

BEL'CHENKO V.E. TECHNOLOGY OF ORGANIZATION OF WEBSITE OF THE INSTITUTION BASED ON THE DIVISION OF RIGHTS AND RESPONSIBILITIES OF STRUCTURAL UNITS

Abstract. The article touches on the questions of the technology of creating the official websites of the institution based on the technology of access rights distribution. The experience of Armavir State Pedagogical Academy in using an approach to arrange site editing allowing to place large amounts of information is presented.

Keywords: official website, educational institution, content management system, distributed access, access rights, CMS platforms

References

1. Government Decree of 10.07.2013 N 582 "On approval of the Regulation on the official website of the educational organization in information and telecommunications network «Internet» and updating information on the educational organization". *Consultant Plus*. Available at: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_149242/
2. Matthew MacDonald (2013) *Sozdanie Websayta. Nedostayushchee rukovodstvo* [Creating of Web-site. The missing manual]. St. Petersburg.: BHV-Petersburg Publ.
3. Bocharova S.T., Gusakova T.M., Sushentsov A.A., Ipatov N.V. (2013) [Guidelines for the establishment and maintenance of the official website of the educational organization]. *Informatika i obrazovanie* [Informatics and education]. No 4 (243), pp. 33-34.

Author:

BELCHENKO Vladimir E. – Cand. Sci, (Technical), Assoc. Prof., head of Department of computer science and information technology training, Armavir State Pedagogical University, agpu_kaf_inf@mail.ru

**Л.Г. ЛИСИЦКАЯ, д-р филол. наук,
доцент**

**Современный медиатекст
и его роль в языковой
подготовке бакалавра**

В статье рассматриваются вопросы применения компетентностного подхода в преподавании курса «Культура речи». Анализируется влияние современных медиатекстов как на общекультурную и общепрофессиональную подготовку бакалавров педагогики, так и на литературный язык в целом.

Ключевые слова: культура речи, компетентность, общекультурная и общепрофессиональная подготовка, медиатекст, нормативность, система ценностей

Целеполагающей основой ФГОС ВПО является компетентностный подход, полагающий конечным результатом изучения учебного предмета формирование у студента спектра общекультурных и профессиональных компетенций. Долгое время в этом качестве выступал набор знаний, умений и навыков, освоенных обучающимся в ходе учебного процесса. Компетентностная па-

радигма, на наш взгляд, не отрицает значения этого набора, она обеспечивает их интеграцию, проявляющуюся в способности выпускника использовать приобретенные в ходе обучения знания и опыт при решении профессиональных задач.

Глубокий анализ целей и задач учебного процесса в целом и роли предмета «Культура речи» в деле формирования компетент-

ностной модели выпускника с выделением видов компетенций, освоение которых возможно в процессе изучения данного предмета, потребовал коррекции учебно-методического арсенала дисциплины. Указанная дисциплина в структуре основной образовательной программы бакалавриата по направлению «Педагогическое образование» относится к вариативной части гуманитарного, социального и экономического цикла. Его основой являются знания, умения, навыки, сформированные в процессе изучения русского языка в общеобразовательной школе. В свою очередь, освоение курса «Культура речи» становится необходимой базой для изучения ряда дисциплин («Психология», «Педагогика», «Методика обучения и воспитания», «Русский язык», «Профессиональная этика»), а также для прохождения профессиональной практики, для написания научных работ, курсовых и дипломных проектов.

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих общекультурных компетенций:

- “владеет культурой мышления, способен к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения” (ОК-1);
- “способен понимать значение культуры как формы человеческого существования и руководствоваться в своей деятельности современными принципами толерантности, диалога и сотрудничества” (ОК-3);
- “способен логически верно использовать устную и письменную речь” (ОК-6);
- “готов к взаимодействию с коллегами, к работе в коллективе” (ОК-7);
- “способен использовать навыки публичной речи, ведения дискуссии и полемики” (ОК-16).

Ресурсы дисциплины позволяют оказывать действенное влияние на формирование у будущего специалиста ряда общепрофессиональных компетенций, например: “способен нести ответственность за резуль-

ти” (ОПК-4), “способен к подготовке и редактированию текстов профессионального и социально значимого содержания” (ОПК-6), а также общепрофессиональных компетенций *в области педагогической деятельности*: “готов включаться во взаимодействие с родителями, коллегами, социальными партнерами, заинтересованными в обеспечении качества учебно-воспитательного процесса” (ПК-5), “способен организовывать сотрудничество обучающихся и воспитанников” (ПК-6) – и *в области культурно-просветительской деятельности*: “способен разрабатывать и реализовывать культурно-просветительские программы для различных категорий населения, в том числе с использованием современных информационно-коммуникационных технологий” (ПК-8), “способен профессионально взаимодействовать с участниками культурно-просветительской деятельности” (ПК-9).

Формулирование перечня компетенций, формирование которых возможно, целесообразно и логично в ходе изучения предмета, делает процесс изучения более системным и целенаправленным, а результат – более определяемым. Вместе с тем мы сознаем, что речевые способности будущего специалиста не сводятся к подобному перечню компетенций, они должны давать неограниченные возможности для реализации личности, ее самообразования и карьерного роста.

Общество, в котором свобода слова стала официально трактоваться как одна из высших ценностей, пришло к пониманию того, что владение родным языком, умение общаться, вести плодотворный диалог и добиваться успеха в процессе коммуникации – важные составляющие профессиональной компетентности в различных сферах деятельности. В какой бы области ни работал бакалавр, он должен быть интеллигентным человеком, свободно ориентирующимся в быстроменяющемся информационном пространстве. Культура речи – это

не только неременная составляющая образованного делового человека, но и показатель культуры его профессионального мышления, а также общей культуры. Известный лингвист Т.Г. Винокур, на наш взгляд, очень точно определила речевое поведение: это «визитная карточка человека в обществе».

Вузовский курс «Культура речи» изучают студенты разного уровня общекультурной и языковой подготовки, получающие образование по разным направлениям. Встает вопрос: какая речь должна быть образцом для подражания, какая литература, какие тексты должны влиять на языковой вкус современного человека? Еще не так давно эту функцию выполняли лучшие образцы художественной литературы. Считалось, что литературный язык является единственной силой, возможностью развития культуры, потому что именно он выступает в качестве уникальной системы непреходящих ценностей, накопленных предками. Сегодня «в центре стилистической системы современного русского языка, оказывая сильное воздействие на речевые жанры, практически на весь литературный язык» [1, с. 4], находится язык СМИ. Именно медиатексты составляют ядро современной русской культуры в силу своего безраздельного господства в информационном пространстве общества, созданном на базе как традиционных СМИ – печать, радио, телевидение, так и новейших, связанных с появлением и распространением Интернета.

Рассмотрение текстов СМИ с точки зрения взаимодействия контента и аксиологии позволяет получить ценностную информацию не только о состоянии языковой культуры общества, но и о его морально-нравственном статусе, ибо тексты масс-медиа как единицы публицистического дискурса распространяют вкусы и жизненные приоритеты, конструируют особенности образа жизни, поведения, в том числе и речевого. События последних десятилетий пока-

зывают, что медиатексты обладают огромными возможностями воздействия на умы и чувства массовой аудитории. С одной стороны, они могут просвещать людей, содействовать стремлению к свободе и социальной справедливости, а с другой – могут порабощать людей, дезинформировать их, разжигать этнические конфликты, сеять недоверие и страх, насаждать дурновкусие и пошлость.

Мы предприняли попытку контентно-аксиологического исследования медиатекста в свете требований культуры речи. Оказалось, что современные медиатексты демонстрируют расшатывание литературных норм, стилистическое снижение содержания общения, речевую агрессию, «варваризацию» и «люмпенизацию» речи. Такие факты позволяют констатировать снижение «порога допустимости» в публичной речи, которая в современной речевой ситуации становится образцом для подражания. Все больше журналистов используют в своей речи так называемый «современный язык» с преобладанием жаргонной, просторечной лексики. Вот только несколько примеров. «*Россию ставят на счетчик. Западные лидеры угрожают введением санкций*» [2]. («Поставить на счётчик, включить счётчик» – в криминальном мире означает



срок выплаты денег, по истечении которого невыплатившему долг грозит смерть или другое жёсткое наказание.) *«Когда объединяются две структуры – это договор двух мерзавцев».* (Использованное слово «мерзавец» – бранное, употреблено в значении «мерзкий, подлый человек».) *«Борис Березовский обводил вокруг пальца и пер-*



вых лиц страны, и спецслужбы, и заработал на халяве огромные деньги». (Жаргонизм «халява» имеет значение «то, что получено даром, без вложений, затрат или за чужой счет».) *«Америке очень выгодно обесценить доллар, ведь США должны всему миру и не хотят облажаться. Америка может хорошо на этом нажиться».* («Облажаться» – жаргонизм со значением «потерпеть неудачу, ошибиться; опозориться, потерпев неудачу или совершив ошибку».) В телевизионной передаче «Непутевые заметки» ведущий позволил себе «украсить» свою речь следующими словами и выражениями тюремно-лагерного жаргона: *«замочил Минотавра»*, *«крышевал Посейдон»*, *«киллер»*, *«шалава»* и др. [3].

Традиционно российские газеты, а ныне все современные медиатексты являются главным посредником в миграции лексических заимствований из одного языка в другой как результата языковых контактов. Поэтому отношение к заимствованиям – это не только языковедческая, но и политическая проблема. И, вероятно, правы те, кто сегодня бьет тревогу в связи с агрессивной американизацией русского языка, а значит, и русской культуры, русской ментальности и осуждает излишнюю навязчивость средств массовой информации по распространению и пропаганде чуждых широ-

кому кругу читателей варваризмов по смыслу и чужих по звучанию [4, с. 70]. Не будет преувеличением сказать, что ни один день нашей жизни не обходится без очередного новейшего лексического заимствования. Особенно изобилуют ими такие сферы общественной деятельности, как политика, экономика, искусство, компьютерные технологии, активно освещаемые масс-медиа. Писать непонятно стало модно, мысль, облеченная в иноязычный термин, легко вводит в заблуждение потребителя информации, при этом возникает зона коммуникативного напряжения, так как адресат чувствует свою языковую некомпетентность в предлагаемом массмедийном диалоге. Все это умножает число коммуникативных неудач и приводит иногда к курьезам. По словам В.В. Колесова, происходит «насыщение русской речи варваризмами, иноязычными словами, которые никак не обогащают ее, а просто дублируют уже существующие в языке слова. Это явление грозит лишить нас важнейшего средства интеллектуального и творческого действия, каковым в первую очередь является литературный язык народа» [5, с. 187].

Активными проводниками ненормативности в медиатекстах являются молодые журналисты, которые по образовательному уровню должны бы быть, наоборот,

представителями культурной элиты и пропагандировать литературный язык. На практике же получается иная картина: именно они устанавливают моду на «новую брутальность», щеголяя жаргонизмами, вульгаризмами и табуированной лексикой. В вечной погоне за экспрессией журналисты не всегда заботятся о том, чтобы она была эстетически состоятельной. Будучи «по определению» проводниками культуры и носителями системы ценностных ориентиров, по существу, они игнорируют свою ответственность за русский язык. Часто журналисты используют жаргонизмы с целью создания подтекста, который не несет в себе никакой смысловой нагрузки, а основан лишь на случайных ассоциациях. Так, в статье «Культуру надо замочить» речь идет о том, что перед употреблением овощей их нужно поддержать некоторое время в воде.

Важной особенностью устных медиатекстов является сиюминутность, одномоментность коммуникативного контакта, т.е. информация должна быть воспринята сразу, поэтому авторы максимально сближают языковое оформление текста с узусом предполагаемого адресата, с его языковой компетенцией. Это изначально предполагает снижение языковой «планки» коммуниканта, что проявляется во «вторжении» разговорной стихии в самой различной ее реализации.

«Массовизация», «усреднение» речевого стандарта наглядно проявляются и в языке рекламы, представляющей собой одну из специфических разновидностей массовой коммуникации, с отчетливо выраженной прагматичностью и адресностью. Впрочем, язык рекламы адекватно отражает некоторые особенности современной языковой ситуации. Особый интерес в этом отношении представляет отечественная реклама. Переживая период своего становления, она еще не обрела свою стилистику, поэтому, с одной стороны, здесь копиру-

ются западные образцы (соответственно, с использованием множества заимствований), с другой – «педалируется» доверительность, непринужденность, даже «разухабистость» общения с включением жаргонизмов. Для имитации непринужденности общения, особенно в устной рекламе, нередко используется диалогическая речь (в том числе и с применением «ты-форм»). Приведем тексты некоторых реклам: «*Разыгрался аппетит – не тормози, сникерсни!*»; «*Жизнь хороша, “оттянись” не спеша*»; «*Поцелуй меня в пачку*».

Современные СМИ, руководствуясь законом о свободе авторского выражения, предоставляют адресату весьма разнообразные по стилю, форме и средствам изображения материалы. Зачастую они грешат нарушением социальных правил, несоблюдением элементарных законов этики, языковой и стилистической ненормативностью, а также умножают количество коммуникативных неудач в этой социально значимой сфере общения.

Медиатексты сегодня – это мощнейшее средство воздействия на массовое сознание, а в контентно-аксиологическом аспекте – это влияние на весь строй мышления, на стиль мировосприятия, на тип культуры сегодняшнего дня. В этом плане они могут быть предметом и своеобразным дидактическим материалом для формирования общекультурных и общепрофессиональных компетенций будущих специалистов.

Литература

1. Язык современной публицистики: сб. статей / Сост. Г.Я. Солганик. М: Флинта, 2007.
2. Время. ОПТ. URL: www.1TV.RU
3. Непутевые заметки. ОПТ. URL: www.1TV.RU
4. Донских О.А. Где изысканность русской медлительной речи? // Высшее образование в России. 2013. № 10. С. 69–77.
5. Колесов В.В. Русская речь. Вчера. Сегодня. Завтра. СПб., 1998.

Автор:

ЛИСИЦКАЯ Лариса Григорьевна – д-р филол. наук, доцент, зав. кафедрой педагогики и технологий дошкольного и начального образования, Армавирская государственная педагогическая академия, llg14@mail.ru

LYSYTSKAYA L.G. MODERN MEDIATEXT: ITS ROLE IN THE LANGUAGE TRAINING OF THE BACHELORS

Abstract. The article discusses the goals of the course «Speech Culture» in the context of formation of a competence model of a graduate and considers the modern mediatexts in the light of their impacting function and influence both on a general cultural and general professional training of bachelors of pedagogy and on the literary language in general.

Keywords: speech culture, competence, general cultural and general professional training, mediatext, normativity, system of values

References

1. Solganik G.Ya. (Ed) (2007) *Yazyk sovremennoy publitsistiki* [Language of modern journalism]. Moscow: Flinta Publ.
2. TV programme “Time”. Available at: www.1TV.RU
3. TV programme “Neputevye zametki”. Available at: www.1TV.RU
4. Donskikh O.A. (2013) [Where is the nicety of a slow Russian speech?]. *Vysshee obrazovanie v Rossii* [Higher education in Russia]. No 10, pp. 69-77.
5. Kolesov V.V. (1998) *Russkaya rech'. Vchera. Segodnya. Zavtra* [Russian language. Yesterday. Today. Tomorrow]. St. Petersburg.

Author:

LYSYTSKAYA Larisa G. – Dr. Sci. (Philology), Assoc. Prof., Head of the Department of Pedagogy and Technologies of Preschool and Primary Education, Armavir State Pedagogical Academy, llg14@mail.ru

