

Л. Г. Антонова

<https://orcid.org/0000-0002-1137-3967>

Л. И. Зими́на

<https://orcid.org/0000-0002-1137-3967>

Инновационные модели работы с текстом на занятиях со студентами-филологами

Авторы предлагают инновационный дидактический материал для сопровождения работы со студентами-филологами в контексте дисциплин, где в образовательных задачах преподавания дисциплины представлена работа с текстом: аналитическая, интерпретационная; практическая деятельность по созданию вторичного текста и нового текста на основе данного. Текст и компоненты текста заявлены в необходимом объеме: включены тексты официально-делового и публицистического типа, с которыми придется работать филологу-профессионалу. Все текстовые категории: предметная топика, смысловая цельность, структурная целесообразность и жанрово-стилистическая оформленность – будут представлены в дидактическом материале для работы на занятии или для домашних контрольных работ.

Стандарт подготовки филолога-профессионала, который, как известно, будет находиться в «зоне повышенной речевой ответственности», предполагает большой объем компетенций, формирующих коммуникативную личность профессионала и связанных с работой в «текстовом режиме»: готовность к коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке для решения задач профессиональной деятельности; владение коммуникативными стратегиями и тактиками, риторическими, стилистическими и языковыми нормами и приемами, принятыми в разных сферах коммуникации; способность к созданию, редактированию, реферированию, систематизированию и трансформации (например, изменению стиля, жанра, целевой принадлежности текста) всех типов текстов официально-делового и публицистического стиля. В связи с этим преподаватель, ведущий курс, обязан разработать систему текстовых упражнений с учетом методических принципов последовательности и перспективности.

В представленной для публикации статье предлагается подробная система упражнений, предполагающих комплексную и компонентную работу с текстовыми категориями и разными типовыми вариантами текста. Инновационный характер представленным дидактическим материалам придает выбор текстов как единицы обучения: текстовые примеры имеют профессионально-ориентированный характер, многие материалы представлены как кейсы, воспроизводящие профессиональные ситуации коммуникативной практики филолога и направленные на предупреждение типичных ошибок в опытах с текстовыми продуктами.

Ключевые слова: текст, дидактическая единица обучения, комплексная работа с текстом, тематическое и смысловое единство, дидактический текстовый материал, профессиональный кейс, интерпретационный характер текстовой ткани, жанрово-стилевое варьирование.

L. G. Antonova, L. I. Zimina

Innovative Models of Work with the Text at Lessons with Student-Philologists

In the article submitted for the publication authors offer innovative didactic material for supporting work with student-philologists in the context of disciplines where in educational problems of teaching the discipline work with the text is presented: analytical, interpretative; practical activities on creation of the secondary text and a new text on the basis of the given. The text and components of the text are submitted in necessary volume: texts of the official and publicistic type are included, with which the professional philologist is to work. All text categories: subject topic, semantic integrity, structural expediency and genre and stylistic completeness will be presented in didactic material for work at lessons or for home tests.

The standard of the professional philologist training which will be, as we know, in «a zone of the increased speech responsibility» assumes a great amount of competences forming the communicative identity of the professional and connected with work in «the text mode»: readiness to communicate in oral and written forms in a state language of the Russian Federation and a foreign language for the solution of professional activity tasks; possession of the communicative strategy and tactics, rhetorical, stylistic and language norms and means accepted in different spheres of communication; ability to create, edit, summarize, systematize and transform (for example, to change style, genre, target belonging of the text) all types of texts of the official and publicistic style. In this regard, the teacher teaching a course is obliged to develop the system of text exercises, with meeting requirements of the methodical principles of the sequence and prospects.

In the article submitted for the publication is offered the detailed system of the exercises assuming complex and component work with text categories and different standard versions of the text. The innovative character is given to the presented didactic materials with the choice of texts as a training unit: text examples have professionally focused character, many materials are presented as the

cases reproducing professional situations of the philologist's communicative practice and directed to prevent typical mistakes in experiences with text products.

Keywords: text as a didactic unit of training, complex work with the text, text as thematic and semantic unity, didactic text material as professional case; interpretative nature of text material; genre and style variation.

Система подготовки профессионала-филолога в вузе имеет «стратегическое коммуникативное направление», обусловленное тем, что «область профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу бакалавриата, включает филологию и гуманитарное знание, межличностную, межкультурную и массовую коммуникацию в устной, письменной и виртуальной форме» [20]. Вот почему в числе обязательных требований компетентностного подхода при формировании профессиональных умений филолога мы видим *изучение коммуникативных качеств личности будущего профессионала* [1]. Коммуникативная личность в таком прикладном понимании базируется на известном в психолингвистике подходе к характеристике личности, обусловленном совокупностью ее индивидуальных свойств и характеристик, которые, в свою очередь, определяются степенью *ее коммуникативных потребностей*, ее *когнитивным диапазоном*, сформировавшимся в процессе познавательного опыта, и собственно *коммуникативной компетенцией* (умением выбрать коммуникативный код, обеспечивающий адекватное восприятие и целенаправленную передачу информации в конкретной ситуации) [11]. Оформляя свои представления о коммуникативной личности будущего профессионала, мы, безусловно, прежде всего, обращаем внимание на то, каков его «коммуникативный паспорт» как своеобразная «визитная карточка» личности [13]. А в дальнейшем мы можем конкретизировать отдельные черты этого коммуникативного паспорта через описание индивидуальных «коммуникативных стратегий и тактик, когнитивных, семиотических, мотивационных предпочтений, сформировавшихся в процессах коммуникации по анализу, интерпретации и созданию своего высказывания как «коммуникативную компетенцию индивида» [16].

В работах В. И. Карасика мы находим дополнительные характеристики коммуникативной личности, где внимание исследователя обращено на такие действенные и функциональные «краски» в поведении личности, особенно личности «гуманитарного профиля», как «культурно-языковые и коммуникативно-деятельностные характеристики, ценности, знания, установки и поведенческие реакции» [12]. Именно это необходимо учесть при разработке системы дифференцированных заданий для самостоятельной работы

филологов с разными типами текстов. Не менее продуктивно, на наш взгляд, определение коммуникативной личности, которое предлагает М. С. Саломатина: «Коммуникативная личность определяется как коммуникативная индивидуальность человека (индивидуальная коммуникативная личность) или усредненная коммуникативная индивидуальность некоторого социума (коллективная коммуникативная личность), представляющая собой совокупность интегральных и дифференциальных языковых характеристик и особенностей коммуникативного поведения личности или социума, воспринимаемых членами соответствующей лингвокультурной общности как характерные для данного типа личности» [15]. В нашей работе мы опираемся на данное понимание коммуникативной личности и учитываем *обобщенные черты коммуникативной личности студентов-филологов* через полученные во входных тестовых коммуникативных заданиях языковые характеристики респондентов и особенности их коммуникативного поведения при работе с текстом в разных ситуациях общения.

В программе подготовки профессионала по филологии должна сложиться определенная последовательность форм и видов работы с разной текстовой информацией, что формирует у студентов внимательное и «уважительное» отношение к слову в контексте, в процессе коммуникации [13, 16]. Рассмотрим «ключевые этапы» работы с текстовой информацией подробнее в контексте компетентностного подхода.

На занятиях по курсу «Коммуникативно-речевой практикум» опыты со словом и микро-текстом помогают студенту-филологу в усвоении принципов грамотной и продуктивной коммуникации: при подготовке словесного инициативного речевого высказывания, где яркое и оригинальное слово востребовано в приветствии; при выборе слова как «диалоговой пристройки» в активном восприятии информации или при поддержке реплики слушателя; при отборе нужного слова в оценочном микровысказывании или резюмирующего слова в рецензирующем или воздействующем монологе. Все эти прикладные опыты со словом осуществляются на основе примеров текстов ситуаций, эталонных или негативных. При создании собственного этикетного высказывания студент должен не только выбрать правильное слово,

но и обосновать его стилистическую форму и «стимульную» функцию в решении коммуникативной задачи. Особое внимание уделяется созданию словаря этикетных формул, где слово приобретает полифункциональное назначение: поддерживает фатическое общение и сопровождает «язык внешнего вида» [7].

Приведем примеры заданий по созданию высказываний, отражающих решение компетентностных задач коммуникативно грамотного поведения в разных ситуациях общения, в том числе обеспечивающих опыт прикладной социальной культуuroобразующей деятельности во внеаудиторной или внеуниверситетской коммуникационной среде [10]. Приведем примеры:

Задание 1. Ответьте развернуто и аргументированно на следующие вопросы:

Разграничьте понятия: «горизонтальные» и «вертикальные» коммуникативные отношения; «официальные», «приватные» и «межличностные» отношения.

(При подборе примеров можно пользоваться сайтом «Профессионалы.РУ» <https://professional.ru>)

Какие принципы заложены в основу выделения социальных групп в коммуникации?

(При подборе примеров можно пользоваться сайтом «Профессионалы.РУ» <https://professional.ru>)

Каковы параметры оценки эффективной публичной коммуникации?

Задание 2. Ситуативно-творческое

Реализуя требования культуры речевого поведения менеджера, выполните следующие задания:

Составьте (по выбору) монологи в следующих ситуациях общения. Монолог должен быть информативным, аргументированным, этикетно грамотным.

Ситуация 1

Продавец (менеджер) решает конкретные проблемы с «неудобным» клиентом, убеждая его приобрести товар.

Ситуация 2

Составьте монолог в форме характеристики презентации Вашего коллеги, возможного претендента на звание «Лучший менеджер фирмы».

Курс «Практической риторики» и «Основ деловой коммуникации» предлагает интереснейшие опыты работы с текстом, где «сила словесного образа» формирует представление об инструментах личного воздействия в письменном или уст-

ном высказывании. В традициях обучения риторике – работа с эталонными текстами [9]. Вот почему анализ текстовой ткани классического рассуждения или задания по подготовке высказывания «в след за автором» – востребованный и необходимый методический инструментарий, обеспечивающий стандартные требования формирования базовых филологических компетенций: «владение коммуникативными стратегиями и тактиками, риторическими, стилистическими и языковыми нормами и приемами, принятыми в разных сферах коммуникации», определенных стандартом подготовки филолога [20]. Вот, например, типичное задание, обеспечивающее эту группу коммуникативных компетенций будущего профессионала гуманитарного направления.

Задание 1. *Внимательно прочитайте предложенный текст. Определите авторскую задачу и целевую аудиторию, которой этот текст может быть представлен. 2. Определите составляющие в содержании текста и выделите топы. 3. Определите особенности композиции и укажите композиционные части. 4. Продолжите текст: предложите дополнительные топы для раскрытия этой темы.*

Об интеллигентности

Человек должен быть интеллигентен! Это очень, очень важно, и, прежде всего, для того, чтобы жить счастливо и долго – да, долго! Ибо интеллигентность равна нравственному здоровью, а здоровье нужно для того, чтобы жить долго – не только физически, но и умственно. В одной старой книге сказано: «Чти отца своего и мать свою, и долголетен будешь на земле». Это относится и к целому народу, и к отдельному человеку. Это мудро. Но прежде всего определим, что такое интеллигентность, а потом, почему она связана с заповедью долголетия. Многие думают: интеллигентный человек – это тот, который много читал, получил хорошее образование (и даже по преимуществу гуманитарное), много путешествовал, знает несколько языков. А между тем можно иметь все это и быть неинтеллигентным, а можно ничем этим не обладать, а быть все-таки внутренне интеллигентным человеком. Образованность нельзя смешивать с интеллигентностью. Образование живет старым содержанием, интеллигентность – созданием нового и осознанием нового как старого. Больше того... (Продолжите рассуждение в режиме свободной хрии)

Составляя список распространенных риторических фигур, мы помогаем будущему професси-

оналу-филологу усвоить наиболее важные *формулы речевого воздействия*. Внимательно изучаются в этом курсе и приемы «словесного маркирования» при организации устного диалога в аудитории при передаче информации. В рамках данного курса, в процессе речевого общения, будущий филолог учится не только реализовывать «доминирующую коммуникативную интенцию», но и решать не менее важные коммуникативные задачи как «сопутствующие целеустановки»: информировать и комментировать, объяснять; воздействовать и изображать, сравнивать; побуждать и структурировать, утверждать. К *риторическому монологу* как классическому типу публичного текста предъявляются особые требования [6, 9]: необходимо не только представить определенный уровень владения коммуникативными умениями устной речи (грамотно отбирать составляющие для развертывания предмета речи; правильно и логично оформлять свои мысли в устной и письменной форме; уместно использовать выразительные возможности русского языка; определять стратегию речевого поведения в публичном диалоге; организовывать речевое взаимодействие в условиях публичной презентации), но, самое главное, доказать, что успешная риторическая практика подготовки монологического высказывания – свидетельство «*профессионально-ориентированной коммуникативной компетентности выпускника вуза*» [20].

Вот почему можно говорить, что включенная практика подготовки и презентации риторического монолога формирует *метапредметные коммуникативно-речевые умения выпускника*, дает право проверить, насколько он владеет культурой мышления, готов ли к критическому восприятию информации, что лежит в основании его топики; и наконец, насколько он способен анализировать социально значимые проблемы и процессы, предлагая свое «видение настоящего» [16]. Заслуживает особого внимания *тематика монологов*, которые готовят наши студенты: мы неоднократно убеждались, что выбранные студентами яркие и проблемные темы высказывания опровергают традиционные представления о «мелкотемности бытия» современного молодого человека. Можно говорить и о сложившихся «правилах ораторики» [9], которые включают этапы подготовки устного высказывания: определение цели и характера выступления; выбор формы речи; требования к речевому оформлению устного выступления и «языку внешнего вида». Особого внимания при подготовке к акции требует «речевое сопровождение пре-

зентационных слайдов». Наш опыт показывает, что должны быть *разработаны специальные рекомендации к выступлению с презентацией* как активным приемом передачи основной информации в рассуждении.

Рекомендации к выступлению с презентацией

Следует помнить, что презентационные слайды готовятся после завершения работы над текстом выступления и являются сопровождением для основного содержания устного сообщения.

Количество слайдов зависит от объема сообщаемой информации, но рекомендуется ограничиться 10-12 слайдами, которые отражают основные положения рассматриваемой темы.

*При выборе содержательных координат для каждого слайда следует воспользоваться **практикой концептуального членения информации**: выделения в тексте, подготовленном для устного выступления, концептуальных положений, которые станут основанием для оформления содержания на слайде. (Но объем вербальной записи не должен превышать 40-50 слов.)*

*Вербальная информация должна излагаться **тезисно и сжато**, рекомендуют использовать при распределении информации на слайде приемы **абзацного маркирования и шрифтового и цветового выделения**. (Но следует выбрать единую стилистику выделения и оформления, что не будет отвлекать от содержания.)*

Показ слайдов должен быть рассчитан по времени. (Следует выбрать оптимальное время – от 3 до 5 минут, что позволит слушателям удерживать в памяти и визуальную, и вербальную информацию.)

*Вербальная информация на слайде может быть дополнена **символическими рисунками**. (Но следует выбрать единую стилистику для оформления рисунка, чтобы запись в целом соответствовала задачам сообщения.)*

*Презентационные материалы должны удачно **дополнять и иллюстрировать** текст сообщения. (Не следует читать текст с экрана или, наоборот, игнорировать демонстрируемую визуальную информацию.)*

*Оформление текста и его компонентов должно соответствовать **стандартам восприятия**. (Рекомендуется выбирать шрифт без засечек, 12-14 кегль через 2 интервала; маркировку текстовой информации осуществлять синим или красным цветом.)*

*Соблюдая **правила информационного диалога**,*

нужно подготовить показ слайдов, чтобы он **не нарушал процесса говорения, обеспечивал поликодовый режим.**

Стандарт подготовки филолога-профессионала, который, как эталонная профессиональная личность, будет находиться в «зоне повышенной речевой ответственности», предполагает большой объем компетенций, формирующих умение работать самостоятельно, быть включенным в учебно- и научно-исследовательскую деятельность, чаще всего предполагающую активную и продуктивную работу в «текстовом режиме»: владение коммуникативными стратегиями и тактиками, риторическими, стилистическими и языковыми нормами и приемами, принятыми в разных сферах коммуникации; способностью к созданию, редактированию, реферированию, систематизированию и трансформации (например, изменению стиля, жанра, целевой принадлежности текста) всех типов текстов официально-делового и публицистического стилей. В современной практике обучения в вузе такие задания входят в корпус учебно-исследовательских и научно-исследовательских работ, которые готовят будущего профессионала-филолога к решению серьезных задач исследовательской парадигмы [4, 5]. Кроме того, овладение моделями индивидуального декодирования информации чрезвычайно важно для обеспечения эффективной и продуктивной коммуникативной практики современной языковой личности научного и делового социума [16, 22].

Приведем примеры подобных заданий, обеспечивающих продуктивную практику работы по реферированию исходного информационного контента или проектированию нового текстового продукта.

Задание 1. Реферирование. Проектирование текста. Внимательно прочитайте представленную ниже информацию. Выделите смысловые блоки, соответствующие основным составляющим тематического поля текста. Подготовьте на основе этого материала дайджест для корпоративного сайта, где есть рубрика «Совершенствуем коммуникативные навыки». Продумайте поликодовое сопровождение информации.

Задание 2. Самостоятельная работа по сбору информации. Проектирование текста

Используя основную и дополнительную литературу по курсу, подготовьте ответы на вопросы: 1. Каковы составляющие организационной коммуникации как одного из видов социальной

коммуникации в организации? 2. На каких основаниях выделяют формальные и неформальные коммуникации в организации; внешние и внутренние коммуникации? 3. Что положено в основу публичной коммуникации? Каковы требования к коммуникации со СМИ? 4. Составьте мини-гlossарий: социальная коммуникация, целевые группы общественности; философия, кредо и миссия фирмы; корпоративная культура; социальный портрет аудитории; СМИ как социальный институт, медиарелинз; социальный конфликт; конфликтология.

Подготовьте на основе представленного материала устное презентационное сообщение для слушателей в рамках занятий корпоративной учебы. Продумайте систему вопросов для усвоения представленной информации.

Приобретенные навыки самостоятельной работы с разными текстами, как мы понимаем, – важная часть подготовки студента-филолога к *активной научно-исследовательской деятельности*, при подготовке к выпускной квалификационной работе или в рамках производственной практики.

Особое место в программе коммуникативной подготовки будущего филолога занимает *работа с медиатекстами и овладение специальным медиаинструментарием* для продуктивной деятельности профессионала в современной медиасреде [19, 21, 22]. Как принято говорить, современная языковая личность делового социума живет в *медиапространстве*: ее окружают, на нее воздействуют информационные потоки, порожденные событиями и псевдособытиями массовой коммуникации; от нее требуют с определенной периодичностью и частотностью реагировать на получаемую информацию (отбирать, отслеживать для себя нужное, оценивать, проводя конструктивный анализ, достоинства и недостатки); выступать «передатчиком», «референтом» полученной информации [2]. На стыке нескольких областей знаний, изучающих процессы взаимодействия языковой личности и массовой информации, возникает понятие «*медиаграмотность*» [2, 19, 21, 22].

Медиаграмотность как обязательное условие грамотного и эффективного поведения в условиях современной информосферы, в которую включена деловая личность, предполагает определенную сумму знаний, соотносенных с понятием «коммуникативная компетентность», и набор инструментальных техник, позволяющих оценить качество предлагаемого информационного продукта. Медиаграмотность должна пониматься и в более широком смысле: как процесс осмысленного комму-

никативного дискурса в рамках массовой культуры; образ мышления, который отличает не потребителя информации, а языковую личность с задатками медиума, включенную в процесс медиаобразования и постигшую язык (грамматику) медиакультуры.

В современной массовой коммуникации медиатексты по праву занимают лидирующую позицию. Медиакоммуникация относится к числу информационных систем, которые не только активно претендуют на лидерство в передаче информации, но и диктуют особые правила в передаче информации в медийном пространстве и способах ее оформления [2]. Важно сформировать грамотное отношение у будущих практикующих филологов к этому новому и сложному типу профессионального контента. Но заметим, что в новом образовательном стандарте подготовки филолога актуализированы коммуникативные позиции, выдвигающие требования к формированию высокого уровня компетенций для работы с текстами «виртуальной среды коммуникации» [20].

Прежде всего, в специализированных курсах («Медиакультура», «Основы вебжурналистики», «Жанры современных масс-медиа») дидактические материалы отличаются и функционально-прагматическими особенностями, и формами и функциями текстуальных знаков в новом медийном пространстве. При этом продукт такой коммуникативной практики – *медиа́тэкст* – рассматривается как *своеобразное и феноменальное явление*: в режиме медиажанра он становится активной формой передачи информации по каналам массмедиа, обусловленной объемом и характером ее содержания; при создании особых условий передачи и восприятия информации (канал распространения, особенности инструментария, учет потребительских информационных предпочтений массовой аудитории) часто рассматривается как дискурсивное явление в диалоге со зрителями и читателями; в режиме медиаобразования выступает как компонент формирования медиакультуры [2].

Как доказывают опыты анализа большого массива текстов, можно говорить о сложившихся жанрообразующих (общих для текстов массовой коммуникации) и специфических (для медийных текстов) – *жанроопределяющих характерных признаках* [3, 8].

На занятиях с филологами мы обращаем пристальное внимание на *способы презентации информации* в рамках медийного пространства, обусловленные характером отражения действитель-

ности: вербальный или визуальный канал; аудио-канал или аудиовизуальный канал; бумажная или электронная версия; характер представления информации в соответствии с имиджевыми особенностями канала или издания и, наконец, способы презентации информации, обусловленные характером рецептивных факторов или атрибутики массмедиа. За каждым из них, как доказывают опыты анализа большого массива текстов, стоят конкретные коммуникативные приемы, многие из которых приобретают в жанровой практике определенный (а часто – стандартизированный) вариант оформления – маркирования [3, 8].

Прежде всего, в ходе работы на занятии с *медийными текстами* мы советуем внимательно анализировать *полифункциональность рамочной композиции* медийного жанра: текст так макетируется, что определенные *приемы жанрово-композиционного оформления* становятся очевидными. Многие из них бывают поддержаны на уровне *пространственного кодирования*: текст может быть предложен в графической рамке, его границы могут быть маркированы индексами раздела или рубрики, цветовая «подложка» на которой располагается материал, как фон обеспечивает актуализацию представленной в тексте информации; текст разбит на сегменты, колонки, микромодули. Подобные *презентационные маркеры* должны быть усвоены будущими профессионалами-филологами и для *продуктивных опытов с медийными текстами*: такое расположение материала позволяет дифференцировать информацию и создает удобство для чтения, обеспечивает порционность подачи информации, поддерживает избирательность читательского восприятия, помогает быстро вернуться к ранее прочитанному. Контекстные признаки медийного жанра могут быть дополнены *жанрообразующими признаками медийного текста*, которые формируют представление о специфике передачи информации в новом, медийном режиме. К их числу следует, прежде всего, отнести жанроопределяющие *приемы фактологической «врезки»* – представление на странице дополнительной информации (справки, факт-листа) по принципу не линейной, а *гипертекстовой информации*, что обеспечивает определенное «доверие» адресату, уважение его права на дополнительные источники информации и реализацию *принципов медийного многоканального информационного диалога*) [14].

Не менее значимо показать будущим филологам, как активно функционируют в медийных жанрах и традиционные жанроопределяющие

приемы выражения авторского отношения, формирующие «ожидание» адресата: обращение к приемам концептуального *озаглавливания*; *смысловая «игра» с заголовками на основе визуальных кодов* (подчеркивание, графическое выделение, цветовое маркирование) [14].

Следует обратить внимание, что в современном массмедийном пространстве заголовки часто сопровождаются обязательными *презентативными визуальными знаками*: специально оформленными материалами фотосессии; сюжетными смысловыми рисунками, метафорическими фотоколлажами. Приемы интимизации диалоговых отношений в рамках публичного высказывания мы тоже можем с полным правом отнести к наметившимся в настоящее время жанроопределяющим тенденциям в массмедийном дискурсе. Это, как правило, проявляется в особой устно-разговорной тональности «собеседования» в рамках интервью или при использовании приемов «рассказывания» в имиджевой статье. Автор активно пользуется приемами устного диалога, перенося в письменный текст атрибуты живой беседы, с советами и рекомендациями. Такие «диалоговые пассажи» в рамках письменного медийного текста призваны создавать общую доверительность и исповедальную тональность в рамках современного пространства масс-медиа.

Все рассмотренные жанроопределяющие приемы маркирования информации в медийном контексте призваны направлять внимание читателя как активного (медиаобразованного) потребителя информации; они создают необходимую систему *навигационных линий*, обеспечивающих успешное и продуктивное продвижение в пространстве медийной информации. Для грамотного сопровождения читательского восприятия можно использовать определенный *алгоритм поэтапного «погружения» в пространство медиатекста*: постепенное считывание, декодирование и качественное осмысление текстовой информации, с которым должен быть ознакомлен будущий филолог как компетентный пользователь текстов массовой информации [3].

Приведем примеры заданий, представленных в системе методического сопровождения работы студентов-филологов с медийными текстами.

Задание 1. Вопросы для аналитического описания.

1. Прочитайте представленные материалы, подготовленные электронными СМИ.
2. Выберите текст для анализа.

3. Перечитайте тексты и подготовьте материалы для аналитического описания. (Студентам были представлены тексты из электронных изданий современных медиа: «Русский репортер», «Стори», «Диллентант», «Сноб», «Психология»).

Образец аналитического описания медийной публикации

Н. Крышук Как мы понимаем свободу
<http://www.psychologies.ru/observers/nikolaj-kryshhuk/article/kak-my-ponimaem-svobodu/>

Определите возможную функцию (или мотив) общения: для кого предназначен и с какими намерениями создается данный жанровый продукт электронной журналистики?

Эта статья была создана для различных групп населения с целью заставить их задуматься о том, что есть свобода.

Каковы конкретные авторские задачи?

Развенчать миф «твоя свобода заканчивается там, где начинается мой нос», так как это не совсем верное и полное определение.

Можно ли доверять данной информации? Почему?

Я считаю, что можно, так как ее опубликовал Николай Крышук – писатель, лауреат нескольких литературных премий, автор прозы и эссе, одна из последних – «В Петербурге летом можно жить» (Лимбус пресс, 2014).

Насколько реализован «фактор автора»: оцените возможные авторские средства оформления информации в данном медийном жанре.

Статья оформлена как рассуждение, но написала поразительно простым языком, для широкой аудитории. По сути, она оформлена как некий разговор читателя с автором.

Насколько успешно решается «фактор адресата»: ведется ли информационный диалог с ним, есть ли вербальные средства «сопровождения» и визуальные навигационные знаки?

Да, диалог ведется, используются риторические вопросы, на которые автор дает шанс читателю ответить самостоятельно и как опору предлагает собственные рассуждения и размышления на данную тему.

Какие еще медийные средства используются автором? Помогают ли они воспринимать информацию?

1. Он приводит яркие и запоминающиеся примеры («Вот что еще важно: свобода не может быть дарованной, только добытой, выработанной. Вспоминается детская сказка. Отец приучает сына зарабатывать деньги собственным трудом. И вот раз за разом тот приносит

отцу горсть монет, но не заработанных, а полученных какими-то другими способами (сейчас не помню). И раз за разом отец бросает эти монеты в огонь. Сын огорчен, конечно, но в целом наблюдает картину пассивно. И вот однажды, когда монеты в очередной раз полетели в камин, сын бросился к огню и стал выгребать их оттуда. Отцу стало ясно, что на этот раз сын заработал деньги сам. То же и со свободой. Мы дозреваем ею, когда она добыта.»).

2. Текст разбит на абзацы.

3. **Используется топ оценки** («Каждому из нас знаком афоризм: «Свобода одного заканчивается там, где начинается свобода другого». Авторство точно не установлено. Существует также пословица: «Твоя свобода заканчивается там, где начинается мой нос». Остроумно. К тому же логика безупречна и смысл ясен. Между тем эта максима всегда вызывала у меня сопротивление. Не потому, что я с ней не согласен, а потому, что речь здесь идет не о свободе, а о произволе и агрессии. Все почему-то дружно этого не замечают.») **Присутствует и синтаксическая конструкция** («Нет, для человека свободного приведенный в начале колонки афоризм выглядит глупой и докучной нотацией человека, который ничего не понимает в свободе. У настоящей свободы нет ограничений, кроме внутренних, воспитанных правил, которые в процессе саморазвития человек сам себе положил.»)

Какие стиливые и языковые приемы помогают автору вести диалог с адресатом? Использует ли автор приемы языковой игры? (Найдите в тексте и проанализируйте.)

Риторические вопросы («Что делать с этой свободой?», «Тогда что же – толковище вокруг понятия свободы идет исключительно как предупреждение бандитам и криминальным авантюристам?»). **Отсылка к авторитету** («Между тем, быть может, самым главным в натуре Пушкина является как раз то, что он называл тайной, внутренней, то есть истинной, свободой: «На лире скромной, благородной Земных богов я не хвалил И силе в гордости свободной Кадиллом лести не кадил. ...Любовь и тайная свобода Внушали сердцу гимн простой...»). Оценка («Тогда что же – толковище вокруг понятия свободы идет исключительно как предупреждение бандитам и криминальным авантюристам? Это странно. Ведь подавляющее большинство жителей планеты не мыслят себя ни бандитами, ни ворами, ни убийцами, произвол которых ограни-

чивает к тому же уголовный кодекс.»). **Эпитеты** («абсолютная свобода», «праздная мечта»).

4. Сделайте рецензирующее заключение.

Данная статья заставляет задуматься над тем, правильно ли мы трактуем понятие «свобода». Думаю, автор добился своей цели. Он доступно, коротко, но при этом ярко и выразительно описал проблему и свое видение.

Задание 2. Проектное задание 1.

Представьте, что Вам необходимо подготовить «медийную платформу» для публикации в электронном издании актуальной информации на гуманитарную тему.

Выберите медийный источник (электронную версию журнала или газеты); продумайте визуальное сопровождение информации; эффективно используя рекомендации об оформлении медиатекста (см. задание 1 данного раздела), выберите нужный медиаинструментарий (яркий заголовочный комплекс, гиперссылки, шрифтовое и цветное выделение информации, дополнительная контактная информация для адресата и т. п.) для оформления информации.

Подготовьте полученный текст для презентации в аудитории.

Отметим важную деталь: новые тексты, созданные как медиaproductы коммуникации, отражают все особенности миро- и самоощущения современного человека: *интертекстуальность, эмоциональность, мультипликационность (клиповость), персонифицированность* [12]. Работа с таким дидактическим материалом всегда проходит активно, в хорошем эмотивном режиме: студенты-филологи осознают, что в настоящее время медиатекст заявляет о своей приоритетности для современной языковой личности и в познавательной, и в просветительской функции информирования; в ближайшем будущем профессиональном контексте им придется работать прежде всего с таким типом информационного ресурса, а значит необходимо на высококомпетентностном уровне овладеть универсальными приемами эффективного восприятия и понимания информации в режиме медиакommunikации.

Подведем итоги. Мы предложили инновационный дидактический материал разных курсовых дисциплин для сопровождения целенаправленной работы по подготовке филолога к серьезным и плодотворным опытам работы с текстом: аналитической, интерпретационной, творческой – в разных коммуникативных ситуациях будущей профессиональной коммуникации. Разработанная

система текстовых упражнений, с соблюдением методических принципов последовательности и перспективности, позволит обеспечить выполнение программных компетентностных требований в подготовке студента-филолога: определит основы общей коммуникативной культуры, сформирует его готовность к жизненному и профессиональному самоопределению.

Библиографический список

1. Антонова, Л. Г. О коммуникативной компетентности и личности педагога [Текст] / Л. Г. Антонова // Слово есть Дело: Юбилейный сборник научных трудов в честь профессора И. П. Лысаковой. – СПб., 2010. – С. 430-437.
2. Антонова, Л. Г. Медiateксты в современной массовой коммуникации [Текст] / Л. Г. Антонова // Ярославский педагогический вестник. Том 1 (Гуманитарные науки). – Ярославль. – 2010. – № 3 – С. 250-255.
3. Антонова, Л. Г. Профессиональные жанры речи: практикум для студентов, обучающихся по направлению Филология [Текст] / Л. Г. Антонова; Яросл. гос. ун-т им. П. Г. Демидова, Науч.-метод. совет ун-та. – Ярославль: ЯрГУ, 2014. – 107 с.
4. Афанасьев, В. В. Методология и методы научного исследования [Текст]: учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / В. В. Афанасьев, О. В. Грибкова, Л. И. Уколова. – М.: Юрайт, 2018. – 154 с.
5. Байбородова, Л. В. Методология и методы научного исследования [Текст]: учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Л. В. Байбородова, А. П. Чернявская. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2018. – 221 с.
6. Блох, М. Я. Публичная речь и ее просодический строй [Текст]: монография / М. Я. Блох, Е. Л. Фрейдина. – 2-е изд., стер. – М.: Флинта, 2017. – 236 с.
7. Голуб, О. Ю. Теория коммуникации [Текст]: учебное пособие / О. Ю. Голуб, С. В. Тихонова. – М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2011. – 338 с.
8. Дементьев, В. В. Теория речевых жанров [Электронный ресурс]: монография / В. В. Дементьев. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/14982.html>
9. Зверев, С. Э. Риторика [Текст]: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / С. Э. Зверев, О. Ю. Ефремов, А. Е. Шаповалова. – М.: Юрайт, 2018. – 311 с.
10. Ипполитова, Н. А. Организация внеаудиторной работы студентов в процессе изучения педагогической риторики [Текст] / Н. А. Ипполитова. – // Научная школа профессора Т. А. Ладыженской: коллективная монография: Выпуск 3; под ред. Н. А. Ипполитовой. – М.: Экзамен, 2015. – С. 133.
11. Конечкая, В. П. Социология коммуникации [Текст] / В. П. Конечкая. – М., 1997. – 164 с.
12. Карасик, В. И. Язык социального статуса [Текст] / В. И. Карасик. – М., 2002. – 333 с.
13. Кашкин, В. Б. Введение в теорию коммуникации [Текст] / В. Б. Кашкин. – Воронеж, 2000. – 175 с.
14. Лазутина, Г. В. Жанры журналистского творчества [Текст]: учебное пособие / Г. В. Лазутина, С. С. Распопова. – М.: Аспект Пресс, 2011. – 320 с.
15. Саломатина, М. С. К трактовке понятия коммуникативная личность [Текст] / М. С. Саломатина // Культура общения и ее формирование: межвуз. сб. науч. тр. – Воронеж, 2005. – Вып. 4. – С. 85-86.
16. Седов, К. Ф. Дискурс и личность: эволюция коммуникативной компетенции [Текст] / К. Ф. Седов. – М.: Лабиринт, 2004. – 320 с.
17. Соснова, М. Л. Тренинг коммуникативного мастерства [Текст]: учебно-практическое пособие / М. Л. Соснова. – М.: Академический Проект, 2017. – 266 с.
18. Крысин, Л. П. Социальный аспект языка [Текст] / Л. П. Крысин // Социальная психолингвистика. – М., 2007. – 102 с.
19. Федоров, А. В. Сравнительный анализ уровней показателей развития медиаграмотности студентов [Текст] / А. В. Федоров // Инновации в образовании. – 2007. – № 1. – С. 43-75.
20. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 45.03.01 Филология (уровень бакалавриата) [Электронный ресурс]. – URL: http://fgosvo.ru/uploadfiles/fgosvob/450301_Filologia.pdf
21. Федоров, А. В. Медиаобразование: вчера и сегодня [Текст] / А. В. Федоров. – М.: Изд-во МОО ВПП ЮНЕСКО «Информация для всех», 2009. – 152 с.
22. Чичерина, Н. В. Концепция формирования медиаграмотности у студентов языковых факультетов на основе иноязычных медiateкстов [Текст] / Н. В. Чичерина. – СПб., 2008. – 50 с.

Reference List

1. Antonova, L. G. O kommunikativnoj kompetentnosti i lichnosti pedagoga = On communicative competence and the identity of the teacher [Tekst] / L. G. Antonova // Slovo est' Delo: Jubilejnyj sbornik nauchnyh trudov v chest' professora I. P. Lysakovej. The word is Business: The anniversary collection of scientific works in honor of Professor I. P. Lysakova. – SPb., 2010. – С. 430-437.
2. Antonova, L. G. Mediateksty v sovremennoj massovoj kommunikacii = Media texts in modern mass communication [Tekst] / L. G. Antonova // Jaroslavskij pedagogicheskij vestnik. Tom 1 (Gumanitarnye nauki). Yaroslavl pedagogical bulletin. Volume 1 (Humanities). – Jaroslavl'. – 2010. – № 3 – S. 250-255.
3. Antonova, L. G. Professional'nye zhanry rechi: praktikum dlja studentov, obuchajushihhsja po napravleniju Filologija = Professional genres of the speech: practical work for students studying in the Philology direction [Tekst] / L. G. Antonova; Jarosl. gos. un-t im.

P. G. Demidova, Nauch.-metod. sovet un-ta. Yaroslavl state university named after P. G. Demidov, Scientific-methodological council of the university. – Jaroslavl' : JarGU, 2014. – 107 s.

4. Afanas'ev, V. V. Metodologija i metody nauchno issledovanija = Methodology and methods of scientific research [Tekst] : uchebnoe posobie dlja bakalavriata i magistratury = a book for baccalaureate and magistracy / V. V. Afanas'ev, O. V. Gribkova, L. I. Ukolova. – M. : Jurajt, 2018. – 154 s.

5. Bajborodova, L. V. Metodologija i metody nauchno issledovanija = Methodology and methods of scientific research [Tekst] : uchebnoe posobie dlja bakalavriata i magistratury = a book for baccalaureate and magistracy / L. V. Bajborodova, A. P. Chernjavskaja. – 2-e izd., ispr. i dop. – M. : Jurajt, 2018. – 221 s.

6. Bloh, M. Ja. Publichnaja rech' i ee prosodicheskiy stroj = Public speech and its prosodic system [Tekst] : monografija / M. Ja. Bloh, E. L. Frejdina. – 2-e izd., ster. – M. : Flinta, 2017. – 236 s.

7. Golub, O. Ju. Teorija kommunikacii = Theory of communication [Tekst] : uchebnoe posobie / O. Ju. Golub, S. V. Tihonova. – M. : Dashkov i K, Aj Pi Jer Media, 2011. – 338 s.

8. Dement'ev, V. V. Teorija rechevyh zhanrov = Theory of speech genres [Elektronnyj resurs] : monografija / V. V. Dement'ev. – URL:

<http://www.iprbookshop.ru/14982.html>

9. Zverev, S. Je. Ritorika = Rhetoric [Tekst] : uchebnik i praktikum dlja bakalavriata i magistratury = a book and workshop for baccalaureate and magistracy / S. Je. Zverev, O. Ju. Efremov, A. E. Shapovalova. – M. : Jurajt, 2018. – 311 s.

10. Ippolitova, N. A. Organizacija vneauditornoj raboty studentov v processe izuchenija pedagogicheskoj ritoriki = The organization of students' out-of-class work in the course of studying pedagogical rhetoric [Tekst] / N. A. Ippolitova // Nauchnaja shkola professora T. A. Ladyzhenskoy : kollektivnaja monografija : Vypusk 3 ; pod red. N. A. Ippolitovoj = School of sciences of Professor T. A. Ladyzhenskaya: collective monograph: Issue 3; under the editorship of N. A. Ippolitova. – M. : Jekzamen, 2015. – S. 133.

11. Koneckaja, V. P. Sociologija kommunikacii = Communication sociology [Tekst] / V. P. Koneckaja. – M., 1997. – 164 s.

12. Karasik, V. I. Jazyk social'nogo statusa = Language of the social status [Tekst] / V. I. Karasik. – M., 2002. – 333 s.

13. Kashkin, V. B. Vvedenie v teoriju kommunikacii = Introduction to the theory of communication [Tekst] / V. B. Kashkin. – Voronezh, 2000. – 175 s.

14. Lazutina, G. V. Zhanry zhurnalistskogo tvorchestva = Genres of journalistic creativity [Tekst] : uchebnoe posobie = a book / G. V. Lazutina, S. S. Raspopova. – M. : Aspekt Press, 2011. – 320 s.

15. Salomatina, M. S. K traktovke ponjatija kommunikativnaja lichnost' = To interpretation of the concept communicative personality [Tekst] / M. S. Salomatina // Kul'tura obshhenija i ee formirovanie : mezhvuz. sb. nauch. tr. = Culture of communication and its formation: inter-university collection of scientific works. – Voronezh, 2005. – Vyp. 4. – S. 85-86.

16. Sedov, K. F. Diskurs i lichnost': jevoljucija kommunikativnoj kompetencii = Discourse and personality: evolution of communicative competence [Tekst] / K. F. Sedov. – M. : Labirint. 2004. – 320 s.

17. Sosnova, M. L. Trening kommunikativnogo masterstva = Training of communicative skills [Tekst] : uchebno-prakticheskoe posobie an educational and practical book / M. L. Sosnova. – M. : Akademicheskij Proekt, 2017. – 266 s.

18. Krysin, L. P. Social'nyj aspekt jazyka = Social aspect of language [Tekst] / L. P. Krysin // Social'naja psiholingvistika = Social psycholinguistics – M., 2007. – 102 s.

19. Fedorov, A. V. Sravnitel'nyj analiz urovnej pokazatelej razvitija mediagramotnosti studentov = Comparative analysis of levels of indicators of students' media literacy development [Tekst] / A. V. Fedorov // Innovacii v obrazovanii. – 2007. – № 1. – S. 43-75.

20. Federal'nyj gosudarstvennyj obrazovatel'nyj standart vysshego obrazovanija po napravleniju podgotovki 45.03.01 Filologija (uroven' bakalavriata) Federal state educational standard of the higher education in the direction of preparation 45.03.01 Philology (bachelor's degree level) [Elektronnyj resurs]. – URL: http://fgosvo.ru/uploadfiles/fgosvob/450301_Filologia.pdf

21. Fedorov, A. V. Mediaobrazovanie: vchera i segodnja = Media education: yesterday and today [Tekst] / A. V. Fedorov. – M. : Izd-vo MOO VPP JuNESKO «Informacija dlja vseh», 2009. – 152 s.

22. Chicherina, N. V. Konceptija formirovanija mediagramotnosti u studentov jazykovyh fakul'tetov na osnove inojazychnyh mediatekstov = The concept of formation of media literacy of students at language faculties on the basis of foreign-language media texts [Tekst] / N. V. Chicherina. – SPb., 2008. – 50 s.