

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ГЛАЗОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ
имени В. Г. КОРОЛЕНКО»

Вестник педагогического опыта

Серия «Иностранные языки. История»

Выпуск 45

Научно-методический журнал

*Научное электронное издание
на компакт-диске*

Глазов
ГГПИ
2019

© ФГБОУ ВО «Глазовский государственный
педагогический институт
имени В. Г. Короленко», 2019

ISBN 978-5-93008-297-5

УДК 37
ББК 74
В38

*Рекомендовано к изданию
научно-методическим советом
ФГБОУ ВО «Глазовский государственный
педагогический институт имени В. Г. Короленко»*

Главный редактор: Я. А. Чиговская-Назарова
Ответственный редактор серии: В. М. Широких

АВТОРАМ СЕРИИ «ИНОСТРАННЫЕ ЯЗЫКИ. ИСТОРИЯ»

Журнал «Вестник педагогического опыта» публикует материалы, которые могут помочь учителю, преподавателю иностранного языка, истории, обществознания в ведении его профессиональной деятельности.

На страницах журнала свои материалы могут представить преподаватели и научные работники, ведущие исследования по проблемам преподавания иностранных языков, истории, обществознания, учителя школ, желающие поделиться своим педагогическим опытом с коллегами, аспиранты и студенты, делающие свои первые открытия в области обучения иностранным языкам, истории, обществознания.

1. Объём рукописи представляемого для публикации материала – до 10 страниц.
2. Материал принимается на CD, DVD, USB flash в редакторе Word.
3. При наличии в рукописи ссылок на использованную литературу автору следует строго указывать выходные данные и номера страниц источника.
4. Обязательно представление сведений об авторах (фамилия, имя, отчество, учёная степень, место работы и должность, адрес для переписки, телефон).
5. Материалы, присланные для публикации, могут содержать качественные фотографии и иллюстрации (с соответствующими указаниями на их использование в тексте).

Системные требования: процессор с тактовой частотой 1,3 ГГц и выше; 256 Мб RAM; свободное место на HDD 1 Мб; Windows 2000/XP/7/8/10; Adobe Acrobat Reader; дисковод CD-ROM 2-скоростной и выше; мышь.

© ФГБОУ ВО «Глазовский государственный педагогический институт
имени В. Г. Короленко», 2019

НАУЧНОЕ ИЗДАНИЕ

Вестник педагогического опыта

Серия «Иностранные языки. История»

Выпуск 45

Научно-методический журнал

Технический редактор, корректор *М. В. Пермякова*
Оригинал-макет: *М. В. Пермякова*

Подписано к использованию 02.09.2019. Объем издания 1 Мб.
Тираж 8 экз. Заказ № 2800 – 2019.

ФГБОУ ВО «Глазовский государственный педагогический институт
имени В. Г. Короленко»

427621, Россия, Удмуртская Республика, г. Глазов, ул. Первомайская, д. 25
Тел. /факс: 8 (34141) 5-60-09, e-mail: izdat@mail.ru

СОДЕРЖАНИЕ

- Биянова М. В.* Техника изучения иностранного языка Shadowing
- Возмищева Н. В.* Методика социального проектирования: работа с информационными сообщениями и целевой аудиторией
- Кропачева М. А., Литвинова Е. С.* Сокращения в ограниченном коммуникативном пространстве чата ММОРПГ
- Макурина В. В., Сухова М. В.* Сотрудничество кафедры истории и социально-гуманитарных наук со школами г. Глазова
- Повышева А. Н.* К вопросу о коммуникативной ситуации
- Поторочина Г. Е.* К вопросу о роли киноклуба в рамках работы Общества Гёте в воспитательном и образовательном пространстве вуза
- Салтыкова М. В.* Использование мнемотехнических приемов в развитии лексической компетенции обучающихся
- Смирнова М. Н., Пентюхова М. А.* Выбор различных методик для совершенствования английского языка студентов
- Сухова М. В.* Студенческие исследования по этнологии и этнокультурному краеведению на историко-лингвистическом факультете ГГПИ как способ сохранения этнокультур региона и воспитания толерантности (к постановке проблемы)
- Тебенькова К. А.* Вопросы теории и практики предпринимательской деятельности в школьном курсе обществознания
- Щенина Т. Е.* Проблемы гражданско-патриотического воспитания и пути их решения на примере опыта работы ФГБОУ ВО «Глазовский государственный педагогический институт имени В. Г. Короленко»

М. В. Бианова,
канд. филол. наук, доцент кафедры
иностранных языков и удмуртской филологии

ТЕХНИКА ИЗУЧЕНИЯ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА SHADOWING

Аннотация. Метод Shadowing представляет собой мало используемый способ изучения иностранного языка, популяризируемый американским профессором Александром Аргуэльесом. В статье описаны как положительные стороны данного метода, так и возможный риск при его использовании, а также методика работы по данной технике.

Ключевые слова: дублирование, техника изучения иностранного языка, Александр Аргуэльес.

Annotation. Shadowing is a little-known language learning technique, popularized by an American professor Alexander Arguelles. In this article we look at the benefits claimed for shadowing as well as a pitfall one needs to be aware of. The way to do it is described.

Keywords: speech shadowing, training technique, Alexander Arguelles.

Технику изучения иностранного языка Speech Shadowing («дублирование») разрабатывает, активно использует и рекомендует всем изучающим иностранные языки известный американский гиперполиглот Александр Аргуэльес¹. Являясь профессором нескольких университетов, а также консультантом по изучению иностранных языков, он утверждает, что иностранные языки можно самостоятельно осваивать на достаточно высоком уровне, но для этого необходимо придерживаться трех правил: работать систематично, дисциплинированно и тщательно. Данные правила являются также залогом успешного применения техники «дублирование».

Суть упражнения заключается в особом копировании речи носителя языка: задача – слушать текст, озвученный носителем языка, и произносить его одновременно с диктором, в точности копируя его речь и буквально сливаясь с ней. Александр Аргуэльес применяет этот метод для изучения любого иностранного языка с нуля. Он сравнивает его с процессом овладения детьми родным языком. Однако в случае, если вы используете исключительно этот метод для овладения новым языком, неизбежны ошибки и неточности. Риск заключается в том, что можно неправильно услышать звуки и воспроизводить похожие звуки родного языка. На наш взгляд, лучше использовать данный метод как вспомогательный при изучении практической фонетики иностранного языка.

Опишем методику работы по этой технике².

Для занятий требуется аудиозапись носителя языка (диалоги, радиопостановки, подкасты и т. д.), текстовый вариант аудиозаписи (скрипт), текстовый перевод на русский язык (для понимания общего смысла текста).

При выборе аудиозаписей нужно учитывать следующее: уровень сложности текста должен соответствовать вашему уровню владения языком; дикция носителя языка должна быть четкой, темп речи – средний; длительность записи не должна превышать 5–7 минут. Возможно работать с видеозаписью³. В этом случае важно, чтобы субтитры были не автоматическими, поскольку они бывают частично неверными.

Работа с одним текстом по технике Shadowing продолжается в течение нескольких дней. Весь комплекс занятий включает пять этапов, каждый из которых занимает в среднем 10–15 минут.

В первый день достаточно слушать отрывок и повторять речь за диктором. Если отрывок текста короткий, повторять его нужно 10–15 раз, более длительные отрывки текста повторять нужно 2–3 раза. На этом этапе не требуется полное понимание содержания текста. Если не полу-

чается произносить вслух, достаточно имитировать движения артикуляционного аппарата.

Во **второй день** продолжать слушать тот же отрывок текста, но уже глядя в перевод, при этом появляется понимание знакомых слов (которые вы распознали зрительно). Можно начать параллельно работать с новым отрывком текста, выполняя для него этап первого дня.

В **третий день** слушать аудиозапись и смотреть в текст на иностранном языке, в результате чего содержание текста будет понятно. Если непонятна грамматика или отдельное слово, необходимо выяснить его значение. Для нового отрывка текста выполняется этап второго дня.

В **четвертый день** самостоятельно читать текст на изучаемом языке без аудиозаписи, при этом стараясь имитировать интонацию. Произносить текст нужно громко и четко. Для нового отрывка текста выполняется этап третьего дня.

В **пятый день** необходимо читать вслух, при этом записывая предложения от руки, проговаривая каждое слово. Для нового отрывка текста выполняется этап четвертого дня.

Выполняя для нового отрывка текста этап пятого дня, можно начать параллельно работу с третьим отрывком текста.

Отметим, что технику выполнения упражнений можно менять, адаптируя к своему ритму работы. Какие-то моменты можно опускать, например пятый этап, если нет времени заниматься письмом; можно работать сразу с несколькими отрывками текстов (до 3–4) и выполнять следующие виды работы:

- слушать, не глядя в текст;
- слушать и читать перевод;
- слушать и смотреть в текст;
- повторять вслух за рассказчиком.

Интересно, что упражнения настоятельно рекомендуется выполнять параллельно с активным хождением [1]. Известно, что моторика, то

есть двигательная активность, связана с функционированием мозга. Ученые подтверждают, что результаты будут лучше, если мозговая деятельность будет связана с движением. Во время дублирования активно работает и артикуляционная база. Артикуляция – это моторные движения, которые стимулируют речевые центры мозга.

Дублирование – простой, но эффективный метод для улучшения языковых навыков. Эффективность техники заключается в следующем: метод позволяет развить навыки восприятия речи на слух; изучить грамматику языка интуитивно, подсознательно, без изучения по учебникам; ассоциировать звуковой образ слова с его написанием; приобрести навыки свободного владения речью; улучшить память. Для существенных результатов понадобится заниматься ежедневно. Это поможет обучающимся работать над самодисциплиной и приучить себя заниматься английским языком регулярно.

Примечания

¹ Более подробно с работами Александра Аргуэльеса можно познакомиться на его веб-сайте и канале на Youtube: <http://www.foreignlanguageexpertise.com>, <https://www.youtube.com/channel/UCRGtDF5VAywUVwgT51Ud6OQ>.

² Посмотреть, как Александр Аргуэльес показывает технику дублирования иностранных языков, можно по этой ссылке: <https://www.youtube.com/watch?v=VdheWK7u11w>.

³ В качестве видеозаписей для практики Shadowing хорошо подойдет серия роликов Nature is speaking (Природа говорит), которую выпустила Международная природоохранная организация Conservation International. Ролики озвучили известные актеры Харрисон Форд, Джулия Робертс, Роберт Редфорд, Пенелопы Крус и другие. Длительность роликов от одной минуты до двух. <https://yandex.ru/video/search?text=nature%20is%20speaking&path=wizard&noreask=1>.

Список литературы

1. Shadowing for language learning, explained // How to get fluent, with Dr Popkins: [сайт] . – URL: <https://howtogetfluent.com/shadowing-for-language-learning> (дата обращения: 15.05.2019).

*Н. В. Возмищева,
канд. филол. наук, ст. преподаватель
кафедры иностранных языков и удмуртской филологии*

МЕТОДИКА СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ: РАБОТА С ИНФОРМАЦИОННЫМИ СООБЩЕНИЯМИ И ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИЕЙ

Аннотация. Данная статья посвящена вопросам социального проектирования, а именно, проблеме продвижения проекта в социальных сетях, ведения группы проекта в медиапространстве, а также обучению качественному составлению информационного контента на любом языке. В статье подчеркивается необходимость всестороннего анализа ситуации перед началом пиар-кампании, важность грамотно составленных пресс- и пострелизов в решении задачи расширения охвата целевой аудитории проекта.

Ключевые слова: социальный проект, SMM-сообщение, пиар-кампания, пресс-релиз, целевая аудитория, социальная сеть, контент, контент-план.

Annotation. The article is devoted to social project management issues, namely to the problem of project promotion in social networks and media scene PR-company of the project. The article also includes the questions of high quality media content-building in different languages. The author highlights the importance of in-depth situation study before PR-company beginning and the necessity of news release writing skills development in order to enlarge targeted audience outreach.

Keywords: social project, SMM-message, PR-company, news release, targeted audience, social network, content, content-plan

Социальное проектирование можно иначе определить как технологию социального воспитания личности. Именно социальное проектирование позволяет решать основные задачи социализации: формировать свою Я-концепцию и мировоззрение; устанавливать новые способы социального взаимодействия с окружающим миром. Целями социального проектирования можно считать: привлечение внимания молодежи к актуальным социальным проблемам местного сообщества, а также вклю-

чение молодых людей в реальную практическую деятельность по разрешению одной из этих проблем. Как и любая другая деятельность, социальное проектирование не может быть освоено субъектом социальной деятельности (молодым человеком, подростком) вдруг, одномоментно. Навыки межличностного взаимодействия, приобретенные в других видах деятельности, умение и способность к продуктивной деятельности, общий уровень психического развития – те критерии, качественные характеристики которых, с одной стороны, являются показателями степени готовности субъекта к социальному проектированию, а с другой – базой, основой проектирования [2]. Несомненно, в учебных организациях различного уровня должна быть специально организована учебная деятельность, целью которой является освоение содержания понятия «социальное проектирование» и основных навыков его проведения. Одним из подобных навыков является навык пиара – представления проекта в медийном пространстве, умение рассказать о своих идеях целевой аудитории и грантодателям – тем, кому проект может показаться интересным и полезным.

Информационное сообщение в пиаре – это единица измерения. К информационным сообщениям относятся посты в социальных сетях (SMM-сообщения), пресс-релизы, короткий рассказ про проект – так называемый «рассказ в лифте» («продающая речь», которую автор проекта должен успеть изложить важному для него человеку за 30 секунд), пострелизы и т. д.

Специалисту по пиару удобно мыслить информационными сообщениями. Информационные сообщения в социальных сетях в настоящее время часто называют SMM-сообщениями.

SMM (Social Media Marketing) сообщения – это продвижение товаров и услуг в социальных сетях, которые воспринимаются маркетингом как социальные медиа. SMM сообщения часто составляются по правилам, аналогичным правилам составления пресс-релизов.

Несомненно, социальные сети имеют ряд преимуществ перед другими СМИ:

- огромный охват аудитории;
- прямое общение с целевой аудиторией (ЦА): отзывы, ответы на вопросы;
- размещение неограниченного количества своей рекламы бесплатно;
- допустимые разные форматы рекламы (фото, аудио, видео);
- вывод в топ поисковых систем;
- невысокая цена.

Именно эти факторы выводят социальные сети в лидеры среди информационных ресурсов, где возможно представить проект, получить поддержку целевой аудитории и возможных грантодателей.

Далее потенциальный автор проекта должен определить задачи, которые предстоит решить умело представленной группе и SMM-сообщениям в ней [1, с. 10–25].

Определяем задачи:

- 1) повышение узнаваемости проекта;
- 2) формирование лояльного ядра;
- 3) информирование о деятельности;
- 4) привлечение новых подписчиков в группу.

Немаловажно выбрать не только тип медийного пространства для представления проекта, но также и конкретную социальную сеть, которая позволит максимально эффективно вести работу с целевой аудиторией.

Ниже представлен рейтинг популярности социальных сетей на январь 2018 года:

- Пятое место. Большой популярностью пользуется «Живой журнал» (Livejournal), где вы можете вести свой блог, делиться мыслями, спорить и просто общаться «без галстуков».

- Четвертое место. Несмотря на мировое признание, Facebook не является самым востребованным в России, хотя популярность его растет с каждым месяцем, особенно часто к этому сообществу присоединяются люди, ищущие деловых контактов и общения с единомышленниками.
- Третье место. «Мой мир» – отечественный ответ Google+, пользующейся огромной популярностью в мире.
- Второе место. В то время как большинство проектов использует для общения молодежь, в «Одноклассниках» общаются люди всех возрастов.
- Первое место. Рейтинг популярности социальных сетей в России в 2018 году возглавил проект «ВКонтакте», который уже объединил почти 300 миллионов человек из разных стран. Через группу «ВКонтакте» вы можете не только знакомиться и общаться, но и рекламировать свой бизнес, для чего предусмотрены уникальные инструменты и возможности. Справедливости ради, стоит отметить, что в последние месяцы также активно набирает рейтинговые баллы и выходит в лидеры проект Instagram, где можно выкладывать свои фотографии, подписываться на новостные ленты (так называемые «сториз») самых разных людей [4].

При выборе социальных сетей для представления проекта также следует учитывать возраст и пол подписчиков. Молодежная аудитория в возрасте 17–20 лет предпочитает сеть Instagram, большая часть аудитории которой – девушки. Российский сегмент Интернета также активно пользуется сетью «ВКонтакте», аудитория которой равно охватывает как мужчин, так и женщин в возрасте от 18 до 25 лет и старше. Крупный бизнес и зарубежные партнеры традиционно предпочитают сеть «Фейсбук».

Следующий этап – определение стратегии продвижения в социальных сетях. Уместно в данном случае задать себе следующие вопросы:

– Чего вы хотите добиться с помощью грамотно построенных SMM-сообщений?

– Кто ваша ЦА?

– В какой информации нуждается потребитель?

– Какие социальные сети популярны среди представителей вашей ЦА?

Остановимся и на выборе тактики общения:

– Выберите тон и стиль общения с аудиторией в соцсетях.

– Назначьте ответственного за публикации контента в социальных сетях.

– Выберите визуальные элементы бренда, которые вы будете использовать в SMM-кампаниях. Брендируйте страницы в социальных сетях: используйте узнаваемую обложку «Фейсбук», шапку в «Твиттере» и фотографию для группы «ВКонтакте» [3, с. 30–38].

Заметим, существует несколько факторов, влияющих на популярность группы:

– два–три интересных верхних поста (следовательно, размещать в группе более четырех важных постов в день нецелесообразно);

– некоммерческий контент (содержимое постов группы) или чрезвычайно полезный коммерческий контент;

– вовлеченность сообщества;

– качество оформления сообщества в целом;

– онлайн-конкурсы (желательно, с призами);

– активность в сообществе;

– брендированность;

– много фотографий и инфографики;

– ответы на вопросы в комментариях.

Контент-план (план наполнения группы постами) готовьте по возможности заранее. Продумайте формы контента:

1. Текст.

2. Изображение/фотографии.

3. Инфографика.

4. Видео.

5. Аудио.

6. Ссылки и репосты («пустых» репостов старайтесь не делать, обязательно добавляйте свой комментарий).

Планировать наполнение группы или пиар в ней одного важного мероприятия поможет **диаграмма Ганта (рис. 1)**. Диаграмма этого типа позволяет спланировать процедуру освещения в сети любого проектного мероприятия, оценить, в какие сроки возможна реализация каждой отдельно взятой проектной задачи.

	12.01	13.01	14.01
Задача 1			
Задача 2			

Рис. 1

Следующий вопрос, который решает автор проекта: как удержать целевую аудиторию? Для стесненных в средствах начинающих проектировщиков существует ряд бюджетных вариантов:

1. Репосты в группы с ЦА.

2. Репосты от лидеров мнений (например, от популярных блогеров).

3. Использование инвайтинговых программ (программа vkbutton).

4. «Подсадные» посты (намеренно негативные и/или провоцирующие).

5. Розыгрыши/конкурсы.

6. Упоминание в СМИ.

7. Таргетированная реклама.
8. Анализ контента.
9. Проведение интересных мероприятий от имени сообщества.
10. Общение в комментариях/обсуждениях [2, с. 47–56].

Приступим к рассмотрению принципов составления грамотного пресс- либо пострелиза. Написание пресс-релиза требует определенной последовательности действий. Условно их можно поделить на этапы.

1 этап. Подготовка.

1. Определите, какая информация заинтересует целевую аудиторию.

2. Создайте, сегментируйте и ведите базу СМИ по категориям: федеральные, региональные, печатные, электронные, бизнес, развлекательные издания, общественно-политические издания, ИТ, культура и т. д.

3. Зарегистрируйте единый адрес для рассылки пресс-релизов, это обеспечит возможность рассылки материалов по принципу «одного окна» и не замусорит вашу рабочую почту.

4. Сделайте узнаваемый шаблон пресс-релиза и обязательно укажите свои актуальные контактные данные.

2 этап. Написание текста.

5. Будьте кратки. Чем короче релиз, тем больше шансов у него быть прочитанным.

6. Будьте конкретны. Первые два пункта в структуре пресс-релиза – заголовок и первый абзац (лид) – должны отражать суть вашего сообщения. Самые важные предложения – первые. На них нужно тратить столько же времени, сколько на весь остальной релиз. В лиде дается ответ на вопросы: кто? что? где? когда? почему нам это важно?

7. Будьте занимательны. Второй абзац содержит информационный блок с некоторыми подробностями. Эти подробности должны быть интересны.

8. Не пренебрегайте статистикой. История без цифр и фактов – ноль.

9. Не упускайте возможность цитирования. Цитата должна состоять из нескольких слов, действительно имеющих отношение к теме. При отсутствии цитат следует сразу перейти к справочному блоку, где даются контакты организаторов и иная необходимая для связи информация.

3 этап. Коррекция текста.

10. Дайте вашему релизу «отлежаться». Прочтите его через некоторое время или дайте прочесть другому человеку.

11. Убирайте или раскрывайте все, что вызывает вопросы и требует дополнительных объяснений.

12. Используйте программу проверки орфографии. Опечатки встречаются часто. Сайты «Главред», «Грамота.ру» и ресурс MS Word могут оказаться полезны в деле коррекции текста.

13. Убирайте «слова-чемоданы», без которых ваш текст не теряет смысла. Например, «вследствие чего», «таким образом», «тем не менее».

14. Проверьте фактические данные и цифры.

4 этап. Рассылка сообщений.

15. Сделайте сокращенный вариант релиза в «теле письма». Рассылайте релизы в формате doc. Многие журналисты не открывают файлы. Сделайте бриф (краткий обзор) релиза для вставки в «тело письма». Это повысит вероятность прочтения.

16. Продумайте тему письма. Она также важна, как и заголовок и лид релиза. Формулируйте тему как можно короче. В противном случае релиз может автоматически угодить в папку «Спам», так как почтовые фильтры ограничивают прохождение длинных заголовков.

17. Не пренебрегайте персонифицированными сообщениями. Письмо с личным обращением в «теле письма» повышает шанс на про-

чтение релиза. Также можно подготовить сообщение для рассылки скрытых копий.

18. Будьте вежливы. Не забудьте поблагодарить того, кто использовал вашу информацию, но не злоупотребляйте звонками и просьбами [3, с. 40–55].

Предлагаем применить на практике полученные советы и построить пресс-релиз на основе предоставленного ниже информационного повода.

Образец текста: Equal Pay Day

Berlin's metro system is wholeheartedly backing its Equal Pay Day initiative. It is advertising it with an online ad that vows to actually close the gender pay gap. It says: "Gender-specific wage gap. Sounds stupid. Is stupid. We'll close it." Critics of the cheaper day pass say it won't necessarily help women as most workers in the city buy monthly travel passes. The day passes are largely purchased by tourists. Men could find themselves in trouble if they try to buy the cheaper day pass. The Metro said men found using the discounted tickets would be treated like regular fare evaders. Any man caught with the day pass will be deemed a fare dodger and receive a €60 fine. So, women in Germany will be able to enjoy cheaper rail travel on Monday, 25. They will be given a 21 per cent reduction in fares as part of Germany's Equal Pay Day events. Equal Pay Day is dedicated to raising awareness of the gender pay gap. It symbolizes the number of additional days a woman must work in a year to earn what men earn. It is enthusiastically celebrated in Germany, where women are paid 21 per cent less compared to men in terms of average gross hourly earnings. Berlin's public transport company is reducing the cost of its day travel ticket by 21 per cent, charging €5.50 instead of the usual €7.00 (<https://breakingnewsenglish.com/1903/190320-equal-pay-day.html>).

Построение заголовка и лида:

Название / Title	Кто? / Who? Что? / What?	Где? / Where?	Когда? / When?	Почему это важно? / Why is it important?
Monday, 25 – Equal Pay Day in Berlin	Equal Pay Day initiative	Berlin's metro system	Monday, 25	Equal Pay Day is enthusiastically celebrated in Germany, where women are paid 21 per cent less compared to men.

Monday, 25 – Equal Pay Day in Berlin

Berlin's metro system is backing its Equal Pay Day initiative on Monday, 25. Equal Pay Day is enthusiastically celebrated in Germany, where women are paid 21 per cent less compared to men in terms of average gross hourly earnings.

Построение информационного абзаца:

Berlin's public transport company is reducing the cost of its day travel ticket by 21 per cent, charging €5.50 instead of the usual €7.00. The Metro said men found using the discounted tickets would be treated like regular fare evaders. Any man caught with the day pass will be deemed a fare dodger and receive a €60 fine. So, women in Germany will be able to enjoy cheaper rail travel on Monday, 25. They will be given a 21 per cent reduction in fares as part of Germany's Equal Pay Day events.

Цитирование:

Berlin's public transport company advertises: "Gender-specific wage gap. Sounds stupid. Is stupid. We'll close it."

Таким образом, работа над проектом в социальных сетях требует тщательного планирования и анализа ситуации в медийном пространстве, а также знания определенных технологий воздействия на аудиторию и общения в веб-сообществах, умения оперировать полученной информацией при построении SMM-сообщений. Заметим также, что принципы

построения пресс- и пострелизов могут быть задействованы на уроке иностранного языка в ходе совершенствования навыков детализированного чтения и обучения приемам сжатия текста.

Список литературы

1. *Блэк С.* Паблик рилейшнз – что это такое? – М.: Новости, 2008. – 317 с.
2. Как создать социальный проект? // Школа успешного учителя: [сайт]. – URL: <http://edu-lider.ru/category/metodicheskaya-kompetentnost-uchitelya/innovacionnye-formy-raboty/post/kompetentnost/metodicheskaya-kompetentnost-uchitelya/innovacionnye-formy-raboty/uchebno-issledovatelskaya-rabota> (дата обращения: 18.04.2019).
3. *Колчина Е. А., Ладыжец Е. А., Михайлов А. В.* Управление проектами: методическая тетрадь. – Ижевск, 2017. – 60 с.
4. *Ладыжец Е. А. и др.* Акселератор проектов «ФАСТ. Революция»: методическое пособие для ресурсных центров муниципальных образований / Е. А. Ладыжец, Д. А. Машин, Е. А. Колчина, Я. В. Базуев, А. В. Караваева, Е. А. Сутягина, О. Ю. Ирисова. – Ижевск, 2017. – 66 с.
5. Рейтинг социальных сетей в 2018 году // Male hobby: журнал для мужчин: [сайт]. – URL: <https://male-hobby.ru/rejting-sotsialnyh-setej.html> (дата обращения: 17.04.2019).

М. А. Кропачева,
канд. филол. наук,
доцент кафедры иностранных языков и удмуртской филологии,
Е. С. Литвинова,
канд. филол. наук,
доцент кафедры иностранных языков и удмуртской филологии

СОКРАЩЕНИЯ В ОГРАНИЧЕННОМ КОММУНИКАТИВНОМ ПРОСТРАНСТВЕ ЧАТА ММОРПГ

Аннотация. В статье рассматриваются особенности такой формы ограниченного коммуникативного пространства, как внутриигровой чат в компьютерных играх типа ММОРПГ. Особое внимание уделяется аббревиатурам и сокращениям как способам выражения максимума содержания при ограниченной длине сообщения, также дается сравнение русскоязычных и англоязычных способов сокращения слов и выражений. Делается вывод о необходимости сокращений и аббревиатур для успешного общения в ограниченном коммуникативном пространстве игрового чата.

Ключевые слова: ограниченное коммуникативное пространство, ММОРПГ, игровой чат, аббревиатура, сокращение, эллипс.

Annotation. The article describes the features of one of the forms of limited communicative space: in-game chat in MMORPG computer games. Special attention is paid to abbreviations and shortened forms as means of expressing maximum content with limited message length, and comparison is made between Russian language and English language based means of shortening words and expressions. The conclusion is made about the need for abbreviations and shortenings for successful communication in the limited communicative space of the computer game chat.

Keywords: limited communicative space, MMORPG, game chat, abbreviation, shortening, ellipse.

Живя в обществе, человек связан разнообразными отношениями с другими людьми. Это образует вокруг человека коммуникативное пространство, которое в последнее время рассматривается философами, психологами, социологами, культурологами и лингвистами не только как «вспомогательное средство», «фон», «внешняя среда», «оболочка», но

и как предмет пристального изучения самого коммуникативного пространства, его структуры и взаимного влияния коммуникативного пространства, культуры и языка человека.

В последние несколько десятков лет исследователи отмечают, что постепенно растет и приобретает большую значимость новая форма коммуникации – электронная [2], компьютерно опосредованная [3] или мультимедийная [1], которая основана на интернет-технологиях. По мнению Д. Кристалла, возникновение сети Интернет явилось одним из факторов существенных преобразований в языке [7].

Являясь одной из разновидностей пространства, коммуникативное пространство может иметь измерения и границы, как физические, так и виртуальные или мыслимые. Соответственно, под ограниченным пространством понимается некое замкнутое коммуникативное пространство. Однако следует отметить, что замкнутость и ограниченность бывает разной степени, от жестко ограниченной до почти безграничной.

В качестве коммуникативного пространства, ограниченного физически, могут рассматриваться различные бланки и формы для заполнения, анкеты, ведомости, чертежи, почтовые открытки, конверты и т. д. В известном смысле сам лист бумаги является ограничивающим фактором, и, если у человека есть только один лист, на нем никак не удастся поместить текст целого романа.

Примерами виртуально ограниченного пространства могут быть поле набора текстового сообщения SMS или IM, область регистрации пользователя на сайте, диалоговые окна приложений и т. д. В них размер окна и количество символов обычно устанавливается разработчиком программы или сайта [6].

Однако помимо диалоговых окон программ, которые, как правило, имеют размер и наполненность, установленную создателем программы, существует немало способов общаться между собой именно двум или более людей. Программа или сайт служат при этом лишь способом ком-

муникации, накладывающим определенные условия на пользователей, причем в некоторых случаях, например таких, как форум или блог, длина сообщения хоть и ограничена, но пользователь крайней редко достигает лимита длины сообщения. В программах мгновенного обмена сообщениями длина сообщения уже значительно меньше, потому, если пользователь хочет поделиться с собеседником достаточно длинным текстом, этот текст придется делить на несколько частей и отправлять по очереди. Примерно то же самое наблюдается и при написании SMS-сообщений в телефоне.

Компьютерные онлайн-игры, в частности ММОРПГ (массовая многопользовательская ролевая онлайн-игра, или ММОРПГ (англ. Massively multiplayer online role-playing game, MMORPG), – жанр онлайн-овых компьютерных ролевых игр (ORPG), в которых большое количество игроков взаимодействуют друг с другом в виртуальном мире), также включают в себя один или несколько вариантов чата, который имеет свои особенности [4]. В отличие от форумов или платформ для личного общения, игровой чат изначально приспособлен для решения внутриигровых задач. В ММОРПГ чат, как правило, имеет несколько каналов, которые пользователь может включать или отключать по необходимости или своему желанию. Таким образом, каждый игрок может выбрать, будет ли он следить за сообщениями о купле-продаже игровых ценностей в виртуальном мире или общаться с одним человеком, с группой людей или со всеми игроками на сервере.

Важной особенностью внутриигрового общения является ограниченное пространство чата. Чат обычно допускает сообщения длиной 100–110 символов, поэтому у игрока возникает необходимость либо писать несколько сообщений, либо использовать различные сокращения или аббревиатуры, которые делают речь геймеров во многом непонятной непосвященному лицу или новичкам (например: *XX*, или *TT*, ‘назва-

ние подземелья Священный храм сумерек', УФ 'название подземелья Ущелье Феникса', ежа 'ежедневное задание' и т. д.) [4].

Еще одной особенностью игрового чата в ММОРПГ является то, что, в отличие от сайтов-чатов или конференций в программах обмена сообщениями, онлайн одновременно может присутствовать до нескольких сотен или даже тысяч игроков, и каждый из них может захотеть написать, предложить что-то или попросить о чем-то, причем если у игрока включено отображение всех чатов, то одно нужное сообщение он может не увидеть из-за обилия других, неинтересных ему в данный момент. Соответственно еще возрастает потребность написать свое сообщение так, чтобы в 100 символов поместился максимум содержания, потому что, если писать долго, в несколько сообщений, потенциальный адресат сообщения может не дождаться и отреагировать на чье-то другое, написанное раньше или содержащее больше информации. В связи с этим в игровом чате используется намного больше сокращений и аббревиатур, чем в обычной речи. Если в обычном чате или IM-программе можно написать «я ищу человека такой-то профессии, который может мне помочь с тем-то, потому что я сам(а) не могу это сделать» или «хочу продать то-то и то-то такого-то цвета и размера, в отличном состоянии» и дать подробные описания, какая именно помощь нужна или какие характеристики у товара, в ММОРПГ вся эта информация должна поместиться в 100 символов.

Следует особо отметить, что в англоязычных версиях игр в чате встречается использование аббревиатур (*UP* от *Uncharted Paradise*, *db* от *duskblade*, *wtb* от *want to buy* и т. д.), а в русскоязычной версии тех же игр чаще встречаются сокращения (*дру* от *друид*, *цита* от *Серебряная цитадель*). Конечно, и в англоязычной версии игры могут быть сокращения-усечения (*вер* от *weapon*), и в русскоязычной встречаются аббревиатуры, причем часть из них, например *дд*, была заимствована из английского языка уже в виде аббревиатуры (*dd, damage dealer*), а часть

образуется именно в русском языке, например УФ – *Ущелье феникса* (в англоязычной версии это подземелье называется *Phoenix Valley* и сокращается до *PV*).

С ограниченностью коммуникативного пространства связана и потребность использования ссылок на игровые предметы вместо детального их описания. В чате такая ссылка занимает 40–50 символов, но если пройти по ссылке, то появляется полное описание предмета со всеми его свойствами.

Таким образом, мы можем сделать вывод, что в условиях ограниченного коммуникативного пространства игрового чата и при большом количестве участников коммуникации возникает потребность в максимальном сокращении длины сообщения при максимальном объеме информации, что достигается за счёт аббревиатур, сокращений-усечений, а также эллипса не самых важных членов предложения.

Список литературы

1. *Бондаренко С. В.* Особенности символично-смысловых взаимодействий в рамках молодёжной субкультуры мобильной коммуникации // Молодёжь Юга России: положение, проблемы, перспективы / под ред. В. В. Черноуса / Южнороссийское обозрение Центра системных региональных исследований ИППК РГУ и ИСПИ РАН. Вып. 31. – Ростов-на-Дону, 2005. – С. 28–51.

2. *Галичкина Е. Н.* Специфика компьютерного дискурса на английском и русском языках: дис. ... канд. филол. наук. – Астрахань, 2001. – 212 с.; *Горошко Е. И.* Особенности создания текста веб-страницы // Материалы научно-практической конференции «Понимание в коммуникации». – М.: МГГИИ, 2003. – С. 26–27.

3. *Горошко Е. И.* К уточнению понятия «компьютерно-опосредованная коммуникация»: проблемы терминоведения // Образовательные технологии и общество. – 2009. – № 12(2). – С. 445–454 // Киберленинка: научная электронная библиотека. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/k-utochneniyu-ponyatiya-kompyuterno-oposredovannoy-kommunikatsiya-problemy-terminovedeniya_ (дата обращения: 14.03.2019).

4. *Кропачева М. А., Литвинова Е. С.* Субкультура геймеров, единая и делимая // Социо- и психолингвистические исследования. Вып. 1. – Пермь, 2013. – С. 74–77.

5. *Кропачева М. А., Литвинова Е. С.* Интерференция русско- и англоязычной игровых терминосистем в речи русскоязычных игроков Perfect World на англоязычном сервере // Социо- и психолингвистические исследования. Вып. 2. – Пермь, 2014. – С. 177–185.

6. *Макимова Н. Г.* Структура текстового сообщения в ограниченном коммуникативном пространстве: дис. ... канд. филол. наук. – Пермь, 2014. – 124 с.

7. *Crystal D.* The Language Revolution. – Cambridge: Poliey Press, 2004. – 142 p.

[ВВЕРХ](#)

[СОДЕРЖАНИЕ](#)

[ТИТУЛ](#)

В. В. Макурина,
канд. ист. наук, доцент
кафедры истории и социально-гуманитарных дисциплин,
М. В. Сухова,
канд. ист. наук, доцент
кафедры истории и социально-гуманитарных дисциплин

СОТРУДНИЧЕСТВО КАФЕДРЫ ИСТОРИИ И СОЦИАЛЬНО- ГУМАНИТАРНЫХ НАУК СО ШКОЛАМИ г. ГЛАЗОВА

Аннотация. Школа является «производственной площадкой» в процессе формировании профессиональных компетенций будущего учителя, высокие требования к которому предъявляются в профессиональном стандарте педагога. Одновременно и вуз может оказать школе содействие в решении задач, поставленных ФГОС.

Ключевые слова: педагогический вуз, школа, сотрудничество, педагогическая практика, методика, повышение квалификации.

Annotation. Modern school is the important experience base in the professional teacher's learning and building process. At the same time the pedagogical institute can help school to solve problems with new state educational standards.

Keywords: pedagogical university (institute), school, cooperation, school traineeship, refresher training.

Для педагогического вуза сотрудничество со школами является одним из основных условий эффективной работы. С одной стороны, школа является «производственной площадкой» при формировании профессиональных компетенций студента – будущего специалиста, высокие требования к которому предъявляются в профессиональном стандарте педагога. С другой стороны, вуз может оказать школе содействие в решении задач, поставленных ФГОС.

Сотрудничество кафедры истории и социально-гуманитарных дисциплин со школами г. Глазова имеет многолетнюю историю. Учителя истории и обществознания школ г. Глазова ежегодно принимают студен-

тов, обучающихся по направлению «Педагогическое образование» с профилями подготовки «История и Обществознание», «История и Право» для прохождения педагогической практики. Всегда студенты получают необходимую методическую помощь и поддержку. Учителя принимают участие в итоговых конференциях, завершающих практику.

В рамках изучения методики преподавания истории, обществознания и технологии обучения учителя школ города приглашаются для проведения мастер-классов, участие в которых позволяет студентам осваивать новые умения и применять свои знания. Кроме того, именно на нужды школы ориентируются преподаватели и студенты при написании выпускных квалификационных работ, формируя методическую часть исследования.

Кафедра истории и социально-гуманитарных наук организует курсы повышения квалификации и обучающие семинары для учителей истории, обществознания и географии по проблемам новейшей истории России и мира, подготовки обучающихся к сдаче ГИА и ЕГЭ, актуальным вопросам преподавания истории, обществознания и географии. Кроме того, кафедра решает проблему кадрового обеспечения школ в соответствии с требованиями ФГОС, открывая по необходимости курсы профессиональной переподготовки.

Поскольку одной из важнейших сфер деятельности кафедры является научная и научно-исследовательская работа, привлечение к ней учителей истории и обществознания стало естественным продолжением сотрудничества. Так, специальная секция, посвященная методическим проблемам, предусмотрена в работе традиционной научно-практической конференции «Материальная и духовная культура народов Урала и Поволжья: история и современность». Учителя и обучающиеся школ города принимают участие также в студенческой научной сессии, выступая с собственными докладами. С другой стороны, школы города приглашают лучших студентов для выступления на пленарных и секционных заседа-

ниях научно-практических школьных конференций, например, Гимназия № 6 и Гимназия № 8, которая является инновационной площадкой ГГПИ.

Неизменный интерес у школьников и учителей вызывает работа проекта «Открытая академия», где ведущие преподаватели кафедры в яркой и доступной форме представляют достижения современной науки в области общественных дисциплин, рассматривая спорные и трудные вопросы истории и современности.

Преподаватели кафедры и студенты-обществоведы привлекаются к участию в качестве членов жюри в проведении городской научно-практической конференции «За страницами учебника». В качестве членов жюри преподаватели работают на муниципальном этапе Всероссийской олимпиады школьников по истории, обществознанию, мировой художественной культуре, основам православной культуры, а также на междисциплинарной олимпиаде для школьников им. В. И. Вернадского (история и обществознание). Кроме того, уже два года преподаватели кафедры проводят собственные олимпиады по истории, обществознанию и географии для школьников.

Несомненно, одним из важнейших разделов сотрудничества представляется работа по подготовке школьников к сдаче единого государственного экзамена по истории, обществознанию и географии. Преподаватели кафедры проводят занятия по подготовке к ЕГЭ, а также организуют репетиционные экзамены в форме ЕГЭ, предоставляя возможность получить консультацию и поработать над ошибками с помощью эксперта-профессионала.

Особенную воспитательную и профориентационную роль играют мероприятия, проводимые с участием преподавателей кафедры истории и СГД и студентов-историков для школьников. Например, мультимедиа-лекции, посвященные Дню государственности Удмуртии, исторические игры для обучающихся 7–8 классов.

В настоящее время сотрудничество между кафедрой и школами города Глазова видится вполне отлаженным. Однако хотелось бы расширять поле сотрудничества, а также определять и решать проблемы, это сотрудничество затрудняющие. Наиболее перспективным можно назвать направление, помогающее в аттестации учителей (курсы повышения квалификации, семинары и участие учителей в конференциях, участие обучающихся в играх и конкурсах, предполагающих получение сертификатов и грамот).

*А. Н. Пovyшева,
ассистент кафедры иностранных языков и удмуртской филологии*

К ВОПРОСУ О КОММУНИКАТИВНОЙ СИТУАЦИИ

Аннотация. В статье говорится о том, что такое коммуникация, проанализированы компоненты и факторы коммуникативной ситуации, а также сообщается о том, что такое предметно-событийный фон.

Ключевые слова: коммуникация, коммуникативная ситуация, сфера общения, компоненты.

Annotation. The subject of communication, elements and factors of communicative situation, focused-eventive background are analyzed in the article.

Keywords: communication, communicative situation, sphere of communication, elements.

Коммуникация – это очень сложный процесс взаимодействия людей, который сопровождает или формирует любую деятельность. А. А. Леонтьев справедливо указывает на тот факт, что в науке существуют разные определения понятия «коммуникация», потому что изучением проблем коммуникации занимаются лингвисты, социологи, культурологи, психологи, философы и представители других наук [3, с. 35].

Так, например, *коммуникация* – категория идеалистической философии, обозначающая общение, при помощи которого «Я» обнаруживает себя в другом. Доктрина коммуникации в целом – утонченная форма кастовых и корпоративных связей. Объективно учение о коммуникации противопоставляется марксистскому пониманию коллектива.

Или *коммуникация* есть процесс, посредством которого некоторая идея передается от источника к получателю с целью изменить поведение этого получателя.

Изучив подходы к языку В. Гумбольдта и А. А. Потебни, Л. С. Выготский развил теорию речевой деятельности, согласно которой речевая деятельность включает процессы производства и восприятия разных видов речи: устной, письменной, внутренней, монологической, диалогической и т. д. Л. В. Щерба назвал речевой деятельностью сложный механизм процессов говорения и понимания [7, с. 25].

Любое общение, или коммуникация, между людьми происходит при определенных обстоятельствах и условиях, называемых коммуникативной ситуацией. Создание и восприятие текстов происходит в социальной ситуации, которая определяет различные сферы общения: деловую, общественно-бытовую, производственную и т. д. От изменений в общественно-политической сфере жизни зависят формы и содержание речи (выбор тем, лексики, структуры высказывания). Коммуникативная (или речевая) ситуация определяет обстоятельства общения, его участников, стимулы и т. д. Следовательно, под коммуникативной ситуацией понимается сложная система внешних условий общения и внутренних состояний общающихся. Данная система порождает речь и одновременно отражается в речи в своих существенных компонентах.

Коммуникация всегда проходит на каком-либо «экстралингвистическом фоне», который существенно определяет вербальные составляющие общения. Коммуникативная ситуация, с одной стороны, определяется суммой «факторов, обуславливающих возможность и характер коммуникативного акта», и, с другой – выступает вариантом ряда других коммуникативных ситуаций, т. е. вариантом какого-то типа коммуникативных ситуаций [4, с. 114]. Это позволяет разделить коммуникативные ситуации на классы, опираясь на различные факторы, определяющие их.

М. В. Китайгородская и Н. Н. Розанова утверждали, что все признаки коммуникативного акта можно соединить по четырем параметрам: это «место, время, партнеры коммуникации, тема» [5, с. 104]. В действи-

тельности количество параметров значительно шире, и они рассматриваются более детально.

Так, например, Л. В. Сахарный считал, что структура коммуникативной ситуации состоит из следующих компонентов: «1) говорящий; 2) слушающий; 3) предмет коммуникации, – то, о чем говорится; 4) код («язык»), с помощью которого создается и воспринимается текст; 5) текст, т. е. сигнал, в котором с помощью языка закодирована информация, – материальное «тело» в акте коммуникации, которое связывает поведение говорящего и слушающего в этом акте; 6) общие условия, в которых происходит общение» [4, с. 116]. Помимо данных основных компонентов, на общение могут повлиять и дополнительные, такие как характер и цель коммуникации, социальное положение говорящих, сочетание вербальных и невербальных структур и т. д. [4, с. 116–117].

В. И. Беликов и Л. П. Крысин в своем учебнике «Социолингвистика» выделяют следующие факторы коммуникативной ситуации: «1) говорящий, 2) слушающий, 3) отношения между говорящим и слушающим, 4) тональность общения (официальная, нейтральная, дружеская), 5) цель, 6) средство общения (язык, диалект, стиль, а также параязыковые средства – жесты, мимика), 7) способ общения (устный/письменный, контактный/дистантный), 8) место общения» [1, с. 40]. Все это говорит о том, что список составляющих коммуникативной ситуации варьируется у разных авторов.

Более подробное рассмотрение той или иной переменной в этом списке может увеличить количество факторов в структуре коммуникативной ситуации. К примеру, детальное рассмотрение такого фактора, как «способ общения», может ввести и такие формирующие «типы речевого поведения» говорящего, как: 1) средства выражения – звук, письмо, жест; 2) наличие или отсутствие партнера; 3) ориентированность – одно- или двунаправленность речевого акта; 4) наличие одного или многих

воспринимателей, т. е. индивидуальную или массовую коммуникацию; 5) контактность или дистантность речевого акта [6].

К. А. Долинин утверждает, что коммуникация происходит всегда в процессе какой-либо ситуации и характеристиками этой ситуации будут ответы на вопросы «кто именно, кому, где, когда, в каких конкретных обстоятельствах и каким конкретно способом адресует данное сообщение?» [2, с. 10]. Рассматривая детальнее, исследователь выделяет такие параметры коммуникативной ситуации, как партнерство в общении (адресант и адресат, наблюдатель) и канал связи (для устной речи характерен акустический канал связи, а для письменной – зрительный). Любая речь в различных формах всегда требует наличие слушающего. Адресат может отделяться от адресанта пространством и временем, может быть неопределенным, обобщенным или даже фиктивным (например, грудной ребенок), однако в мыслях адресанта он всегда присутствует.

Партнерство в общении означает смену позиций адресанта и адресата. Таким образом, мы получаем диалог или полилог. В случае когда позиции говорящего и слушающего не меняются: один все время только говорит, другой – только слушает, то такое общение будет монологическим. При таком общении роль адресата чаще всего занята не одним человеком, а целой аудиторией.

Говоря о каналах связи, можно сказать, что им свойственно наличие или отсутствие личного контакта между собеседниками, наличие и отсутствие визуальной связи, а также использование тех или иных специальных средств передачи сообщения и общей организацией этого процесса [2, с. 13–14].

Коммуникативная ситуация всегда проходит на каком-либо предметно-событийном фоне – там, где и когда происходит общение (место и время), кто присутствует при коммуникации в роли наблюдателя и что происходит вокруг. При дистантном общении место, а зачастую и время

создания сообщения адресантом не совпадают с местом и временем восприятия сообщения адресатом. При некоторых видах такой коммуникации, например общении между читателем и писателем, «важен не конкретный предметно-событийный фон порождения и восприятия сообщения, а общая социальная, политическая и историко-культурная ситуация» [2, с. 16–17].

Таким образом, изучив разные подходы исследователей коммуникативной ситуации, можно выделить следующие ее компоненты: 1) говорящий/пишущий; 2) слушающий/читающий; 3) отношения между говорящим и слушающим / пишущим и читающим; 4) общие условия и тональность общения; 5) тема и цель коммуникации; 6) способ общения (устный/письменный, контактный/дистантный); 7) форма общения; 8) средства общения.

Список литературы

1. *Беликов В. И.* и др. Социолингвистика: учебник для вузов. – М., 2001. – 439 с.
2. *Долинин К. А.* Стилистика французского языка. – М.: Просвещение, 1985. – 303 с.
3. *Леонтьев А. А.* Психолингвистические единицы и порождение речевого высказывания / Ин-т языкознания АН СССР. – М.: Наука, 1969. – 308 с.
4. *Сахарный Л. В.* Введение в психолингвистику: курс лекций. – Л., 1989. – 180 с.
5. Современный русский язык: Социальная и функциональная дифференциация / Ин-т рус. яз. РАН; отв. ред. Л. П. Крысин. – М.: Языки славянской культуры, 2003. – 568 с.
6. *Холодович А. А.* О типологии речи // Историко-филологические исследования: сб. статей к семидесятилетию акад. Н. И. Конрада / АН СССР, отдел литературы и языка; гл. ред. М. Б. Храпченко. – М.: Наука, 1967. – С. 202–208.
7. *Щерба Л. В.* Языковая система и речевая деятельность. – М.: Наука, 1974.

*Г. Е. Поторочина,
канд. пед. наук, доцент
кафедры иностранных языков и удмуртской филологии*

К ВОПРОСУ О РОЛИ КИНОКЛУБА В РАМКАХ РАБОТЫ ОБЩЕСТВА ГЁТЕ В ВОСПИТАТЕЛЬНОМ И ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ ВУЗА

Аннотация. Статья посвящена проблеме работы киноклуба в воспитательном и образовательном пространстве вуза. Данная проблема рассматривается в двух аспектах: в аспекте киноклуба как объединения любителей немецкого кино и в образовательном аспекте на занятиях по практике устной и письменной речи. Просмотр и обсуждение аутентичных художественных фильмов как в рамках киноклуба, так и в учебном процессе в качестве дополнительного материала к определенному тематическому блоку существенно повышает эффективность как обучающей деятельности преподавателя, так и познавательной деятельности студентов и является поводом к интересной дискуссии.

Ключевые слова: киноклуб, Общество Гёте, воспитательное и образовательное пространство вуза, визуальный ряд, короткометражный фильм, дискуссия, тематический блок, практика речи, содержательная опора, смысловая опора, стимул к речи.

Annotation. The article is devoted to the problem of the work of the cinema club in the educational and educational space of the university. This problem is considered in two aspects: in the aspect of the cinema club as an association of fans of German cinema and in the educational aspect in the classroom for oral and written speech. Viewing and discussion of authentic feature films both within the cinema club and in the educational process as an additional material to a specific thematic block significantly improves the effectiveness of both the teaching activity of the teacher and the cognitive activity of students and is an occasion for an interesting discussion.

Keywords: cinema club, Goethe society, educational space of the university, visual series, short film, discussion, thematic block, practice of speech, meaningful support, semantic support, stimulus to speech.

Известно, что фильм – это не только повод к интересной дискуссии, но и серьёзный визуальный ряд. Это материал для культурологиче-

ского, страноведческого, философского и даже политического анализа. Киноклуб глазовского объединения «Общество Гёте» был создан по инициативе студентов факультета иностранных языков в 2005 году под руководством З. М. Цунановой. В 2017/18 учебном году при завершении той или иной лексической темы было решено включить просмотр аутентичных художественных и рекламных фильмов в учебный процесс, для чего был выбран формат просмотра короткометражных фильмов, что значительно удобнее в отношении времени просмотра и обсуждения проблематики фильма.

Просмотр и обсуждение короткометражных художественных фильмов немецких кинорежиссеров в качестве дополнительного материала к определенному тематическому блоку существенным образом повышает эффективность как обучающей деятельности преподавателя, так и познавательной деятельности студентов, так как они представляют собой образцы аутентичного языкового общения, создают атмосферу реальной языковой коммуникации, делают процесс усвоения иноязычного материала более живым, интересным, проблемным и эмоциональным.

В современной методической науке существуют разнообразные типологии видеоматериалов, которые предлагают классифицировать их в зависимости от определённых факторов. Наиболее распространены следующие типологии:

1) по цели создания (специально созданные для учебных целей; профессионально снятые по заказу учебного заведения; самостоятельно снятые по своему сценарию);

2) по жанру (видеоматериалы, представляющие собой художественный короткометражный и полнометражный фильм, видеорекламы, анимационные фильмы, видеоклипы, блоки новостей и т. д.);

3) по количеству охватываемых тем (ситуативно одготемные и ситуативно многотемные);

4) по условиям использования (материалы для работы под руководством преподавателя и материалы, предназначенные для самостоятельной работы студентов).

В процессе обучения иностранным языкам видеоматериалы, представляющие собой такие жанры, как художественный фильм, видеореклама, анимационные фильмы, могут функционировать в качестве:

- содержательной опоры;
- смысловой опоры;
- стимула к речи.

Обучение с опорой на видеоматериалы (в нашем случае на короткометражные художественные фильмы) предполагает наличие пяти этапов работы:

- 1) подготовительный;
- 2) рецептивный;
- 3) аналитический;
- 4) репродуктивный;
- 5) продуктивный.

Рассмотрим основные задачи всех пяти этапов.

Основная задача подготовительного этапа – снять трудности при восприятии видеофильма. Для реализации этой цели необходимо выполнить упражнения, которые предусматривают активизацию уже изученного материала, а также введение и тренировку новых лексических единиц. На подготовительном этапе целесообразны следующие задания:

1. До просмотра фильма прочитайте и запомните новые слова и словосочетания.

2. В 3–4-х предложениях опишите ситуацию, увиденную в фильме, употребляя новые слова и словосочетания.

3. Придумайте продолжение увиденной ситуации, озаглавьте её и расскажите.

Рецептивный этап включает в себя упражнения на восприятие, понимание и запоминание информации. С целью облегчить понимание и сконцентрировать внимание студентов на важнейшей информации, передаваемой в данном видеофильме, предусмотрены следующие упражнения:

1. Посмотрите и скажите, о чём повествует видеофрагмент, используя уже знакомые слова и словосочетания.
2. Согласитесь или опровергните высказывания.
3. Дайте свою аргументацию доказательства или опровержения предложенного высказывания.

Аналитический этап работы ставит своей целью организацию учебной деятельности по осознанному овладению структурой монолога и диалога. На данном этапе на сознательном уровне формируется алгоритм построения собственного монологического или диалогического высказывания на основе словаря, данного на подготовительном и перцептивном этапах. Схематично этот алгоритм можно представить следующим образом:

1. Введение (Einleitung). Во введении студентами могут быть использованы следующие клише: «Речь в просмотренном фильме идёт о...»; «Главные действующие лица...»; «Действие происходит в...».

2. Основная часть (Hauptteil). Создаётся при помощи клише и лексики, которая была рассмотрена на подготовительном этапе, в логической последовательности передаётся основное содержание увиденной и услышанной информации.

3. Выводы, представляющие собственное мнение по поводу просмотренного фильма.

Репродуктивный этап предполагает тренировку при помощи условно речевых упражнений. Содержательная сторона просмотренного фильма может быть представлена заданиями на расширение тематики фильма, частичное изменение монологов и диалогов героев с соблюде-

нием их структуры. Могут быть представлены также следующие упражнения:

1. Посмотрите и скажите, с чего начинается эпизод, о чём повествует и чем он оканчивается.
2. Перескажите сюжет от лица...
3. Воспроизведите диалоги из данного эпизода.
4. Инсценируйте просмотренный видеосюжет по ролям, используя предложенный языковой материал.

Продуктивный этап работы является завершающей ступенью работы по формированию иноязычной коммуникативной компетенции. Целью данного этапа является обеспечение практических навыков в общении. Для данного этапа характерны упражнения, предполагающие неподготовленную речь, которая осуществляется в индивидуальном, парном и групповом режимах. Просмотренный короткометражный фильм здесь выступает как смысловая опора и стимул к говорению. Содержательная сторона на продуктивном этапе включает следующие творческие задания:

- 1) драматизация;
- 2) ролевая игра;
- 3) обсуждение проблем в виде дискуссии:
 - A. начинает дискуссию (beginnt die Diskussion);
 - B. согласен или не согласен (stimmt A. / bzw. stimmt nicht zu);
 - C. даёт право высказаться (meldet Rederecht an);
 - D. подводит итог и завершает дискуссию (gibt weitere Gründe an und schliesst die Diskussion).

Аутентичные короткометражные видеофильмы являются дополнительным материалом к проектам, которые представлены в качестве творческих заданий в рамках базового учебника по дисциплине «Практика устной и письменной речи немецкого языка». Видеосюжеты, художественные фильмы, представленные как в рамках киноклуба, так и в

учебном процессе, предполагают не только обсуждение и анализ проблематики фильма, но и особую дискуссионную площадку, в рамках которой затрагиваются социальные, культурологические, философские и политические проблемы, которые актуальны «здесь и сейчас». Мы надеемся, что такая форма работы будет способствовать развитию творческого мышления, диалогических и монологических навыков на изучаемом языке, формированию гражданской позиции студентов как в воспитательном, так и в образовательном пространстве факультета и вуза в целом.

Список литературы

1. *Иванов В. М.* Развитие навыков устной речи на немецком языке: учеб.-метод. пособие. – М.: РАП, 2013. – 155 с.
2. *Налобина Е. П.* Wollen wir Deutsch sprechen! : учеб.-метод. пособие; Новосибир. гос. пед. ун-т. – Новосибирск: НГПУ, 2011. – 92 с.

*М. В. Салтыкова,
канд. пед. наук, доцент
кафедры иностранных языков и удмуртской филологии*

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МНЕМОТЕХНИЧЕСКИХ ПРИЕМОВ В РАЗВИТИИ ЛЕКСИЧЕСКОЙ КОМПЕТЕНЦИИ **ОБУЧАЮЩИХСЯ**

Аннотация. Среди методик, которые имеют прямое отношение к развитию лексической компетенции обучающихся и их ассоциативного мышления, наиболее известна мнемотехника. Возможности человеческой памяти безграничны. В повседневной жизни мы используем лишь ее малый процент. Мнемотехника позволяет раздвинуть горизонты запоминания.

Ключевые слова: ассоциативное мышление, мнемотехника, лексическая компетенция.

Annotation. Among the techniques that are directly related to the development of lexical competence of students and their associative thinking, the most famous is mnemonics. The possibilities of human memory are endless. In everyday life, we use only a small percentage of it. Mnemonics allows you to enlarge the horizons of memory.

Keywords: associative thinking, mnemonics, lexical competence.

Каждый, кто изучает английский язык, знает, что приходится зазубривать множество слов, чтобы овладеть его словарным запасом. При этом затрачивается много усилий и времени для запоминания большого объёма информации. На помощь нам приходят различные техники, ускоряющие изучение и освоение нового языка. Один из наиболее эффективных способов – мнемотехника, которая служит для запоминания, сохранения и воспроизведения информации.

Мнемотехника (греч. искусство запоминания) – это наука о запоминании, предлагающая совокупность приемов, способов и искусственных ассоциаций, облегчающих запоминание, увеличивающих объем памяти и, главное, облегчающих вспоминание.

Очень часто в жизни нам необходимо запоминать разрозненные и абстрактные цифры и факты. Для большинства из нас это сложно выполнить по сравнению с запоминанием связей между явлениями, связей между новой информацией и уже имеющейся. В основном нам на помощь в этом приходят наши ассоциации и эмоции. В этом и заключается суть мнемотехники, которая находит связь между резервами нашей памяти и нашими эмоциями.

Большинство из нас хорошо знакомы с некоторыми приемами мнемотехники, и мы успешно пользуемся ими, не подозревая о существовании такой науки (запоминание цветов радуги, алфавита, дорожных знаков азбуки Морзе и др.).

Исследователи предлагают наиболее простые **мнемотехники**:

- техника визуализации или метод ассоциаций при помощи картинки или фразы;
- техника составления рифмовок, рифмизация;
- техника составления предложений или сочинение историй методом связок.

Существуют эффективные методики, которые известны многим и являются составной частью мнемотехники. Речь идет о таком методе, как фонетические ассоциации. Суть его заключается в том, чтобы подобрать к новым словам близкие им по звучанию и смыслу слова. Часто такие слова являются интернациональными, например *journal* – «журнал», *bank* – «банк», *park* – «парк», а также *tea*, *chocolate*, *taxi*, *telephone*, *sport*, *hotel*, *coffee*.

Основное правило, которым необходимо руководствоваться: запоминая английское слово, желательно найти его тесную взаимосвязь с соответствующим понятием в родном языке, особенно со словом, которое созвучно с английским словом.

В этом случае необходимо звучание данного слова ассоциативно связать с иностранным словом и мысленно как бы нарисовать один об-

раз в другом. Чтобы связь между данными понятиями была прочной, необходимо постоянно повторять этот образ. Например, английское слово *bruise* напоминает имя известного американского киноактера Брюса Уиллиса. В переводе *bruise* обозначает «синяк». Психологи советуют представлять себе лицо известного актера с синяком и твердо закрепить его в своем воображении, тогда, по их мнению, это слово запомнится надолго. Так наше воображение, эмоции и ассоциации помогают нам расширить объемы нашей долговременной памяти.

Слова становится проще запоминать, когда привыкаешь сосредотачиваться на них, внимательно смотреть, как они выглядят, и слушать, как они звучат. Их даже можно классифицировать по группам:

- интернациональные слова (*bank, tea, chocolate, café, taxi, telephone, sport, hotel, coffee*);

- зрительная опора, когда можно попробовать прочесть слово «по-русски» (*personal, comfortable, modern, industrial*);

- опора на рекламную продукцию, в которой много слов, связанных с киноиндустрией, спортом, товарами и т. д. (*shampoo «Vanish», orange, gel, Mickey Mouse, «Fairy», basketball, «Alpen Gold», talk show, skateboard, mineral water, «Comet», «Nuts», butterfly, producer, milk, «Sunsilk», «Pedigre», boxing, entertainment*).

Есть в английском языке слова, которые произносятся одинаково (или практически одинаково), а пишутся немного по-разному, и их значение зависит от написания и от произношения. Полезно собрать в одну памятку оба слова, чтобы подчеркнуть разницу между ними.

Список литературы

1. *Бьюзен Т.* Усовершенствуйте свою память. – Минск: Попурри, 2003.
3. *Слоненко Т. Б., Матюгин И. Ю.* Как запоминать английские слова. – М.: РИПОЛ КЛАССИК, 2000.
3. *Харламова М. В.* Использование «идейных сеток» на уроке иностранного языка // Иностранные языки в школе. – 2005. – № 1. – С. 3–9.

[ВВЕРХ](#)

[СОДЕРЖАНИЕ](#)

[ТИТУЛ](#)

М. Н. Смирнова,
канд. пед. наук, доцент
кафедры иностранных языков и удмуртской филологии,
М. А. Пентюхова,
студентка факультета информатики, физики и математики

ВЫБОР РАЗЛИЧНЫХ МЕТОДИК ДЛЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА СТУДЕНТОВ

Аннотация. В статье обосновывается важность выбора разнообразных методик для совершенствования знаний иностранного языка студентами вузов. Представлены различные методики по изучению английского языка в высших учебных заведениях, предназначенных для студентов, имеющих разный уровень владения иностранным языком, в частности английским. Особое внимание уделяется коммуникативной методике при изучении иностранных языков.

Ключевые слова: разноуровневые студенты, вуз, коммуникативные методики, шкала языковой компетенции.

Annotation. The article substantiates the importance of choosing a variety of methods for improving the knowledge of a foreign language by university students. The article presents different methods of studying English in higher educational institutions designed for students with different levels of proficiency in a foreign language, in particular, English. Special attention is paid to the communicative method in the study of foreign languages.

Keywords: multilevel students, university, communicative methods, language competence scale.

В настоящее время высшее образование в России ценится чрезвычайно высоко. В рамках учебной программы каждый студент должен изучать один из иностранных языков, и чаще всего этим языком является английский. В свою очередь, возникает проблема разноуровневых студентов: каждый обучающийся имеет свой уровень знаний английского языка, поэтому возникает трудность в обучении группы студентов. Эта

ситуация доставляет много сложностей как преподавателю, так и самому студенту. Любой опытный педагог, прежде чем приступить к обучению, должен определить уровень знаний английского языка у каждого студента. Это нужно, прежде всего, для того, чтобы знать, с каким контингентом обучающихся предстоит работать. Чтобы учебный процесс проходил результативно, студенту, помимо обучения в вузе, необходимо заниматься самостоятельно. Многие обучающиеся не знают, с чего начать, и тратят много времени на поиски подходящих тренингов, аудио- и видеоуроков, лекций, что не всегда приводит к желаемому результату.

Существует большое количество методик по изучению английского языка в соответствии с уровнем владения. Уровни английского языка определены для того, чтобы преподаватель мог подобрать методику, соответствующую уровню обучающихся. Различают 6 уровней владения английским языком. Основной классификацией считается CEFR, или The Common European Framework of Reference for Languages. На русский переводится как «Общеввропейская шкала языковой компетенции». Мы выделим всего три уровня владения английским языком, основываясь на том, что в высшем учебном заведении могут обучаться студенты, не изучавшие ранее английский язык, и те студенты, которые достаточно свободно им владеют [1].

Первый уровень называется нулевым. Студент не изучал английского языка. Этим учащимся придется заниматься больше и дольше остальных. Для начинающих подойдет метод Rosetta Stone, который дает возможность студентам обучаться тем же способом, каким это делают дети, то есть методом погружения в языковую среду. Происходит заучивание разговорных структур. Слова изучаются в связке с объектами и действиями, изображенными на картинках. Сначала вы изучаете простые слова, затем более сложные и вскоре переходите к освоению фраз и предложений [1].

Еще одна методика подойдет тем, кто только начинает знакомство с языком. Согласно этой методике новичкам необходимо освоить базовый минимум, состоящий из трех сборников. Слова и грамматические правила, содержащиеся в этих сборниках, ученик должен выучить наизусть. Заученные «речевые штампы», часто используемые в иностранной речи, придадут начинающему уверенность в своих силах.

Второй уровень является базовым (включает в себя уровни A_1 и A_2), он предполагает понимание простых слов и выражений и использование их в речи, чтение и перевод несложных текстов. Для студентов этого уровня можно предложить специальное пособие Ю. Б. Голицынского «Spoken English», которое содержит несколько наиболее общих тем: семья, погода, театр, образование, путешествия и т. д. Каждая тема сопровождается большим количеством заданий и упражнений, направленных на формирование и закрепление коммуникативных навыков. Прослушивание специально подготовленных аудиозаписей поможет научиться воспринимать английскую речь на слух.

На данном этапе также важно понять грамматический аспект и попытаться переводить тексты, учитывая все нюансы английского языка. В этом студенту поможет метод В. В. Милашевича, основанный на использовании системы таблиц. В ней собрана полезная информация о грамматической системе языка. Изучив этот материал, учащийся сможет довольно быстро и правильно переводить предложения и тексты, опираясь на таблицы [1].

Третий уровень – уверенный (B_1 и B_2). Данный уровень предполагает общение на простые темы (рассказать о себе, своих близких, хобби, профессии, предпочтениях в еде, музыке и пр.), чтение и пересказ различных по своему содержанию несложных текстов с включением незнакомой лексики и адаптированной литературы зарубежных авторов. Студентам этого уровня необходимо увеличивать свой словарный запас. Для этого можно использовать методику, которая основана на чтении

небольших отрывков текста, которые предлагаются вместе с переводом в скобках. Таким образом, ученик может сравнить оригинал с переводом и почерпнуть оттуда новые слова или речевые конструкции. Достоинство этой методики в том, что способ подачи информации в ней похож на словарь, где слово и его перевод также стоят рядом.

Таким образом, мы видим, что существует множество разных методик, лекций, курсов, пособий для изучения и совершенствования иностранного языка. И очень важно, чтобы студент смог выбрать ту методику, которая подходит именно ему.

Список литературы

1. Самые лучшие методики изучения английского // EnglishFull.ru: [сайт]. – URL: <https://englishfull.ru/kursy/metodiki-izucheniya-anglijskogo.html> (дата обращения: 27.02.2019).

[ВВЕРХ](#)

[СОДЕРЖАНИЕ](#)

[ТИТУЛ](#)

М. В. Сухова,
канд. ист. наук, доцент
кафедры истории и социально-гуманитарных дисциплин

СТУДЕНЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ПО ЭТНОЛОГИИ И ЭТНОКУЛЬТУРНОМУ КРАЕВЕДЕНИЮ НА ИСТОРИКО- ЛИНГВИСТИЧЕСКОМ ФАКУЛЬТЕТЕ ГГПИ КАК СПОСОБ СОХРАНЕНИЯ ЭТНОКУЛЬТУР РЕГИОНА И ВОСПИТАНИЯ ТОЛЕРАНТНОСТИ (К ПОСТАНОВКЕ ПРОБЛЕМЫ)

Аннотация. В работе ставится вопрос о возможности оценки студенческих исследований по этнографии и этнокультурному краеведению как способа сохранения, развития и продвижения этнокультур региона, как механизма воспитания этнической и культурной толерантности.

Ключевые слова: этнографическое и этнокультурное краеведение, выпускная квалификационная работа, сохранение этнической культуры, культурная и этническая толерантность.

Annotation. The main subject of the article is students' diploma thesis as the possibility of ethnicity preservation, keeping traditional ethnic cultures of region, as the possibility of cultural and ethnic tolerance.

Keywords: ethnic region study, diploma thesis, preservation of the ethnicity, cultural and ethnic tolerance.

Объектом и непосредственной источниковой базой для написания данной статьи стал корпус исследовательских работ студентов исторического, а с 2010 года историко-лингвистического факультета ГГПИ им. В. Г. Короленко¹. Такой выбор не случаен: ведь именно выпускная квалификационная работа (ранее – дипломная работа) представляет собой итог того исследования студента, которое, как правило, длится в

¹ В данном случае использованы дипломные работы студентов дневного отделения.

течение всего периода обучения. Из всего комплекса научных исследовательских проектов студентов-историков были выбраны *работы краеведческого характера*, при этом написанные в русле *этнокультурного, этнографического краеведения*. Ценность этих работ состоит в первую очередь в том, что в них сконцентрирован уникальный материал, отражающий локальную специфику протекания глобальных и российских исторических, социальных, культурных и этнических процессов. Студенческие краеведческие работы, и в том числе краеведческие исследования этнических культур региона, в провинциальном вузе – это та карта, которая даёт преимущество в смысле научной новизны и актуальности, значимости и практической применимости впоследствии – в образовательном вузовском или школьном процессе, в просветительской, музейной деятельности и других отраслях социальной активности, в дальнейших научных исследованиях, в том числе и самих авторов. Не стоит забывать о том, что такие исследования позволяют изучить многие «белые пятна» на этнографической карте региона. Более того, в современном этнополитическом и этнокультурном пространстве с расширением межкультурных коммуникативных полей эти работы – способ изучения и сохранения традиционной этнической мозаики. Этнокультурное и этнографическое исследование «...даёт реальную возможность формирования обширного этнографического кругозора и этнической грамотности, а также подлинно толерантного отношения к окружающей многонациональной среде и изживанию комплексов этнического нигилизма и предрассудков урбанизированного шовинизма» [2, с. 61].

Традиция проведения научных исследований студентами факультета имеет свои особенности, связанные со спецификой подготовки педагогических кадров – учителей истории. Общее количество выпускных квалификационных *работ краеведческого характера*, которые были выполнены и защищены студентами с 1990 года по текущий момент, превышает 500. Однако необходимо отметить, что не все тексты, нахо-

дящиеся сейчас в фондах Лаборатории этнокультурного краеведения при кафедре истории и социально-гуманитарных дисциплин (далее – кафедры истории и СГД), доступны для исследования, поскольку многие из них по истечении срока хранения были выданы авторам. Для написания данной обзорной статьи были просмотрены или изучены материалы более 370 выпускных квалификационных работ. Первые дипломные работы, которые хранятся в фондах Лаборатории, датируются 1991 годом. Это и определило нижнюю хронологическую границу. Верхняя граница, что вполне понятно и не требует особенных комментариев, представляет собой настоящее время.

Весь комплекс студенческих работ краеведческого характера, представленных в данном случае как основная источниковая база, можно с достаточной долей условности разделить на два основных тематических направления: этнографическое краеведение (этнология, этнография) и историческое краеведение (история). Работы по историческому краеведению составляют две трети от общего количества, третья часть работ представлена исследованиями по этнографическому краеведению, небольшое число работ имеют смешанный историко-этнографический характер и в подавляющем большинстве представлены историко-краеведческими или историко-культурными характеристиками населённых пунктов, а также являются методическими разработками. В данной статье речь идёт об исследованиях этнологического, этнокультурного направления.

В рамках данного направления студентами выполнены ярчайшие образцы дипломных и позже выпускных квалификационных работ, которые в значительном количестве случаев стали основой для диссертационных исследований. В настоящий момент более половины преподавателей кафедры истории и СГД – это бывшие студенты исторического и

историко-лингвистического факультета ГГПИ, для которых ВКР, написанная на основе анализа местного этнографического или краеведческого материала, стала базой для защиты диссертационного исследования [см., напр.: 1, с. 181].

В общий круг ВКР этого направления включены все исследования по этнографии и этнологии, культурологии, социальной и культурной антропологии, а также написанные на стыке указанных дисциплин. Характерной чертой ВКР этого направления является использование в качестве основной источниковой базы полевых этнографических (краеведческих) данных. Необходимо отметить, что, формируя источниковую базу дипломных исследований, студенты традиционно работают в архивах и библиотеках Удмуртии и всего Урало-Поволжья. Работа студентов над темой, как правило, организована в проблемных группах, которыми руководит преподаватель и которые курирует студенческое научное общество факультета. Большинство студентов, активно занимающихся научными исследованиями, участвуют в российских и региональных, а также институтских конференциях, имеют опубликованные доклады, статьи или тезисы². Анализ проблематики, содержательных итогов студенческих дипломных работ исторического/историко-лингвистического факультета в области этнологии (этнографического краеведения) даёт возможность говорить, что на факультете сформирована и действует эффективная система научно-исследовательских разработок студентов. Научное исследование стало неотъемлемой частью подготовки учителя истории. Традицией является и стабильно высокое качество, уровень выполнения студентами научных исследований, что позволило, с одной

² Отмечу, что организационные формы научной работы, формирование и руководство научными группами студентов, результаты и достижения студентов исторического и историко-лингвистического факультета ГГПИ, география городов и конференций, в которых принимали и традиционно принимают участие студенты, – тема отдельной работы.

стороны, обеспечить молодыми кадрами современный преподавательский состав факультета, с другой – становится для многих выпускников конкурентоспособной профессиональной практикой и жизненной школой.

Список литературы

1. Высшее педагогическое образование в Глазове / сост. В. В. Беляев, В. А. Сыркин. – Глазов: Изд-во Глазов. гос. пед. института, 1999. – 348 с.

2. *Ившина М. В., Волкова Л. А.* О месте и роли этнографии в системе исторического образования ГГПИ (1991–2012) // Ежегодник финно-угорских исследований. Выпуск 1 / науч. ред. А. Е. Загребин; сост., ред. А. В. Ишмуратов, Р. В. Кириллова; отв. ред. Д. И. Черашняя. – Ижевск: Изд-во «Удмуртский университет», 2013. – С. 60–67.

[ВВЕРХ](#)

[СОДЕРЖАНИЕ](#)

[ТИТУЛ](#)

*К. А. Тебенькова,
студентка историко-лингвистического факультета*

ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ШКОЛЬНОМ КУРСЕ ОБЩЕСТВОЗНАНИЯ

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы теории и практики изучения основ предпринимательской деятельности в школьном курсе обществознания. Автором изучены статьи Конституции и Гражданского кодекса РФ относительно предпринимательской деятельности, учебник обществознания Л. Н. Боголюбова и даны методические рекомендации по организации практико-ориентированных уроков.

Ключевые слова: предпринимательская деятельность, бизнес, экономика, учебник.

Annotation. Theory and practice of studying the basics of business in the school course “Social Studies” are analyzed in the article. The author has studied articles of the Constitution and the Civil Code of the Russian Federation and the textbook “Social Studies” by L. N. Bogolyubov. There are methodical recommendations on the organization of practice-oriented lessons.

Keywords: business activity, business, economy, textbook.

В настоящее время в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего общего образования (далее Стандарт) школьное образование должно иметь системно-деятельностный подход, за счет которого обеспечивается формирование готовности обучающихся к саморазвитию и непрерывному образованию, а также их активная учебно-познавательная деятельность. Кроме того, Стандарт предъявляет требования к личностным характеристикам выпускника, согласно которым учащийся должен осознавать и принимать традиции

российского гражданского общества, осознавать свою сопричастность судьбе Отечества, критически мыслить, активно и целенаправленно познавать мир, осознавать ценность образования и науки, труда и творчества для человека и общества.

В настоящий момент на основе утверждённого федерального перечня учебников, рекомендуемых Министерством образования и науки РФ к использованию при реализации образовательных программ основного общего образования, на изучение раздела «Экономика» авторами различных комплектов учебников выделяется от 11 до 34 часов в учебном году. Изучение тем данного раздела начинается с 7 и продолжается до 11 класса [1].

Например, в учебнике под редакцией Л. Н. Боголюбова для изучения предлагаются следующие темы: «Экономика и ее основные участники», «Производство», «Виды и формы бизнеса», «Безработица, занятость, рынок труда», «Деньги и их функции», «Рыночные отношения в экономике», «Экономика семьи», «Экономика и государство», «Мировая экономика».

В школьном курсе изучаются такие понятия, как экономика, производство, торговля, обмен, экономика семьи, деньги, бизнес, рынок, собственность, реклама, зарплата, инфляция, безработица, затрагивается понятие мирового хозяйства и международной торговли и ряд других тем сферы экономики [2, с. 12–15].

Обращаясь непосредственно к материалам, представленным в учебниках, можно проследить, что имеет место теоретическое изучение отдельных аспектов экономических проблем. Предпринимательская деятельность не рассматривается с практической точки зрения. Используемые формы и методы предпринимательской подготовки не позволяют учащимся включиться в самостоятельную практическую деятельность и не способствуют их активному вхождению в социальную структуру общества с развивающейся рыночной экономикой.

Полагаем, школьное образование должно положить начало формированию предпринимательских компетенций, таких как самостоятельность, умение принимать решения, идти на обоснованный риск, инициативность, личная и групповая ответственность, коммуникабельность, умение действовать в команде, умение работать с информацией, стремление к повышению уровня образования и самообразования [3].

Считаем, что для выполнения требований Федерального государственного образовательного стандарта среднего общего образования необходимо наиболее практико-ориентированное экономическое обучение, за счет которого учащимся представится возможность выявить наличие у себя предпринимательских способностей, эффективно использовать свой творческий и предпринимательский потенциал, получить опыт социального взаимодействия со структурами малого и среднего бизнеса.

На практике в школе я использовала учебник Л. Н. Боголюбова. Урок, на котором изучались виды и нюансы предпринимательской деятельности, я провела в форме практикума. Учащиеся, накануне изучив темы «Правовые основы предпринимательской деятельности» и «Слагаемые успеха в бизнесе», на уроке выполняли задание по созданию собственного бизнес-проекта. Одна группа организовала кофейню, вторая – автомобильную мойку самообслуживания, третья – парк развлечений для детей, четвертая – кафе быстрого питания.

Полученные знания в области предпринимательства помогут школьникам лучше ориентироваться в современных экономических условиях, подготовят базис для их включения в экономическую жизнь страны. Такие знания пригодятся не только в собственном бизнесе, но и при работе в различных организациях как коммерческого, так и некоммерческого типа.

Список литературы

1. Министерство просвещения Российской Федерации. Приказ от 28 декабря 2018 г. № 345 «О федеральном перечне учебников, рекомендуемых к использованию при реализации имеющих государственную аккредитацию образовательных программ начального общего, основного общего, среднего общего образования» // Кодификация РФ: действующее законодательство Российской Федерации: [сайт]. – URL: <http://rulaws.ru/acts/Prikaz-Minprosvescheniya-Rossii-ot-28.12.2018.-N-345>.

2. *Боголюбов Л. Н., Городецкая Н. И., Иванова Л. Ф.* Обществознание: учебник для общеобразовательной организации: базовый уровень. – М.: Просвещение, 2014. – С. 12–15.

ВВЕРХ

СОДЕРЖАНИЕ

ТИТУЛ

*Т. Е. Щенина,
канд. юрид. наук, доцент
кафедры истории и социально-гуманитарных дисциплин*

**ПРОБЛЕМЫ ГРАЖДАНСКО-ПАТРИОТИЧЕСКОГО ВОСПИТАНИЯ
И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ НА ПРИМЕРЕ ОПЫТА РАБОТЫ
ФГБОУ ВО «ГЛАЗОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ
ИНСТИТУТ имени В. Г. КОРОЛЕНКО»**

Аннотация. В статье рассматривается проблема поиска современной стратегии развития гражданско-патриотического воспитания студентов педагогического вуза. Автором обобщен опыт работы института по данной проблеме.

Ключевые слова: проблемы, гражданско-патриотическое воспитание, студенческая молодежь, педагогический вуз.

Annotation. In article the problem of search of modern strategy of development of civil and patriotic education of students of pedagogical higher education institution is considered. The author generalized experience of institute on this problem.

Keywords: problems, civil and patriotic education, student's youth, pedagogical higher education institution.

Воспитание активного патриотизма у студентов возможно только через участие их в конкретной деятельности патриотической и гражданской направленности, когда сами студенты являются разработчиками и организаторами подобной работы. Работа в рамках программы ведется в нашем вузе по четырем базовым направлениям: молодежные акции всероссийского и регионального значения (акции «Георгиевская ленточка», «Бессмертный полк», «Зажги свечу» и т. п.); институтские социально значимые и памятно-мемориальные мероприятия (патриотический фестиваль «Ради жизни на Земле», межвузовский интернет-фестиваль «Поколение RU – поколению Победы» и т. п.); выставочные проекты (книж-

ные экспозиции «Бессмертный подвиг защитников Отечества», «Во имя павших и живых», фотоэкспозиции «Моя семья в годы Великой Отечественной войны», «И глаза молодых солдат с фотографий увядших глядят» и т. п.).

Одним из интересных и удачных был проект, получивший название «Расскажем миру правду о войне». Задачами проекта являлись: пробуждение интереса молодежи к героям и событиям Великой Отечественной войны; расширение их знаний о событиях того времени; проведение опроса среди молодежи и студентов об участниках войны в их городе, поселке; поиск ветеранов, создание видеороликов о событиях и памятниках Великой Отечественной войны. Организаторы и участники проекта отмечали, что в отличие от количественных показателей, которые можно зафиксировать к концу работы, не подлежат конкретной статистической оценке те качественные изменения, которые произошли с каждым студентом в ходе реализации проекта. Дело не только в отсутствии адекватных методик по духовно-нравственному развитию личности, их в принципе не может существовать. Главными были те изменения в сознании, которые фиксировали при рефлексии студенты, акцентировавшие внимание не только на получении новой информации, но и на развитии иного взгляда, отношения к истории страны и к людям, творившим эту историю. Представляется, что этот опыт обогатил нравственно-патриотическую сферу всех участников проекта.

Не менее значим и социальный проект «Несущий знания – бессмертен», который вошел в число победителей Всероссийского студенческого форума «Великая Победа Великой страны», проходившего при поддержке Министерства образования и науки РФ. Содержание проекта – пропаганда подвига учительства в Великой Отечественной войне. Участниками проекта был собран и постоянно пополняется материал об учителях и студентах вуза, воевавших на фронтах, в партизанских отрядах, работавших в подполье.

Включение молодых людей в процесс активной социально значимой проектной деятельности несет в себе высокий гражданско-патриотический заряд. Важным элементом социальной инфраструктуры являются музеи учебных заведений. Значимый опыт музейной работы, накопленный в ГГПИ, позволяет говорить об активном использовании инфраструктуры музея в целях гражданско-патриотического воспитания. Собранные экспонаты наглядно повествуют о годах становления учебного заведения, героическом времени Великой Отечественной войны и о современных достижениях. Студенческим советом музея совместно с преподавателями и сотрудниками музея проводится постоянная работа по сбору материалов об участниках Великой Отечественной войны и тружениках тыла.

Особым воспитательным потенциалом обладают памятные места, хранящие страницы истории вуза (стенды, посвященные истории учебного заведения). Доброй традицией вуза стало возложение цветов к местам памяти, посещаемых в рамках экскурсий, рассказывающих об истории ГГПИ, праздничных мероприятий, связанных с посвящением в студенты будущих педагогов. Отдельно хотелось бы отметить проведение митингов у памятника героям Гражданской войны.

Вуз обладает большими возможностями в организации и применении различных видов и форм гражданско-патриотического воспитания. Достаточно популярным и получающим положительный отклик у студенческой молодежи является проведение викторин на темы, связанные с осмыслением молодыми людьми своего положения в социуме страны, с выявлением реальных знаний об особенностях своего государства. Так, например, викторины «Как ты знаешь свои права?», «Знаешь ли ты Конституцию РФ?» позволяют повысить правовое сознание, способствуют развитию гражданской позиции, раскрывают историю возникновения символики РФ и т. д.

В то же время развитию патриотического сознания способствует знание студентами своих семейных традиций. Большой интерес вызывает работа по составлению родословной семьи. Узнать о происхождении своей фамилии, истории жизни близких и дальних родственников, ощутить преемственность поколений полезно и увлекательно, а вместе с тем несет в себе гражданско-патриотический потенциал [1].

Значительна роль творчества самих студентов: исследовательские работы, многочисленные творческие проекты, сочинения на патриотические темы – все это и многое другое побуждает студентов к творческой инициативе, самостоятельности, наблюдательности, а также непосредственно способствует гражданско-патриотическому воспитанию.

Следовательно, в рамках работы ГГПИ, как в учебной, так и во внеучебной деятельности, разработаны и внедряются различные формы и методы гражданско-патриотического воспитания. Чувство патриотизма складывается из таких компонентов, как чувство принятия страны, культуры как нашей, моей; гордости за успехи, достижения страны; чувства своей причастности к происходящим позитивным изменениям в стране. В этом смысле воспитательная работа в педагогическом вузе имеет массу возможностей.

Считаем, даже достаточно краткий анализ деятельности нашего вуза дает основание утверждать, что работа по гражданско-патриотическому воспитанию студенчества будет успешной, если она является стержневым элементом его социокультурной среды. Понимая, что гражданско-патриотическое воспитание в современных условиях – это важнейшая часть развития всей системы образования и образованности как условия вхождения человека в новые реалии гражданского общества, полагаем необходимым дальнейшее усиление работы в этом направлении в студенческом коллективе нашего педагогического вуза.

Список литературы

1. *Беляев А. В., Сиволобова Н. А.* Опыт организации гражданско-патриотического воспитания студенческой молодежи // Общество. Культура. Наука. Образование: электронный журнал. – 2014. – Вып. 1. – URL: <http://www.moocv.ru/pages.php?pageid=6118> (дата обращения: 15.11.2018).

[ВВЕРХ](#)

[СОДЕРЖАНИЕ](#)

[ТИТУЛ](#)
