стилистического порядка.

В заключение можно сказать, что перевод указанной выше лексики является не таким простым занятием, как может показаться на первый взгляд.

Список литературы

1. Булыко А. Н. Большой словарь иноязычных слов. М. : Мартин, 2004. 702 с.
2. Чешско-русский политехнический словарь. М. ; Прага : Изд-во техн. лит., 1948. 862 с.

3. Gazda J. Интернационализация как интегрирующий элемент языков средневропейского пространства. Brno : Litterariahumanitas, 2002. S. 131–142.

4. Petráčková V., Kraus J. Akol. Akademický slovníkcizích slov. Praha : ACADEMIA, 2001. 834 s.

5. Vavrečka M. Lexikologieruského jazyka. Ostrav : Pedagogická fakulta v Ostravě, 1989. 133 c.

О. А. Лаптева

Вятский государственный университет
Россия, г. Киров

Эстетическая позиция В. В. Капниста в «Ответе Рафаэла к певцу Фелицы»

Аннотация. Научная проблема, которой посвящена статья, – полемика В. В. Капниста по эстетическим вопросам с Г. Р. Державиным и Н. А. Львовым в связи с созданием Г. Р. Державиным оды «Изображение Фелицы». Капнист в «Ответе Рафаэла» иронизирует над неумеренно гиперболическим «длинноватым» прославлением Екатерины II, наставляет своего ближайшего друга. Объектом его сатиры выступает классицистическая метафорика и гиперболизация, обильно наполняющие стихотворение Державина. Автор статьи показывает сущность эстетической позиции В. В. Капниста, стремящегося к естественности и правдивости в искусстве и простоте и ясности стиля.

Ключевые слова: русская поэзия XVIII века, постклассицизм, литературный диалог, литературная полемика, синтез искусств, интермедийность.

O. A. Lapteva

Vyatka State University
Russia, Kirov

The Aesthetic Position of V. V. Kapnist in «Raphael's Answer to The Felica Singer»

Abstract. The article examines the polemic of V. V. Kapnist on aesthetic issues with G. R. Derzhavin and N. A. Lvov in connection with the creation of G. R. Derzhavin's ode «The Image of Felice». V. V. Kapnist in «Raphael's Answer» sneers at the immoderately hyperbolic «longish» glorification of Catherine II, instructs his closest friend. The object of his satire is classical metaphoric and hyperbolization, which abundantly fill Derzhavin's poem. The author of the article shows the essence of the aesthetic position of V. V. Kapnist, striving for naturalness and truthfulness in art and simplicity and clarity of style.

Keywords: Russian poetry of the XVIII century, postclassicism, literary dialogue, literary polemic, synthesis of arts, intermediality.

В. В. Капнист принадлежит к числу тех писателей, литературное значение которых и при жизни, и после смерти было недостаточно оценено, деятельность которых протекала скромно, незаметно. Поэзия В. В. Капниста отражает общий процесс движения лирики к утверждению сентименталистской и предромантической поэтики и полемику с литературными канонами классицизма. Стихотворная деятельность В. В. Капниста выразилась преимущественно в одах, в которых автор высказывает свои эстетические и философские взгляды.

Стихотворение «Ответ Рафаэла певцу Фелицы», созданное в 1789 году, иронически направлено против оды Г. Р. Державина «Изображение Фелицы», которая была написана поэтом, находящимся в то время под судом Сената, ко дню коронации Екатерины II 22 сентября 1789 года с целью обратить на себя ее внимание. Державин в оде обращается к Рафаэлю, чтобы с помощью его таланта восхвалить императрицу и уменьшить её гнев. Шуточная ода В. В. Капниста была доставлена Г. Р. Державину еще в рукописи, под заглавием «Рапорт лейб-автору от екатеринославских муз трубочиста Василия Капниста». Первый вариант «Ответа» привел Г. Р. Державина в ярость, он был явно недоволен язвительным тоном, пронизывающим произведение В. В. Капниста.

Со стихотворением «Ответ Рафаэла певцу Фелицы» связана полемика по эстетическим вопросам, развернувшаяся между поэтами Г. Р. Державиным, В. В. Капнистом и Н. А. Львовым. Эта полемика, отразившая противоречивые позиции участников, исследовалась в трудах Г. В. Ермаковой-Битнер, К. Ю. Лаппо-Данилевского, И. З. Сермана, Я. К. Грота и др. Обобщим некоторые взгляды ученых и проанализируем наиболее значимые для осмысления эстетической позиции В. В. Капниста строки его поэтического ответа автору «Изображения Фелицы».

Назначение оды В. В. Капниста – указать Г. Р. Державину промахи в его стихотворении. «Ответ...» представляет собой по форме речь, обращенную к Рафаэлю, имя которого служит лишь синонимом несравненного живописца. Поэт наставляет художника передать на полотне все величие Фелицы и ее царства. Как было сказано в комментариях Е. Н. Кононко при публикации писем Н. А. Львова, «Капнист в “Ответе” весело и остроумно вышучивает неумеренные восторги автора в адрес Фелицы» [4, с. 392]. В «Ответе Рафаэла» он иронизирует над неумеренно гиперболическим «длинноватым» прославлением Екатерины II, к тому же вызванным столь прозаической причиной: «*Фелицы твоя*

прекрасной / Решился я представить вид; / А чтоб исполнить чудно дело, / Юноны сановитой тело/ Минервиной главой свершил; / И, прелестьми трех граций нежных / Покрыв, о чреслах белоснежных / Кипридин пояс обложил...» [3, с. 70].

Как справедливо указал Я. К. Грот, образцом для автора «Изображения Фелицы» является заключительная часть ломоносовского «Разговора с Анакреоном», в которой автор просит живописца «изобразить ему Россию, очевидно разумея под нею преимущественно императрицу Елисавету» [1, с. 271]. Но если М. В. Ломоносов описывает женскую внешность так, что она может быть без труда изображена живописцем, то Г. Р. Державин разворачивает перед читателем не одну картину, а целую их галерею. При этом гиперболизм многих образов заведомо исключает их перенесение на полотно: «*А ты хотел, чтобы все дива, / Которы нам ты возвестил, / Чтоб опись славных дел архива / В одну картину я вместил*» [3, с. 69]. Как подчеркивает исследователь К. Ю. Лаппо-Данилевский, В. В. Капнист, один из лучших друзей Державина, прекрасно ощутил ломоносовские истоки стилистики «Изображения Фелицы», вызывавшей у него неприятие, и предпослал при публикации своего «Ответа Рафаэлю...» три строфы (8, 47, 26) стихотворения Державина, указав, что «весь пятой куплет заимствован» из них [5, с. 205].

Как справедливо заметила Г. В. Ермакова-Битнер, в «Ответе Рафаэла» «Капнист иронизирует над неумеренно гиперболическим “длинноватым” прославлением Екатерины II, к тому же вызванным столь прозаической причиной» [2, с. 542]. В оде «Изображение Фелицы» повествуется о картине, которая никогда не существовала и которую мурза лишь предлагал начертать Рафаэлю. Именно с этих позиций в своем «Ответе Рафаэла певцу Фелицы» и иронизировал над одой Державина Капнист: его Рафаэл в заключении стихотворения отказывается исполнять поручение и предлагает мурзе взять в руки краски, чтобы осознать неисполнимость предприятия.

Несомненно и то, что Державин, обратив слова мурзы именно к Рафаэлю, кумиру неоклассицистического искусства, невольно провоцировал своих читателей, ибо поэт демонстративно отступал от принципа правдоподобия. Рафаэль же для большинства его современников был как раз наивысшим воплощением этого принципа. По словам И. З. Сермана, ода «Изображение Фелицы» «вся представляет собой ряд обращений к Рафаэлю с перечислением многочисленных картин – изображений Фелицы. Самое обращение к Рафаэлю – чистая условность; оно нужно было Державину как мотивировка того богатства красок и разнообразия “картин”, которые он живописует словом в своей оде. Капнист, к этому времени уже отказавшийся от словесных картин в стихах, от “говоря-

щей живописи», не пропустил удобного случая спародировать и вышутить неприемлемую для него поэтическую манеру Державина» [6, с. 292].

Г. Р. Державин был очень рассержен «Ответом Рафаэла», и, пожалуй, он был прав. Под видом шутки Капнист издевался над самой сутью державинского видения жизни, над его стремлением словесно передать живописный облик чувственно воспринимаемого, зримого, материального мира. Автор «Изображения Фелицы» увидел в «Ответе Рафаэла» не шутку, а пародию на свою поэтическую манеру, издевательство над своими образами, не рассчитанными на их предметную реализацию. Картины, вложенные им в уста мурзы, если внимательнее вчитаться в оду, не поддавались переводу на язык красок, а вызывали лишь «исступленное видение» в душе певца богоподобной царевны «Киргиз-Кайсацкия орды». В стихотворной отповеди В. В. Капниста скорее пародируется не державинское описание облика царицы, а дается абстрактный схематический портрет правительницы, присущий канонам классицизма: *«Юноны сановитой тело / Миневриной главой свершил, / И, прелестьми трех граций нежных / Покрыв, о чреслах белоснежных / Кипридин пояс обложил»* [3, с. 70].

Какую же позицию занял Н. А. Львов в споре ближайших друзей? Признавая, с одной стороны, Г. Р. Державина неправым в «некоторых бурных примечаниях», он, с другой стороны, никоим образом не сомневается в том, что «Ответ Рафаэла певцу Фелицы» заслуживает напечатания, и предлагает отшлифовать его. Поправки Н. А. Львова интересны тем, что характеризуют единство художественных устремлений обоих поэтов, ценивших простоту, ясность и точность выражения мысли. Пометы Львова призваны улучшить стилистику «Ответа» В. В. Капниста, сделать его стихи более гладкими и легко читаемыми. В соответствии с этим устраняются: неуклюжие инверсии, славянизмы, двусмысленности, а также нарочитые внутренние рифмы («дива-живо»). Многие поправки Н. А. Львова В. В. Капнист принял и изменил первоначальный текст «Ответа» менее язвительным и упрощенным с точки зрения стилистики вариантом.

Таким образом, исходя из рассмотренной дружеской полемики, можно сделать вывод об эстетических взглядах В. В. Капниста. В отличие от Г. Р. Державина, который показывал в стихах картинность, хотя и не реализуемую предметно, «живописность», основанную на уже освоенных живописью цветовых сочетаниях и гаммах, В. В. Капнист искал в поэзии иных путей. Из своих стихотворений он удалял то, что, по-видимому, казалось слишком конкретным, слишком индивидуально-биографическим, противоречащим общезначимости разрабатываемых в стихах философских и моральных проблем. Конкретный повод, факт перестает интересовать Капниста; для него весь

смысл его поэтической работы заключается в поэтическом обобщении общепсихологических проблем бытия, в поэтическом освещении коренных вопросов жизни и смерти, счастья и горя, добра и зла. Поэтическое творчество В. В. Капниста вместило и любопытную коллекцию фактов культуры. Обладая тонким эстетическим вкусом, автор оды умело вовлекает читателя в атмосферу тогдашних творческих дискуссий, обнаруживая изнутри сам процесс движения и смены литературных форм.

Список литературы

1. Державин Г. Р. Сочинения / С объяснительными примечаниями Я. Грота : в IX т. Т. I. СПб. : Изд-е Академии наук, 1864. С. 270–299.
2. Ермакова-Битнер Г. В., Бабкин Д. С. Комментарии: Капнист. Ответ Рафаэла певцу Фелицы // Капнист В. В. Избранные произведения. Л. : Сов. писатель, 1973. С. 542–544.
3. Капнист В. В. Избранные произведения. Л.: Сов. писатель, 1973. 615 с.
4. Кононко Е. Н. Комментарии: Н. А. Львов. Письма В. В. Капнисту, 23 декабря 1789 г. // Письма русских писателей XVIII века. Л. : Наука, 1980. С. 391–392.
5. Лаппо-Данилевский К. Ю. К истории дружеской полемики вокруг оды Державина «Изображение Фелицы» (1789) // XVIII век. Сб. 26. Старое и новое в русском литературном сознании XVIII века. СПб. : Наука, 2011. С. 203–220.
6. Серман И. З. В. В. Капнист и русская поэзия начала XX века // XVIII век. Сб. 4. М. ; Л. : Изд-во АН СССР, 1959. С. 289–303.

Е. Ю. Лимова, А. Г. Маслова

Вятский государственный университет
Россия, г. Киров

Мотив денег в поэзии И. Ф. Богдановича

Аннотация. Научная проблема, которой посвящается статья, – аксиология русской поэзии 1760–1780-х гг. Авторы статьи опираются на современные литературоведческие методы сравнительно-исторического и герменевтического анализа художественного текста. Объектом анализа являются произведения И. Ф. Богдановича «Деньги» и «Стихи к деньгам», которые сравниваются со стихотворениями М. М. Хераскова под названием «О злате» и «Злато» («Кто хочет, собирай богатство...» и «Злато прельщает...»). В результате выявляются особенности этической позиции представителей «московской поэтической школы».

Ключевые слова: русская поэзия XVIII в., М. М. Херасков, аксиология литературы, дидактическая функция литературы, русский классицизм, мифы о происхождении денег.

E. Yu. Limova, A. G. Maslova

Vyatka State University

Russia, Kirov

The Motif of Money in I. F. Bogdanovich's Poetry

Abstract. The scientific problem to which the article is devoted is the axiology of Russian poetry of the 1760–1780s. The authors of the article rely on modern literary methods of comparative historical and hermeneutic analysis of the literary text. The object of the analysis is the works of I. F. Bogdanovich «Money» and «Poems for money», which are compared with the poems of M. M. Kheraskov entitled «About gold» and «Gold»: «Kto hochet, sobiraj bogatstvo...» («Who wants, collect wealth...») and «Zlato prel'shchaet...» («Gold seduces...»). As a result, the peculiarities of the ethical position of the representatives of the «Moscow poetic school» are revealed.

Keywords: Russian poetry of the XVIII century, M. M. Kheraskov, axiology of literature, didactic function of literature, Russian classicism, myths about the origin of money.

Первые литературные опыты И. Ф. Богдановича связаны с его сотрудничеством с М. М. Херасковым и публикацией стихов в журнале «Полезное увеселение». Г. А. Гуковский подчеркивает, что поэты в этом издании «создавали не придворное и не официальное искусство, а искусство независимых дворян», и «наибольшее значение для Хераскова и его группы в 60-е гг. имела нравоучительная, “философическая” лирика» [2, с. 154–155]. По наблюдениям И. З. Сермана, журнал являлся «органом прогрессивной мысли» в эпоху «политической и духовной реакции» последних лет правления Елизаветы Петровны. Как пишет исследователь, в журнале «противопоставлялись нравственное самосовершенствование и душевная чистота – невежеству нравов и корыстолюбивой устремленности подавляющего большинства дворянства» [4, с. 15].

В русле этих идей И. Ф. Богданович создает стихотворение «Деньги», которое было опубликовано в февральском номере «Полезного увеселения» в 1761 г. Это стихотворение с небольшими изменениями вошло в подготовленный поэтом в 1773 г. сборник избранных произведений «Лира». И. Ф. Богданович размышляет над темой отношения людей к богатству, золоту, деньгам. Стихотворение состоит всего из 12 строк, но слово «деньги» встречается в нем 10 раз. Автор использует принципы поэтической формы рондо, и фраза «Беда, коль денег нет» открывает и закрывает каждое четверостишие. Автор рассуждает о значимости денег в жизни человека: «О деньги, деньги! вас и чтит и любит свет, / И каждый вопиет: беда, коль денег нет», «Хоть деньги множество нам делают сует, / Однако без сует беда, коль денег нет» [1, с. 135]. Мысль о том, что без денег жизнь человека лишена счастья, полна иронии. Ав-

тор с сарказмом замечает, что люди «воздают и ласки и поклоны» материальным благам, подменяют духовные ценности, украшающие человека, стремлением к богатству, обретение которого воспринимается как достижение желанного счастья: «Без денег счастье вянет...», «Приписывать должны мы счастье к достатку» [1, с. 135]. Стихотворение написано простым языком, поэтому читается легко, однако появляющееся в восьмой строке слово «вопиет» не соответствует среднему стилю, благодаря чему создается дополнительный ирониче- ский оттенок. В целом в подтексте произведения звучит безрадостная мысль о том, как трудно жить человеку в мире, где окружающее общество ценит только деньги.

Тема власти и богатства в человеческом обществе поднимается И. Ф. Богдановичем и в позднем творчестве. В 1783 г. в «Собеседнике любителей русского слова» было опубликовано его стихотворение «Стихи к деньгам», которое открывается вступлением, прославляющим деньги, являющиеся «подпорой стариков, утехой молодых, наградой добрых дел, нередко и худых» [1, с. 167]. В основной части выделяются два композиционных раздела: в первом поэт, обращаясь к музе и подчеркивая богатство ее души и разума, иронично говорит, что она, как и сам автор, «карманами бедна»: «Твоею лирою пленяюсь часто я, / Но участь скудная известна мне твоя» [1, с. 168]. Свидетельством славы, не принесшей обладателям поэтического дара никаких богатств, становятся для И. Ф. Богдановича судьбы Гомера, Анакреона и Овидия: «Отец стихов Гомер, твою принявши лиру, / В наследство славу лишь оставил миру» [1, с. 168]. Сочувствие великим творцам, умирающим в бедности, звучит в проникновенных строчках И. Ф. Богдановича об участии Овидия: «Овидий, коего стихи Кларисе любы, / В холодном севере скончал свой век без шубы» [1, с. 168]. В следующей композиционной части стихотворения И. Ф. Богданович излагает легенду о происхождении денег, согласно которой монеты появились благодаря творческому дару Орфея. Когда Орфей пел, даже камни обретали чувства:

Преобращалась тогда земля в металл,
Курс денег с той поры известен в мире стал;
Тогда произвелась ходячая монета
И стала колесом вертящегося света [1, с. 168].

Сходна с басней неожиданная концовка-мораль, в которой автор говорит о том, как неожиданно в человечестве стали ценить только богатство, и «богатый без родства богатому стал братом», а «век златой» был заперт в кошельках и железных сундуках богачей: «Не то ли век златой, известный нам в стихах, /

Который и поднесь хранится в кошельках? / И некто написал, что стали человеки / В железных сундуках хранить златые веки» [1, с. 169].

Показательно, что И. Ф. Богданович связывает рождение денег с творчеством, способным преобразовать камни в золото, но при этом подчеркивает, что сами творцы не обретают никаких богатств. Само существование золота оказывается причиной бедствий человечества, потерявшего свою связь с «златыми временами», ведь именно деньги привели к разобщению богатых и бедных, по сути – сокрыли «в железных сундуках» человеческое счастье.

В своем стихотворении «Стихи к деньгам» И. Ф. Богданович развивает философские размышления своего учителя М. М. Хераскова, выраженные в стихотворениях «О злате» и «Злато».

В стихотворении «О злате» (1762) М. М. Хераскова предлагается поэтическое осмысление темы влияния денег на жизнь и отношения людей. Автор в этом раннем стихотворении однозначно негативно оценивает роль денег в жизни человека:

Тому причина злато,
Что многи человеки
Друг друга крови жаждут;
Что разумы и чести
Почти всеместно страждут!
И кажется, что злато
Свет солнца помрачило
И ложными лучами
Всех смертных ослепило [5, с. 87].

В то же время уже здесь возникает и мысль о том, что без денег человек не может жить полноценно. На сетования возмущенных читателей: «Коль ты ругаешь злато, / Никто не принуждает, / Живи без злата в свете; / А нам прожить не можно» – лирический герой вполне здраво отвечает: «Ответ я сей внимаю, / Сам то же рассуждаю» [5, с. 87]. Подчеркивается, таким образом, трагическая составляющая сложной, не поддающейся логическому классицистическому делению на «положительное» и «отрицательное», человеческой жизни. Автору остается лишь сочувствовать горькой участи человека, обреченного на столь безрадостное существование:

Что тем-то и несчастны
На свете человеки,
Что, видя прелесть ложну
В такой презренной вещи,
Без ней прожить не могут.

А паче тем несчастны,
Что к золоту пристрастны [5, с. 87].

В философском и поучительном стихотворении «Злато» (1769) М. М. Херасков вновь поднимает проблему влияния денег и достатка на жизнь людей и их взаимоотношения, размышляет о противоречивой человеческой природе, не способной ощутить счастье как при отсутствии денег, так и при их наличии. В стихотворении практически нет эпитетов, что придает всему тексту строгость и философичность. Автор рассуждает о том, приносят ли деньги счастье, и сам же, отвечая на вопрос: «Не делает мне злато друга, не даст ни чести, ни ума», приходит к выводу, что «имуший злато век робеет, / Боится ближних и всего, / Но тот, кто злата не имеет, / Еще несчастнее того» [5, с. 92]. Мысль о двойственности человеческого существования обретает, с одной стороны, трагический характер, с другой – иронический: автор одновременно осуждает и богатого, трясущегося над своим добром, и бедного, не способного ощутить радость жизни без денег.

Таким образом, в стихотворениях М. М. Хераскова передается «представление о зыбкости всего сущего, открытие глубокой содержательности каждого мгновения бытия» [3, с. 738] независимо от того, насколько человек богат или беден. И. Ф. Богданович, в какой-то мере открывая тему власти богатства в жизни человека и продолжая размышления своего учителя М. М. Хераскова, включается в новое, противоречащее классицистической концепции человека, восприятие человеческого существования, которое оказывается весьма неоднозначным.

Тема денег, золота, влияния их на жизнь человека оцениваются поэтами двояко: с одной стороны – безусловное осуждение: поэты подчеркивают, что деньги являются источником власти, разобщения, бездуховности, многочисленных бед и несчастий, с другой – отсутствие денег тоже несет несчастье, и, по сути, как следует из произведения И. Ф. Богдановича «Стихи к деньгам», порождена эта ситуация в такие давние мифологические времена, которые не подвластны современному человеку. Уже тогда, во времена Орфея, «златые времена» были запрятаны в «железные сундуки», и – как следствие – человек Нового времени обречен пожинать печальные плоды тех времен, когда несчастными чувствуют себя и те, кто наделен богатством, и те, кто его не имеет.

Список литературы

1. Богданович И. Ф. Стихотворения и поэмы. Л. : Сов. писатель, 1957. 257 с.
2. Гуковский Г. А. Русская литература XVIII века. М. : Аспект Пресс, 2003. 453 с.
3. История русской литературы : в 4 т. Т. I. Древнерусская литература. Литература XVIII века. Л. : Наука. Ленингр. отд-ние, 1980. 813 с.
4. Серман И. З. И. Ф. Богданович // Богданович И. Ф. Стихотворения и поэмы. Л. : Сов. писатель, 1957. С. 5–42.
5. Херасков М. М. Избранные произведения. М. ; Л. : Сов. писатель, 1961. 410 с.

А. Г. Маслова

Вятский государственный университет
Россия, г. Киров

Синтез искусств в поэзии Е. И. Кострова

Аннотация. Автор статьи рассматривает поэзию Е. И. Кострова в аспекте интермедальности. А. Г. Маслова выявляет присутствие в произведениях Е. И. Кострова словесного импрессионистического пейзажа, анализирует стихи поэта, посвященные фейерверку, иллюминации и китайскому домику. Все это позволяет определить перспективные модели развития русской поэзии XVIII века на пути синтеза литературы и живописного, архитектурного, садово-паркового и других видов искусств.

Ключевые слова: русская поэзия XVIII века, интермедальность в литературе, диалог искусств, жанры поэзии классицизма, эпиграмма.

A. G. Maslova

Vyatka State University
Russia, Kirov

Synthesis of arts in the E. I. Kostrov's poetry

Abstract. The author of the article examines the poetry of E. I. Kostrov in the aspect of intermediality. Anna Maslova reveals the presence of a verbal impressionistic landscape in the E. I. Kostrov's works, analyzes the poet's poems dedicated to fireworks, illumination and the Chinese House. All this allows to identify promising models of the development of Russian poetry of the XVIII century on the path of synthesis of literature and pictorial, architectural, landscape and other types of arts.

Keywords: Russian poetry of the XVIII century, intermediality in literature, dialogue of the arts, genres of poetry of classicism, epithalama.

Исследование «синтеза искусств» в литературных произведениях имеет в современном литературоведении несколько направлений. Применительно к творчеству поэта XVIII века Е. И. Кострова актуальны два подхода, акцентирующие проблему интермедийности художественного текста. В первом случае объектом исследования становится особый «живописный» стиль автора. Э. В. Седых так характеризует данный феномен: «Писатель или поэт, подражая художнику, старается сблизить языковые средства выражения с художественными средствами живописи. У таких авторов каждая сцена в литературном тексте – живописная картина, «портрет мгновения», выполненный с изяществом мастера-живописца» [7, с. 211]. Во втором – речь идет об интертекстуальных связях литературного произведения с произведениями других видов искусств – живописи, архитектуры, садово-парковыми ансамблями, музыкой и пр.

Мастером живописных словесных картин в поэзии XVIII века признан Г. Р. Державин, и живописные приемы его поэтики исследовались многими учеными [1, 2, 3], однако, говоря о Е. И. Кострове, современнике Г. Р. Державина, также следует обратить внимание на несомненное мастерство поэта в создании зримых словесных пейзажей. Так, используя в своей торжественной поэзии особый прием восхваления одической героини через описание ликующей и преображающейся природы, Е. И. Костров умело воспроизводит и отдельные детали природного мира. В оде «На день рождения Екатерины II, 1780 года» поэт описывает колосающиеся поля, волнуемые теплым южным ветром: «Они то кверху поднимались, / То книзу томно преклонялись, / Являя злачна моря вид» [4, с. 51]. В «Эпистоле на всерадостный день восшествия на престол Екатерины II, 1786 года» поэт рисует Балтийское море, представляющее собой грозную стихию:

Там грозный вал, клубясь, одет седою пеной,
Другие пред собой стремится на брег зеленой;
Они, кипя, спешат друг друга учредить,
Стремятся горы там чрез горы прескочить [4, с. 89].

Но под воздействием солнечных лучей природная стихия умиряется, и перед читателем предстает иная картина: солнечный свет отражается в чистейшей водной глади: «Играет Фебов луч лазорных вод в красе». Как и в предыдущем проанализированном нами отрывке, Е. И. Костров показывает не статичную природу, а стремится передать движение: поэт изображает лебедя, плыв-

вущего по, казалось бы, недвижимой, спокойной и безмолвной морской глади, но пух его крыльев колеблется под легким дуновением ветра:

Там лебедь распростря серебристые крыле,
На гладком плавает в безмолвных вод стекле,
И легкий пух его Фавоний развевает,
То поднимает вверх, то книзу опускает [4, с. 89].

Расширяя возможности живописи – статичного по своей сути вида искусства, – Е. И. Костров вводит в свои изобразительные словесные картины не только динамику, но и звуки, запахи. Подобные синэстетические пейзажные картины мы можем увидеть в эклоге «Три грации», в описании цветов: «Жасмин с нарциссами и с розами лилея, / В объятиях своих Фавония лелея / По воздуху лиют целебный свой бальзам...» [4, с. 104], и горных водных ручейков, стекающих с холмов в долину:

И разделяясь в различные стези,
Прозрачную струей по камешкам играют,
Виются и цветы душисты орошают,
Любовным чувствием питаемы, журчат,
И слух чрез то Княжны младая веселят [4, с. 105].

Говоря о поэтических особенностях «живописного стиля» Е. И. Кострова в создании словесных пейзажей, можно подчеркнуть, что он, в отличие от Г. Р. Державина, обращает внимание на полутона, отмечает чуть заметные движения в природе, передает тонкие ароматы, создает синэстетические пейзажи, что характерно для импрессионистического мировидения.

Кроме словесных пейзажных зарисовок синтез искусств в поэзии Е. И. Кострова проявился и в интертекстуальных взаимодействиях с произведениями других видов искусств. В этой связи мы обращаемся к анализу небольшого цикла стихотворений, посвященного бракосочетанию в селе Г.Р.Б.Н.В., состоящего из трех произведений: «Стихи к китайскому домику», «Стихи на иллюминацию. В селе Г.Р.Б.Н.В.», «Стихи на фейерверк, представляющий “храм любви”. В селе Г.Р.Б.Н.В.». Сразу оговоримся, что в настоящее время нет никаких сведений о конкретном местоположении и владельце села, неизвестно также, кто именно и когда вступал в брак и какую роль в этом событии играл Е. И. Костров. Новобрачных поэт называет в своих произведениях условными поэтическими именами – Алцест и Милана.

Все три анализируемых стихотворения в своей структуре синтезируют два традиционных в поэзии XVIII века жанра – надпись и эпиграмму. С надписью эти произведения родственны наличием «надписываемой субстанции» (в данном случае – произведение искусства), указанной в заглавии, характерного для

надписи хронотопа «предмет – читатель-зритель, сейчас, здесь», жанровой установкой – сообщением информации о предмете, истолковывающей его смысл, уточняющей его эмоциональное восприятие читателем, центральной темой – уникального или примечательного чем-либо предмета, серьезным торжественным пафосом [6]. С эпиграммой эти стихотворения близки тематикой и наличием празднично-поздравительного текста, эмоциями радости, восторга и благопристойности, благожелательными похвалами и пожеланиями новобрачным и присутствием описаний места и обрядовых действий, связанных с событием бракосочетания [5, с. 101].

В композиции всех трех произведений можно выделить характерные структурные элементы: описание объекта искусства (китайского домика и его интерьера, иллюминационных огней в парке, фейерверка в виде горящих сердец), объяснение символики описанных предметов и явлений в контексте свадебного ритуала, воссоздание праздничной атмосферы и выражение радостных эмоций от лица автора и присутствующих, пожелания новобрачным счастья и благополучия в их совместной жизни (последний элемент отсутствует в «Стихах к китайскому домику»).

В рамках заявленной темы рассмотрим, как в этих произведениях вступают во взаимодействие поэзия, архитектура, иллюминационное и садово-парковое искусство.

В «Стихах к китайскому домику» Е. И. Костров дает словесное описание внешнего вида и интерьера архитектурного сооружения, обращаясь непосредственно к объекту изображения как к живому собеседнику: «Прекрасный дом! позволь тебя мне похвалить / И в честь твою стихи из уст моих излить!» [4, с. 191] В поле зрения поэта попадает пространство, окружающее китайский домик: «Отвсюду окружен тенистыми древами, / Ты внемлешь в рощах сих согласных птичек глас», автор любит стройным сооружением из «белейшего мрамора» и его внутренним убранством: «Картины, столики, ковры и весь убор / Входящих внутрь тебя влекут плененный взор» [4, с. 191]. Все эти описания становятся поводом для прославления того счастливого состояния «здесь и сейчас», в котором пребывает воспеваемый архитектурный объект и находящиеся в нем гости в момент присутствия в нем новобрачных. В стихотворении мастерски обыгрывается метафора «ожившего камня»: влюбленные сердца вдыхают жизнь во все окружающее:

Что есть в тебе, всему в бесчувственную грудь
Они своим огнем возмогут жизнь вдохнуть.
Их нежность и любовь и животворный пламень
Довольны умягчить и самый твердый камень [4, с. 191].

В следующем стихотворении цикла описывается иллюминация в парке, представляющая собой особое произведение искусства в XVIII веке: яркие огни освещают ночное пространство и радуют присутствующих своими лучами и красками:

Долины, холмики, дорожки взор прельщают,
Алмазны искры их собою украшают
И, к удивлению, в волшебных сих местах
Сапфиры, яхонты висят на деревьях [4, с. 192].

С помощью данного описания современный читатель может наглядно представить картину ночного усадебного парка, освещенного яркими иллюминационными огнями, и разделить восторг от этой картины с поэтом и присутствовавшими на празднике гостями. Светящиеся огни прочитываются в произведении Е. И. Кострова как символ пылающих сердец собравшихся на праздник бракосочетания друзей Алцеста (новобрачного), предвосхищающих ему «счастливы дни».

Исполнен ритуальной символики и фейерверк, представляющий «храм любви», зажженный в честь новобрачных. Это явление, весьма кратко по сравнению с предыдущими, описано в третьем произведении анализируемого эпиграммического цикла: «Воззрите! храм любви друзья для вас воздвигли; / Воззрите! се для вас приятный образ в нем: / Два сердца нежные горят любви огнем» [4, с. 193]. Пылающие сердца являются знаком любви вступающих в брак Алцеста и Миланы. Описанию фейерверка предшествует символическое изображение ритуала венчания, а в финале стихотворения автор высказывает пожелание новобрачным: «Пусть ваша будет жизнь зари всходящей краше» [4, с. 193].

Таким образом, в поэзии Е. И. Кострова реализуется поэтика диалога искусств, позволяющая раскрыть многогранные возможности поэтического слова, способного воссоздать зримые живописные и «синэстетические» картины в динамике, изобразить эмоциональный эффект от восприятия поражающих воображение творений «немых» видов искусств и прокомментировать их символический смысл соответствующим торжественным слогом.

Список литературы

1. Аверинцев С. С. Поэзия Г. Р. Державина // Аверинцев С. С. Поэты. Статьи о старых и новых поэтах. М. : Языки русской культуры, 1996. С. 121–135.
2. Данько Е. Я. Изобразительное искусство в поэзии Державина // XVIII век : сб. статей и материалов. Сб. 2. М. ; Л. : Изд-во АН СССР, 1940. С. 166–247.

3. Западов А. В. Поэты XVIII века (М. В. Ломоносов, Г. Р. Державин). М. : Изд-во Моск. ун-та, 1979. 312 с.
4. Костров Е. И. Полное собрание всех сочинений и переводов в стихах г. Кострова : в 2 ч. Ч. 1. Оды и стихотворения. СПб. : Императорская тип., 1802. 258 с.
5. Петров А. В. Из истории маргинальных жанров в русской поэзии XVIII века (эпические стихи, эпиграмма, баллада) : учебное пособие. Магнитогорск : МаГУ, 2012. 138 с.
6. Прокопович О. А. Жанр надписи в русской поэзии XVIII – первой трети XIX в. : дис... канд. филол. наук. Караганда, 2000. 314 с. URL: <https://www.dissercat.com/content/zhanr-nadpisi-v-russkoi-poezii-xviii-pervoi-treti-xix-v-v> (дата обращения: 20.10.2021).
7. Седых Э. В. К проблеме интермедийности // Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. 9. Филология. Востоковедение. Журналистика. 2008. Вып. 3. Ч. II. С. 210–214.

В. А. Поздеев

Вятский государственный университет
Россия, г. Киров

Фолькнет в современных условиях: видеопубликации

Аннотация. В статье рассматриваются особенности современных разновидностей фольклора в Интернете: текстовые и видеопубликации традиционного фольклора, собственно интернет-фольклор, – показаны различия этих форм «публикаций». Отмечены специфические особенности фолькнета: креативность, коллективная псевдонимность, массовизация, технологическая мультимедийность.

Ключевые слова: Интернет, фольклор, фолькнет, тексты фольклора в Интернете, видеопубликации.

V. A. Pozdeev

Vyatka State University
Russia, Kirov

Folknet in Modern Conditions: Video Publications

Abstract. The article discusses the features of modern varieties of folklore on the Internet: text and video publications of traditional folklore, Internet folklore itself, the differences between these forms of “publications” are shown. Specific features of folknet are noted: creativity, collective pseudonymity, massification, technological multimedia.

Keywords: Internet, folklore, folknet, folklore texts on the Internet, video publications.

В интернет-пространстве существуют две разновидности бытования фольклора. На наш взгляд, необходимо различать «фольклор в Интернете» и «интернет-фольклор». Обе формы можно обозначить термином «фолькнет» [4]. В фолькнете представлены как текстовые и видеопубликации традиционного фольклора, так и собственно интернет-фольклор. Современные исследователи обозначают фолькнет различными терминами: постфольклор, медиалор, ньюслор, техлор, нетлор, сетевой фольклор, фольклор в Интернете, е-фольклор, киберфольклор, киберлор, компьютерлор [1]. Все эти термины охватывают явления, связанные как с традиционным, так и с мультимедийным народным творчеством в интернет-коммуникациях [5].

Одна из разновидностей фолькнета представляет собой собственно текстовые и аудиовизуальные тексты традиционного фольклора в Интернете. К этой разновидности можно отнести трансляцию исполнения фольклорных текстов/произведений в медиaproстранстве. Эти «публикации» традиционного фольклора представляются в Интернете как тексты из различных источников: записи прежних лет (архивные, рукописные, книжные и т. п.), записи современных исполнителей или воспроизведение (аудио и видео) традиционного фольклора. В таких случаях фольклорные тексты возникают и бытуют в реальной жизни, а Сеть является их вторичной средой, так же, как письменная или другая фиксация. Интернет рассматривается здесь в качестве средства фиксации и презентации текста.

Современное состояние Интернета (в частности, «облачное хранение») позволяет эффективно фиксировать, собирать, накапливать тексты и демонстрировать их. Таких страниц в Интернете достаточно много. Это могут быть сайты, блоги, страницы в социальных сетях, посвященные мифам, эпосу, обрядам, сказкам, песням, легендам, быличкам и другим жанрам фольклора. На этих ресурсах может быть информация о тех источниках, из которых взят тот или иной материал (печатные источники, архивы). Как правило, такие источники хорошо атрибутированы: указаны сведения об информантах и собирателях, времени и местах записей, приуроченности к обрядам или о жанровых особенностях.

Так, на сайте Института русской литературы РАН (ИРЛИ «Пушкинский Дом») есть раздел «ТЕКСТЫ», в котором введена еще более детальная классификация материала – он разбит на подразделы (более подробную информацию об их составе и структуре можно найти в описаниях указанного раздела и его подразделов). Внутри разделов (подразделов) издания расположены в хроноло-

гическом и/или алфавитном порядке, а многотомные издания – в порядке нумерации томов.

В ИРЛИ существует фонограммархив, который публикует расшифровки старых записей в виде аудиовизуальных приложений [3]. На сайте Государственного Российского Дома народного творчества им. В. Д. Поленова представлены материалы по «Нематериальному культурному наследию» [2, 7]. На сайтах областных домов народного творчества, на страничках лабораторий народного творчества при университетах и других учебных заведениях публикуются архивные и экспедиционные материалы. Чаще всего это текстовые или аудио- и видеофиксации исполнения различных жанров фольклора. Например, публикации научно-исследовательской лаборатории «Филологические исследования духовной культуры Севера» Сыктывкарского государственного университета им. Питирима Сорокина. В рубрике этнокультурное наследие региона представлен материал: «АХ, ВЫ СЯДЕМТЕ, РЕБЯТУШКА, ВО ЕДИНОЙ КРУГ...» (из репертуара пижемских певцов): К 100-летию Ивана Филипповича Семенова «От составителя. Мой отец: с песней в душе. О встрече с Иваном Филипповичем Семеновым. Аудиозаписи и тексты. Фотоальбом». На сайте приведен не только текст, но и аудиозапись, а также паспорт записи: ФА СГУ, АФ 0311-24: 1986 г., Семенов Иван Филиппович 1918 г. р., Семенова Ирина Павловна 1920 г. р., Палкина Анна Лазаревна 1919 г. р., Носова Александра Афанасьевна 1921 г. р., Чупрова Федосья Ивановна 1928 г. р.; запев. Семенов И. Ф. Публ.: ТКУЦЛП № 9.

Ах, вы сядемте, ребятушка, во, ой, да во еди... единой круг.

Во еди... единой круг,

Да во, ой, во единой круг, ребятушка, да на, ой, на зелё... ой, зелёной луг.

На зелё... ой, зелёной луг,

Да мы, ой, мы задумаем, ой, ребятушка, да ду... ой, думу крей... да крепкую.

Думушку крей... да крепкую... [6].

Важным фактором является то, что эти тексты имели устную форму бытования. Тексты фольклета, хотя они и фиксированы, в живом бытовании обладали всеми специфическими свойствами традиционного фольклора: анонимны, вариативны, синкретичны. Естественно, что зафиксированные тексты уже не обладают некоторыми специфическими чертами «живого» фольклора: так, исчезает возможность вариативности текста. Воспроизведения этих аудио- и видеопубликаций дает достаточно объективные сведения о бытовании фольклорных жанров в разное время, в какой-то мере создает эффект причастности к исполнению фольклорного произведения.

Вторая разновидность фольклнета – «фольклор в Интернете», – на наш взгляд, явление более сложное. Следует отметить, что «фольклор в Интернете» имеет несколько иную форму бытования и трансмиссии. Так, в традиционном фольклорно-творческом процессе осуществляется непосредственный контакт исполнитель – слушатель, то есть существует синхронность отношений, основанная на непосредственном контакте face-to-face. В этом процессе важна диалогическая двусторонняя связь между отправителем/исполнителем и получателем/слушателями. Фольклнет же не предполагает ответной реакции зрителя/слушателя/читателя в момент исполнения, а происходит «отложенный» контакт «исполнитель – слушатель», напоминающий чтение книги. Некоторая реакция «исполнитель – слушатель» возможна через определённое время в форме комментариев, писем, смайликов.

Фольклнет, который рождается и бытует в Сети, рассматривается как феномен коммуникации в интернет-пространстве, где формируются свои специфические особенности:

- устность заменяется технологичной мультимедийностью (иногда возможна интерактивная обратная связь исполнитель – зритель/слушатель);
- художественность заменяется креативностью;
- анонимность заменяется коллективной псевдонимностью;
- вариативность заменяется массовизацией.

Каждая из этих позиций рассматривается как относительная характеристика фольклнета, представленная в различных социальных сетях «ВКонтакте», «Одноклассники» и т. п., в «Живом журнале», и даже на «YouTube». Разновидности фольклнета (интернет-фольклора) развиваются в Сети и обретают собственные уникальные формы. Эти формы отражают модные тенденции, заимствованные из молодежных субкультур (использование мемов, фанфикшен).

Как известно, фольклорный текст, созданный в молодежной субкультуре, может представлять собой более или менее устойчивую комбинацию элементов традиции, реализующуюся в каждом акте исполнения. Эта устойчивость прослеживается на всех уровнях: содержательном, стилистическом, сюжетно-композиционном.

В киберпространстве существенно изменяются основные составляющие классически понимаемой фольклорно-творческой ситуации: синхронность отношений, основанная на непосредственном контакте face-to-face, а также диалогическая обратная связь между отправителем и получателем (рассказывающим и слушателями). Например, Тик-Ток – это сервис для создания и просмотра коротких видео. Такие видео являются своеобразными заменителями «малых жанров» фольклора или, точнее, виртуальными текстами, призванными обра-

тить внимание аудитории. Следует заметить, что при аудио- и видеофиксации происходит «режиссура» исполнителя/отправителя.

Интернет-фольклор рассматривается как феномен коммуникации, возникающий на стыке креативности, анонимности, вариативности, мультимедийности. Технологичность накладывает отпечаток не только на содержательность текста, но и на форму, которая должна быть оригинальна, необычна, чтобы «произвести» впечатление на смотрящих. Пользователи также могут добавлять видео, хештеги, фильтры и звуки в свой «сохранённый» раздел, то есть создавать свой вариант. Однако этот раздел виден только пользователю в его профиле, позволяя ему вернуться к любому видео, хештегу, фильтру или звуку, которые он ранее сохранил. Эту устойчивость можно проследить на всех уровнях: содержательном, стилистическом, сюжетно-композиционном, исполнительском.

Таким образом, видеопубликации в фолькнете представляют собой более или менее устойчивые комбинации исполнения традиционных текстов фольклора, которые могут храниться на особых электронных носителях в виртуальном пространстве. В фолькнете бытуют произведения, созданные непосредственно в онлайн-режиме и записанные на электронный носитель или распространяемые непосредственно в Сети.

Как самостоятельный феномен фолькнет возникает и развивается с конца XX столетия. В современной фольклористике этот феномен теоретически рассматривается как отражение креативной массовой коммуникации на сетевых платформах, вызывает к жизни новые жанры фольклора и реконфигурирует традиционную жанровую систему.

Список литературы

1. Алексеевский М. Д. Интернет в фольклоре или фольклор в Интернете? (современная фольклористика и виртуальная реальность) // От Конгресса к Конгрессу. Навстречу второму всероссийскому конгрессу фольклористов : сб. материалов. М. : ГРЦРФ, 2010. С. 151–166.

2. Государственный Российский Дом народного творчества им. В. Д. Поленова : сайт / Министерство культуры Российской Федерации. URL: <http://www.rusfolk.ru/> (дата обращения: 15.10.2021).

3. Золотая веточка: детский фольклор Каргопольского и Коношского районов Архангельской области : материалы к Своду русского фольклора) / ИРЛИ (Пушкинский Дом) РАН ; сост., подгот. текстов, аннотации, ст., коммент. Е. И. Якубовской. СПб. : 2021. – 416 с. URL: https://www.youtube.com/watch?v=7tWX9VcP6wM&list=PLzrCciJvqPLTQaB8Lay-hfv2_d_BMMrtE&index=15&t=2949s (дата обращения: 15.10.2021).

4. Поздеев В. А., Козлов Е. В. Психологическая идентификация автора/исполнителя в фольклорном творчестве: от архаики до фольклета // Интернет и фольклор : сб. статей. М. : Гос. респ. центр русского фольклора., 2009. С. 260–269.

5. Рукомойникова В. П. Интернет как среда существования фольклора // Folk-art-net: новые горизонты творчества. От традиции – к виртуальности. М. : ГРЦРФ, 2007. С. 54–62.

6. Сыктывкарский государственный университет им. Питирима Сорокина : сайт / ФГБОУ ВО «СГУ им. Питирима Сорокина». URL: [/https://territory.syktsu.ru/etnokulturnoe-nasledie/folklor.php](https://territory.syktsu.ru/etnokulturnoe-nasledie/folklor.php) (дата обращения: 15.10.2021).

7. Центр русского фольклора : сайт / Государственный Российский Дом народного творчества им. В. Д. Поленова. URL: <http://www.folkcentr.ru/reestr-ekspedicij/vologodskaja-oblast/> (дата обращения: 15.10.2021).

О. Г. Скидан

Севастопольский государственный университет
Россия, г. Севастополь

**Концепт *война* в современном англоязычном
художественном тексте: лингвокогнитивный
и переводческий аспекты**

Аннотация. В статье представлены результаты исследования, цель которого проанализировать воплощение концепта ВОЙНА в англоязычном художественном тексте и его переводе на русский язык.

Ключевые слова: концепт, война, метафора, Дж. Бойн, перевод.

O. G. Skidan

Sevastopol State University
Russia, Sevastopol

**The Concept of War in Modern English Novels: Linguistic and Cognitive
Aspects of Translation**

Abstract. The article presents the results of the study, the purpose of which to analyze the embodiment of the concept of war in the English-language artistic text and its translation into Russian.

Keywords: concept, war, metaphor, J. Boyne, translation.

Цель данного исследования – проанализировать воплощение концепта ВОЙНА в англоязычном художественном тексте и его переводе на русский язык. Одним из важных аспектов актуализации исследуемого концепта в романе Дж. Бойна «The Boy in the Striped Pyjamas» является тема художественного осмысления психоэмоционального состояния ребенка во время войны, что позволяет взглянуть на события через призму уникального мировоззрения ребенка.

Под художественным концептом обычно понимают единицу сознания писателя, которая находит своё воплощение в художественном тексте и раскрывает индивидуально-авторское восприятие тех или иных предметов или явлений. Способом объективации художественного концепта ВОЙНА в романе выступает концептуальная метафора. Традиционно концептуальную метафору рассматривают как «проецирование информации из сферы-источника, содержащей информацию об обозначаемом предмете или объекте, на сферу-цели, содержащую информацию об обозначаемом объекте или явлении» [4, с. 203]. В отличие от стилистической метафоры, концептуальная метафора выступает в тексте как концептуальное основание, кодирующее основную идею текста и авторский замысел. Отсюда следует, что концептуальная метафора напрямую связана с основной идеей текста, и её можно рассматривать как одно из средств реализации прагматического аспекта произведения.

Реализация концепта ВОЙНА в исследуемом романе Дж. Бойна происходит посредством различных средств выразительности, например с помощью анафорического повтора и параллелизма:

*«...He **had thought** that all the huts were full of happy families... He **thought** that all the boys and girls... would be... playing tennis or football... He **had thought** that there would be a shop in the centre...»* [3]

*«...Он **воображал**, что в длинных строениях обитают счастливые семьи... Бруно **воображал**, что все мальчики и девочки... играют в теннис или в футбол... Он **предполагал**, что в центре лагеря стоит магазин...»* [2]

Глагол *think* отображает ментальные процессы, протекающие в сознании ребёнка, демонстрирует идеализированное восприятие окружающего мира немецким мальчиком. Бруно видит внешнюю сторону жизни в концлагере, где, по его мнению, проживают *счастливые семьи*, а детям доступны всевозможные развлечения. Таким образом, для ребёнка ВОЙНА – ЭТО **ВООБРАЖАЕМЫЙ МИР**. Анафорический повтор (*had*) *thought* передаётся на русский язык с помощью глаголов более конкретной семантики *воображал*, *предполагал*.

*«Bruno imagined **a great adventure**... to see what was really on the other side of the fence. Shmuel... held out his hands to Bruno, who opened his mouth in **delight**.*

*He was carrying a pair of striped pyjama bottoms, a striped pyjama top and a striped cloth cap... it was **a disguise**...*» [3]

«Бруно предвкушал **великое приключение**... увидеть своими глазами, что же творится за оградой. Шмуэль... в руках... держал полосатые пижамные штаны, полосатую пижамную куртку и полосатую матерчатую шапочку. Бруно пришел в **полный восторг**... **переодеваться** в чужую одежду так **увлекательно**...» [2]

В русском варианте мы наблюдаем перегруппировку смысловых элементов. Лексема *cap* приобретает в переводе уменьшительно-ласкательную форму *шапочку*. Существительное *disguise* передаётся на русский язык глаголом *переодеваться*, мы также видим добавление *в чужую одежду так увлекательно*. В представленном фрагменте репрезентация концепта ВОЙНА происходит через отсылку к «карнавальным переодеваниям» [1, с. 96] и «близнечный миф». Формой подобного основания выступает жертвенная смерть близнецов. Как подчеркивает В. Я. Пропп, в фольклоре путешествие в загробный мир тесно связано с мотивом переодевания. Существительные *adventure*, *disguise*, а также эмоционально-экспрессивная лексическая единица *delight* указывают на то, что в сознании ребёнка переодевание ассоциируется с неким развлечением, игрой. В основе актуализации концепта лежит концептуальная метафора ВОЙНА – ЭТО ВЕСЁЛОЕ ПРИКЛЮЧЕНИЕ.

Концепт ВОЙНА находит своё художественное воплощение в романе и за счёт контрастивных стилистических средств.

*«He'd often seen the people from his side of the fence on the other side of the fence... it was clear that **they were in charge**. **The pyjama people** all jumped to attention whenever **the soldiers** approached...*» [3]

«Он часто видел, как люди с его стороны ограды заходили на ту сторону... было ясно: они там **главные**. **Пижамники** вытягивались по стойке смирно, когда к ним приближались **солдаты**...» [2]

Автор называет узников *pyjama people*. Переводчик передает это сочетание с помощью эмоционально-оценочной лексической единицы *пижамники*. Она обладает негативной коннотацией, о чём свидетельствует суффикс *-ник*. Глагольная часть *jumped to attention* передана на русский язык посредством фразеологизма *вытягивались по стойке смирно*. Мы можем выделить концептуальную метафору ВОЙНА – ЭТО ИЕРАРХИЯ, которая воплощается через противопоставление *people in charge (soldiers) – pyjama people*.

В целом общественно-политический феномен «война» воспринимается ребёнком скорее положительно, чем отрицательно, подтверждением чему служат

концептуальные метафоры ВОЙНА – это воображаемый мир, ВОЙНА – это весёлое приключение.

Список литературы

1. Бахтин М. М. Собрание сочинений : в 7 т. Т. 4 (1). Франсуа Рабле в истории реализма (1940 г.). Материалы к книге о Рабле (1930–1950-е гг.). Комментарии и приложения / ред. тома: И. Л. Попова ; Ин.-т мировой лит. им. А. М. Горького РАН. М. : Языки славянских культур, 2008. 1120 с.
2. Бойн Дж. Мальчик в полосатой пижаме. URL: <https://booksread.ru/read/malchik-v-polosatoy-pizhame> (дата обращения: 1.10.2021).
3. Boyne J. The Boy in the Striped Pyjamas. URL: <https://www.bookscool.com/en/The-Boy-at-the-Top-of-the-Mountain-595110/1> (дата обращения: 1.10.2021).
4. Lakoff G. The Contemporary Theory of Metaphor // Metaphor and Thought. Cambridge, 1993. P. 202–251.

Раздел 2. Книга, библиотека, читатель в цифровом обществе

Ю. Н. Галковская

Белорусский государственный университет культуры и искусств
Беларусь, г. Минск

Библиотеки и библиотечно-информационное образование: тенденции и пути развития в Беларуси

Аннотация. Приводятся данные, полученные в ходе научного исследования «Исследовать тенденции и пути развития библиотечно-информационного образования в эпоху цифровых технологий» (2021), которое было проведено на базе факультета информационно-документных коммуникаций Белорусского государственного университета культуры и искусств. Приводятся результаты экспертного опроса работодателей, анкетного опроса преподавателей и студентов специальности «Библиотечно-информационная деятельность».

Ключевые слова: библиотеки, библиотечно-информационное образование, библиотечно-информационная деятельность, Беларусь, факультет информационно-документных коммуникаций, Белорусский государственный университет культуры и искусств, высшее образование.

Yu. N. Halkowskaya

Belarusian State University of Culture and Arts
Belarus, Minsk

Libraries and Library Information Education: Trends and Ways of Development in Belarus

Abstract. The author explains some general information that was obtained in the scientific research «To study trends and ways of development of library and information education in the digital age» (2021). The study was conducted based on the Faculty of Information and Document Communications of the Belarusian State University of Culture and Arts. The article provides the results of an expert survey of employers, a questionnaire survey of teachers and students of the specialty «Library and Information Activity».

Keywords: libraries, library and information education, library and information science, Belarus, Faculty of Information and Document Communications, Belarusian State University of Culture and Arts, higher education.

Беларусь находится на 10-м месте по количеству библиотек на 1 млн жителей среди 110 стран по данным библиотечной карты мира Международной федерации библиотечных ассоциаций (IFLA) [6].

Информацию о библиотеках Беларуси можно получить из следующих электронных источников:

- электронный ресурс «Беларусь Библиотечная» (<https://belaruslibrary.nlb.by/>) [1, 3, 4];
- сайт Национального статистического комитета Республики Беларусь (<https://www.belstat.gov.by/>) [5];
- Библиотечная карта мира Международной федерации библиотечных ассоциаций (<https://librarymap.ifla.org/>) [6].

На октябрь 2021 года в Беларуси на 9,3 млн населения насчитывается более 7 тыс. библиотек, среди которых Национальная библиотека Беларуси, 2509 публичных библиотек, более 2500 школьных библиотек, 50 библиотек учреждений высшего образования. В 2020 году каждый третий житель Беларуси являлся пользователем публичных библиотек [5].

На всех этапах развития библиотечно-информационного образования одной из основных его задач была качественная подготовка специалистов, способных успешно решать профессиональные задачи в области библиотечно-информационной деятельности [2]. Один из современных трендов высшей школы – ее сближение с реальным сектором экономики, которое выражается в расширении спектра практико-ориентированных (прикладных) программ высшего образования, широком привлечении потенциальных работодателей к образовательному процессу, использовании производственных площадок в процессе освоения будущими специалистами современных технологий производства, учете требований работодателей к формируемым профессиональным компетенциям выпускников.

Система библиотечно-информационного образования в Республике Беларусь функционирует в условиях социального противоречия: с одной стороны, высокий спрос на выпускников специальности со стороны работодателей (в среднем каждый год на одного выпускника приходится как минимум 4 заявки от библиотек), с другой стороны, слабая востребованность специальности со стороны абитуриентов, поступающих в учреждение образования (конкурс на специальность в среднем составляет 1,3 человека на место). Одной из причин данной ситуации является невысокая заработная плата у специалистов библиотек в сравнении со средней заработной платой в стране, низкая социальная привлекательность специалистов библиотечно-информационной сферы.

Данная ситуация, в свою очередь, обуславливает отсутствие конкурентной среды в Беларуси при организации и реализации подготовки по специальности «Библиотечно-информационная деятельность». Подготовка по данной специальности осуществляется в двух учреждениях образования:

- на уровне среднего специального образования – учреждением образования «Могилевский государственный колледж искусств» по специальности 2-23 01 31 «Библиотековедение и библиография»;

- на уровне высшего образования – учреждением образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств» по специальности I ступени высшего образования 1-23 01 11 «Библиотечно-информационная деятельность (по направлениям)», по специальности II ступени высшего образования 1-23 80 01 «Библиотечно-информационная деятельность» (профиль «Теория и методика научно-исследовательской и аналитической деятельности»).

В 2021 году временным научным коллективом, в состав которого вошли авторитетные педагоги и ученые факультета информационно-документных коммуникаций (ФИДК) учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств» (БГУКИ), было начато научное исследование по заданию Министерства культуры Республики Беларусь на тему «Исследовать тенденции и пути развития библиотечно-информационного образования в эпоху цифровых технологий» (2021, госрегистрация № 20210844).

Оценка современного состояния подготовки кадров по специальности «Библиотечно-информационная деятельность» осуществлялась на основе анализа результатов экспертного опроса работодателей и анкетного опроса преподавателей и студентов специальности I ступени высшего образования 1-23 01 11 «Библиотечно-информационная деятельность (по направлениям)».

Результаты анкетного опроса студентов факультета информационно-документных коммуникаций позволили сделать выводы: студенты в большей степени удовлетворены теоретической подготовкой, менее – практической; перспективным вектором подготовки библиотечных кадров, по мнению студентов, является информационно-технологический с углубленным изучением информационных дисциплин (в свою очередь работодатели отдают предпочтение полидисциплинарной подготовке без выделения приоритетных направлений); студентами предлагается ввести новые учебные дисциплины, связанные с IT-технологиями, цифровизацией и социальными коммуникациями – продвижение библиотек и информационных центров в социальных медиа, основы веб-дизайна, рекламная деятельность в цифровой среде, библиотечный копирайтинг, редактирование текстов, аналитика данных, информационная аналитика и др.; студенты видят преимущества в смешанной форме обучения по специаль-

ности «Библиотечно-информационная деятельность», предполагающей сочетание занятий в аудиториях с онлайн обучением (76,5% ответов). В целом получаемое образование оценивается студентами положительно.

Анкетный опрос преподавателей отразил концептуально разнообразную картину в видении современного состояния библиотечно-информационного образования. Среди наиболее значительных изменений, произошедших в нем за последние 5–10 лет, преподавателями факультета указывалось активное внедрение цифровых технологий в образовательный процесс как с точки зрения организации образовательного процесса, так и с позиции содержательного наполнения учебных дисциплин: «увеличение значения информационных технологий», «увеличение доли учебных занятий, проводимых с применением ИКТ», «изменения в содержании учебных дисциплин, обусловленные сменой приоритетов в деятельности библиотек», «библиотечно-информационное образование становится более технологичным», «привлечение иностранных специалистов к чтению онлайн-лекций на безвозмездной основе», «новые учебные планы» и др. Конкретизируя изменения, произошедшие в содержании образовательных программ, преподаватели указывают на расширение их предметного поля за счет «цифровизации» содержания: актуальным является изучение цифровых ресурсов разных сфер, баз данных, цифровых инструментов и технологий обработки и хранения данных, создания сетевых репозиториев, а также разнообразных аспектов деятельности библиотеки в сетевой среде. Преподаватели полагают, что студенты в перспективе будут углубленно изучать аналитику данных и прогнозирование, технологии позиционирования библиотеки и продвижения ее продуктов и услуг в Сети, библиометрию и наукометрию. Характерно, что ответы преподавателей не были оценочными, не содержали позитивных или негативных оценок происходящих изменений, ими обозначались общие тенденции как объективное следствие цифровизации и смены приоритетов в деятельности библиотек.

Более 70% преподавателей прогнозируют увеличение количества электронных образовательных ресурсов, профессионального медиаконтента, более широкое распространение дистанционной формы образования. В образовательном процессе, согласно прогнозам респондентов, будут доминировать диалоговые и проектные формы работы, он будет организован на основе практико-ориентированного подхода с использованием телекоммуникационных технологий.

Преподаватели отмечают сформированный в библиотечном образовании высокий запрос на усиление практико-ориентированной подготовки.

Результаты опроса преподавателей позволили изучить готовность профессорско-преподавательского состава к внедрению новых педагогических технологий, цифровых обучающих систем. По мнению респондентов, дидактический потенциал дистанционных средств обучения и цифровых образовательных ресурсов в настоящее время реализован не полностью – лишь около 30% преподавателей в полной мере владеют цифровыми технологиями и адаптивно применяют их в ходе решения различных дидактических задач. Это актуализирует задачу повышения квалификации профессорско-преподавательского состава факультета в плане овладения информационно-коммуникационными технологиями для реализации образовательных задач.

Экспертный опрос 38 представителей 29 базовых организаций, выступающих заказчиками кадров по специальности «Библиотечно-информационная деятельность», показал, что 82% респондентов констатируют необходимость цифровой трансформации библиотек, видят ее перспективы и, как следствие, осознают важность обновления содержания образования. При этом работодателями акцентируется внимание на важности формирования и развития надпрофессиональных качеств (soft skills).

Отмечая предметные области, важные для подготовки будущих специалистов библиотечно-информационной сферы, наиболее актуальными и востребованными работодателями были названы: «создание и ведение цифровых коллекций, электронных библиотек» (средняя величина полученных ответов составляет 4,73 при максимально возможной величине «5»); «информационные услуги в цифровой среде» (4,71); «создание контента на сайте и в социальных сетях» (4,6), «информационная этика и безопасность» (4,6), «проектная деятельность» (4,6), «литература» (4,6), «создание и продвижение медиаресурсов» (4,55), «аналитика и визуализация данных» (4,47), «сетевая коммуникация и цифровой маркетинг» (4,44), «веб-дизайн и конструирование сайта» (4,21), «библиометрия и наукометрия» (4,1). Ответы на данный вопрос согласовываются с ответами на вопрос о прогнозируемых направлениях цифровой трансформации библиотек.

Относительно вопроса об актуальности увеличения доли занятий, проводимых на базе библиотек, большинство работодателей ответили положительно (71,1%). При этом анализ ответов позволил сделать вывод, что возможности практиков в реализации различных форм взаимодействия ограничены. Наиболее активно они готовы предоставлять площадку для практико-ориентированного обучения – 84,2%.

Оценивая качество подготовки, руководители библиотек отметили достаточно высокий уровень подготовки выпускников специальности «Библиотечно-

информационная деятельность»: средняя величина удовлетворенности уровнем теоретической подготовки составила 4,29, уровнем практической подготовки – 3,95 (при максимально возможной величине «5»). Также достаточно высоко они оценили общий уровень готовности выпускников библиотечной специальности к работе в цифровой среде (4,18). Несколько ниже средней величины «4» была оценена подготовленность выпускников к следующим видам работы: обеспечение доступа к электронным информационным ресурсам (3,94); создание электронных информационных ресурсов (3,89); продвижение продуктов и услуг библиотеки (3,86); проектная деятельность (3,57).

В целом можно выделить ключевые тенденции развития библиотечно-информационного образования в Беларуси:

- пересмотр направлений подготовки по специальности «Библиотечно-информационная деятельность», введение новых направлений в рамках специальности;
- реструктуризация и актуализация содержания образования, вызванные интенсивной цифровизацией библиотек, развитием новых направлений деятельности, новыми социальными, культурными и технико-технологическими условиями функционирования библиотек;
- усиление роли информационно-коммуникационных технологий при организации образовательного процесса: распространение дистанционных средств обучения; актуализация важности разработки и применения электронной учебно-программной документации, электронных обучающих материалов; поступательное увеличение количества электронных образовательных ресурсов;
- увеличивающаяся востребованность наличия специальных цифровых компетенций у профессорско-преподавательского состава для работы в электронной среде, создания электронных учебно-методических материалов, осуществления преподавательской деятельности в онлайн режиме;
- смена вектора образования: по мнению работодателей, он должен быть полидисциплинарным, по преобладающему мнению студентов и преподавателей специальных библиотечно-информационных учебных дисциплин, – информационно-технологическим;
- усиление практико-ориентированности образования: увеличение доли учебных занятий, проводимых на базе библиотек (филиалов кафедр на базе ведущих библиотек, библиотек-заказчиков кадров); участие работодателей в обновлении содержания образования, учебных программ; выполнение курсовых и дипломных работ по заказу библиотек-заказчиков кадров);

– востребованность со стороны студентов диалоговых и проектных форм при реализации образовательного процесса.

Таким образом, по результатам оценки современного состояния библиотечно-информационного образования Беларуси среди приоритетных направлений его развития можно назвать:

– разработка учебно-программной документации по новым направлениям подготовки, в т. ч. «Аналитика», «Цифровизация», введение новых учебных дисциплин, формирующих знания в области цифровизации библиотечно-информационных процессов, создания, генерирования и продвижения электронных информационных ресурсов, библиометрии и наукометрии;

– организация практико-ориентированного обучения, что обуславливает особое внимание к выстраиванию отношений с организациями-заказчиками кадров: заключение договоров о взаимодействии, договоров на подготовку кадров, увеличение доли учебных занятий, проводимых на базе ведущих библиотек, организация научной работы студентов с учетом профессиональных интересов базовых организаций, создание и полноценное функционирование филиалов кафедр;

– с целью согласования образовательной деятельности с экспертным мнением заказчиков кадров и гибкого реагирования на изменения конъюнктуры рынка обеспечивать более широкое вовлечение работодателей в процесс разработки учебных программ, оценки содержания образования;

– разработка электронных учебно-методических комплексов и учебно-программной документации для реализации на более высоком качественном уровне дистанционной (удаленной, онлайн) формы обучения (в частности, данная задача обусловлена опытом организации образовательного процесса в период распространения COVID-19);

– повышение квалификации профессорско-преподавательского состава в вопросах создания мультимедийного образовательного контента и его размещения в сетевых системах обучения.

Список литературы

1. Беларусь Библиотечная. URL: <https://belaruslibrary.nlb.by> (дата обращения: 15.10.2021).

2. Галковская Ю. Н. Перспективные направления обновления содержания образования по специальности «библиотечно-информационная деятельность» // Веснік Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта культуры і мастацтваў. 2019. № 2(32). С. 129–136.

3. Пшибытко М. Г. Беларусь библиотечная: 15 интересных фактов // Бібліятэчны свет. 2019. № 6. С. 9–10.

4. Пшибытко М. Г. On-line ресурс «Беларусь Библиотечная»: от идеи к реализации // Библиотека как феномен культуры: Услуги и сервисы библиотек в современном информационном пространстве : материалы VI Междунар. конгресса, Минск, 16–17 окт. 2019 г. / Нац. б-ка Беларуси ; сост.: Е. Е. Долгополова, А. А. Суша; науч. ред. Р. С. Мотульский. Минск, 2019. С. 116–120.

5. Статистический обзор ко Дню библиотек / Национальный статистический комитет Республики Беларусь. 15.09.2021. URL: <https://www.belstat.gov.by/o-belstate/2/novosti-i-meropriyatiya/novosti/statisticheskiy-obzor-ko-dnyu-bibliotek-21/> (дата обращения: 15.10.2021).

6. Library Map of the World / IFLA. URL: <https://librarymap.ifla.org> (дата обращения: 16.10.2021).

Н. В. Грушевская

Краснодарский государственный институт культуры
Россия, г. Краснодар

Структурная модель читательской компетентности библиотекаря

Аннотация. В статье анализируется понятие читательской компетентности библиотечного специалиста, ее место в структуре компетенций. Особое внимание уделено структуре читательской компетентности, а именно ее уровням.

Ключевые слова: читательская компетентность, библиотекарь, образование, чтение, культура чтения, бакалавр, магистр.

N. V. Grushevskaya

Krasnodar State Institute of Culture
Russia, Krasnodar

Structural Model of the Librarian's Reading Competence

Abstract. The article analyzes the concept of reader competence of a library specialist, its place in the structure of competencies. Special attention is paid to the structure of the reader's competence, namely its levels.

Keywords: reading competence, librarian, education, reading, reading culture, bachelor, master.

Развитие библиотечного дела на современном этапе связано с существенными изменениями в жизни общества, обусловленными стремительным развитием информационных технологий и способов получения информации, появлением конкурентной среды, в которой библиотеки должны подтвердить свою роль источника оперативно получаемой достоверной информации универсального характера. Для того, чтобы библиотекарь постоянно мог успешно усваивать новую информацию, ему необходимо развивать и совершенствовать свою читательскую компетентность.

Читательская компетентность формируется и как метапредметная, «инфраструктурная» для образовательной деятельности, и как профессиональная, выступающая результатом освоения образовательной программы. При этом ключевые позиции принадлежат самому процессу чтения, в рамках которого формируется не только знаниевый компонент, но и осмысленное владение читательскими умениями и навыками. Следует отметить, что наша задача выходит за рамки традиционной и распространенной на сегодняшний день парадигмы поддержки чтения, ибо мы ориентируемся именно на профессиональную деятельность.

Мы предлагаем следующее определение понятия «читательская компетентность библиотечного специалиста».

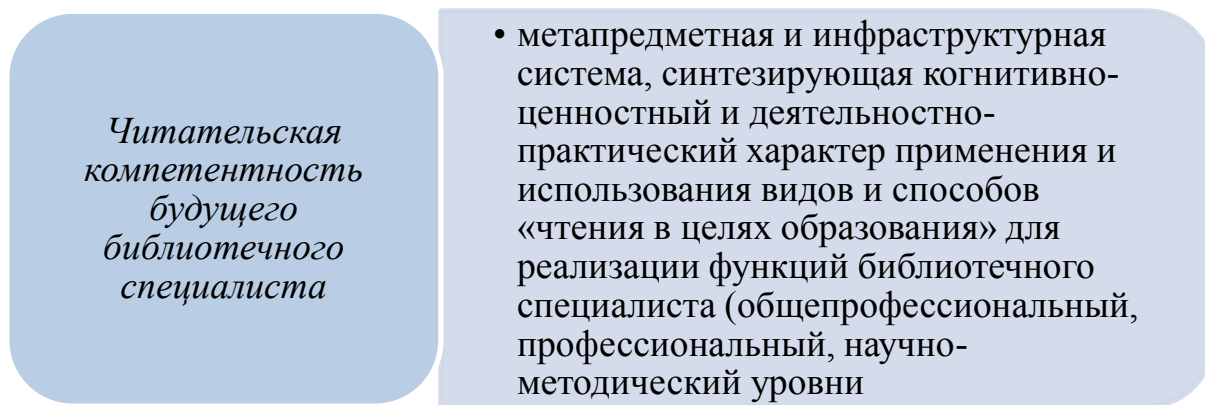


Рис. 1. Читательская компетенция будущего библиотечного специалиста

В качестве метапредметной читательская компетентность участвует в формировании всех компетенций, отраженных в ФГОСах – универсальных, общекультурных, общепрофессиональных, профессиональных, и компетенций, не вошедших в ФГОСы, предлагаемых теоретиками и практиками в сфере библиотечно-информационной деятельности – личностных, общенаучных, творческих, инновационных, информационных, компьютерных. Как часть профессиональ-

ной читательская компетентность способствует формированию профессиональных умений и навыков библиотекаря (рис. 2).

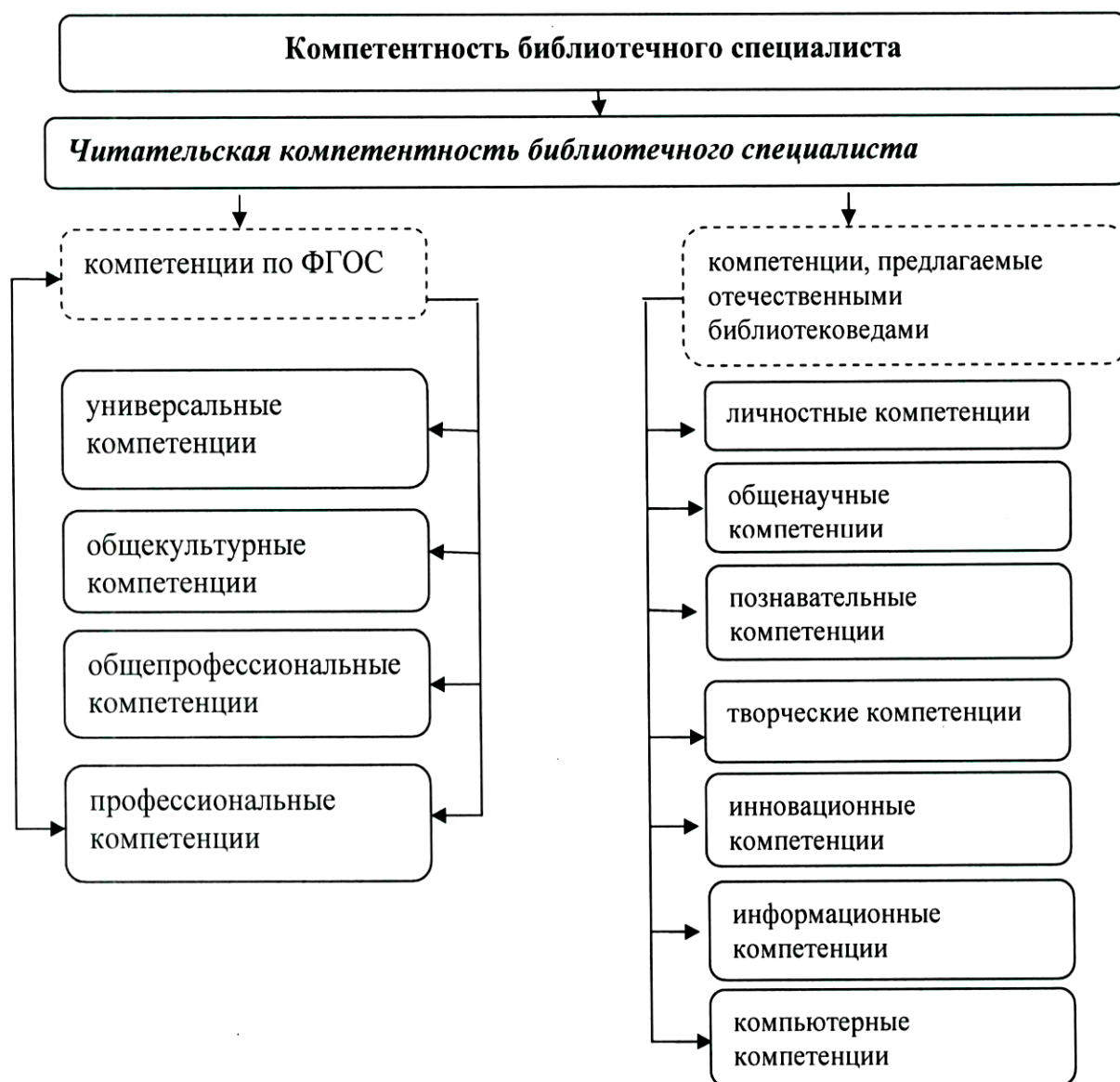


Рис. 2. Положение читательской компетентности в структуре компетентности библиотечного специалиста

Структура читательской компетентности будущего библиотечного специалиста включает в себя следующие уровни: общеобразовательный, общепрофессиональный, профессиональный (студенты бакалавриата) и научно-методический уровень (студенты магистратуры).

1

- **Общеобразовательный** уровень отражает развитие читательской компетентности на базе общеобразовательной школы. На данном уровне поступивший в вуз обладает общими навыками грамотности чтения (умение извлекать информацию, понимать, толковать текст, оценивать содержание и форму текста) и культуры чтения (осознание выбора тематики чтения, ориентировку в источниках, системность и последовательность чтения, умение ориентироваться в книге)

2

- **Общепрофессиональный** уровень читательской компетентности будущего библиотечного специалиста отражает взаимосвязь ее когнитивно-познавательного и эмоционально-ценностного элементов, определяемый в нашем исследовании как когнитивно-ценностная структура. Студенты осознают правила работы с видами чтения по цели и способам, воспринимают ценности профессии библиотекаря

3

- **Профессиональный и научно-методический** уровни раскрывают деятельностно-практический (поведенческий) характер читательской компетентности. Данный уровень отражает получение профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности, освоение профессиональных функций библиотечного специалиста. Именно на данном уровне развивается профессиональная направленность библиотечного специалиста в качестве организатора читательской деятельности пользователя библиотеки

Рассмотрим, что включают в себя когнитивно-ценностная и деятельностно-практическая структуры читательской компетентности будущего библиотечного специалиста. Когнитивно-ценностная структура предполагает оценку уровня знаний и интересов личности студента, образующих кругозор, системность мышления, а также характеризуется ценностными ориентирами, индивидуальными нормами поведения, установками и мотивами будущих библиотекарей.

Показатели когнитивно-ценностной структуры включают в себя:

- наличие теоретических знаний в области библиотечного дела;
- осознанное использование видов и способов чтения;
- направленность обучающихся на взаимодействие в ходе выполнения поставленной задачи;
- понимание значимости и структурных составляющих читательской компетентности в профессиональной деятельности библиотекаря.
- активную социальную позицию будущих библиотекарей;

- стремление овладеть профессиональными знаниями и сформировать профессиональные качества;
- коммуникабельность;
- высокую мотивацию достижения успехов;
- умение мотивировать себя и окружающих людей;
- сформированную субъектную позицию;
- стремление к развитию и саморазвитию.

За основу деятельностно-практической структуры мы берем функционально-деятельностный компонент, предложенной Л. Н. Павловой².

Деятельностно-практическая структура отражает прикладной аспект библиотечной деятельности и уровень овладения следующими умениями и навыками: развитие критического и практического мышления; четкое использование всех функций в различных ситуациях; обеспеченность библиотечной деятельности соответствующей системой коммуникации. Данная структура включает: наличие сформированных организационно-управленческих умений и навыков; умение проводить исследовательскую работу; способности к методической, проектной деятельности; наличие сформированных контрольно-диагностических умений и навыков; умение действовать в измененных условиях работы библиотеки; стремление к самоуправлению.

В результате развития всех уровней читательской компетентности формируется профессиональная направленность библиотечного специалиста – субъекта формирования читательской компетентности пользователя библиотеки.

Структура формирования читательской компетентности библиотечного специалиста выглядит следующим образом (рис. 3):

² Павлова Л. Н. Педагогическое управление как объект исследования трудовой функции // Теория и практика общественного развития. 2014. № 1. С. 212–214.

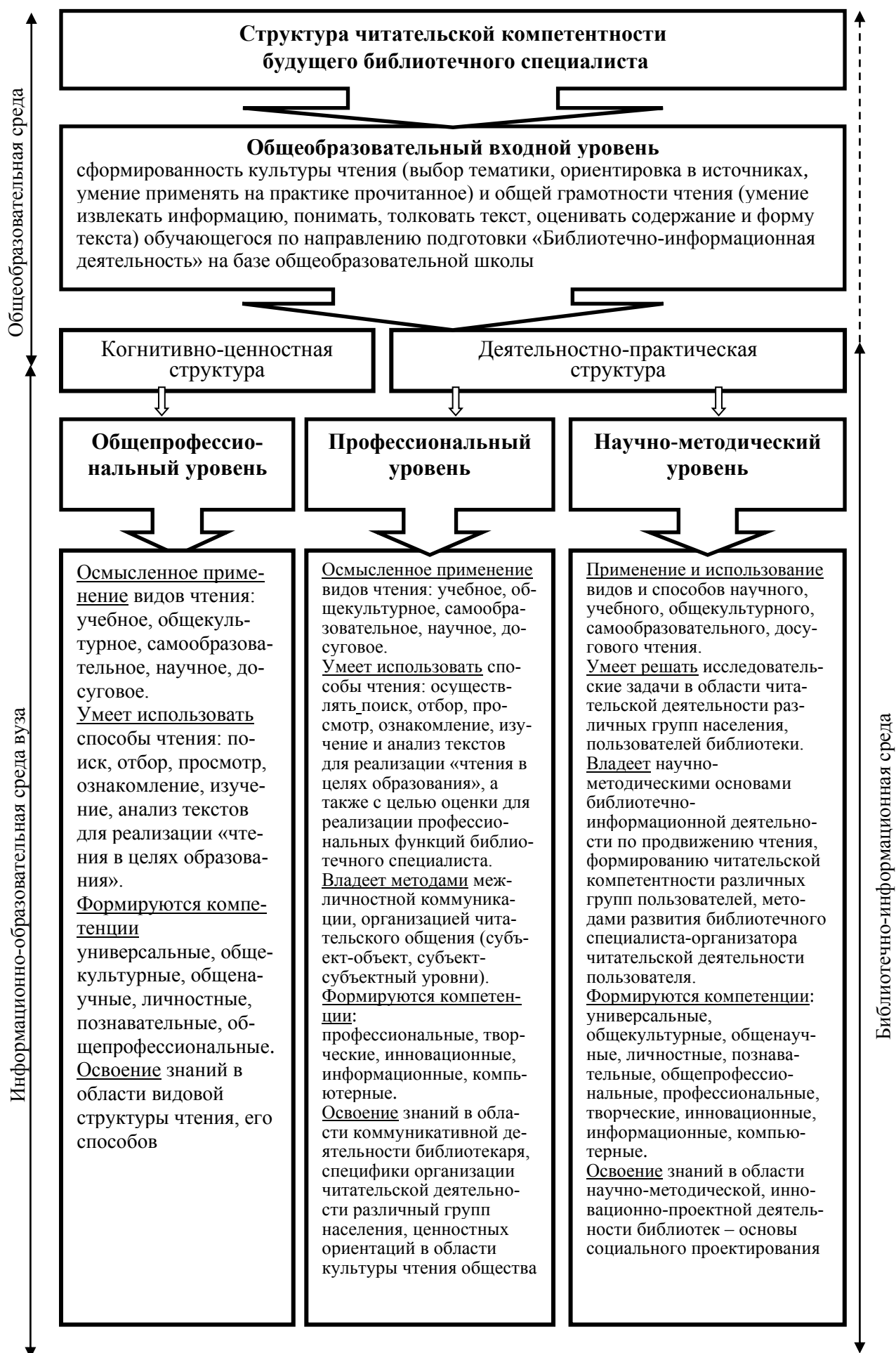


Рис. 3. Структура формирования читательской компетентности будущего библиотечного специалиста

Таким образом, под читательской компетенцией будущих библиотекарей понимаем метапредметную и инфраструктурную систему, синтезирующую когнитивно-ценностный и деятельностно-практический характер применения и использования видов и способов «чтения в целях образования» для реализации функций библиотечного специалиста (общепрофессиональный, профессиональный, научно-методический уровни).

Ю. Н. Дрешер

Московский государственный институт культуры
Россия, г. Москва

Внедрение системы менеджмента качества в деятельность библиотек

Аннотация. В статье проанализирован процесс внедрения системы менеджмента качества в библиотечно-информационную деятельность на примере проведения самообследования и самооценки в конкретной библиотеке. Проанализированы положения самооценки, ее организационные принципы и назначения, раскрыты составляющие и описаны источники информации, методы самооценки.

Ключевые слова: внедрение системы менеджмента качества, самообследование деятельности библиотеки, возможности самооценки, основные положения самооценки, принципы и методы проведения самооценки.

Yu. N. Dresher

Moscow State Institute of Culture
Russia, Moscow

Implementation of a Quality Management System in the Activities of Libraries

Abstract. The article analyzes the process of implementing a quality management system in library and information activities on the example of self-examination and self-assessment in a particular library. The provisions of self-assessment, its organizational principles and purposes are analyzed, the components are disclosed and the sources of information, methods of self-assessment are described.

Keywords: introduction of a quality management system, self-examination of the library activities, self-assessment opportunities, basic provisions of self-assessment, principles and methods of self-assessment.

Развитие и совершенствование деятельности любой библиотеки невозможно без динамики анализа фактического состояния работы по качеству ее результатов. Первым, существенно важным и необходимым шагом на пути улучшения системы качества в библиотеке является самооценка.

Согласно ГОСТ Р ИСО 9004–2010, самооценка представляет собой всесторонний и систематический анализ деятельности организации и показателей её зрелости. Самооценка деятельности библиотеки прежде всего должна использоваться для определения сильных и слабых сторон с точки зрения её эффективности и в сравнении с лучшими практиками как на уровне библиотеки, так и на уровне отдельных процессов деятельности, поскольку самооценка призвана помочь библиотеке в установлении приоритетов, планировании и осуществлении улучшений и (или) инноваций в случае необходимости.

Можно выделить основные положения самооценки: а) повышение эффективности деятельности; б) обновление процессов в библиотеке, её продукции и структуры (в случае необходимости); в) стимулирование передовых методов и технологий; г) выявление дополнительных возможностей для совершенствования.

Все полученные результаты самооценки следует доводить до сведения соответствующих работников библиотеки, так как они должны впоследствии использоваться для достижения понимания всеми сотрудниками её характера и будущих направлений её деятельности. Мы должны помнить и понимать, что полученные результаты самооценки библиотеки могут представлять собой ценную информацию для анализа её работы со стороны руководства библиотеки. Помимо этого самооценка может стать средством обучения, способным дать более правильное представление о библиотеке и стимулировать вовлечение заинтересованных сторон.

Поскольку процессы самооценки охватывают всю систему библиотеки, то при таком подходе возникают дополнительные трудности, связанные не только с увеличением числа оцениваемых характеристик, но и с необходимостью учёта многих неосязаемых характеристик, которые иногда трудно измерить или даже оценить. Каково же различие между самооценкой и аудитом?

Прежде всего при проведении самооценки она должна использоваться для определения сильных и слабых сторон деятельности библиотеки с точки зрения её эффективности, а аудит используется для определения степени выполнения требований ГОСТ ISO 9001–2011 к системе менеджмента качества (так как выводы аудитов используются для оценки результативности системы менеджмента качества и с целью выявления возможностей для совершенствования).

Международная практика показала, что проведение самооценки даёт организации (в нашем случае библиотеке) следующие возможности:

- 1) использование при оценке своей деятельности и ее результатов единого комплекса критериев;
- 2) систематический подход к совершенствованию деятельности;
- 3) получение объективных оценок, основанных на фактах, а не на личном восприятии отдельных работников или руководителей;
- 4) согласованное понимание того, что в данной ситуации должна сделать организация в целом, её отдельные подразделения и каждый работник, исходя из единой концептуальной базы и прежде всего на ключевых направлениях;
- 5) обучение персонала применению принципов всеобщего (тотального) управления качеством;
- 6) внедрение различных инициатив и передовых методов управления качеством в повседневную деятельность библиотеки;
- 7) выявление и анализ процессов, в которые можно ввести улучшения;
- 8) определение глубинных изменений, произошедших с момента проведения предыдущей самооценки;
- 9) возможность признания и стимулирования достижений подразделениями и работников;
- 10) возможность сравнения с лучшими результатами, достигнутыми как в данной, так и в других организациях.

В связи с вышеизложенным формирование модели самооценки библиотеки может осуществляться только на основе определенной библиотекой миссии, поскольку именно по отношению к этой миссии и связанными с ней стратегическими задачами должны оцениваться деятельность библиотеки и её возможности. При этом необходимо помнить об основной цели самооценки – выявлении тех сторон деятельности, которые максимально обеспечат удовлетворенность потребителей, как внешних, так и внутренних, через планирование улучшений в области качества и диагностики слабых (и сильных) сторон деятельности библиотеки.

Организационные принципы и назначение самооценки. Существует множество организационных принципов самооценки, остановимся на самых значимых, которые были применены в нашей практике [1, 2]. Это принципы единообразия, системности, документированности, предупредительности, регулярности, постепенности и открытости.

Назначение принципа единообразия заключается в процедуре, официально установленной руководством библиотеки с тем, чтобы обеспечить её упоря-

доченность, однозначность и открытость. Принцип системности: планирование и проведение самооценки по различным элементам (подразделениям) должны осуществляться с учетом их установленной структурной взаимосвязи на основе сформированной ценностной системной модели. Принцип документированности реализуется в том, что проведение самооценки определенным образом документируется, чтобы обеспечить сохранность и сравнимость информации о фактическом состоянии оцениваемого объекта. Принцип предупредительности заключается в планировании проведения самооценки. Согласно этому персонал секторов, подразделений библиотеки заранее обучается и информируется с целью иметь четкое представление о цели, времени и методах проведения оценки; наиболее полно подготовиться и исключить возможность уклонения или сопротивления персонала самооценке. Принцип регулярности требует проведения самооценки с определенной периодичностью, чтобы все элементы, системы, процессы, подразделения библиотек были предметом постоянного анализа и оценивания. Принцип постепенности означает планомерный охват самооценкой всех подразделений библиотеки по мере освоения её методов и процедур. Принцип открытости заключается в том, что результаты самооценки должны носить открытый характер, это обеспечивает «прозрачность» системы качества для её пользователей и потребителей.

Объектами самооценки являются стратегия библиотеки, её технологии, ресурсы, потребители продуктов и услуг и вся её деятельность. К составляющим самооценки относятся следующие источники информации.

1. *Стратегии*: политика библиотеки, концепция развития, стратегические цели и планы. Источники информации: отчёты рабочих групп по разработке стратегических компонентов системы менеджмента, отчёты о проведении занятий по разъяснению системы менеджмента, отчёты о достижении целевых показателей.

2. *Технологии*: процессы, технологии, документация системы менеджмента качества и информационный обмен. Источники информации: отчёты внутреннего аудита, отчёты по внедрению новых процессов и технологий, отчёт отдела качества (если таковой есть) или ответственных по библиотеке за работу по СМК о состоянии документации СМК.

3. *Ресурсы*: инфраструктура библиотеки, производственная среда и персонал. Источники информации: мониторинг персонала, отчёты внутреннего аудита, отчёты заместителя директора по хозяйственной работе, отчёты по безопасному труду, отчёты по производительности телекоммуникационных систем библиотеки.

4. Потребители: читатели, заинтересованные стороны. Источники информации: мониторинг удовлетворенности, отчёты отдела качества, анализ со стороны руководства, отчёты всех отделов и подразделений библиотеки, отчёты по аттестации персонала и его обучению.

5. Деятельность библиотеки: библиотечная, библиографическая, информационная, редакционно-издательская, краеведческая и др. Источники информации: отчёты отдела качества, анализ со стороны руководства, отчеты всех отделов библиотеки и её подразделений, отчеты внутреннего аудита, отчёты по выполнению государственного задания (бухгалтерия, планово-экономический отдел, производственный отдел и др.).

Для полноценного выполнения самооценки рекомендуется использовать следующие компоненты (методы) самооценки, которые способствуют более качественному проведению нужных работ по достижению поставленных целей. Это SWOT-анализ, SMART-анализ, опрос, интервьюирование, мониторинг среды библиотеки, измерение показателей деятельности библиотеки (в том числе ключевых показателей), оценка целостности и достоверности процессов измерений, оценка рисков, информация, полученная от потребителей и других заинтересованных сторон, бенчмаркинг, мозговой штурм, функционально-стоимостный анализ, семь простых методов контроля качества, метод «Делфи», метод дерева решений, эвристические методы принятия решений и аналитическая иерархическая процедура Саати.

Действенными инструментами развертывания и интерпретации стратегии библиотеки обычно являются видение, миссия, базисные ценности, стратегические цели, а также политика библиотеки, представляющая собой наиболее доступный и распространенный инструмент. Особая значимость политики библиотеки состоит в том, что она, будучи неотъемлемой частью стратегии, одновременно позволяет укрепить доверие заинтересованных сторон путем развернутой демонстрации системы взглядов, принятых руководством библиотеки в определенном направлении деятельности.

Список литературы

1. Дрешер Ю. Н. Избранные труды / Ю. Н. Дрешер. Казань : Медицина, 2018. 742 с.
2. Дрешер Ю. Н. Некоторые подходы к управлению качеством в современной библиотеке // Менеджмент качества – путь к успешной библиотеке : материалы Всерос. науч.-практ. конф., 23 ноября 2007. СПб., 2007. С. 43–57.

Е. А. Кожевникова

Вятский государственный университет
Россия, г. Киров

Иллюстрация как инструмент управления детским чтением: теоретические аспекты

Аннотация. В статье рассматривается иллюстративный комплекс издания с позиции управления читательским интересом, исследуются аспекты восприятия визуального ряда издания и критерии качественной иллюстрации.

Ключевые слова: книжная иллюстрация, детская книга, интерактивная книга, управление чтением, продвижение чтения.

E. A. Kozhevnikova,
Vyatka State University,
Russia, Kirov

Illustration as a tool for managing children's reading: theoretical aspects

Abstract. The article examines the illustrative complex of the publication from the perspective of managing reader interest, examines aspects of the perception of the visual series of the publication and criteria for high-quality illustration.

Keywords: book illustration, children's book, interactive book, promotion of reading.

Проблема приобщения к чтению и книжной культуре подрастающего поколения в России в настоящее время решается всесторонне. Важная роль в формировании читательского вкуса детей младшего возраста отводится родителю, педагогу и библиотекарю, поскольку дети прислушиваются к рекомендациям взрослых. Интерес к чтению может поддерживаться правильно организованным системным руководством чтения с их стороны. В этой связи уместно говорить о способах управления чтением, которые могут эффективно влиять на развитие мотивации к чтению у детей и подростков. Обратим внимание, что термин «управление чтением» вслед за А. Н. Ванеевым мы трактуем не как авторитарное «принуждение к чтению», а как «целостный психолого-педагогический процесс, представляющий собой активное, целенаправленное воздействие на содержание и характер чтения» [3, с. 101], осуществляемый посредством добровольного сотрудничества библиотеки и читателя.

В связи с развитием в обществе информационно-коммуникационных технологий и снижением интереса к книге среди молодёжи перед библиотеками и специалистами, занимающимися продвижением чтения, стоит проблема поиска

новых и актуальных технологий и инструментов, нацеленных на стимулирование читательской деятельности детей. Инструментами привлечения к чтению могут быть такие формы работы, как читательские клубы, конференции, книжные фестивали и игры, флешмобы, сетевые акции, цифровые проекты, подкасты, а также создание рекомендательных списков, книжных обзоров и блогов и т. д., и непосредственно сама книга.

В эпоху визуальной культуры, «тотальной визуализации информации» [10, с. 163] большое влияние на человека оказывают зрительные образы и, по мнению специалиста в области коммуникативных технологий Г. Г. Почепцова, можно говорить о своеобразном «визуальном синдроме» [9, с. 239], когда любой контент в обязательном порядке переводится в визуальный формат.

Действительно, современное поколение – digital generation – с детства привыкает к готовым зрительным образам и движущимся картинкам, которые встречаются в кино, мультипликации, рекламе и видеоиграх. Готовые образы оказывают мощное формирующее действие на подрастающее поколение. Это чревато снижением уровня развития фантазии, возможности визуализации, творческой активности, зависимостью от внешней стимуляции и неспособностью запоминать большие объемы информации.

Надо понимать, что современная читательская аудитория формируется в условиях развивающейся цифровой культуры, поэтому последствий, связанных со снижением интереса к тексту, не имеющему визуального представления, до конца не избежать, но если умело использовать зрительные образы в книге, то, напротив, все недостатки можно обратить в достоинства: развить креативное мышление, память и интерес.

Так, например, в Японии формат манги давно используется в образовательных целях – выходят серии рисованных историй, в развлекательной и наглядной форме рассказывающих о серьезных темах – электричестве, статистике, интегралах и т. д. (японская серия «Образовательная манга»). Следовательно, иллюстративный комплекс может стать инструментом по продвижению чтения и книги, которая должна быть привлекательна не только по содержанию, но и по оформлению, обеспечивающему качественную и быструю визуальную коммуникацию с ней.

Целью исследования стало изучение иллюстративного комплекса издания с позиции управления читательским интересом. В соответствии с целью были поставлены задачи:

- 1) изучение восприятия иллюстративного материала;
- 2) выявление критериев «хорошей», качественной иллюстрации;

3) изучение методов представления иллюстративного ряда, способствующих развитию мотивации детей к процессу чтения.

Природе книжной иллюстрации посвящены труды В. Н. Ляхова, О. И. Подобедовой, Ю. Я. Герчука, Н. М. Сикорского и др. Особенности детской иллюстрации отражены в работах К. В. Макаровой, Е. В. Ситниковой, О. В. Поздняковой. Некоторые аспекты специфики иллюстрированной книги в контексте руководства детским чтением исследовались в работах Т. Н. Артемовой, О. Г. Векслер, О. Л. Кабачек, О. Г. Шабалиной и др.

Слово «иллюстрация» – от латинского «*illustratio*» – означает «освещение», «наглядное изображение». «В широком смысле – пояснение словесной информации наглядными примерами, чертежами или изображениями; в более узком смысле – область искусства, связанная с изобразительным истолкованием литературных и научных произведений; составная часть искусства книги» [5, с. 205].

Британская художница-иллюстратор Мауни Феддэг просто и наглядно обобщает основные свойства восприятия иллюстраций: «Иллюстрация помогает подвести людей к сути, потому что она привлекает (нам ближе то, что мы замечаем), увлекает (нам ближе то, что нас занимает), нравится (нам ближе то, что радует), информирует (нам ближе то, о чем нам рассказали), погружает в контекст (нам ближе то, что мы понимаем), показывает (нам ближе то, что мы видим), переключает (нам ближе то, на что получается взглянуть по-новому), умиротворяет (нам ближе то, что нам понятно), сочувствует (нам ближе то, что с нами связано), остается с нами (нам ближе то, что мы запоминаем)» [12]. Из этого следует, что иллюстрация выполняет несколько функций. Она «украшает» книги, способствует быстрому и лёгкому восприятию информации, а также «оказывает особое влияние на формирование чувственного восприятия мира, развивает эстетическую восприимчивость, способствует раскрытию литературного текста через художественные образы» [2, с. 25]. Кроме того, визуальная информация в отличие от текстовой не требует много времени и усилий для усвоения.

Однако иллюстрирование авторского произведения имеет и противников, поскольку художественный текст сам по себе достаточно нагляден для восприятия, а иллюстрации могут отражать его смысл с искажением. М. В. Строганов отмечает, что иллюстрация «в известной мере ограничивает творческую работу читателя литературного произведения, поскольку навязывает ему конкретное визуальное прочтение словесного образа» [11]. Но если у взрослой аудитории более развито понятийное мышление, и иллюстрации в художественных текстах, адресованных им, факультативны, то у детей преобладает наглядно-

образное мышление, и иллюстрации в детских изданиях необходимы как способ познания мира. Художественное оформление детской книги, её иллюстративный комплекс является важным фактором воспитательно-образовательного, эмоционально-эстетического воздействия на ребенка. Детская иллюстрация должна быть доброй, светлой и вызывать положительные эмоции. Здесь неприемлемо поверхностное отношение к иллюстративному оформлению текста: «Изображение, лишенное эстетических качеств, обездоливает духовный мир ребенка, лишает его увлеченности и радости» [1, с. 107].

Детская иллюстрация развивается. Несмотря на то, что обнаруживается тенденция к сохранению лучших традиций иллюстрирования, художники ищут новые пути воздействия на юного читателя. Возникают оригинальные техники и подходы к иллюстрированию. Развиваются интерактивные элементы дизайна книги (дополненная реальность, анимированные, объёмные, ароматные, фотикуллярные иллюстрации) и её функционал. Книга, особенно печатная, благодаря своим выдающимся художественно-эстетическим качествам и оригинальной форме, часто становится арт-объектом [8, с. 18]. На книжных иллюстраторов влияют комиксы, анимация и кино. Именно оттуда они заимствуют приёмы динамичной композиции и неожиданные ракурсы. Значительные трансформации иллюстрирования приводят к оригинальным решениям, могут вызвать интерес даже к «скучному» или забытому тексту.

Этот факт отмечал художник Лев Токмаков в конце прошлого века: «Я думаю, что в будущем книга превратится в предмет предельно интимный, сугубо индивидуальный... И рисункам будет нужна тишина. У иллюстраций век короче, чем у литературного произведения. Они живут в определенном временном срезе, проходит какой-то период, и тот же самый текст требует других иллюстраций, других связей, других подчинений. Книга стареет благодаря иллюстрациям и омолаживается благодаря им же. Новые иллюстрации дают новую книгу, хотя и с тем же названием» [6, с. 210].

Понимание детьми содержания книги зачастую зависит от соотношения текста и иллюстраций. Никто не назовёт точное количество изображений, которое должно быть в детской книге. Прежде всего, их количество определяется «заказчиком» в лице автора или издателя. Однако, если для формата «книжки-картинки», стандартно состоящей из 24, 32 или 48 страниц, адресованной дошкольникам и младшим школьникам, рекомендовано «иллюстрациями снабжать каждый разворот» [7, с. 142]; в манге, комиксах и графических романах иллюстрации преобладают над текстом, часто замещая его, и заполняют сегменты каждой страницы, то в художественных произведениях для подростков и юношества визуального сопровождения текста значительно меньше, а изобра-

жения более реалистичные. Соответственно в интерпретации текста детской, юношеской и взрослой книги художник использует разные подходы.

В практике иллюстрирования текстов нет жестких правил, строгие критерии качественной детской иллюстрации также не определены. Главная рекомендация – сохранять баланс текста и иллюстраций, чтобы не было визуальной информации больше, чем мог бы обработать мозг, и не визуализировать каждое слово – необходимо оставлять место творческой фантазии ребёнка. Сами иллюстраторы проявляют все возрастающую требовательность и критическое отношение к своему искусству. Например, художник В. М. Конашевич сформулировал требование «ясности, простоты и выразительности», а израильский художник Денис Зильбер выделил такие критерии качественной иллюстрации:

- 1) *читабельность иллюстрации* (понятность, доступность, исключение нагромождения деталей);
- 2) *универсальность визуального языка* (понятность человеку, говорящему на любом языке);
- 3) *глубина содержания* (ориентация на интеллектуального читателя);
- 4) *многослойность* («хорошая», умная иллюстрация содержит не один смысловой слой);
- 5) *уникальность стиля*;
- 6) *эмоциональность* (всё, что не имеет в себе эмоций, – забывается) [4].

Кроме того, художники отмечают воздействие цвета, света и композиции на зрителя. Так, например, цвет способен задать атмосферу, подчеркнуть настроение героя, донести мысль и отделить главное от второстепенного. Все эти элементы образуют гармоничную структуру книги, которая становится произведением искусства и привлекает к себе внимание.

Таким образом, в современном культурном пространстве детская книга занимает иное положение. Чтобы остаться среди приоритетных видов досуга для подрастающего поколения, она должна быть современной, качественной и интересной по содержанию и оформлению, а иллюстратор в своей работе должен учитывать следующие принципы: а) вдумчивое иллюстрирование с учетом возрастных особенностей и технологических достижений; б) привнесение нового с сохранением культуры рисунка.

Список литературы

1. Алуева М. А. Синтез текста и рисунка в детской художественной книге // Историческая и социально-образовательная мысль. 2010. № 1(3). С. 105–108.

2. Бакулина Н. А., Трынова Т. В. Современные тенденции иллюстрирования художественной литературы // Культурология и искусствоведение : материалы IV междунар. науч. конф. (Казань, июнь 2018 г.). Казань : Молодой учёный, 2018. 48 с.
3. Ванеев А. Н. Библиотекосведение в России конца XX века : учеб. пособие. СПб. : Профессия, 2007. 246 с.
4. Зильбер Д. Разговор об иллюстрации в пижаме и с чашкой кофе. М. : Эксмо, Бомбор, 2020. 301 с.
5. Книговедение: энциклопедический словарь / редкол.: Н. М. Сикорский (гл. ред.). М. : Сов. энцикл., 1982. 664 с.
6. Кудрявцева Л. С. Собеседники поэзии и сказки: об искусстве художников детской книги. М. : Московские учебники, 2008. 286 с.
7. Макарова К. В. Особенности детской книжной иллюстрации // Преподаватель XXI век. 2010. № 1. С. 140–145.
8. Позднякова О. В. Эволюция детской книги: от традиции к инновациям (XIX–XXI вв.) : автореф. дис. ... канд. культурологии. Саранск, 2017. 24 с.
9. Почепцов Г. Г. Имиджелогия. М. : Рефл-бук, 2004. 698 с.
10. Симакова С. И. Влияние новых технологий на визуальный контент журналистских материалов // Вестник Челябинского государственного университета. 2015. № 5(360). Филология. Искусствоведение. Вып. 94. С. 163–169.
11. Строганов М. В. М. С. Башилов – иллюстратор Л. Н. Толстого и М. Е. Салтыкова-Щедрина // Культура и текст. 2016. № 4(27). С. 98–123. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/m-s-bashilov-illyustrator-l-n-tolstogo-i-m-e-saltykova-schedrina> (дата обращения: 04.10.2021).
12. Феддэг М. Иллюстрация: в чём её смысл? М. : Альпина Паблишер, 2018. 96 с.

С. Н. Лютов

Государственная публичная научно-техническая библиотека СО РАН,
Россия, г. Новосибирск

Книга и СМИ в информационном обществе: конкуренция или конвергенция?

Аннотация. Анализируются проблемы, продиктованные переоценкой места и роли книги и СМИ в условиях формирования информационного общества. Обоснована закономерность сохранения в изменившихся условиях исторически сформировавшихся принципов

разделения сфер деятельности между книгой и СМИ: по функциям, по содержанию, по коммуникационным каналам.

Ключевые слова: информационное общество, книга, средства массовой информации, книжное дело, медиаиндустрия.

S. N. Lyutov

State Public Scientific and Technical Library
Siberian Branch of the Russian Academy of Sciences
Russia, Novosibirsk

Book and Media in The Information Society: Competition or Convergence?

Abstract. The problems dictated by the reevaluation of the place and role of books and mass media in the information society formation are analyzed. The article substantiates the regularity of keeping historically formed principles of separating the spheres of activity between books and mass media according to their functions, content and communication channels under the changed conditions.

Keywords: information society, book, mass media, book business, media industry.

Вступление общества в новую эпоху цивилизационного развития, характеризующуюся повсеместным преобладанием новых информационных технологий, закономерно обуславливает переоценку устоявшихся взглядов на процессы и явления, происходящие в меняющейся информационной среде. В научном осмыслении происходящих перемен сформировались весьма неоднозначные взгляды на роль и место книги и СМИ в условиях нарастающей цифровизации социокультурной сферы жизни общества. Расхождение взглядов зачастую объясняется различным толкованием феноменов «книга» и «СМИ», что диктует необходимость договариваться о терминах. Научный тезаурус книговедения имеет определения книги, включающие в это понятие любую знаковую информацию, закрепленную на любом материале, что дает формальные основания подводить под данное толкование печатные СМИ – газеты и журналы. В отличие от множества авторских определений книги, позволяющих в допустимой степени отождествлять книгу, газету, журнал, в перечислительном определении средств массовой информации, представленном в «Законе о СМИ» (1991 г.), книга не упоминается. В нормативном толковании «под СМИ понимается печатное издание, сетевое издание, телеканал, радиоканал, телепрограмма, радиопрограмма, видеопрограмма, кинохроникальная программа, иная форма периодического распространения массовой информации под постоянным наименованием (названием)» [4].

Сложность анализа умножается также неоднозначным толкованием англоязычного термина «медиа». Некоторые исследователи относят книгу к медиа, что схоже с приведенным выше широким пониманием книги. В свою очередь, специалисты, разрабатывающие теорию новых медиа, полагают, что «в России до сих пор основным полем анализа медиа и массовых коммуникаций остается журналистика» и сегментами медиасистемы называют периодические печатные СМИ (газеты, журналы) и вещательные СМИ (радио, телевидение) [1, с. 20, 42].

Широкие толкования понятий «книга» и «медиа» усложняют анализ заявленной проблемы конкурентных отношений между книгой и печатной периодикой, поэтому целесообразно, на наш взгляд, рассматривать их с позиций взаимовлияния двух самостоятельных сфер деятельности: СМИ (медиаиндустрия) и книжное дело (книжная индустрия).

«Родственные» связи книги и СМИ имеют богатую историю и выдержали проверку временем. «Родство» этих феноменов изначально определялось их информационной природой, но по мере нарастания объемов информации и совершенствования технологий обмена происходило разделение функций и формирование самостоятельных каналов передачи информации. В начале XVIII в. появление газеты поколебало монополию книги на печатное слово, во второй половине столетия эта тенденция подтвердилась появлением журнала. Дифференцировалось и содержание передаваемой информации: за книгой остались произведения большого объема, газета и журнал несли информацию, требовавшую более оперативного тиражирования и распространения. Это не вызвало конкуренции на информационном поле, шел последовательный процесс освоения новых издательских технологий, поиска свободных ниш или их бесконфликтного перераспределения. Появление радио и телевидения потеснило сферы традиционного влияния как книги, так и печатной периодики, но и этот передел не вызвал антагонизма в информационной среде.

На рубеже XX–XXI вв. стремительное развитие новых информационно-коммуникационных технологий революционно изменило ситуацию, поставив вопрос о выживании тех средств информации, которые оказались неготовыми адаптироваться к новым вызовам, что в условиях рыночных отношений закономерно породило конкурентные отношения в борьбе за потребителя информации и источники финансирования.

В начале XXI в. печатные СМИ продемонстрировали значительно большие способности адаптации к вызовам цифровой эпохи. По многим прогнозам, наиболее очевидной жертвой в этой конкурентной борьбе должна была стать книга, интерес к которой стремительно падал, и ожидалась быстрая замена бумажной книги электронным аналогом, что создавало предпосылки для ее инте-

грации с электронными СМИ. Но не всем прогнозам суждено было сбыться. По прошествии времени наиболее обоснованным представляется прогноз специалистов Московского государственного университета печати, которые, взяв за исходные данные соотношение печатных средств информации и электронных медиа в 1995 г. – 70% к 30%, спрогнозировали рост первых на 3% в год, а вторых – на 9%, что предполагало достижение 50% паритета к 2010 г. [6] Практика, в основном, подтвердила спрогнозированную динамику развития печатных и электронных СМИ. Но в отношении книги ректор университета А. М. Цыганенко выразил уверенность, что «книга скоро вернется в свое прежнее состояние, то есть станет таким же объектом культуры, в котором будет фиксироваться и посредством которого будет транслироваться только избранная информация или, скажем так, специфическое содержание культуры, а другое содержание будет передаваться во времени и пространстве другим способом» [6, с. 186]. Отметим, что в этой оценке информация также разделена между книгой и СМИ по содержанию и способу передачи.

Причины неуступчивости книги в соперничестве с новыми медиа кроются в традициях книжной культуры и приверженности большей части общества традиционному образу бумажной книги, которая «дорога нам не как товар, а как ценность, как символ нашей культуры, равного которому у нас нет» [5, с. 9]. Образ книги прост и понятен: это единство формы (бумажный кодекс) и содержания (авторское произведение). При этом содержание отличается избранностью и значительным объемом. Образ СМИ (медиа) сложнее. Их материальной формой являются продукты производства (газеты, журналы, телепрограммы, радиопрограммы) и устройства доступа (телевизоры, радиоприемники, ноутбуки, смартфоны). Содержанием медиа является контент «произведенный специально и специальным образом отобранный» [1, с. 42]. Под таким контентом подразумевается специальным образом отобранная новостная информация.

Приведенные свидетельства подтверждают, что на новом витке информационно-технологического развития сохраняются исторически сформировавшиеся принципы разделения сфер влияния между книгой и СМИ: по функциям, по каналам распространения информации и по ее содержанию. Конкретизируя сравнение книги с газетой и журналом в меняющейся информационной среде, К. Н. Костюк отмечает, что «цифровые СМИ легче, чем в других сферах текста, перетягивают одеяло на себя», но при этом высказывает убежденность, что «книга всегда будет иметь свой форм-фактор, в котором она будет оставаться не замененной аналогами» [5, с. 35–36].

Вопрос о замене бумажной книги электронной еще долго будет оставаться дискуссионным, равно как и вопрос о том, можно ли считать электронные раз-

новидности авторских произведений аналогом книги. В 2001 г. некоторые специалисты соглашались с тем, что эти вопросы «мир уже решил за нас» [2]. В 2015 г. К. Н. Костюк, анализируя проблемы книги в новой медийной среде, утверждает, что «электронная книга меняет коммуникационную среду, а значит – полностью меняет книгу» [5, с. 29]. Данное утверждение дает повод к рассуждениям о том, что бумажная книга, оставаясь неизменной в меняющейся медийной среде, сохраняет свой традиционный канал коммуникации, а оцифрованная версия того же авторского произведения, что и в бумажной книге, размещается на другом носителе и переходит в новый канал информационной коммуникации, где вынуждена конкурировать с цифровыми СМИ. Но вопрос о том, можно ли считать этот цифровой контент книгой, остается открытым. На сегодняшний день сформировалось представление о том, что электронной книгой считают специальное устройство, предназначенное для скачивания, хранения и воспроизведения текста на экране – букридеры. В пользу этой концепции говорит тот факт, что пользователь, предпочитающий читать авторские произведения, будь то роман или учебник, с экрана, не будет заниматься скачиванием в букридер потока новостной информации. И в данном случае фактор избранности информации по содержанию переходит от издателя к читателю (пользователю), выбор которого определяет характер конкуренции на книжном рынке.

Реалии двух десятилетий XXI в. показывают, что бума электронных форматов не произошло. К настоящему времени доля электронных книг на российском книжном рынке (без учета учебных изданий) находится в диапазоне 10–15%, а рост продаж по бумажным книгам в 2021 г. ожидается на уровне 12% [3].

Новые информационные каналы создают новые возможности как для конкуренции, так и для конвергенции (сближения) между книжной индустрией и медиаиндустрией. Характер этих процессов очень сложный. Так, например, Е. Л. Вартанова усматривает определенное сближение медиа и книгоиздательства в интеграции медиа в индустрию свободного времени [1, с. 42]. Статистика по предпочтениям пользователей указывает на то, что телевизор, компьютер, смартфон все более вытесняют книгу, особенно бумажную, из сферы досуга, которая становится полем конкурентной борьбы за свободное время пользователя. В свою очередь, книжная индустрия, используя цифровые технологии и новые каналы коммуникации, стремится удержать книгу на должном уровне конкурентоспособности.

Список литературы

1. Вартанова Е. Л. Теория медиа: отечественный дискурс. М. : Изд-во МГУ, 2019. 224 с.
2. Василенко Г. А., Гиляревский Р. С. Электронная книга (pro и contra): взгляд из Интернета // Научно-техническая информация. Сер. 1. 2001. № 4. С. 14.
3. Воропаев А. Н. Мониторинг экономического и финансового состояния книгоиздания и книгораспространения в период пандемии // Круглый стол «Научно-книговедческий сборник “Книга. Исследования и материалы”: Памяти Е. Л. Немировского». Москва, 9 декабря 2020 г. (Информация со слайда).
4. Закон РФ от 27.12.1991 г. № 2124–1 «О средствах массовой информации». URL: <https://normativ.kontur.ru/document?moduleId=1&documentId=349691> (дата обращения: 1.10.2021).
5. Костюк К. Н. Книга в новой медийной среде. М. : Директ-Медиа, 2015. 432 с.
6. Цыганенко А. М. Современные условия и проблемы книгоиздательской политики в эпоху конкуренции между различными средствами информации // Чтение как стратегия жизни : материалы междунар. научно-практ. конф. (Москва, 14 декабря 2006 г.). М., 2006. С. 185.

А. Д. Мершиева

Новосибирский государственный университет

Россия, г. Новосибирск

Опыт формирования и развития навыков профессионального чтения студентов-журналистов

Аннотация. Статья посвящена вопросам формирования и развития навыков профессионального чтения студентов направления подготовки «Журналистика». Обосновано влияние сформированных читательских компетенций на формирование навыков профессиональной деятельности. Проанализированы результаты педагогического эксперимента, в основе которого лежит программа по развитию читательских практик будущих специалистов сферы массмедиа.

Ключевые слова: профессиональное чтение, журналистика, чтение студентов.

A. D. Mershieva
Novosibirsk State University
Russia, Novosibirsk

The Experience in the Formation and Development of Professional Reading Skills of Journalism Students

Abstract. The article is devoted to the formation and development of professional reading skills of students of the direction of training "Journalism". The influence of the formed reading competencies on the formation of professional skills has been substantiated. The results of a pedagogical experiment are analyzed, which is based on a program for the development of reading practices of future specialists in the field of mass media.

Keywords: professional reading, journalism, student's reading.

В информационном мире чтение как единственная технология накопления информации оказывает непосредственное влияние на все сферы жизнедеятельности человека, формируя основы информационной культуры [2]. Наиболее значимыми проблемы чтения оказываются для непосредственных участников информационного пространства – студентов-журналистов: в настоящее время уровень критического мышления аудитории в процессе восприятия информации существенно снижен, поэтому будущим специалистам массмедиа важно непрерывно повышать уровень собственной информационной культуры, грамотно и эффективно передавая информацию читателям, зрителям и слушателям [5].

Снижение уровня развития читательских навыков современного поколения может быть связано с изменением отношения к традиционным изданиям: происходит «третья революция чтения», которая приводит к развитию «электронной культуры», которую подробно исследует Л. В. Баева в работе «Электронная культура: опыт философского анализа» [1]. Однако на развитие электронной культуры в значительной степени влияет особенность восприятия текста, представленного в электронной форме: информация, представленная на электронном носителе, считывается только на 20%, что может быть обусловлено особенностями носителя [6]. С одной стороны, современные студенты достаточно легко ориентируются в использовании гаджетов и современных технических средств в процессе чтения. Однако читательские компетенции молодежи снижаются, а представленная в тексте информация усваивается слабо или не усваивается вовсе, что отражается на уровне подготовки студента.

В высших учебных заведениях в условиях реализации нового ФГОС владение читательскими техниками и методиками подразумевается в общекуль-

турных компетенциях, однако освоение этих важных компонентов в результате существенного сокращения часов для аудиторной работы ложится на плечи обучающихся, становясь частью самостоятельной работы студентов. Разумеется, эта сфера обучения наиболее часто игнорируется участниками процесса, образуя пробелы в компетенциях выпускника. В то же время в результате непрерывных изменений, происходящих в журналистике, основную часть знаний о профессиональной деятельности студенты получают не из учебников и методических пособий, а из профессиональной литературы, для знакомства с которой необходимы навыки профессионального чтения.

Вслед за Т. М. Серовой под профессиональным чтением мы понимаем особую форму осмысления информации, направленную на поиск новых смыслов и направлений внутри профессиональной деятельности [4]. Профессиональное чтение, как смысловое, подразумевает получение информации с целью её дальнейшего использования для решения профессиональных задач.

В Институте филологии, массовой информации и психологии Новосибирского государственного педагогического университета (далее – ИФМИП НГПУ) студенты-журналисты в течение первого года обучения непрерывно изучают большое количество профессиональной литературы. Основная цель – расширение профессионального кругозора, знакомство с нюансами профессии, о которых преподаватели не всегда могут рассказать в ходе занятий, самообразование, удовлетворение интереса к деятельности. Однако студенты сталкивались с трудностями при создании авторских материалов и в процессе решения профессиональных задач. Для конкретизации этих трудностей была проведена групповая беседа, в ходе которой 30 студентов I курса в разговоре с преподавателем и кураторами должны были ответить на несколько вопросов: 1) Какие трудности я испытываю в процессе создания текста? 2) Какие меры я предпринимаю для решения возникающих проблем? 3) Как моя начитанность влияет на качество собственных текстов?

По итогам беседы было выявлено следующее:

1) самая большая трудность возникает при создании авторского текста в любом жанре, кроме новости. По признанию участников, им крайне тяжело создавать полноценный материал, доступный для декодируемости, прагматически адекватный, информативный и удовлетворяющий интересам целевой аудитории;

2) меры для решения имеющихся проблем не предпринимаются, поскольку нет понимания, какими они должны быть;

3) между начитанностью и качеством собственных текстов, безусловно, существует связь, однако участники беседы не смогли четко объяснить, в чем она выражается.

Учитывая взаимосвязь всех перечисленных элементов, студенты в процессе взаимодействия попадали в замкнутый круг: из-за применения учебного чтения к материалам профессиональной направленности (и отсутствия навыков самостоятельной работы с изученным материалом) обучающиеся не получали желаемого результата. Отсутствие результата снижало мотивацию к регулярному знакомству с текстами, что, в свою очередь, влияло на качество собственной профессиональной деятельности студентов. Кроме того, учебное чтение позволяло фиксировать наиболее важную информацию, что оказалось актуальным только для текстов профессиональной тематики (опубликованных в профессиональных медиа – журнале «Журналист» и т. д.). Обычные тексты, адресованные массовой аудитории, прочитывались поверхностно, поскольку не содержат информации для конспектирования.

В рамках программы по развитию навыков профессионального чтения студентов были использованы те инструменты и технологии, которые позволили бы обучающимся овладеть читательским алгоритмом, сформировать привычку работы по данному алгоритму и установить взаимосвязь между начитанностью и эффективной профессиональной деятельностью. Программа состояла из трех этапов: создания чек-листов, формирования читательского дневника и решения кейсов с использованием материалов профессиональной тематики – и была апробирована в качестве педагогического эксперимента в период с октября 2020 г. по май 2021 г.

Основой программы стало создание студентами чек-листов по прочитанным материалам. Чек-листы – технология, пришедшая из тайм-менеджмента и позволяющая пользователям визуализировать задачи и их выполнение, повышая эффективность собственной деятельности. Разработка вопросов и позиций для чек-листа определялось в процессе совместного «мозгового штурма» участников, кураторов и преподавателя. Командами было сформулировано следующее:

1) текст выступает как источник профессиональной информации (издания для журналистов, PR-специалистов);

2) текст – образец для подражания структуре на начальном этапе профессиональной деятельности (издания для широкой аудитории). Здесь же студенты выделили функции образца для подражания стилю, речевому оформлению;

3) текст – ориентир для решения мотивационных вопросов (материалы про журналистов или медиапроекты).

Разработанные на основе выявленных функций вопросы включали в себя работу со структурой текста и его содержанием.

1. Определение темы и идеи материала. О чем автор говорит и какую суть вкладывает в текст? В каких примерах в тексте это отражается?

2. Определение жанра и жанровых признаков (для ознакомления на первом курсе лучше предлагать обучающимся элементарные жанры, такие как заметка (обычная и расширенная), интервью и репортаж.

3. Определение целевой аудитории. Для кого создавался данный материал? Соответствует ли он интересам и потребностям аудитории? Какая декодируемость у этого материала?

4. Определение цели материала. Для чего автором создавался данный материал? Как выражается цель в тексте?

5. Определение позиции автора. Как и в чем выражается эта позиция в тексте?

6. Определение итогового впечатления о теме/герое/проблеме материала. Какое впечатление сформировал автор у читателя?

7. Определение взаимосвязи между перечисленными элементами материала.

8. Что можно изменить? В чем сильные стороны текста? В чем слабые стороны текста?

Вывод. Создание чек-листов студенты осуществляли самостоятельно, в течение первой недели работы с технологией преподаватель осуществлял контроль за деятельностью обучающихся. Проведенное на данном этапе анкетирование позволило измерить результаты реализации первого этапа проекта: 1 респондент из 30 опрошенных, по личному признанию, не ощутил никаких значительных изменений при взаимодействии с текстовой информацией, 3 респондента стали внимательнее относиться к созданию собственных текстовых материалов, 14 респондентов получили представление о структуре журналистского материала (независимо от жанра), 12 освоили копирующий тип профессионального творчества и в процессе профессиональной деятельности ориентируются на качественные текстовые материалы, опубликованные в СМИ [3].

Однако отдельные чек-листы по прочитанным материалам решали только одну из выявленных проблем. Студенты по-прежнему не понимали, как применять данную информацию в решении профессиональных задач. Кроме того, все чек-листы воспринимались не как единое целое, а фрагментарно. Для

решения последней проблемы выполненные чек-листы были объединены в читательский дневник, вошедший в зачет по дисциплине «Редакционный менеджмент и медиапроектирование». Для решения второй проблемы преподавателем были разработаны кейсы, позволяющие наглядно продемонстрировать применение полученных из текстов знаний на практике: читательский дневник можно было использовать в процессе решения кейсов. Благодаря этому удалось обеспечить регулярное ознакомление студентов с материалами в СМИ и более глубокое чтение текстов с целью последующего анализа.

Предварительные итоги эксперимента по окончании учебного года позволили оценить изменения, произошедшие в профессиональном уровне студентов первого курса. 100% опрошенных сошлись во мнении, что стали увереннее чувствовать себя в решении профессиональных задач, а алгоритмизация действий способствует формированию привычки. Кураторы учебных медиа, в которых студенты первого курса выполняют практические задания, отметили повышение самостоятельности студентов, а в сообществах, работа над которыми ведется в рамках дисциплины «Редакционный менеджмент и медиапроектирование», вырос охват (без привлечения таргетинга), увеличилось количество подписчиков, улучшилось качество материалов, активизировалась читательская аудитория (по данным анализа работы сообществ за период с 1 февраля по 15 апреля 2021 г., выполненного обучающимися I курса в рамках зачетной работы). В процессе проверки результатов прохождения ознакомительной практики проверяющим удалось зафиксировать более высокий (по сравнению с предыдущим годом обучения) уровень написания отчетов и создания материалов.

Список литературы

1. Баева Л. В. Электронная культура: опыт философского анализа // Вопросы философии. 2013. № 5 С. 75–83.
2. Мелентьева Ю. П. О чтении (Размышления о теоретических аспектах чтения). М. : Канон, 2014. 184 с.
3. Мершиева А. Д. Формирование навыков профессионального чтения у студентов направления подготовки «Журналистика» // Берковские чтения. Книжная культура в контексте международных контактов : материалы VI междунар. науч. конф. (26–27 мая 2021 г.). Минск : ЦНБ НАН Беларуси ; М. : ФГБУ науки НИЦ "Наука" РАН, 2021. С. 320–325.
4. Серова Т. С. Теоретические основы обучения профессионально ориентированному чтению на иностранном языке в неязыковом вузе : дис. ... д-ра пед. наук. Пермь, 1989. 447 с.
5. Gleason B., von Gillern S. Digital Citizenship with Social Media: Participatory Practices of Teaching and Learning in Secondary Education // Educational Technology & Society, 2018. № 21(1). P. 200–212.

6. Nielsen J. Prioritizing Web Usability Berkeley. Calif. : New Riders, 2006. 366 p.

Г. А. Пескишев

Вятский государственный университет

Россия, г. Киров

**Авторский блог как средство продвижения книги:
лингвостилистический аспект**

Аннотация. В статье рассматриваются стилистические средства языка, способствующие продвижению книги на медийных площадках блогосферы. В результате анализа текстов авторских блогов в Instagram о романе Э. Лимонова «Это я – Эдичка» выделены некоторые языковые особенности блог-дискурса, нацеленные на усиление прагматического эффекта (воздействия на адресата). В отличие от издательской аннотации или книжной рецензии, текст блогера выполняет функцию продвижения книги посредством актуализации ее субъективной оценки и передачи эмоционального отношения к произведению с помощью определенных прагматистических средств.

Ключевые слова: медиакommunikация, продвижение книги, блог-дискурс, прагматистические средства.

G. A. Peskichev

Vyatka State University

Russia, Kirov

Author's blog as a means of book promotion: linguistic and stylistic aspect

Abstract. The article discusses the stylistic means of language that promote the book on the media platforms of the blogosphere. As a result of the analysis of the texts of the author's blogs on Instagram about E. Limonov's novel «This is me – Eddie», some linguistic features of the blog discourse aimed at enhancing the pragmatic effect (impact on the addressee) are highlighted. Unlike a publishing annotation or a book review, the blogger's text performs the function of promoting the book by updating its subjective assessment and conveying an emotional attitude to the work using certain pragmatic means.

Keywords: media communication, book promotion, blog discourse, pragmatic effect.

Основным «продвигающим» книгу текстом является, как известно, издательская рекламная аннотация, реализующая цель убедить адресата в тех или иных качествах презентуемого объекта. В современном медиадискурсе идентичную роль выполняют тексты о книгах в социальных сетях, образующих коммуникативные культуры нового типа. Это, по мнению исследователей, «ав-

тономные, особого качества нормативно ценностные системы, возникающие на цифровых платформах сетевых каналов, обладающие лингвокоммуникативной спецификой («стилевым» своеобразием): символическим инструментарием публичного общения, нормами речевого поведения и способами презентации посланий, форматами общения, речевыми стратегиями и тактиками, принципами самоорганизации и самовоспроизводства» [3, с. 229]. Книжная культура также органично входит в культурную матрицу интернет-коммуникации, обладая своей спецификой, которая выражается в лингвостилистических особенностях, жанрах, формате, нормах, что позволяет считать ее автономной культурой нового типа. Одной из сфер ее существования являются блог-тексты, в которых вниманию неограниченного круга читателей предлагаются различные произведения, а их авторы представляются как творческие личности, заслуживающие интереса.

Пользователей интернет-коммуникации такие тексты убеждают в необходимости прочтения произведения, причем эта прагматическая задача решается не столько прямым обращением с призывом «стать читателем» именно этой книги, сколько более искусными средствами речевого воздействия. *Цель статьи – выявить средства языка, способствующие продвижению книги на медийных площадках блогосферы.* Объектом исследования выступают тексты авторских блогов, посвященные роману Э. Лимонова «Это я – Эдичка», вышедшему в издательстве «Альпина Паблишер» после смерти автора. Книга опубликована в 2021 г., т. е. через 30 лет после выхода в свет первого издания. Можно предположить, что появление нового издания – воплощение бизнес-идеи, направленной на оживление интереса массовой аудитории к Лимонову как популярной и неоднозначной личности. Его называют «носителем яркой провокативной эстетики и идеологии»; «движущим импульсом его творчества» признается конфликт, а в целом считается, что более противоречивой фигуры в русской литературе рубежа XX–XXI вв. нет [5, с. 153].

В воздействующих (персуазивных) текстах цель автора (издателя), как правило, достигается посредством создания стилистического эффекта, которые в рекламе книги выступают сигналами эстетической информации, выполняющими прагматическую функцию «настройки» читателя [1]. Материалом для анализа послужили тексты новых медиа, освещающие ее на платформе Instagram.

Язык блогинга обладает рядом отличительных коммуникативно-прагматических и стилистических свойств. Блоги на площадке Instagram отличаются более подробными и аргументированными отзывами, несмотря на максимально допустимое количество знаков в подписи (2000 символов); многие блогеры продолжают высказывать свои мысли в комментариях. В основном «букстаграмеры» (блогеры Instagram, представляющие книги) ограничиваются несколькими цитатами из книги под фотографией обложки или коротким отзывом о прочитанном. Для пользователей этой соцсети важно, чтобы текст, который размещает блогер о книге, не раскрывал сюжета, поэтому литературный

разбор на этой платформе не используется [2]. При создании вербального сопровождения визуального компонента «языковая личность, пытаюсь облечь свою мысль в определенную форму (словесную, невербальную и т. п.), отбирает... средства языка и организует их так, как того требует, с одной стороны, ее индивидуальность, с другой – нормы и традиции поведения» [4, с. 67]. Следует отметить, что для большинства блогов характерна ярко выраженная личностная окраска средств языка, оказывающая влияние на мотивацию к приобретению книги, о которой пишет блогер.

Проведенный нами лингвостилистический анализ собранного материала (110 текстов) позволяет говорить о следующих главных языковых особенностях блог-текстов о произведении Э. Лимонова.

Чаще всего в текстах используются такие сигналы эстетически значимой информации, как *оценочные эпитеты*, характеризующие отношение автора рецензии к презентуемому предмету. Например, в следующем высказывании с помощью эпитетов блогер подчеркивает такие важные качества, как откровенность и искренность писателя: «Для меня это роман-взросление, полный *оголенной* рефлексии и *кристальной* правдивости» (@chudanechka). Чаще всего оценочные высказывания посвящены личности героя произведения: «монолог *большого маленького человека*» (@bookinessa), «противоречивую и даже *одиозную фигуру*. Крайне левых взглядов, протест – второе имя» (@doma_s_knigoy).

Следующая лингвостилистическая особенность текстов блогеров – выступающие как сигналы эстетической информации *перифразы*, например: «понять и обдумать каждое действие *советского чужака* в штатах» (@aymurzin). Здесь блогер подчеркивает отчужденность героя произведения от окружающих – так, в тексте блогера @my_book_space они называются «*потерянными эмигрантами*». Еще один яркий пример создания прагматического эффекта с целью «продвижения» книги посредством акцентирования особенностей произведения – перифраза «*набоковский язык*» романа Э. Лимонова (@to_read_or), в которой передается крайне субъективное сравнение языка произведения с особенностями речевой манеры «великого стилиста», служащее приемом «возвышения» языковых качеств презентуемого произведения. Возможно, основой для сравнения с языком В. Набокова послужил эротизм, сближающий, по мнению блогера, стиль двух разных по величине писателей. У этого же блогера мы встречаем характеристику «*довлатовский юмор*», перифрастически передающую стилистическое сходство произведения «Это я – Эдичка» со свойственными языку С. Довлатова гротеском, злой иронией, абсурдом.

Иносказательный прием встречается и в тексте блога @book_lover.on: «Роман *очень жесткий, во многом автобиографичный, не прикрытый красивой ширмой. Он о жизни советского эмигранта в Америке*». Под «ширмой» можно понимать отсутствие какого-либо «приукрашивания» непростой эмигрантской судьбы.

Ключевым средством продвижения произведения Э. Лимонова в Instagram можно условно считать использование негативных высказываний-аттрактивов,

способных повысить интерес к чтению любителей книг, вызывающих сильные эмоции, вплоть до шока, например: «слабонервным и впечатлительным противопоказана данная книга!» (@vivienleigh_story); «книга вас шокирует, это однозначно» (@my_book_space); «книга оставила после себя очень противоречивые эмоции... есть в ней что-то дьявольски притягательное» (@oly_books); «кому-то станет плохо... но я читала с удовольствием» (@lysaya_chika).

В блог-текстах о книге Э. Лимонова часто используются импликатуры, то есть семантико-прагматические компоненты высказывания, отсылающие к подразумеваемому смыслу. Один из блогеров пишет: «Так вот... бойся своих желаний. Вернее, так: не бойся экспериментировать, читать книги, оставившие след в истории, но... готовься получить провокацию, скандал» (@doma_s_knigoj). «Бойся своих желаний» – скрытая цитата, или прием аллюзии – создания ассоциативно-смысловой связи с известной фразой из романа М. Булгакова «Мастер и Маргарита» («бойся своих желаний – они имеют свойство сбываться»).

Отдельный интерес представляет такое средство, как прагматически нагруженные индивидуально-авторские неологизмы, которые блогеры создают для характеристики стиля писателя. Например, в оценочной фразе «элементарно, *трушность* и откровенность» (@booksband) неологизм создан на основе «кальки» с английского слова «true» и используется в значении «реальный»; в перифрастичном сочетании «эдакий *постмодернистский рейвчик*» (@eat_after_read) новообразованное существительное является носителем иронической оценки (исходное слово – «rave» (вечеринка)).

Выводы

1. В авторском блоге о книгах «продвигающая» функция является сопутствующей: как и любой «продвигающий» текст, он служит целям привлечь внимание читателя, запомниться адресату, вызвать или помочь сформировать определенное эмоциональное отношение к заложенной в тексте информации и, в идеале, побудить к определенному действию.

2. В сфере книжной культуры главным прагмастилистическим средством, решающим эту задачу, в блог-тексте выступают приемы усиления воздействия и коммуникативно-речевые средства продвижения литературного произведения: импликатуры, эпитеты, индивидуально-авторские перифрастические сочетания и неологизмы.

Таким образом, в текстах авторских блогов о книгах могут совмещаться черты двух дискурсов: культурно-просветительского и продвигающего.

Список литературы

1. Колесникова О. И. Сигналы эстетической информации как факторы персуазивности в книжной рекламе // Вестник Вятского государственного гуманитарного университета: научный журнал. Киров, 2014. № 4. С. 100–108.
2. Савенкова О. А. Букстаграм как новый тип книжных блогов // Язык. Текст. Книга : материалы междунар. науч.-практ. конф. Екатеринбург : УрФУ, 2018. С. 95–97.
3. Семилет Т. А. Социальные сети как культурные матрицы интернет-коммуникации / Т. А. Семилет, В. В. Витвинчук, И. В. Фотиева, Е. В. Лукашевич // Культура и текст. 2019. № 3(38). С. 226–242.
4. Ухова Л. В. Модель описания языковой личности медиаперсоны. Научный результат // Вопросы теоретической и прикладной лингвистики. 2016. № 2(1). С. 65–71.
5. Чередниченко С. А. Заслуженный подросток русской литературы. Эдуард Лимонов // Вопросы литературы. 2015. № 6. С. 153–172.

В. Я. Шабалина

Институт развития образования Республики Татарстан
Россия, Республика Татарстан, г. Казань

Издательская концепция методической литературы для повышения уровня профессиональных компетенций педагогов в современной ситуации

Аннотация. На основе данных социологического опроса, проведенного среди слушателей курсов повышения квалификации педагогов, автор рассматривает основные потребительские качества методической литературы для педагогов, анализирует произошедшие в процессе ее подготовки и издания изменения, связанные с цифровизацией образования, анализирует возможные варианты издательской концепции методической литературы для повышения профессиональных компетенций педагогов в современной ситуации.

Ключевые слова: методическая литература, учебно-методические издания, повышение квалификации педагогов, профессиональные компетенции, концепция издания, издательская концепция.

V. Ya. Shabalina

Institute for the Development of Education of the Republic of Tatarstan
Russia, Republic of Tatarstan, Kazan

Publishing Concept of Methodological Literature to Improve the Level of Professional Competencies of Teachers in the Current Situation

Abstract. Based on the data of a sociological survey conducted among students of advanced training courses for teachers, the author examines the main consumer qualities of methodological literature for teachers, analyzes the changes that have occurred in the process of its preparation and publication, associated with the digitalization of education, analyzes possible options for the publishing concept of methodological literature to improve professional competencies teachers in the modern situation.

Keywords: methodical literature, educational and methodical publications, advanced training of teachers, professional competencies, publication concept, publishing concept.

Современная система образования пережила на своем веку не одно потрясение, связанное с реформами и модернизацией. В настоящее время она испытывает на себе давление требований постиндустриального общества с его максимальной цифровизацией, возросшей социальной мобильностью, информацией как основным фактором производства. Это неизбежно влечет за собой изменения и в системе подготовки, профессиональной переподготовки и повышения квалификации педагогов.

Педагог сегодня вынужден непрерывно находиться в процессе повышения собственной компетентности, чтобы оставаться интересным своим ученикам и соответствовать требованиям времени, быть в тренде.

В конце 2020/2021 учебного года нами проведен опрос слушателей курсов государственного автономного образовательного учреждения дополнительного профессионального образования «Институт развития образования Республики Татарстан» (далее – ГАОУ ДПО ИРО РТ, ИРО РТ, институт) (г. Казань). В нем приняли участие 73 педагога в возрасте от 26 лет, из них 13,7% – в возрасте от 26 до 35 лет, 45,2% – от 36 до 45 лет, 31,5% – от 46 до 55 лет и 9,6% – старше 56 лет. 32,9% респондентов – жители сельской местности, 9,6% проживают в городе-миллионнике. 84,9% опрошенных – женщины.

Результаты опроса свидетельствуют о том, что подавляющее большинство педагогов предпочитает такие формы повышения квалификации, которые обеспечивают «эффект присутствия»: 83,6% из принявших участие в опросе педагогов наиболее приемлемой для себя формой повышения профессионального уровня считают мастер-класс, 64,4% отметили вебинар, 56,2% – курсы повы-

шения квалификации. Однако 45,2% респондентов по-прежнему считают востребованной методическую литературу по преподаваемому предмету, 30,1% – методическую литературу по цифровым инструментам, применяемым на уроке, 8,2% – по традиционным вопросам дидактики. Причем 46,6% опрошенных при подготовке к урокам используют учебно-методическую литературу. Эти данные позволяют сделать вывод о достаточной востребованности традиционной формы самообразования и профессионального развития педагогов – методической литературы.

Объектом исследования является методическая литература, издаваемая для повышения уровня профессиональной компетентности педагогов в соответствии с современными требованиями.

Предметом выступает издательская концепция учебной книги для педагогов, отражающая процесс гипермедиатизации литературы.

Целью работы является анализ издательской концепции методической литературы, определение ее основных характеристик, обусловленных запросами потребителей – слушателей курсов повышения квалификации педагогов Института развития образования Республики Татарстан.

Основная задача – исследовать результаты опроса педагогов, проведенного институтом, и предложить издательскую концепцию методической литературы.

В работе использовались общенаучные **методы** (анализ, синтез, сравнение), метод социологического опроса, а также функциональный, типологический и аналитико-тематический книговедческие методы.

В качестве **ключевых подходов** в исследовании использовались функциональный, конструктивный и методологический подходы.

Сегодня не имеется официально утвержденного термина «методическая литература» и ее типологии.

ГОСТ 7.60–2003 «Издания. Основные виды. Термины и определения» дает лишь виды учебных изданий: учебник, букварь, учебное пособие, учебно-методическое пособие, учебное наглядное пособие, рабочая тетрадь, самоучитель, хрестоматия, практикум, задачник, учебная программа, учебный комплект.

К учебно-методическим изданиям причисляются методические указания, методические руководства, содержащие материалы по методике преподавания учебной дисциплины, изучения курса, выполнения контрольных работ, курсовых и дипломных проектов в вузах, по организации самостоятельной работы студентов [5].

В настоящей работе предлагается использовать обобщенное понятие методической литературы как издания, содержащего пояснения по отдельной теме, разделу или вопросу учебной дисциплины, а также роду деятельности. Методическая литература создается для повышения уровня профессиональных компетенций педагогических работников, что в свою очередь определяет ее **целевую аудиторию**: это педагоги, в том числе учителя-предметники, воспитатели дошкольных образовательных организаций, педагоги дополнительного образования, преподаватели учреждений среднего профессионального образования, классные руководители, кураторы групп, руководители образовательных организаций, методисты и иные специалисты муниципальных органов управления образованием.

Концепция издания предшествует появлению печатного продукта, в ней содержится видение будущего издания, его основные характеристики (форма, содержание, оформление, состав исполнителей, необходимые средства исполнения).

С. Г. Антонова к наиболее значимым признакам издания, необходимым для раскрытия его сущности, относит функциональное назначение, читательский адрес, характер информации и конструкцию [5]. И. А. Жарков считает, что сущность издания отражают его типологические признаки: функциональное назначение, читательский адрес, характер информации и структура [1]. Экономические и организационно-технические факторы отнесены А. М. Лобиным, М. В. Мироновой к внешним ограничителям концепции издания [3, с. 54]. В своей работе в качестве основных элементов издательской концепции методической литературы мы рассматриваем функциональное назначение, читательский адрес (целевую аудиторию), характер информации и форму.

Концепцию методического издания формируют заказчик и исполнитель. В нашем случае в роли заказчика выступают министерство образования и науки Республики Татарстан, педагоги, образовательные организации либо муниципальные органы управления образованием и т. п., определяющие цель, тематику, объем, характер информации, целевую аудиторию (читательский адрес), бюджет издания. Исполнителем является Институт развития образования Республики Татарстан, который определяет авторов/составителей, форму, содержание издания, сроки, обеспечивает редакционно-технические и полиграфические средства исполнения и др.

По форме издания методическую литературу можно разделить на печатную/бумажную, электронную и гибридную (подробнее о гипермедийной методической литературе – см. [6]).

Равное количество опрошенных педагогов (по 3,5%) отдали предпочтение методической литературе только на бумажном носителе либо только ее электронной форме, 9,6% – бумажному носителю с гиперссылками и QR-кодами,

63% считают, что методическая литература должна быть на бумажном и электронном носителях одновременно.

Периодичность создания/выпуска методической литературы зависит от ее цели, функционального назначения и вида.

На сайте ГАОУ ДПО ИРО РТ представлена субстраница «Методические материалы» [4], где материалы сгруппированы по целевому и функциональному назначению.

Раздел «Особенности преподавания отдельных предметов и предметных областей» обновляется ежегодно и содержит материалы по каждой предметной области/учебному предмету, актуальные на предстоящий учебный год.

Методические, информационно-аналитические и другие материалы содержат информацию по актуальным вопросам обучения, воспитания (отдельно – на татарском языке), инклюзивного образования, вопросам управления образованием, деятельности инновационных и экспериментальных площадок и др.

Учитывая, что оказание государственных услуг и выполнение работ для достижения основных целей деятельности института осуществляется в рамках государственного задания, которое формируется и утверждается учредителем – министерством образования и науки Республики Татарстан, выпуск (тематика, периодичность, сроки, объем) основных материалов института регулируется госзаданием. Так, материалы информационного характера (информационные обзоры, каталоги, письма и т. п.) публикуются по мере появления новой информации, чаще всего размещаются в электронной форме на сайте/портале. Описывающие материалы (аннотации и пр.) обусловлены проведением каких-либо дел, событий, мероприятий. Инструктивные материалы (письма, записки, памятки, инструкции, рекомендации и т. п.) носят разъяснительно-предписывающий характер и готовятся, как правило, в преддверии нового учебного года. Выпуск прикладных материалов (сценарии, разработки мероприятий, дидактические пособия, сборники упражнений, задач и т. п.) зависит от запроса/заявок педагогических работников Республики Татарстан и может осуществляться как в рамках госзадания, так и на внебюджетной основе. Медийный проект «Традиции и новации» предусматривает 4 выпуска в год.

Поскольку методическая литература носит обучающий характер, а целевой аудиторией являются педагоги (в подавляющем большинстве имеющие высшее образование), немаловажен вопрос стиля изложения. Так, 74% опрошенных предпочли учебно-научный подстиль, 16,4% – научно-популярный стиль, 9,6% – художественный.

При анализе материалов методического характера, подготовленных педагогами и направленных в ИРО РТ для публикации, отмечались недостатки, связанные с неумением большинства педагогов применять в своих материалах научную терминологию, давать обоснование научной новизны исследований, оформлять источники, библиографические списки и ссылки в соответствии с требованиями ГОСТ и т. п. [2, с. 11] Отсутствие респондентов, выбравших научный стиль изложения, в некоторой степени объясняет указанные недочеты

и говорит о том, что зачастую педагоги не воспринимают педагогическую (и методическую) деятельность как вид деятельности, обремененный научными знаниями, в то время как образование становится все более наукоемким.

При создании методической литературы должна быть учтена и многократно возросшая нагрузка на учителей. Так, сами педагоги (35,6% респондентов) среди наиболее важных качеств современной методической литературы отмечают небольшой объем.

Влияние гипермедиатизации на язык методической литературы привело к тому, что авторы/составители активно применяют технологии сжатия информации: использование гиперссылок, QR-кодов, что позволяет оптимизировать печатное пространство и создать пространство гипермедийное, в котором есть не только текстовая информация, но и инфографическая, и видеоролики, и аудиофайлы, и телесюжеты, и многое другое. Такой прием дает возможность педагогам самим определять, насколько они готовы применить принцип «self-selected» (самоселективности) и расширить информационное поле предлагаемой им методической литературы.

Несмотря на широкие возможности гипер- и мультимедийности, следует отметить, что потребители (педагоги) не готовы отказаться от некоторых элементов традиционного оформления. Так, 24,7% принявших участие в опросе к наиболее важным качествам современной методической литературы отнесли яркие иллюстрации, а по 6,8% отметили наличие твердой обложки и крупный шрифт.

Выводы. Современная ситуация в образовании требует изменений методической книги (как внутренних, на уровне содержания, так и внешних, на уровне формы). Традиционная «бумажная» книга уже не позволяет удовлетворить запросы потребителей в интегрированной коммуникации. Все большее распространение приобретает гибридная форма, и увеличивается разнообразие видов электронной продукции методической направленности.

Следует отметить, что создать единую издательскую концепцию методической литературы для повышения уровня профессиональных компетенций педагогов невозможно в силу разнообразия ее функционального назначения, читательского адреса и характера информации. В то же время имеются ключевые моменты, которые должны быть отражены при создании методической литературы для педагогов: небольшой объем, гипермедийность текста, дублирование в бумажном и электронном виде, качественное оформление и актуальное содержание.

Отметим также, что при создании концепции конкретного методического издания для педагогов необходимо учитывать все рассмотренные в исследовании составляющие.

Результаты, полученные в ходе исследования, актуализируют проблему создания издательской концепции методической литературы для педагогов и должны учитываться при осмыслении ее роли в системе повышения квалификации педагогов, пересмотре принципов создания методической литературы в

свете современных тенденций и запросов потребителей – участников образовательного процесса.

Список литературы

1. Жарков И. А. Технология редакционно-издательского дела : конспект лекций. М. : Изд-во МГУП, 2002. 138 с.
2. Колесникова О. И., Шабалина В. Я. Отражение дигитализации образования в издательской подготовке методической литературы для системы повышения квалификации педагогов // Современное образование: актуальные вопросы и инновации. 2021. № 2. С. 5–15.
3. Лобин А. М., Миронова М. В. Проектирование и анализ концепции книжного издания : учебное пособие. Ульяновск, 2009. 91 с.
4. Методические материалы // ГАОУ ДПО ИРО РТ. URL: <http://www.irort.ru/ru/node/85> (дата обращения: 20.09.2021).
5. Редакторская подготовка изданий : учебник / С. Г. Антонова [и др.]; под общ. ред. С.Г. Антоновой. М. : Изд-во МГУП, 2002. 468 с.
6. Шабалина В. Я. Влияние гипермедиа на методическую литературу для педагогов // Актуальные вопросы филологии и пути их решения в свете глобальных трансформаций : электр. сб. науч. трудов. Избранное / сост. М. Г. Петрова ; под ред. Н. Ф. Михеевой. М. : Центр СНИ и ОТ, 2021. URL: <https://vestnikcs.ru/sbornik-nauchnyh-trudov-izbrannoe/post/shabalina-vera-yakovlevna> (дата обращения: 20.09.2021).

Раздел 3. Педагогические технологии в цифровом информационном пространстве

С. Ю. Вылегжанина

Вятский государственный университет
Россия, г. Киров

Игровая оболочка «Кубик» на занятиях по русскому языку и РКИ

Аннотация. В статье рассматриваются возможности активизации обучения русскому языку посредством применения игровой оболочки «Кубик». Автор описывает типы грамматических, лексических, фонетических, словообразовательных упражнений и рефлексивных заданий, которые могут наполнять форму «Кубик».

Ключевые слова: игра, игровой прием, игровая оболочка, русский язык, русский язык как иностранный.

S. Yu. Vylegzhanina

Vyatka State University
Russia, Kirov

«Dice» as a Game Activities on Russian and Russian as Foreign Language Lessons

Abstract. The article reveals upon possibilities for activities on Russian lessons by using of a «Dice» as a game activity. The author describes types of Grammar, Vocabulary and Pronunciation, Word Building and Reflexion exercises to use the form «Dice».

Keywords: game, game tactic, game activity, Russian, Russian As Foreign Language.

Интерес является одним из самых важных факторов успешности учения, причем не только для детей, но и для взрослых. «Все усилия педагога сформировать у детей какое-либо представление или понятие обречено на неуспех, если учеников не удалось заинтересовать предметом рассуждения» [2]. На уроках русского языка обучающимся приходится обрабатывать большой объём слуховой и зрительной информации, обращаться к языковому материалу, который может не обладать большой степенью новизны и не вызывать рефлексивного интереса, но в то же время требует внимания и сосредоточенности, чтобы сформировать определенные навыки.

Русский язык как иностранный считается достаточно сложным для изучения прежде всего из-за своего флективного строя. Для формирования грамматических навыков приходится выполнять много однообразных упражнений, что требует упорства и трудолюбия обучающихся любого возраста. В итоге многим становится неинтересно, скучно, пропадает мотивация к изучению языка.

Повышению уровня активности обучающихся, стимулированию их познавательной деятельности способствуют игровые приёмы, применение различных видов наглядности, активные и интерактивные методы обучения. Под интерактивным обучением понимают взаимодействие всех участников образовательной деятельности в организованной групповой работе, совместной деятельности. Интерактивные методы и приемы отличаются от активных тем, что педагог обеспечивает условия для взаимодействия обучающихся друг с другом. В этом случае реализуется коммуникативный подход к обучению, необходимый при изучении языка.

У любой игры есть содержание и форма, организующая его. Форма может быть наполнена разным содержанием. К игровым формам относятся, например, кроссворды, домино, «глухой телефон», «снежный ком» [1].

Целью данной статьи является описание возможностей игровой оболочки «Кубик» на занятиях русским языком, в том числе РКИ.

Кубик складывается из плотной бумаги или картона, предварительно заполняются все грани. Заполненный кубик реализует принцип наглядности – один из важнейших общедидактических принципов, применяющихся на всех этапах обучения русскому языку.

Кубик как средство зрительной наглядности и активизации познавательной деятельности обучающихся выполняет следующие функции:

- вызывает интерес за счет новизны и повышает познавательную активность учащихся;
- создает бодрое рабочее настроение;
- вызывает непроизвольное запоминание материала;
- обеспечивает взаимодействие обучающихся при выполнении задания;
- помогает выделить основные (ключевые) моменты в материале.

Обучающимся предлагаются задания и игровые упражнения с кубиком, в ходе которых они взаимодействуют в паре или в группе, используя информацию на кубике, выполняют задания устно или пишут в тетради, слушают ответы и отвечают сами, оценивают ответы в группе.

Учитель может проводить работу фронтально, используя один кубик, в этом случае выпавшее ключевое слово становится общим заданием для всего

класса. Может быть организована работа в малых группах или в парах, в этом случае у каждой группы должен быть свой кубик.

Рассмотрим типы заданий, которые могут быть предложены обучающимся с разными видами кубиков.

1. Грамматический кубик используется для отработки навыков образования форм.

А. 6 граней кубика соответствуют 6 падежам русского языка.

Учитель раздает карточки со списком слов, которые нужно поставить в определенную падежную форму, выделить окончание. Работа может проводиться *фронтально*: учитель или один обучающийся кидает кубик, весь класс в своих индивидуальных карточках со списком слов ставит слова в определенные формы. Например, все слова нужно поставить в форму П. п., другой вариант: первое слово – в В. п., второе слово – в Т. п. Работа может проводиться *в группах*: члены группы по очереди кидают кубик, выполняют задание.

Б. На 6 гранях кубика можно расположить личные местоимения (я, ты, он (она, оно), мы, вы, они) и потренироваться в склонении этих местоимений или в спряжении глаголов. Например, дается список глаголов, которые нужно поставить в форму 2 л., ед. ч. (выпало «Ты» на кубике).

2. Лексический кубик позволяет организовать работу на уроках повторения и систематизации знаний по теме «Лексика».

А. На гранях кубика написаны лексико-тематические группы слов (одежда, обувь, мебель, посуда, блюда, спорт, музыка, искусство, семья и др.), учащиеся выполняют задание по выпавшей группе, например: перечислить минимум 5 существительных, обозначающих предметы мебели, записать 3 глагола, которые будут сочетаться со словами группы «посуда», составить словосочетания (купить посуду, мыть тарелку, разбить стакан, новая вилка и пр.), составить предложение со словами данной группы.

Б. На гранях кубика расположены ключевые слова «синоним», «антоним», «значение», «фразеологизм», «сочетаемость», «стиль» («стилистическая окраска»). Обучающиеся должны подобрать к слову синоним, антоним, определить значение слова, определить сочетаемость (3–5 примеров), привести фразеологизм с данным словом.

3. Морфемный (словообразовательный) кубик

А. На гранях нарисованы части слова: приставка, корень, суффикс, окончание, основа, на шестом поле можно повторить какой-то знак или дать сразу

два знака, например приставку и суффикс. В списке слов обучающиеся выделяют то, что выпало на грани кубика.

Вариант задания: найди в слове морфему и подбери другое слово (несколько слов) с такой же морфемой.

Б. На гранях могут быть перечислены частотные суффиксы или приставки, учащиеся составляют с ними слова («Кто больше?»), причем кубики в группах могут быть разными, чтобы охватить большее количество регулярных морфем. Результаты упражнения могут быть вывешены на доску.

Например, первая группа работает с кубиком с приставками глаголов движения:

ПО-, ОТ-, ПЕРЕ-, ЗА-, ВЫ-, ПРИ-;

вторая группа с суффиксами, указывающими на лицо и профессиональную принадлежность:

-ИСТ, -ЧИК, -ЩИК, -ТЕЛЬ, -АРЬ, -НИК, -ЁР

(таксист, летчик, кладовщик, учитель, пекарь, дворник, дирижёр);

третья – суффиксы, называющие лиц по месту жительства:

-ЯНИН, -АНИН, -ЧАНИН, -ЕЦ, -К, -АНЕЦ, -ИЧ

(афинянин, южанин, кировчанин, испанец, испанка, американец, москвич);

четвертая – суффиксы прилагательных:

-ЧИВ-, -ЛИВ-, -ТЕЛЬН-, -ИСТ-, -ОВ-, -ЕВ-, -АН-, -ИЧЕСК-

(доверчивый, счастливый, удивительный, голосистый, парчовый, полевой, кожаный, героический).

4. Фонетический кубик может быть оформлен следующим образом:

а) указываем на гранях звуки, которые учащиеся должны найти в словах из списка;

б) учащиеся составляют слова, содержащие звуки, которые выпали на гранях кубика (берем 2–3 звука);

в) указываем цифры от 3 до 8, учащиеся составляют слово из определенного количества звуков. Сложность состоит в том, что количество букв и звуков может не совпадать, например: 3 звука – тюль, 5 – ёлка.

5. Рефлексивный кубик. Процесс обучения будет более эффективным, если обучающиеся осознают его ход, свои достижения и ошибки. Кроме того, результатом обучения является не только усвоение определенной совокупности предметных знаний, но и формирование личностных, межпредметных результатов.

Рефлексивный кубик поможет провести этап рефлексии на уроке, развивать регулятивные универсальные учебные действия обучающихся. Можно отрефлексировать отдельно содержательную (что узнал, понял, чему научился и т. д.), процессуальную (как делал, что получилось) или эмоциональную (состояние, эмоции) составляющую занятия, можно объединить всё на гранях одного кубика.

Например, на гранях кубика указываем следующие возможные ключевые слова: узнал, понял, не понял, научился, могу, получилось/не получилось, понравилось, настроение (может быть выражено в баллах, дано в описании), оценка (ставлю себе оценку за урок).

Таким образом, форма «Кубик» на уроках русского языка позволяет, как и все игровые приемы, повысить учебную активность учащихся, вовлечь их во взаимодействие, способствует запоминанию ключевых моментов изучаемого материала.

Список литературы

1. Душина Е. В. Лингвистические игры на уроках русского и иностранного языка в аспекте формирования коммуникативной компетентности учащихся // Филологический класс. 2014. № (38). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/lingvisticheskie-igry-na-urokah-russkogo-i-inostrannogo-yazyka-v-aspekte-formirovaniya-kommunikativnoy-kompetentnosti-uchaschihsya> (дата обращения: 09.09.2021).
2. Ерофеева Т. Н. Дидактические игры на уроках русского языка / Т. Н. Ерофеева, В. П. Новикова. М. : Просвещение, 2010. 285 с.

Е. О. Галицких, Н. П. Терентьева

Вятский государственный университет

Южно-Уральский государственный гуманитарно-педагогический университет

Россия, г. Киров, г. Челябинск

«Явление» текстов «новой природы» в литературном образовании и способы их прочтения

Аннотация. Авторы раскрывают методические средства и возможности включения текстов новой природы в учебный процесс подготовки студентов к профессиональной деятельности в новом информационном пространстве. В статье отражены особенности и инструменты трансформации учебного текста, перечислены типы заданий и приведены конкретные примеры их использования в процессе обучения.

Ключевые слова: инфографика, графические организаторы, визуализация, творчество, читательская деятельность, учебный процесс.

E. O. Galitskikh, N. P. Terentyeva

Vyatka State University

South Ural State Humanitarian Pedagogical University

Russia, Kirov, Tchelyabinsk

The «Phenomenon» of «New Nature» Texts in Literary Education and Ways of Reading Them

Abstract. The authors reveal the methodological means and possibilities of including texts of a new nature in the educational process of preparing students for professional activity in the new information space. The article reflects the features and tools of the transformation of the educational text, lists the types of tasks and provides specific examples of their use in the learning process.

Keywords: infographics, graphic organizers, visualization, creativity, reading activity, educational process.

Новый XXI век и цифровая трансформация методики преподавания всех предметов актуализировали разные виды и формы творческой деятельности студентов педагогических специальностей. На первый план вышла самостоятельная проектная деятельность, в которой осуществляется развитие, общение, творчество. И важно умение визуализировать информацию с помощью инфографики, презентаций, видеороликов, сайтов, новых контактов с партнерами и поиск лидеров и идей. Опыт создания и выполнения творческих заданий в дистанционном формате оказался необходимым и разнообразным. Назовем несколько типов таких заданий, которые студентам нужно научиться конструировать в стенах университета.

Научный интерес к текстам «новой природы» нашел отражение в монографиях, статьях и учебных пособиях, материалах конференций авторов разных профессиональных интересов. Среди педагогов и методистов назовем следующих: В. С. Браташ, Т. Г. Галактионова, Е. И. Казакова, Н. А. Миронова, В. Е. Пугач, И. В. Сосновская, Н. П. Терентьева, М. А. Черняк, Ю. В. Щербинина и др. [6]

Кандидатская диссертация В. С. Браташ посвящена изучению природы визуализации творческих заданий: «Визуальные заметки (скетчноутинг) как инструмент трансформации учебного текста». Она раскрыла смысл скетчноутинга как особого графического выражения авторской мысли с помощью использования сочетания слов, рисунков и рисованной типографики, фигур и элементов оформления. В. С. Браташ сумела методически уверенно доказать дидактическую целесообразность текстов «новой природы», убедить в их гибкости и вариативности за счет реализации возможности строить вербальное высказы-

ние в формате текстов, в структуре которых задействованы коды различных семиотических систем. Идея скетчноутинга основывается на теории двойного кодирования (The dual coding theory – DCT) психолога Аллана Пайвио. Согласно этой теории, познание включает в себя взаимодействие двух различных систем: вербальной системы (язык) и невербальной (образной) системы, специализирующейся на работе с лингвистическими объектами и событиями.

Мы можем опереться на особенности современных инструментов трансформации учебного текста как результатов творческой деятельности будущих педагогов. Среди этих особенностей следующие факторы:

- 1) неоднородная структура текста;
- 2) гибкость и вариативность;
- 3) поддержка творческого осмысления информации;
- 4) возможность групповой работы;
- 5) важность эмоционального отклика;
- 6) высокий уровень подготовки ученика и учителя.

Для создания таких текстов можно использовать различные средства: знаки и символы, визуальные метафоры, шрифты, лица и образы людей, опорные сигналы, рисунки-образы, цвет.

В методике преподавания литературы наиболее популярны и востребованы студентами следующие типы заданий по конструированию текстов новой природы.

1. Учебные презентации с индивидуальным вербальным и визуальным содержанием.
2. Лонгриды по произведениям классики.
3. Видеоролики по биографиям писателей.
4. Афиши экранизаций художественных произведений.
5. Формы мультимедийного текста на уроках литературы.
6. Схема, конспект, кластер.
7. Таблица.
8. Концепт-карта.
9. Интеллект-карта.
10. Визуальные заметки (скетчноутинг).
11. Лестница смыслов.

Приведем для наглядности несколько примеров этого типа: круг летней жизни (рис. 1), который составляется в каждом классе после окончания летних каникул, вполне может конкурировать с традиционной темой сочинения «Как я провел каникулы». В этом круге найдут отражение события, встречи, приключения, путешествия, прочитанные книги, друзья и родные. Круг как символ летних каникул, в которых были события, встречи, впечатления, открытия.



Рис. 1. Круг летней жизни

На примере анализа «Линии жизни» поэта Андрея Белого (рис. 2) мы убеждаемся в том, что судьба человека требует осмысления, самоанализа, слияния глубинного чувства и крепко укоренённой мысли.

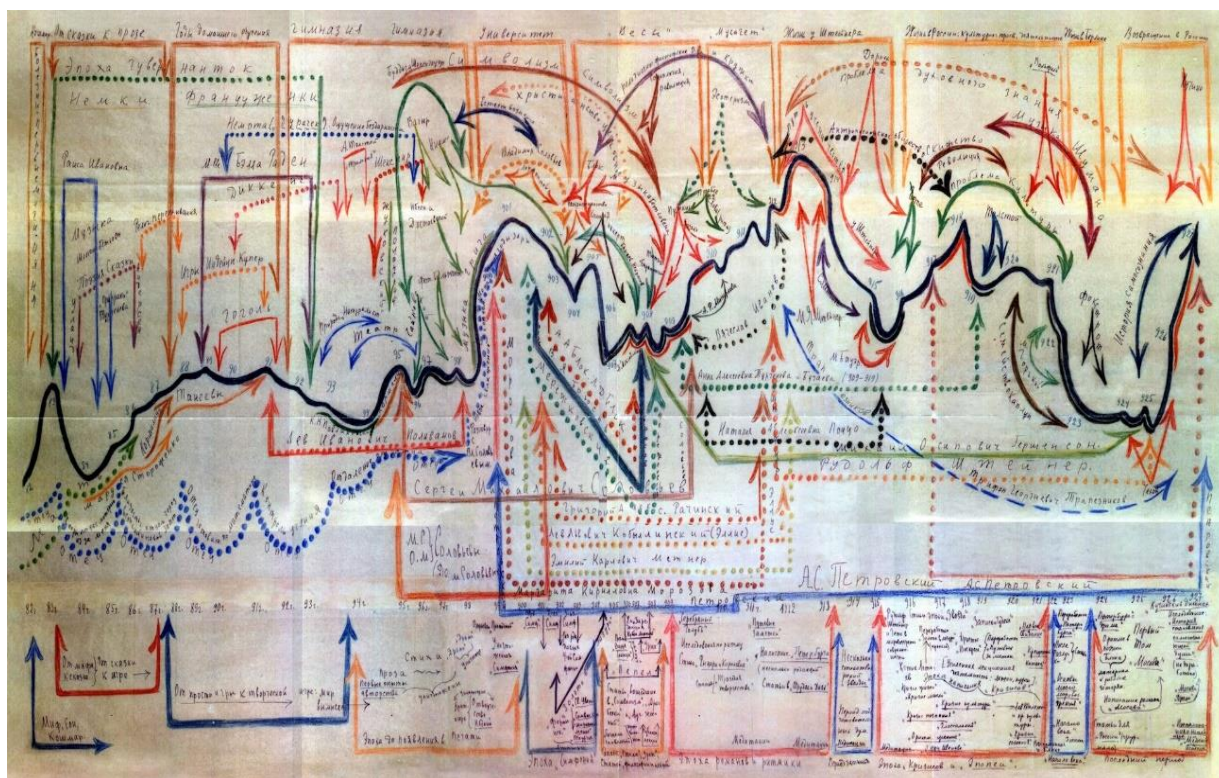


Рис. 2. «Линия жизни» А. Белого

Этот тип задания можно использовать как средство отражения сюжета произведения. Например, как схему кольцевой композиции рассказа В. Распутина «Женский разговор» (рис. 3).



Рис. 3. Схема композиции рассказа В. Распутина «Женский разговор»

Создание текста (задания) по аналогии обладает творческим потенциалом и может вызывать новые ассоциации. Предлагаем выделить из трех текстов три компонента содержания, зафиксировать их с помощью кластера, а затем в трехчастной композиции составить свой афоризм об уроке.

Андрей Платонов «Однажды любившие»: «Три вещи меня поразили в жизни — дальняя дорога в скромном русском поле, ветер и любовь. Дальняя дорога — как влечение жизни, ландшафты встречного мира и странничество, полное живого исторического смысла.

Ветер — как вестник беспокойной вселенной, бьющий в открытое лицо неутомимого путника, ласкающий — как дыхание любимого человека, сопротивляющийся шагу и делающий усталую кровь веселой влагой.

Наконец, любовь — язва нашего сердца, делающая нас умными, сильными, странными и замечательными существами».

Михаил Тарковский «Бабушкин внук»: «Бабушка заложила во мне основы, открыв три двери: в русскую природу, в русскую литературу, в православный храм».

Иммануил Кант: «Три вещи говорят о человеке: его глаза, друзья и его любимые цитаты».

Примеры ответов студентов:

Три признака делают урок современным:

- «технологичность, креативность, оригинальность»;
- «новизна, активность, творчество»;
- «групповая работа, увлекательность, визуальность»;
- «неопределенность, вариативность, открытость»...

Опыт внедрения «текстов новой природы» в учебный процесс в вузе убеждает в том, что их возможности значительно расширяют методический инструментарий будущих педагогов и готовят их к работе в условиях современного информационного пространства [1, 2, 3, 4, 5, 7]. Овладение этим видом текстовой деятельности как в аспекте чтения, так и в методическом проектировании способствует формированию профессионально значимых компетенций.

Список литературы

1. Галицких Е. О. Методика общения с читателями поколения Z в конкурентном медийном пространстве // Пятый международный интеллектуальный форум «Чтение на евразийском перекрестке» : материалы форума / науч. ред., сост. В. Я. Аскарова, Ю. В. Гушул ; Министерство культуры Российской Федерации ; Министерство культуры Челябинской области ; Челябинский государственный институт культуры ; Российская библиотечная ассоциация, Южно-Уральское отделение Русской ассоциации чтения. Челябинск : ЧГИК, 2019. С. 360–364.

2. Галицких Е. О. Профессиональная подготовка педагога-словесника: поиск резервов развития в новую цифровую эпоху // Педагогический имидж. 2019. Т. 13. № 2(43). С. 63–76.

3. Галицких Е. О., Терентьева Н. П. Цифровая модель организации самостоятельного чтения студентов педагогических специальностей // AR-RNARProceedings. 3 (2020). Р. 661– 668.

4. Сосновская И. В. Методические ресурсы феномена визуализации в обучении литературе // Литература в школе. 2021. № 1. С. 94–107.

5. Сосновский И. З. Использование коммуникативного потенциала текстов новой природы в образовательном процессе // Педагогический имидж. 2018. № 2(39). С. 66–78.

6. Тексты новой природы в образовательном пространстве современной школы : сб. материалов VIII междунар. науч.-практ. конф. «Педагогика текста». URL: <https://slovesnik.org/images/docs/pedagogikatexta2/sbornik-pt-2016-1.pdf> (дата обращения: 22.10.2021).

7. Терентьева И. Н. Визуальное, слишком визуальное... (к характеристике иконического поворота в современных медиа и актуальных медиаисследованиях) // Вестник НГТУ им. Р. Е. Алексеева. Управление в социальных системах. Коммуникативные технологии. 2012. № 2. С. 29–35.

Н. А. Пермякова

Московский государственный педагогический университет
Вэйнаньский педагогический университет
Россия, г. Москва; Китай, г. Вэйнань

**Ознакомление китайских студентов
с элементами русского национального культурного кода
в условиях дистанционного обучения
русскому языку как иностранному**

Аннотация. В статье определяется значение лингвокультурологического подхода к изучению русского языка как иностранного, рассматриваются особенности ознакомления иностранных студентов с явлениями русской культуры, ее яркими представителями в условиях дистанционного обучения.

Ключевые слова: лингвокультурологический подход, русская культура, русский национальный культурный код, дистанционное обучение.

N. A. Permyakova

Moscow State Pedagogical University
Weinan Pedagogical University
Russia, Moscow
China, Weinan

**Familiarization of Chinese students with elements
of the Russian national cultural code in the conditions of distance learning
of Russian as a foreign language**

Abstract. The article defines the significance of the linguoculturological approach to the study of Russian as a foreign language, discusses the features of familiarizing foreign students with the phenomena of Russian culture, its prominent representatives in distance learning

Keywords: linguoculturological approach, Russian culture, Russian national cultural code, distance learning.

Преподавание любого иностранного языка неразрывно связано с процессом погружения в национальную культуру страны изучаемого языка, её традиции и обычаи [1, 3]. Очень важно не только знакомить иностранных студентов с явлениями русской культуры, её самыми яркими представителями, объектами культурного наследия, но и последовательно формировать интерес и положительное отношение к ней, приобщать к системе культурных ценностей, отражающих её богатство. Формированию такой мотивации способствует обучение, основанное на лингвокультурологическом подходе, который нацелен на формирование и совершенствование навыков и умений межкультурного общения путем изучения иностранного языка как феномена культуры [1, 2, 4].

Считаем, что реализация этого подхода в процессе изучения русского языка как иностранного должна базироваться на тех явлениях русской культуры, которые определяют национальный культурный код россиянина, приобщают к идеям Русского мира. В этом контексте необходимо помнить об эмоциональной составляющей процесса обучения, которая становится мощным стимулятором как к изучению русского языка, так и к постижению русского характера.

Особенностью сегодняшней ситуации в образовании является повсеместное дистанционное обучение и, в связи с этим – активное использование обучающих платформ. В условиях продолжающейся пандемии возрастает актуальность дистанционного обучения в самых разных его видах и формах.

В Московском педагогическом государственном университете (МПГУ) для дистанционного обучения русскому языку иностранных студентов используется платформа электронного обучения и тестирования Moodle. Кроме того, в работе с китайскими студентами, находящимися на родине, весьма актуально использование мессенджера (WeChat) и программ для онлайн-конференций, установленных на гаджетах каждого студента в Китайской Народной Республике. Эти платформы имеют большой потенциал для успешной реализации лингвокультурологического подхода в процессе обучения русскому языку. Кроме этого современные информационные технологии позволяют сохранить эмоциональный компонент в структуре образовательной деятельности.

Самые начальные сведения о России, ее культурном наследии даются в форме учебных текстов с соответствующими фотоиллюстрациями. Тематика учебных текстов соотносится как с грамматическими темами (например, «Глаголы движения»), так и с календарем знаменательных для России дат (например, «День Победы – это праздник со слезами на глазах»). При этом обязатель-

ным компонентом размещения учебных текстов в нашем курсе является озвучивание преподавателем каждой части текста. В условиях изучения РКИ вне языковой среды этот приём чрезвычайно актуален, так как позволяет студентам читать и слушать текст одновременно, запоминая правильное произношение слов и интонацию. В итоге это существенно улучшает навык беглого правильного чтения.

Тексты «Путешествие в Санкт-Петербург» и «Путешествие по городам «Золотого кольца» размещены на платформе в рамках грамматических тем «Глаголы движения без приставок» и «Глаголы движения с приставками». Первый текст знакомит с самыми знаковыми местами Санкт-Петербурга и его пригородами. Прочитав текст и послушав аудиофайлы к нему, а также посмотрев видео «Белые ночи в Санкт-Петербурге», студенты часто выражают желание побывать в северной столице и увидеть её красоту своими глазами. Этому способствует и обсуждение в рамках онлайн-занятий их ответов на вопрос: Как вы понимаете русскую поговорку «Лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать»?

Текст «Путешествие по городам «Золотого кольца» знакомит с четырьмя древнерусскими городами и их главными достопримечательностями: Ярославлем, Суздалем, Ростовом Великим, Владимиром. Прочитав текст и рассмотрев фото, студенты с удовольствием отвечают на вопросы: «В какой город вы хотите поехать? Почему?» и «Какой культурно-исторический памятник вам понравился? Почему?» Как правило, их ответы мотивированы и весьма подробны.

В соответствии с календарем знаменательных дат студенты читают тексты «М. В. Ломоносов», «Юрий Гагарин – первый космонавт», «Праздник со слезами на глазах», «День славянской письменности и культуры», «Александр Сергеевич Пушкин – солнце русской поэзии».

Эмоциональный отклик всегда вызывает тема, посвященная Дню Победы. Помимо чтения текста об этом празднике студенты посещают виртуальную экскурсию по музею Победы на Поклонной горе, слушают историю создания песни «День Победы» в качестве задания по аудированию. Кроме того, в курсе размещены клипы песен военных лет, а также тексты самых популярных стихов и песен о войне и Победе на русском и китайском языках. Помимо тестовых заданий, направленных на выявление понимания изученной информации, студенты выполняют творческое задание. Оно заключается в том, что из предложенного списка фильмов о войне каждый студент выбирает один и после просмотра записывает аудио, объясняя свой выбор. В большинстве своем это эмоционально окрашенные высказывания, в которых студенты проговаривают своё отношение к войне и Дню Победы, отдают дань уважения советскому сол-

дату, выражают восхищение его подвигом и подвигом обычных людей. Самыми популярными фильмами о Великой Отечественной войне среди китайских студентов являются: «А зори здесь тихие», «Битва за Севастополь», «Т-34».

Не менее эмоциональный отклик вызывает тема «Александр Сергеевич Пушкин – солнце русской поэзии». Студенты уже знают это имя и цитируют по-китайски любимейшее в Поднебесной стихотворение «Если жизнь тебя обманет...». Повествование о жизни А. С. Пушкина (в виде текста с иллюстрациями и звуковыми файлами) и история создания ещё одного популярного в Китае стихотворения «Я Вас любил» (в форме задания по аудированию) вызывает неподдельный интерес у студентов. Эта тема побуждает некоторых студентов учить стихи Пушкина наизусть по-русски и принимать участие в конкурсах на лучшее исполнение стихотворения.

Резюмируя вышесказанное, следует отметить, что изучение русского языка через призму лингвокультурологии формирует знания о русской культуре и русском национальном коде, способствует развитию устойчивого интереса и положительного отношения к явлениям русской культуры, а также пониманию культурных ценностей русского народа.

Список литературы

1. Актуальные проблемы лингвокультурологии / Российская акад. наук ; Ин-т научной информации по общественным наукам ; Центр гуманитарных науч.-информ. исслед. ; [отв. ред. И. Л. Галинская]. М. : ИНИОН РАН, 2011.

2. Алефиренко Н. Ф. Лингвокультурология: ценностно-смысловое пространство языка : учебное пособие. М. : Флинта ; Наука, 2010. 360 с.

3. Верещагин Е. М., Костомаров В. Г. Язык и культура. Лингвострановедение в преподавании русского языка как иностранного. 4-е изд., перераб. и доп. М. : Рус. яз., 1990. 246 с. (Б-ка преподавателя русского языка как иностранного).

4. Тер-Минасова С. Г. Язык и межкультурная коммуникация. М. : Изд-во МГУ, 2004. 624 с.

Н. А. Фирсова
МБОУ СОШ с УИОП № 61
Россия, г. Киров

Игра на уроках русского языка как способ развивающего контроля

Аннотация. Статья посвящена исследованию особенностей игровой формы деятельности как одного из способов развивающего контроля на уроках русского языка. В ходе исследования были выведены правила, оптимизирующие процесс обучения и способствующие наиболее удачной интеграции игры в него. Кроме того, статья содержит перечисление вариантов игровых технологий, готовых к использованию на уроках.

Ключевые слова: урок, игра, учебный процесс, методология.

N. A. Firsova
General Education School with Advanced Teaching of Various Subjects № 61
Russia, Kirov

Game-Form Activities at Russian Language Lessons as One of The Control Methods

Abstract. The article is devoted to the study of game-form activities as one of the control methods at Russian language lessons. In the course of the research we determined certain rules that help optimize the learning process as well as integrate game elements into it. In addition, the article contains a list of certain game techniques, ready to incorporate into the lessons.

Keywords: lesson, game, learning process, methodology.

Вся учебная деятельность на уроке в соответствии с ФГОС должна строиться на основе деятельностного подхода, то есть ученик должен стать активным участником образовательного процесса на уроках всех типов, в том числе на уроках развивающего контроля. В чем особенность таких уроков? Проводятся они обычно в завершение крупных разделов курса и предполагают проведение контроля в том или ином виде, но в отличие от уроков рефлексии объем заданий может превышать в 2–3 раза обычные самостоятельные работы и акцент делается прежде всего на согласование критериев оценивания результатов учебной деятельности, их применение и фиксирование полученного результата в форме отметки. Стандартная схема проведения уроков развивающего контроля выглядит следующим образом. Их проводят в 2 этапа: написание учащи-

мися контрольной работы и ее критериальное оценивание; рефлексивный анализ работы и коррекция допущенных в ней ошибок [2, с. 37].

Чаще всего такие работы проводятся на двух уроках. Второе занятие отделено временем от первого, необходимым для того, чтобы учитель проверил работу и оценил ее.

В зависимости от того, кто проверяет работу, у кого находятся заранее согласованные критерии, такие уроки различают по формам работы. Выделяют следующие формы организации уроков развивающего контроля: самоконтроль, взаимоконтроль, педагогический контроль [2, с. 46].

В первом случае эталонные варианты ответов предоставлены ученику, которому предстоит сравнить свой, эталонный вариант, с теми ответами, которые получились у него в процессе выполнения заданий, и выставить оценки за сделанную работу согласно установленным критериям.

Во втором случае держателем эталона является другой ученик, но при этом происходит проверка справедливости выставления оценки учащимся и рефлексивный анализ допущенных ошибок.

В третьем случае держателем эталона является только педагог, а способность к самооценке формируется через согласование с учителем результатов на основе ранее установленных критериев и рефлексивный анализ допущенных ошибок.

Как можно провести урок развивающего контроля, используя игру? Такие уроки относятся чаще ко второй форме организации развивающего контроля и позволяют не только сформировать способность к самооценке, рефлексивному анализу, но и развить интерес к предмету.

Святой Августин говорил: «Для изучения языка гораздо важнее свободная любознательность, чем грозная необходимость» [3, с. 372], показывая тем самым, что человек, который интересуется изучением языка, достигнет всегда большего, чем тот, кто занимается изучением только по принуждению. В развитии этой «свободной любознательности», т. е. интереса к изучаемому предмету, большую роль играет то, с каким настроением на урок идет ребенок, интересно ли ему, есть ли у него контакт с учителем. Игра на уроке русского языка – важный элемент и в создании хорошего микроклимата на уроке, и в закреплении новых знаний, умений и навыков ребенка, и в развитии интереса к предмету в целом. Причем игра, наряду с трудом и учением, является одним из основных элементов деятельности человека практически в любом возрасте, тем более школьника. Использование игровых элементов на уроке позволяет не только помочь ребенку в усвоении нового материала, но и приближает урок к жизни. Более того, игра помогает создать между учеником и учителем особенные доверительные отношения, которые являются залогом того, что ребенок сделает всё возможное, чтобы справиться с поставленной перед ним задачей,

она развивает инициативу и активность учащегося на уроке. Игра помогает самый сложный материал представить в более привлекательной форме для учеников, что помогает усвоению материала.

При планировании игр необходимо соблюдать некоторые правила, которые помогают сделать ее более интересной и привлекательной для учащегося и оптимизировать процесс проведения:

Игра не должна быть предсказуемой. В процессе проведения всегда должно быть место импровизации, шутке, веселым комментариям ответов.

Необходимо помнить, что игра будет интересной для ученика не тогда, когда мы предлагаем им поиграть, а тогда, когда на уроке создана особая доброжелательная обстановка, часто она может быть предложена детям неожиданно, в качестве отдыха на уроке. Например: «Сегодня мы с вами говорили об образовании причастия. Давайте составим его свидетельство о рождении!»

Учеников необходимо хвалить за правильные ответы и даже за удачные попытки приблизиться к правильным ответам, чтобы придать им уверенности в себе.

Всегда надо избегать отрицательных оценок, таких как «Плохо! Неправильно!», лучше попытаться подтолкнуть ребят в правильное русло. Именно подтолкнуть, а не подсказать правильный ответ («Давайте разберемся, что вы имели в виду»).

Ни при каких условиях не должно быть резких отрицательных суждений, замечаний со стороны учителя. Для привлечения внимания необходимо использовать определенные формулы, возможно, клише, например, записанный заранее определенный звук, привлекающий внимание играющих, или доброжелательные фразы, например: «Внимание! Внимание! Мне нужна ваша помощь!»

Всегда необходимо быть уверенным в себе.

Задачи, которые мы ставим во время игры, не должны быть слишком простыми, в этом случае интерес к игре скоро пропадет, так как дети будут чувствовать себя выше игры. Но в то же время задания должны быть посильны для выполнения, иначе суть задания будет непонятна для ребенка, и интерес к его выполнению может быть потерян.

Игровые моменты на уроках необходимо готовить очень тщательно, начиная от составления заданий, заканчивая созданием команд и условий игры.

Обратимся к готовым вариантам использования игровых технологий на уроках. Ролевые и деловые игры («В редакции газеты (радио, телевидения)», «В школьной канцелярии»), помогающие отрабатывать алгоритм речеведческого анализа предложенного текста, усваивать нормы культуры речи; в случае проведения такой игры учащиеся предстают в роли секретарей школьной канцелярии, которым предстоит исправить предоставленные им образцы заявлений, не только удалив «лишние» слова, но и объяснив причины замены слов. Иногда ребята делятся на пары и сначала сами составляют заявления со стилистическими ошибками, а потом находят их в работах своего товарища.

Игровая организация учебного процесса с использованием лингвистических соревновательных заданий (*урок-конкурс* типа «Ударим по ударениям», когда к доске вызываются два ученика, которым предлагается прочитать слова, правильно поставив ударения, а ученик, исполняющий роль рефери, подсчитывает количество правильных ответов; *урок-игра* «Кто хочет стать грамотеем?», участвуя в которой один ученик выходит к доске и, сев за стол спиной к классу, отвечает на вопросы, а при затруднении может воспользоваться подсказками-кнопками в углу слайда, действующими аналогично телевизионной игре «Кто хочет стать миллионером», в каждой номинации которой есть кнопки с разноуровневыми заданиями от 5 до 20 баллов, и др.) повышает интерес учащихся к изучению самых сложных вопросов грамматики [1].

Игровые эпизоды в учебном процессе с использованием заданий, которые обычно предлагаются на традиционном уроке (*«лингвистические дуэли»* – «кто быстрее» найдёт орфограмму, произведёт один из видов разбора, поставит правильное ударение в слове и т. д.), пробуждают у ребят желание отвечать, показывать свои знания и умения в соревновании с другом-одноклассником.

Различные виды внеклассной работы – игры по русскому языку (*лингвистические устные журналы, олимпиады* и т. п.), которые могут проводиться между учащимися разных классов одной параллели, развивают их метапредметные умения, способствуют творческой самореализации.

Включение игр на уроках подготовки к ОГЭ и ЕГЭ по русскому языку помогает разнообразить и облегчить эти занятия, потому что игры содержат языковой материал экзаменов прошлых лет, а также различных пособий по подготовке к ОГЭ и ЕГЭ. Так, большинство заданий в игре «Кто хочет стать миллионером» взяты из тестов ЕГЭ по русскому языку.

Таким образом, включение игры на уроке является полезным, так как она тренирует память, развивает творческие способности учащегося и формирует стабильный интерес к изучению предмета, помогает учащимся оценивать свои знания и способности. Безусловно, такие игровые моменты на уроке требуют большой подготовки, но открывает огромные возможности для личной активности учащихся.

Список литературы

1. Маканина С. И. Игровые технологии на уроках русского языка. «Что наш урок? – Игра!» // Первое сентября. 2020. URL: <https://urok.1sept.ru/articles/678659> (дата обращения: 24.09.2021).
2. Русских Н. Б. Чернышева О. Л., Юшина Е. И. Модуль «Урок в условиях реализации ФГОС». Киров : МКОУ ДПО «ЦПКРО МСО», 2016. 83 с.
3. Столяров А. А. Аврелий Августин. Жизнь. Учение и его судьбы // Августин А. Исповедь / пер. с лат. М. Сергеев. М. : Ренессанс, 1991. 488 с.

Чан Ю, Тун Хуэй
Шаньси Датунский университет
Китай, г. Датун

**Исследование реформы онлайн-
и офлайн-смешанного обучения по предмету
«Элементарный курс русского языка»
на примере обучения русскому языку
в Шаньси Датунском университете**

Аннотация. Статья основана на теории «структуры сообщества для исследования» и анализирует суть смешанного онлайн- и офлайн-обучения по предмету «Элементарный курс русского языка» в том, которое заключается в создании органично интегрированной экосистемы онлайн- и офлайн-обучения, проведении эффективного педагогического дизайна и использовании сетевых информационных технологий для создания мультимодальной учебной среды, которая преодолевает ограничения времени и пространства, и исследовательского сообщества между преподавателем и студентом, чтобы добиться наилучшего обучающего русскому языку эффекта.

Ключевые слова: структуры сообщества для исследования, смешанное онлайн- и офлайн-обучение, элементарный курс русского языка, педагогический дизайн.

**Chang Yu
Tong Hui**
Shanxi Datong University
China, Datong

**Study of the reform of online and offline mixed education
in the subject «Elementary course of the Russian language» on the example
of Russian language teaching at Shanxi Datong University**

Abstract. This thesis is based on the theory of «Community of Inquiry Framework» and analyzes the essence of mixed online and offline learning on the subject of «Elementary Russian Language Course», which consists in creating an organically integrated ecosystem of online and offline learning, conducting effective pedagogical design instructional design and using network information technologies to create a multimodal learning environment that overcomes the limitations of time and space, and a research community between a teacher and a student in order to achieve the best teaching effect in Russian.

Keywords: Community of Inquiry Framework, mixed online and offline learning, Elementary Russian Language Course, instructional design.

1. Предпосылки реформы смешанного онлайн- и офлайн-обучения.

В «Плане действий по информатизации образования 2.0», обнародованном Министерством образования Китайской Народной Республики, подчеркивается, что информатизация образования является основной задачей и отличительной чертой модернизации образования. Необходимо в полной мере использовать технологические преимущества, изменить традиционную модель, а также способствовать углубленной интеграции новых технологий, образования и обучения, реализовать нормализованные приложения для достижения всесторонних инноваций. Реформа смешанного онлайн- и офлайн-обучения является ответом на необходимость глубокой интеграции информационных технологий и обучения русскому языку. Комбинированное воздействие внутренних и внешних факторов продолжает продвигать реформу преподавания русского языка.

Внешние факторы. Китай вступил в информационную эпоху. Интернет-технологии применялись в различных областях и оказали глубокое влияние на жизнь людей. Модель «Интернет+» становится новой тенденцией, которая способствует постоянному развитию во всех сферах в жизни, включая сферу высшего образования. В связи с эпидемией коронавируса китайские колледжи и университеты, как правило, переходят на модели онлайн-обучения, начиная с весны 2020 г. Как преподаватели, так и студенты в целом привыкают и постепенно приспосабливаются к использованию таких новых методов обучения, как МООС. Это обеспечивает хорошую основу для реализации смешанного онлайн- и офлайн-обучения.

Внутренние факторы. Устаревшая модель обучения, основанная на аудиторных лекциях, больше не может соответствовать текущим целям обучения. Преподавателям необходимо изменить свои роли не только как распространителей знаний, но и как проводников, вдохновляющих студентов на поиски знаний. Чтобы по-настоящему реализовать концепцию обучения, ориентированного на учащихся, необходимо их направлять к активному участию в обучении в классе, а также тренировать их способности, ориентированные на будущее, и грамотность (включая способность решать проблемы и способность к самостоятельному обучению).

2. Теоретические аспекты смешанного онлайн- и офлайн-обучения.

Структура сообщества для исследования

Структура сообщества для исследования (Community of Inquiry Framework), предложенная Garrison, представляет собой педагогическое теоретическое руководство для смешанного обучения иностранным языкам. Он первым использовал эту теорию для объяснения специфических законов онлайн-обучения и предположил, что эффективное конструирование знаний должно

иметь три системных элемента: обучающее «присутствие» (teaching presence), социальное «присутствие» (social presence) и познавательное «присутствие» (cognitive presence) [4]. Предпосылка эффективного обучения состоит в том, что три типа «присутствия» позволяют достигать более высокого качества:

1. Обучающее «присутствие» – это процесс разработки, продвижения и руководства учащимися в конструировании смысла и достижении образовательных целей и ценностей [3]. Оно включает в себя три аспекта: педагогический дизайн, продвижение диалога и прямое обучение. Суть состоит в том, чтобы помочь учащимся улучшить свои личные размышления и способности к обучению в общении и конструировании смысла.

2. Социальное «присутствие» направлено на создание позитивной учебной среды, которая способствует исследованию, заданию вопросов и обмену мнениями [5], включая три элемента: эмоциональное выражение, открытое общение и командную гармонию.

3. Познавательное «присутствие» относится к степени, в которой учащиеся конструируют смысл посредством непрерывного размышления и диалога, включая четыре стадии: импульс, запрос, интеграцию и разрешение, непосредственно связанные с эффектом обучения [2].

Структура сообщества для исследования, основанная на системе трех «присутствий» для реализации эффективного обучения, имеет сильную объяснительную силу для смешанного онлайн- и офлайн-обучения. Суть смешанного обучения иностранным языкам заключается в создании органично интегрированной экосистемы онлайн- и офлайн-обучения, проведении эффективного педагогического дизайна и использовании сетевых информационных технологий для создания мультимодальной учебной среды, которая преодолевает ограничения времени и пространства, и исследовательского сообщества между преподавателем и студентом, чтобы добиться наилучшего обучающего эффекта [1].

3. Смешанное онлайн- и офлайн-обучение по предмету «Элементарный курс русского языка»

Согласно теории «Структура сообщества для исследования» основным звеном смешанного обучения является педагогический дизайн, то есть то, как в полной мере использовать онлайн-платформу и офлайн-класс для разработки дифференцированных и индивидуализированных учебных проектов в процессе обучения. В рамках «Элементарного курса русского языка» в Шаньси Датунском университете в полной мере используется обучающая платформа в Интернете, используется смешанный режим онлайн- и офлайн-обучения, а также проводится научный и разумный дизайн обучения.

Смешанный режим обучения состоит из трех частей: перед уроком онлайн-

обучения, во время урока офлайн-обучения и после урока домашние задания. Платформа интернет-обучения, используемая в университете, называется Xuexitong; на компьютере и по мобильному телефону можно использовать различные функции этой программы.

Обычно преподаватель готовит учебные материалы и загружает их на онлайн-платформу, включая записанное видео в течение 15 минут, презентацию и т. д. В видео преподаватель объясняет грамматику, важные слова и фразы, которые содержатся в учебнике. Перед проведением офлайн-курсов преподаватель просит студентов их выполнить. Процесс обучения учащихся является частью их обычных оценок, и учебная платформа автоматически их записывает.

Офлайн-обучение – это обучение в классе. Студенты выполнили задания онлайн-обучения, поставленные перед уроком, поэтому преподаватель в основном объясняет содержание в учебнике, просит студентов прочитать диалоги или тексты и выполнить русско-китайский перевод, поправляет и оценивает работу. Кроме того, перед уроком преподаватели загружают некоторые задачи, связанные с учебным контентом, на платформу и отправляют их учащимся по компьютеру или мобильному телефону во время урока. Цель этого состоит в том, чтобы учащиеся могли мгновенно овладеть знаниями.

Домашние задания также выполняются на платформе онлайн-обучения: преподаватель даёт задание и подробно описывает требования к нему, а учащиеся загружают ответы после выполнения. Преподаватели предлагают различные типы домашних заданий, например: диктант, составление диалогов, презентацию, чтение русских стихов и т. д. Домашнему заданию уделяется много внимания, так как оно дает студентам возможность проявить свои способности, применить полученные знания. Задание может выполняться не только студентом лично, но и группой. Преподаватели своевременно оценивают задания, загруженные на платформу, и дают отзыв. Работа, сделанная группой, иногда требует взаимной оценки студентов.

Итоговый балл за каждый семестр по предмету «Элементарный курс русского языка» складывается из двух частей: обычный балл (40%) и балл за письменный тест (60%). Обычные оценки включают такие комплексные оценки, как оценки за задачи онлайн-обучения, за контрольную работу в классе и за выполнение домашних заданий. Коэффициенты распределения этих оценок могут быть установлены на платформе онлайн-обучения (см. таблицу).

Классификация оценки	Обычная оценка		Семестровый экзамен	Итоговый балл
Методика оценки	Онлайн- обучение	Домашние задания	Письменный тест	
Процент оценки	20%	20%	60%	100%

4. Значение и проблемы реформы смешанного онлайн- и офлайн-обучения

Смешанное онлайн- и офлайн-обучение преодолевает границы времени и пространства обучения и устанавливает более тесные и благоприятные отношения между преподавателем и студентом, студентом и контентом, а также студентом и студентом. Роль преподавателя кардинально изменилась: из простого передатчика знаний он превратился в наставника для студентов. Воспитатель управляет студентами, как дирижер, координирует процесс обучения. Студенты из пассивных получателей знаний переходят в активных участников педагогической деятельности. Выполняя различные задачи, поставленные преподавателями, студенты развивают свои способности к самостоятельному обучению, интеграции знаний и исследовательское мышление. Это всё значительно повышает их интерес к изучению русского языка.

Вследствие разнообразных методов оценивания студенты получают комплексную оценку. Это помогает им постоянно распознавать свои сильные стороны и замечать свои недостатки и затем своевременно вносить исправления. И тем самым повышается эффективность обучения студентов.

5. Заключение

Теоретической основой смешанного онлайн- и офлайн-обучения по предмету «Элементарный курс русского языка» является теория «Структура сообщества по расследованию». Быстрое развитие интернет-технологий обеспечивает технические средства для реформы обучения. Эффективный дизайн онлайн- и офлайн-обучения, мультимодальная среда обучения, которая преодолевает ограничения времени и пространства, а также формирование исследовательского сообщества преподавателя и студента оптимизируют эффект от глубокого изучения русского языка и реализуют инновации режима обучения.

Список литературы

1. Ху Цзехуэй. Теоретическая коннотация и исследовательская парадигма смешанного обучения иностранным языкам // Мир иностранных языков. 2021. № 4. С. 3–10.
2. Akyol Z., Garrison D. R. Understanding cognitive presence in an online and

blending community of inquiry: Assessing outcomes and processes for deep approaches to learning // *British Journal of Educational Technology*. 2011. Vol. 42(2). P. 233–250.

3. Anderson T., Rourke L., Garrison D. R., Archer W. Assessing Teaching presence in a Computer Conference Environment // *Journal of asynchronous learning networks*. 2001. Vol. 5(2). P. 1–17.

4. Garrison D. R., Anderson T., Archer W. Critical inquiry in a text-based environment: Computer conferencing in higher education // *The Internet and Higher Education*. 1999. Vol. 2(2–3). P. 87–105.

5. Garrison D. R. *E-Learning in the 21st Century: A Framework for Research and Practice* (3rd Ed.). New York : Routledge, 2017

Дискуссионная площадка «Восприятие смысла и понимание электронного текста»

22 октября 2021 г.

Вятский государственный университет

Ведущий дискуссии:

Людмила Александровна Мосунова, доктор психологических наук, профессор, Вятский государственный университет

Участники дискуссии:

Елена Васильевна Динер, доктор педагогических наук, Вятский государственный университет

Сергей Николаевич Лютов, доктор исторических наук, профессор, профессор кафедры журналистики Новосибирского государственного педагогического университета, главный научный сотрудник ГПНТБ СО РАН

Татьяна Анатольевна Микрюкова, учитель русского языка и литературы, Лингвистическая гимназия, г. Киров

Л. М.: Мы обращаемся к остроактуальной теме, в которой действительно есть много нерешенных вопросов и проблем, и главные из них следующие.

1. Каковы предпочтения читателей при выборе носителя электронного или бумажного, что они выбирают – экран или бумагу? Исследования этой проблемы уже проводятся, и некоторые выводы уже сделаны.

2. Дискуссионным является и вопрос, какая модель чтения эффективнее с точки зрения усвоения содержания текста, какие именно характеристики текста влияют на его усвоение, как лучше читать студенту – с бумажного носителя или с электронного?

3. Влияет чтение с экрана на понимание прочитанного?

4. Обсуждается в науке и до сих пор не решен вопрос, как цифровое чтение отражается на практике образования и отражается ли?

5. Как учить воспринимать и понимать текст в электронном формате, надо ли учить этому или это произойдет само собой?

Начать я хочу с некоторых отправных тезисов.

Омар Брэдли сказал: «Мы продолжаем создавать свои технологии без мудрости или благоразумия. Наш слуга может оказаться нашим же палачом». Из этого высказывания исходит масса противоречий, важных для сегодняшней дискуссии.

Ученые отмечают значительное повышение среднего уровня умственного развития жителей Земли, измеряемого через коэффициент интеллекта, но вместе с тем новое поколение не только меньше читает, но и хуже понимает текст.

С одной стороны, люди сейчас лучше используют абстрактные понятия, умеют выдвигать абстрактные гипотезы, но, с другой стороны, отказываются от чтения как способа освоения общечеловеческих смыслов и ценностей. Интернет даёт возможность быстрого освоения новых способов получения и использования информации, вместе с тем у современных читателей развивается отношение к чтению как к одной из форм потребления.

Мы получили известные преимущества цифрового чтения: легко можем найти и открыть любой документ, проанализировать его. Но в то же время возрастает риск атрофии природных функций сознания.

Предлагаю обсудить эти неоднозначные вопросы.

Е.Д.: Со многими положениями Людмилы Александровны я согласна. Но у меня есть некоторые замечания, своя позиция по ним.

Во-первых, о клиповом мышлении. Сейчас психологи, педагоги и исследователи других отраслей научного знания пишут, что клиповое мышление было всегда: если взять какую-либо книгу, то в ней есть ссылки, комментарии, указатели, приложения, и это тоже формирует «клиповое мышление», поскольку при чтении мы переходим к разным элементам структуры, инфраструктуры издания, возвращаемся к предыдущим.

Сейчас то же самое существует в Интернете, просто это конкретное, а не отсроченное действие: мы работаем с текстом, кликаем по ссылке, и гиперссылка переводит читателя на другой документ. «Клиповость» мышления – это не новость, но Интернет сделал этот переход возможным технически, а раньше он осуществлялся только в сознании читателя.

Во-вторых, об электронном тексте. Психологи, в частности В. М. Беспалов, давно изучающий психологию восприятия электронного текста, замечают, что если текст правильно составлен, если он приспособлен к потребностям пользователя, то он хорошо развивает интеллект и мышление. Например, в процессе восприятия мультимедийного текста работают органы слуха, зрения, иногда даже обоняния. Причём зрительное восприятие предполагает декодирование не только графемных, символьных знаков, но и видеообразов. Дополнительно при восприятии электронного гипертекста осваивается навигация, что явно способствует развитию как логического, так и образного мышления. Я это замечаяю на примерах из собственной жизни: ребенок рядом со мной быстро и осознанно может найти информацию в Интернете, пока я осмысливаю, как это сделать. Поэтому вряд ли можно говорить о том, что подростки, с детства освоившие

интернет-технологии, тяжело развиваются интеллектуально. С другой стороны, они иногда перестают читать книги, и электронные, и печатные, поскольку привыкают к визуальному образу.

Вопрос в том, можем ли мы только на одном компьютерном тексте воспитать глубоко нравственного человека. Речь, конечно, идет о постижении духовно-ценностных основ, тесно связанных с культурным кодом человека. Электронный художественный текст, как сказала уже Людмила Александровна, по-другому читается, он не располагает к диалогу с автором, мы его читаем что называется «на бегу», «снимая» информацию, но при этом может ускользать главное, что часто заключено между строк. Поэтому, злоупотребляя электронным форматом, мы можем получить, к примеру, талантливого молодого ученого с неразвитой духовной сферой.

С. Л.: Я немного добавлю провокации! В каждой шутке есть доля шутки, на самом деле тема очень серьезная. Кратко изложу свою позицию по тем вопросам, которые прозвучали.

О предпочтении носителя. Здесь я ставлю однозначный плюс электронной книге, несмотря на то, что я книговед по профессии, книжник по хобби, человек старой закваски, воспитанный на книгах. Но нынешняя ситуация однозначно указывает на то, что у любого человека появился выбор: если наше поколение в молодости не имело такого выбора – книга была дефицитом, достать новую книгу было радостью, то сейчас выбор огромен, и это радует. И уже предпочтения зависят от умения человека выбирать. Я часто дискутирую с молодым поколением о книге и чтении, и, когда я говорю о том, что глаза устают от компьютера, мне отвечают: купите новый. И действительно, глаза одинаково устают и от бумажного печатного листа, и от хорошего экрана, в отличие от старых моделей мониторов. Вспомните, как в 90-е годы печатали на чем угодно, на оберточной бумаге – та же самая усталость, но от бумажной книги. Это очень хорошо, что технологии дали возможность выбора, не надо бросать камень в технологии, что они нас загубят. Нужно учить выбирать и научиться самим выбирать.

В начале 2000-х строились прогнозы о замене печатных книг электронными, в ту пору руководитель Информрегистра Елена Игоревна Козлова говорила, что, возможно, электронные книги заменят бумажные тогда, когда они войдут в нашу жизнь как мобильная телефония. Сейчас это произошло, смартфон стал наиболее удобен для потребления информации, и все же книгу он теснит, но не вытеснит. Выбор – это ключевое слово.

О модели чтения. Я проводил совместное исследование с социологами о проблематике чтения, и важным в этом исследовании стало понятие вариатив-

ности. Новые технологии дали варианты чтению, чтение стало вариативным. Встает вопрос о выборе его модели. Для меня вариативность чтения связана с моделью «читать» и моделью «работать». Я читаю бумажный текст, а работаю с текстом на экране – это и привычка, и удобство.

Вопрос именно в выборе.

С пониманием прочитанного сложнее. Есть разные позиции, с чем-то я согласен. Проблемой понимания прочитанного в большей степени озабочены гуманитарии. Если математики, технари, айтишники читают тексты по своей проблематике, которые им интересны, они их понимают с экрана даже лучше и удивятся проблеме гуманитариев.

У меня закралась мысль, а не являются ли «предварительные выводы» о понимании текста с листа и с экрана преувеличением? Причем аргументы у меня такие. Людмила Александровна, давайте вернемся в те времена, когда мы писали в школе сочинения о прочитанном, и учитель ломал голову: почему мы, читая одно и то же, понимаем все по-разному. Мы прошли эту разницу в понимании, а сейчас начинаем перекладывать эту проблему на экран: что бумажную книгу мы понимаем лучше, а экранные тексты – хуже. Это ведь зависит от сложности произведения.

Л. М.: Я хочу сразу возразить. Речь идет о смысловом понимании, оно действительно очень разное. А здесь вопрос о том, что восприятие и понимание текста взаимосвязаны, а вот восприятие с экрана проходит по F-образному шаблону, здесь совершенно другая модель чтения. Бумажный текст читается линейно, а электронный текст читается как выбор ключевых слов, он нелинеен, и мы не видим целого текста.

С. Л.: Как мы видим в бумажном тексте целый текст? Сейчас я высказываюсь по этой проблеме сдержаннее.

Я спрашиваю себя: а не торопимся ли мы?

Я к этому пониманию пришел после книг Роже Шартье о том, что мы переживаем эпоху трех «мутаций чтения». Мутация – это изменение на генном уровне. Таких изменений мы не дождались, а делаем выводы. Второй специалист, который меня сдерживает, – Татьяна Черниговская. Она пытается приблизиться к этим мутациям и осмыслить их, причем у нее некоторые оценки более жесткие, но это ее стиль высказываний. У нее более глубинное понимание. Поэтому я не так поспешен в выводах.

Преувеличивают и издатели детских и подростковых книг, помещая на обложку образ человека со смартфоном, навязывая эту модель чтения, – по их мнению, именно это интересно читателю.

Мы находимся на том этапе, когда маятник качается то в одну, то в другую сторону по ридерам и по бумажным книгам. Ох, у нас кризис чтения! Да, не было кризиса, мы стали читать больше в XXI веке – мы читаем рекламу, смартфон, компьютер, а меряем старыми мерками чтения по книгам. Нельзя перегибать, нужно искать золотую середину. А когда найдется золотая середина? Я отвечу словами Ивана Васильевича Лёвочкина, он занимался древней книгой, и он описывает, как любили рукописную книгу и как настороженно воспринимали холодную, вышедшую из-под типографского станка книгу печатную. Эта та же самая ситуация, которую мы наблюдаем сейчас. Но переход от рукописной книги к печатной занял почти два века, 200 лет, а мы сейчас пытаемся решить эту серьёзную проблему. Я призываю к осторожности.

Как учить понимать электронный текст? Возможно, здесь я ретроград, но учить пониманию электронного текста нужно только после того, как научим понимать текст бумажный. По-другому нельзя, надо либо менять шрифт, либо что-то еще, чтобы сразу начинать читать электронный текст.

Вопрос не в том, как учить понимать электронный текст – человек научится сам – вопрос в том, чтобы научить понимать текст вообще, работать с ним. Навыки книжной культуры надо формировать до того, как человек познакомится с электронной книгой очень плотно. В этом я убежден.

Настала пора искать варианты перехода от книжной культуры (которая базируется на традиционной печатной книге) к информационной культуре, причем нужен совершенно мягкий, тактичный вход, сочетание книжной культуры и новоявленных видов культуры.

Однозначных выводов ждать еще долго.

Т.М.: Сергей Николаевич озвучил вопросы, о которых я могу судить с практической точки зрения. Я хочу сказать о выборе чтения электронной и бумажной книги. Мы поколение людей, которое искусственно вошло в чтение электронной книги, мы не умели обращаться с компьютером. Чтение в цифровой среде для нас второй навык, как изучение иностранного языка. А новые читатели родились с этим навыком, для них это другое восприятие, они не так читают. В современном мире явно видна тенденция к изменению восприятия информации, возможно, и на генном уровне. Это изменение заметно у детей. Есть дети, которые не воспринимают информацию в бумажной книге, но они много читают книг и способны воспринимать прочитанное в электронном формате. Возможно, формируется другой способ чтения.

Я склонна разводить чтение как восприятие информации и чтение как нравственно-психологический процесс, эмоционально нагруженный. Я проводила исследование среди своих учеников. Они, объясняя выбор бумажной кни-

ги, называют стремление обладать предметом, эмоционально окрашенное желание обладать.

Понимание и восприятие – это разные явления. Способ понимания зависит от личности, то есть существуют разные способы чтения – информационное и эмоционально-психологическое, как иной способ деятельности. Я сторонник того, чтобы эти навыки в школе развести: не нужно больше уроков литературы, нужно учить чтению как переработке информации и чтению как диалогу с автором, которое дает эстетическое и эмоциональное удовольствие.

Дети работают с книгой. На примере классической литературы мы учим работать с текстом, современные книги они читают самостоятельно и могут делать вывод о том, к чему призывают авторы. Я думаю, что они могут самостоятельно воспринимать информацию.

Современный мир засорен информацией, и как учитель я считаю: нужно учить отбору знаниевой информации и пониманию художественной информации. Поэтому важен не выбор, а сочетание методов работы с разными видами текстов: бумажный и электронный тексты одинаково важны.

Л. М.: Сергей Николаевич, я видела, Вы соглашались с Татьяной Анатольевной.

С. Л.: Да, она оптимистка. Мы живем и существуем в поколенческом цикле, и мы говоримо себе как об одном поколении. Если говорить о читателях – мы наблюдаем другое поколение, которое захватило еще традиционные вещи, но в большей степени воспитано на экранах, а сейчас рождается поколение Z, которое вообще не видело бумажного чтения. В исследовании вариативности чтения мы взяли физико-математическую школу, подростки 16–17 лет – более оцифрованного поколения в Новосибирском академгородке найти трудно, – и я боялся, что мои консервативные реверансы в сторону бумажной книги будут повергнуты. Когда прошли социологически обработанные результаты, я понял, что ошибался. Подростки не считают соцсети чтением, хотя проводят там много времени, и пишут, что иногда хочется провести время с книгой. Я надеюсь на это поколение.

Я смотрю на поколение сорокалетних: когда появился компьютер он был для них запретным плодом, но это поколение определяет стиль и темп жизни. И мне кажется, что поколение Z хватается за голову от переизбытка информации, они осознают эту болезнь нашего образования. И когда они придут к своему сорокалетию, они эту проблему преодолеют.

Е. Д.: Это очень серьезные проблемы. Да, есть плюсы и минусы у электронного текста. Влияние «цифры» сейчас является всеобщим, поэтому надо его учитывать, работать на эту среду. Как сказал Борис Владимирович Ленский,

не важно, в каком формате, электронном или печатном, читают, лишь бы читали. Я поддерживаю это мнение.

Л. М.: Сейчас нет единого понимания текстов у старшего поколения и молодёжи, но важно, чтобы оно было – это дает общность культурного кода. Если будет продолжаться сегрегация и дальше – молодежь читает одно, а старшее поколение читает другое, – если мы лишимся общих текстов, вечных текстов, то мы лишимся общей культуры. А электронная коммуникация отрывает от этих ценностей. Электронный текст диктует, ведет за собой, дает гиперссылку, цитату, картинку и направляет нашу мысль – а ведь важно, чтобы читатель мыслил сам, свободно, сам находил смыслы.

Тема была заявлена как дискуссионная, и здесь пока не может быть однозначных ответов, мы пытаемся нащупать ответы, сделать выводы. Хорошо, что мы заботимся о том, чтобы те ценности, которые лежат в русской классике, в книге, не были девальвированы, были востребованы и доходили до молодого поколения. Не важно, в какой форме, лишь бы доходили.

Сведения об авторах

Авгуль Людмила Анатольевна, заведующая научно-исследовательским отделом библиотековедения, Центральная научная библиотека имени Якуба Коласа Национальной академии наук Беларуси, Беларусь, г. Минск

Вылегжанина Светлана Юрьевна, кандидат педагогических наук, доцент кафедры русского языка, культуры речи и методики обучения, Вятский государственный университет, Россия, г. Киров

Галицких Елена Олеговна, доктор педагогических наук, профессор, профессор кафедры русской и зарубежной литературы и методики обучения, Вятский государственный университет, Россия, г. Киров

Галковская Юлия Николаевна, кандидат педагогических наук, доцент, декан факультета информационно-документных коммуникаций учреждения образования, Белорусский государственный университет культуры и искусств, Беларусь, г. Минск

Гвозданная Надежда Вячеславовна, старший преподаватель кафедры международной коммуникации факультета мировой политики, Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова, Россия, г. Москва

Грушевская Наталия Витальевна, кандидат педагогических наук, доцент кафедры библиотечно-библиографической деятельности и информационных технологий, Краснодарский государственный институт культуры, Россия, г. Краснодар

Дрешер Юлия Николаевна, доктор педагогических наук, профессор, профессор кафедры библиотечно-информационных наук, Московский государственный институт культуры Россия, г. Москва

Заможных Елена Александровна, кандидат политических наук, доцент кафедры рекламы и связей с общественностью Северо-Кавказский федеральный университет, Россия, г. Ставрополь

Клышникова Юлия Андреевна, студентка IV курса, кафедра «Реклама и связи с общественностью», Северо-Кавказский федеральный университет, Россия, г. Ставрополь

Кожевникова Екатерина Андреевна, аспирант II курса кафедры журналистики и интегрированных коммуникаций, Вятский государственный университет, Россия, г. Киров

Козлова Елена Анатольевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков, Вятский государственный агротехнологический университет, Россия, г. Киров

Колесникова Ольга Ивановна, доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры журналистики и интегрированных коммуникаций, Вятский государственный университет, Россия, г. Киров

Колесниченко Александр Васильевич, кандидат филологических наук, доцент кафедры периодической печати, Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова, Россия, г. Москва

Коростенски Йиржи, кафедра германистики и славистики, философский факультет, Западночешский университет в г. Пльзень, Чехия, г. Пльзень

Лаптева Ольга Александровна, аспирант I курса кафедры русской и зарубежной литературы и методики обучения, Вятский государственный университет; учитель русского языка и литературы МБОУ СОШ № 45 им. А. П. Гайдара, Россия, г. Киров

Лимова Елена Юрьевна, аспирант I курса кафедры русской и зарубежной литературы и методики обучения, Вятский государственный университет; учитель русского языка и литературы МОАУ СОШ с УИОП № 10 им. К. А. Циолковского, Россия, г. Киров

Люттов Сергей Николаевич, доктор исторических наук, профессор, профессор кафедры журналистики, Новосибирский государственный педагогический университет; главный научный сотрудник, ГПНТБ СО РАН, Россия, г. Новосибирск

Маслова Анна Геннадьевна, доктор филологических наук, доцент, и. о. заведующего кафедрой русской и зарубежной литературы и методики обучения, Вятский государственный университет, Россия, г. Киров

Мершиева Алена Дмитриевна, аспирант II курса направления «Средства массовой информации и информационно-библиотечная деятельность», профиль «Библиотечное дело, библиографоведение, книговедение», ассистент кафедры журналистики Института филологии, массовой информации психологии, Новосибирский государственный университет, Россия, г. Новосибирск

Пермякова Наталья Александровна, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры довузовского обучения русскому языку как иностранному, Московский государственный педагогический университет, Россия, г. Москва; Вэйнаньский педагогический университет, Китай, г. Вэйнань

Пескишев Григорий Александрович, аспирант II курса кафедры русского языка, культуры речи и методики обучения, Вятский государственный университет, Россия, г. Киров

Поздеев Вячеслав Алексеевич, доктор филологических наук, доцент, главный научный сотрудник сектора фольклора ИЯЛИ ФИЦ «Коми научный центр» УрО РАН, Россия, г. Киров

Скидан Ольга Геннадьевна, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры «Теория и практика перевода», Севастопольский государственный университет, Россия, г. Севастополь

Терентьева Нина Павловна, доктор педагогических наук, профессор кафедры литературы и методики обучения литературе, Южно-Уральский государственный гуманитарно-педагогический университет, Россия, г. Челябинск

Тун Хуэй, Шаньси Датунский университет, Китай, г. Датун

Фирсова Наталья Анатольевна, учитель, МБОУ средняя общеобразовательная школа с УИОП № 61, Россия, г. Киров

Церман Мария Дмитриевна, магистрант направления «Реклама и связи с общественностью», Северо-Кавказский федеральный университет, Россия, г. Ставрополь

Чан Ю, заведующий кафедрой, Шаньси Датунский университет, Китай, г. Датун

Шабалина Вера Яковлевна, научный редактор, Институт развития образования Республики Татарстан, г. Казань; аспирант, Вятский государственный университет, Россия, г. Киров

Научное издание

ЯЗЫК. ТЕКСТ. МЕДИА:
материалы международного научного конгресса
(21–22 октября 2021 года)

Научные редакторы: Ю. В. Булдакова, Е. В. Динер

Корректор: *Т. Н. Котельникова*
Компьютерная вёрстка: *А. А. Харунжева*
Дизайн титульной страницы: *А. А. Харунжева*

Объем данных 11,9 Мб
Подписано к использованию 14.03.2022

Размещено в открытом доступе на сайте
ООО «Издательство «Радуга-ПРЕСС»
http://raduga-press.com/gallery/Language_Text_Media.pdf

ООО «Издательство «Радуга-ПРЕСС»
610029, г. Киров, пос. Ганино, ул. Северная, д. 49А
www.raduga-press.com
E-mail: raduga-press@list.ru