

# МЕДИАТЕКСТЫ КАК СРЕДСТВО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ КОММУНИКАТИВНОЙ И КУЛЬТУРОВЕДЧЕСКОЙ КОМПЕТЕНЦИЙ ПРИ ПОДГОТОВКЕ УЧИТЕЛЕЙ-СЛОВЕСНИКОВ

О.А. Селеменова

**Аннотация.** Статья посвящена вопросу использования медиатекстов в дидактических целях при подготовке учителей-словесников. Актуальность выбранной темы обусловлена медиатизацией коммуникативной среды сферы образования и неоднозначностью подходов ученых к медиатексту как учебному ресурсу. Цель статьи — обобщение опыта внедрения медиатекстов в подготовку студентов бакалавриата и магистратуры Института филологии Елецкого государственного университета им. И.А. Бунина и распространение этого опыта среди преподавателей высших учебных заведений. В работе рассматривается роль медиатекстов в совершенствовании коммуникативной и культуроведческой компетенций обучающихся при изучении таких дисциплин, как «Современный русский язык», «Основы межкультурной коммуникации», «Когнитивная лингвистика (теория и практика)» и др. Автором предлагаются конкретные системы упражнений для каждой дисциплины, формулируются трудности, возникающие при подготовке к занятиям, устанавливаются пути их решения. Отмечено, что использование медиатекстов в качестве учебного материала позволяет совершенствовать не только коммуникативную и культуроведческую компетенции будущих учителей-словесников, но и ряд профессиональных компетенций, связанных с восприятием и декодированием текста.

**Ключевые слова:** медиаобразование, медиалингвистика, медиатекст, креолизация, коммуникативная компетенция, культуроведческая компетенция.

**Для цитирования:** Селеменова О.А. Медиатексты как средство совершенствования коммуникативной и культуроведческой компетенций при подготовке учителей-словесников // Преподаватель XXI век. 2024. № 1. Часть 1. С. 91–100. DOI: 10.31862/2073-9613-2024-1-91-100

91

© Селеменова О.А., 2024



Контент доступен по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International License  
The content is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

## MEDIA TEXTS AS A MEANS OF IMPROVING COMMUNICATIVE AND CULTURAL COMPETENCIES IN PREPARING TEACHERS OF RUSSIAN LANGUAGE AND LITERATURE

O.A. Selemeneva

**Abstract.** *The article deals with the issue of using media texts for didactic purposes in the training of language teachers. The relevance of the chosen topic is due to the mediatization of the communicative environment of education and the ambiguity of scientists' approaches to the media text as an educational resource. The purpose of the article is to summarize the experience of introducing media texts in the training of undergraduate and graduate students of the Institute of Philology of Bunin Elets State University and to extend this experience among teachers of higher educational institutions. The article considers the role of media texts in improving the communicative and cultural competence of students studying such disciplines as "Modern Russian Language", "Fundamentals of Intercultural Communication", "Cognitive Linguistics (Theory and Practice)" and others. The author offers specific systems of exercises for each discipline, formulates the difficulties arising in the preparation for classes establishes ways to solve them. It is noted that the use of media texts as a teaching material helps to improve not only communicative and cultural competence of future language teachers, but also a number of professional competences related to text perception and decoding.*

**Keywords:** *media education, media linguistics, media text, creolisation, communicative competence, cultural competence.*

**Cite as:** Selemeneva O.A. Media Texts as a Means of Improving Communicative and Cultural Competencies in Preparing Teachers of Russian Language and Literature. *Prepodavatel XXI vek. Russian Journal of Education*, 2024, No. 1, part 1, pp. 91–100. DOI: 10.31862/2073-9613-2024-1-91-100

В эпоху цифровой трансформации все общественные институты, области жизни (политика, экономика, культура и др.) и различные социальные процессы рассматриваются через призму понятия медиатизации. Это объясняется тем, что единственным «фронтиром», способным еще расширяться, и новой территорией, открытой «для человеческого взаимодействия», в XXI веке стала инфосфера, медиапространство [1, с. 6]. Инфосреда похожа на «кровеносную систему, в которой циркулируют информация, идеи и образы», и мы, индивидуумы, подвергаемся ее воздействию «каждый раз, когда вступаем в контакт с коммуникационными технологиями» [там же, с. 9].

Ключевая «идея всеобщности медиа» проникла в самые разные отрасли знания: социологию, филологию, психологию, педагогику и т. д. [2, с. 11]. Интеграционный характер медиа обеспечил развитие медиаменеджмента, медиапедагогики, медиафилософии, медиалингвистики, медиапсихологии и иных дисциплин, занимающихся разноаспектными исследованиями проблем массовой коммуникации.

Основной единицей в сфере коммуникации, орудием которой служит телевидение, радиовещание, пресса и т. д., выступает медиатекст. Он характеризуется *массовостью* (адресат — массовая аудитория); *креолизованностью* (представленность фактуры тек-

ста сочетанием гетерогенных частей); *открытостью* (частое отсутствие смысловой завершенности); *медийностью* (детерминированность каналом коммуникации, набор особенных медийных признаков текста) и другими конститутивными чертами [3, с. 57–61]. Список таких особенностей медиатекстов вряд ли можно считать закрытым в силу отсутствия исчерпывающего описания названного многоуровневого феномена.

Постоянно увеличивающийся корпус медиатекстов остро ставит целый ряд самых разных вопросов: типологизация медиатекстов и обоснование четких критериев для построения непротиворечивой классификации (способ создания, особенности категории авторской модальности, функционально-жанровая принадлежность, тематическая доминанта, канал распространения и др.); установление особенностей медиаречи и динамики языковых процессов; выявление специфики взаимодействия языка и культуры в медиаландшафте и т. д. [4]. Особое место в этом ряду занимает вопрос учебной ценности медиатекстов, их применения в дидактических целях.

К обозначенному вопросу обращаются и отечественные, и зарубежные ученые в контексте проблем подготовки в высшей школе «универсальных журналистов, одинаково хорошо владеющих как пером, так и фото-, видеотехникой и IT-технологиями» [5, с. 62], развития речевой компетенции бакалавров иноязычного образования посредством анализа аутентичных медиатекстов [4; 6; 7], формирования медиаграмотности будущих экономистов, юристов, филологов, социологов, историков [8–11].

Обобщение нашего педагогического опыта также позволяет говорить о возможности использования медиатекстов как учебного материала при подготовке специалистов самых разных направлений бакалавриата (44.03.04 *Профессиональное обучение, профиль Цифровая и мультимедийная журналистика*; 50.03.01 *Искусства и гуманитарные науки, профиль Арт-менеджмент и перевод (английский, французский языки)*; 44.03.05 *Педагогическое образование, профиль Русский язык, Литература*; 45.03.02 *Лингвистика, профиль Перевод и переводоведение*; 45.03.01 *Филология, профиль Отечественная филология и лингвистическая экспертиза текста* и др.) и магистратуры (44.04.01 *Педагогическое образование, профиль Современные образовательные технологии в обучении русскому языку и литературе*; 45.04.02. *Лингвистика, профиль Профессионально-ориентированный перевод и межкультурные коммуникации* и др.). Однако если целесообразность обращения к разным жанрам медиатекстов при подготовке, например, журналистов в рамках изучения ими дисциплин типа «Основы теории журналистики», «Современная медиасреда», «Теория коммуникаций», «Профессионально-творческий практикум» и подобных несомненна, то включение медиатекстов в качестве образовательного ресурса в курсы лингвистических дисциплин при подготовке учителей-словесников вызывает множество вопросов в среде ученых и преподавателей высшей школы. Ведь неясны критерии отбора таких текстов, алгоритмы анализа, регулярный или фрагментарный характер использования на занятиях и т. д. [12].

Мы исходим из тезиса необходимости работы вузовского преподавателя с медиатекстами при реализации образовательной программы бакалавриата направления 44.03.05 *Педагогическое образование* (профили *Русский язык и Литература*; *Филологическое образование, История*; *Русский язык, Иноязычное образование* и др.) и программы магистратуры 44.04.01 *Педагогическое образование* (профиль *Современные образовательные технологии в обучении русскому языку и литературе*), и эта необходимость продиктована самой современной общественно-политической ситуацией. Ведь именно

выпускники перечисленных направлений призваны не только сохранять речевые нормы, но и «формировать культуру медиапотребления как у подрастающего поколения, так и у всего общества в целом», определять конфликтные зоны медиаобщения, противодействовать агрессивным медиапрактикам и даже содействовать информационной безопасности общества [там же, с. 256].

В рамках статьи мы предлагаем рассмотреть роль медиатекстов в совершенствовании коммуникативной и культуроведческой компетенций обучающихся Института филологии ФГБОУ ВО «Елецкий государственный университет им. И.А. Бунина» (далее — ЕГУ им. И.А. Бунина). Если наш интерес к коммуникативной компетенции обусловлен ее базовым характером в подготовке любого специалиста, то культуроведческой — особенной значимостью в условиях нивелирования границ между представителями различных этносов и религий вследствие процессов глобализации культур и интенсивного развития современных информационно-коммуникационных технологий.

Во все профессиональные образовательные программы указанного выше направления подготовки бакалавров, реализуемого в ЕГУ им. И.А. Бунина, включена дисциплина «Современный русский язык». В ее рамках медиатексты становятся эффективным учебным материалом при освещении разных тем, например, «Текст как объект лингвистического исследования», «Русская пунктуация», «Чужая речь» и др., поскольку медиатексты наглядно демонстрируют обучающимся, как вербальные и невербальные средства объединяются для передачи общего смысла текста, каковы современные тенденции употребления знаков препинания в речевой практике и т. д. Так, вытеснение двоеточия знаком тире в бессоюзном сложном предложении при реализации пояснительных смысловых отношений, приобретение тире ритмико-эмфатического качества, непоследовательность в употреблении точки в отделительной функции, нерегулярное использование кавычек при цитировании речи широко известных коммуникаторов мы изучаем на базе вербального компонента рекламных медиатекстов. Формирование коммуникативной компетенции в этом случае достигается за счет выполнения тренировочных упражнений типа:

**Упражнение 1.** *Просмотрите раздаточный материал. Выделите и перечислите особенности употребления отделительных знаков препинания в рекламных текстах. Какими лингвистическими и экстралингвистическими причинами эти особенности обусловлены?*

**Упражнение 2.** *Укажите в раздаточном материале все предложения со знаком «тире». Везде ли постановка данного знака соответствует действующему своду правил русской пунктуации? Сформулируйте основные принципы функционирования тире в современных рекламных медиатекстах.*

**Упражнение 3.** *Какие из разделительных и выделительных знаков препинания наиболее частотны в рекламных текстах? Все ли разделительные и выделительные знаки, входящие в современную пунктуационную систему, активно используются в рекламных текстах? Чем вы можете объяснить активность одних знаков и неактивность других?*

При выполнении подобных упражнений реализуются такие значимые для модели коммуникативной компетентности аспекты поведения, как достижение, сотрудничество и влияние [13, с. 100], потому что студенты, работая в сформированных преподавателем микрогруппах, совместно выполняют задание на абсолютно новом для себя материале, интегрирующем в едином смысловом пространстве разнородные компонен-

ты, совершенствуют навыки анализа семиотически сложного феномена, обмениваются информацией и мнениями, реализуя самую эффективную форму общения — диалог.

В качестве раздаточного материала в упражнениях № 1 и № 2 используются сканы страниц с рекламными текстами из разных по тематике журналов, а в упражнении № 3 — разные номера одного и того же журнала, что позволяет сравнить и обсудить полученные результаты анализа всех микрогрупп обучающихся.

Особенно востребованы медиатексты как инструмент развития коммуникативной компетенции в процессе изучения бакалаврами учебной дисциплины «Практикум по креативному письму». Основная задача этой дисциплины — научить студентов составлять тексты различных функциональных стилей и жанров, применять методы трансформации к исходному тексту (сокращение, подбор примеров, использование цитат и др.). Включение медиатекстов в поле анализа способствует, с одной стороны, совершенствованию приемов практической работы с текстами устной и письменной форм коммуникации и, как следствие, развитию коммуникативной компетенции, с другой — формированию культуроведческой компетенции, поскольку создание медиатекстов разных жанров опирается на культурно-национальные контексты. В качестве примеров упражнений, актуализирующих обе компетенции при изучении тем «Вербальные и невербальные способы передачи значений в тексте. Креолизованные тексты», «Функциональные стили и жанры. Создание текстов публицистического стиля», «Язык рекламного текста. Создание текстов прямой коммерческой рекламы», приведем следующие:

**Упражнение 1.** В раздаточном материале дифференцируйте медиатексты на 4 группы: 1) новости; 2) информационная аналитика и комментарии; 3) авторские тематические материалы (*features*); 4) реклама. Определите их функции.

**Упражнение 2.** Сравните медиатексты группы «Новости» из отечественных и британских СМИ. Укажите тематическую доминанту каждого текста. Можете ли вы выделить ключевые темы в отечественном и британском медиаландшафте? Как на лексическом уровне выражается национально-культурная специфика медиаландшафта? Приведите конкретные примеры.

**Упражнение 3.** Проанализируйте с точки зрения взаимодействия вербальных и невербальных средств передачи значений в тексте сообщения посты пользователей из социальной сети ВКонтакте. Какие паралингвистические средства организации сообщений вы можете назвать? Какова их роль в приведенных текстах?

**Упражнение 4.** Познакомьтесь с рекламными медиатекстами из гляцевых журналов. Опишите лексические, морфологические и синтаксические особенности их вербальной части.

Укажите тексты, в которых реализуются этнические стереотипы. А какие языковые средства участвуют в их создании?

**Упражнение 5.** Представьте, что Вы блогер, работающий на платформе «Дзен». Напишите путевой очерк для своего блога «Тонкости туризма в Бунинской России» и интегрируйте в него любые (по вашему выбору) мультимедиа.

**Упражнение 6.** Проанализируйте рекламные видеоролики разных лет (например, *Samsung India Service*, *Miss Dior* и др.) как примеры креолизованных текстов коммерческой рекламы. Используйте следующий алгоритм: а) характеристика вербального компонента; б) особенности визуального компонента и его связь с вербальной частью; в) специфика мелодического компонента и его функции.

Все приведенные упражнения объединены, с одной стороны, задачей изучения свойств медиатекстов, с другой — исследованием особенностей медиаречи, возможностей воздействия, в том числе и речевого, медиатекста на адресата. Последнее весьма актуально в связи с огромной ролью языка массмедиа в формировании картины мира молодежи, манипулирования их потребностями и ценностными установками.

Акцент на совершенствовании культуроведческой компетенции студентов бакалавриата сделан в процессе изучения дисциплины «Основы межкультурной коммуникации». Эта дисциплина, использующая весь комплекс собственно лингвистических знаний, позволяет подготовить будущего специалиста к диалогу культур, вооружить его теоретическими знаниями о коммуникативных тактиках представителей разных этносов, их невербальных средствах общения. Она знакомит обучающегося со стратегиями и результатами аккультурации, стадиями развития культурного шока, восточным и западным типом макрокультуры, национальными особенностями деловых коммуникаций.

Возможность широкого применения информационно-коммуникационных технологий при изучении этой дисциплины позволяет, на наш взгляд, более эффективно формировать культуроведческую компетенцию на базе медиатекстов. Реализации их лингводидактического потенциала способствует такая система упражнений:

**Упражнение 1.** *Просмотрите подборку рекламных видеороликов разных лет, созданных в России, Англии, Франции, Германии, Японии (препарат «Амбробене», английский сидр “Strongbow”, компания “Nike”, жевательная резинка “Fit’s”, малолитражный кроссовер-внедорожник “Opel Mokka” и др.). Какие автостереотипы и гетеростереотипы в них отражены? Сравните свои выводы с результатами исследования О.В. Шестаковой и К.Г. Макаловской, представленными в статье «Этнические стереотипы в современной рекламе» (Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2015. № 9).*

**Упражнение 2.** *Познакомьтесь с блогами путешественников на блог-платформе «Живой Журнал» (по выбору студента). Найдите примеры эффективной и неэффективной межкультурной коммуникации. Объясните причины неэффективности коммуникации в той или иной ситуации.*

**Упражнение 3.** *Познакомьтесь с каналом “Alexandra Orlova” на видеохостинге YouTube ([https://www.youtube.com/channel/UCc\\_5Oi5w131g6p5yErdec6w](https://www.youtube.com/channel/UCc_5Oi5w131g6p5yErdec6w)). Найдите примеры влогов, затрагивающих проблему адаптации к чужой культуре. Какие стадии культурного шока в них запечатлены? Что помогло Александре адаптироваться в чужой стране?*

*Составьте список факторов, которые влияют на продолжительность межкультурной адаптации.*

**Упражнение 4.** *Приведите примеры крупных межкультурных конфликтов первой четверти XXI в., освещавшихся в СМИ. Расскажите о конфликте, используя следующую схему: участники конфликта — их позиции — причины конфликта — пути решения (если конфликт был разрешен).*

**Упражнение 5.** *Приведите пример текстов из СМИ, в которых создается стереотипный образ мусульманина.*

*Чем обусловлено формирование предрассудков по отношению к культуре исламского мира?*

**Упражнение 6.** *Познакомьтесь с YouTube-каналом Jane Rog (<https://www.youtube.com/channel/UCn9N1nnsX0xtl6NgZIRnhaw>).*

*Составьте топ самых неожиданных для вас фактов о Южной Корее и южных корейцах, их культуре, коммуникативном поведении. Расскажите аудитории о самом смешном для вас факте, самом странном, самом запоминающемся.*

Работа с подобными заданиями позволяет студентам осознать себя частью мирового культурно-исторического процесса, разобраться в традициях, обычаях, системе ценностей представителей других культур, научиться общаться с ними, используя знания о специфике культурного фона, опыте других людей.

При подготовке магистрантов направления 44.04.01 Педагогическое образование медиатексты как учебный материал используются нами при изучении ряда языковедческих дисциплин: «Современное развитие русского языка (теория и практика)», «Когнитивная лингвистика (теория и практика)», «Теория языковых единиц и практика речи», «Лингвистический анализ текста». Наиболее интересной в плане конструирования упражнений и заданий на основе медиатекстов считаем дисциплину «Когнитивная лингвистика (теория и практика)», потому что именно она способна обеспечить развитие культуроведческой компетенции на описываемом фактическом материале для анализа. К основным задачам указанной дисциплины относим следующие: показать обучающимся роль языка в процессах познания и осмысления мира, дать понятие о процессах концептуализации и категоризации знаний, описать средства и способы языковой категоризации и объективации концептов, познакомиться с основными идеями и концептами русской языковой картины мира, продемонстрировать применение конкретных практических методов и приемов исследования национальных концептосфер. Большинство перечисленных задач решаемы на базе использования медиаматериала. Ведь медиатексты, включающие медийную, вербальную и экстралингвистическую составляющую, связаны с понятиями когнитивной картины мира этноса, его идеологии, культуры. Будучи по своей природе идеологичны и культуроспецифичны, они заставляют нас строить свое знание об окружающей действительности на медиареконструкциях и интерпретациях [14]. Аккумулируя и обобщая информацию, медиатексты создают информационную картину миру современного общества, поддерживая ее в постоянной динамике.

Формированию культуроведческой компетенции в свете сказанного и в рамках дисциплины «Когнитивная лингвистика (теория и практика)» способствуют следующие упражнения:

**Упражнение 1.** *Познакомьтесь с книгой Т.Г. Добросклонской «Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ» (М., 2008). Составьте топ 10 ключевых тезисов автора, характеризующих культурноспецифичность современных медиатекстов и их идеологизированную модальность.*

**Упражнение 2.** *На материале интервью двух известных людей, один из которых русский, а другой — иностранец, представьте и сравните такие компоненты глобальной семантической структуры представленных текстов, как «портрет героя» и «фон». Составьте таблицу имеющихся сходств и различий.*

*Выделите концептуальные доминанты анализируемых интервью. Можно ли их обусловить принадлежностью интервьюируемого к той или иной культуре? Укажите основные, на ваш взгляд, концептуальные признаки названных концептов.*

**Упражнение 3.** Выберите один из константных концептов русской лингвокультуры (например, душа, вера, воля, справедливость и др.). Составьте список лексических средств их вербализации в корпусе медиатекстов (выбрать для анализа не менее 10 медиатекстов). С какими словами ассоциативно, синтагматически и парадигматически связаны лексемы, выступающие средствами объективации выбранного концепта? Обнаруживаются ли в медиатекстах какие-то смысловые приращения у лексем-репрезентантов выбранного для анализа концепта?

По всем анализируемым направлениям подготовки студентов бакалавриата и магистратуры при изучении лингвистических дисциплин можно использовать материалы массмедиа, представленные в Национальном корпусе русского языка. Задания, связанные с наблюдениями над сочетаемостью слов, неординарным использованием стилистических средств разных функциональных стилей в медиатекстах, расширением или сужением семантики слов и т. д., будут способствовать развитию коммуникативной компетенции обучающихся.

Вне зависимости от уровня обучения (бакалавриат/магистратура), направления и профиля при подготовке к занятиям с использованием медиатекстов у преподавателя возникает ряд сложностей. Во-первых, отсутствие учебно-методических материалов и необходимость конструирования авторской системы упражнений. Во-вторых, неподготовленность части студенческой аудитории к восприятию такого рода текстов как учебного материала. В-третьих, контент не всякой учебной дисциплины предполагает систематическое использование медиатекстов на практических занятиях при закреплении тем, а спорадичность применения медиатекстов не дает нужных результатов в плане приобретения навыков их системного анализа и интерпретации.

Частично преодолению перечисленных трудностей способствует повышение уровня владения студентами рассмотренным специфическим языковым материалом и формирование их медиаграмотности. Хорошо спланированная работа с медиатекстами в студенческой аудитории позволит совершенствовать не только коммуникативную и культуроведческую компетенции будущих учителей-словесников, но и ряд профессиональных компетенций, связанных с восприятием, кодированием и декодированием текста.

### СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Рашкофф, Д.* Медиа Вирус! = Media virus!: Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание / пер. с англ. Д. Борисов. М.: Ультра-культура, 2003. 363 с.
2. *Жилавская, И.В.* Системные и институциональные трансформации российского медиаобразования: монография. М.: МПГУ, 2021. 368 с.
3. *Пастухов, А.Г.* Медиаальность — новое свойство текста? // Медиатекст: стратегии — функции — стиль. Коллективная монография. Орел: Горизонт, 2010. С. 52–68.
4. *Добросклонская, Т.Г.* Вопросы изучения медиатекстов. Опыт исследования современной английской медиаречи. М.: Едиториал УРСС, 2005. 288 с.
5. *Вольская, Н.Н.* Поликодовый медиатекст: пути исследования // Русская речь. 2016. № 2. С. 58–63.
6. *Grundy, P.* Newspapers. London: Oxford University Press, 1993. 135 p.
7. *Обухова, Н.В.* Иноязычный медиатекст как средство формирования рецептивной речевой компетенции студентов-бакалавров: автореф. дис. ... канд. пед. наук. Нижний Новгород, 2012. 24 с.

8. Hobbs, R., Jensen, A. The Past, Present, and Future of Media Literacy Education // *Journal of Media Literacy Education*. 2009. Vol. 1. Iss. 1. P. 1–11.
9. Стернин, И.А. Медиаграмотность студентов-филологов // *Акценты. Новое в массовой коммуникации*. 2013. № 5–6. С. 45–49.
10. Антонова, Л.Г., Постнова, А.А. Коммуникативные способности и медиаграмотность студента-гуманитария // *Ярославский педагогический вестник*. 2014. Т. 1. № 4. С. 185–188.
11. Авдонина, Н.С., Зайцева, Л.В. Анализ медиаграмотности у студентов направления «Журналистика» // *Вестник Омского государственного педагогического университета. Гуманитарные исследования*. 2022. № 3. С. 141–146.
12. Грицкевич, Ю.Н., Лукьянова, С.В., Попкова, Л.М. Медiateкст и медиаграмотность в системе высшего образования // *Самарский научный вестник*. 2022. Т. 11. № 4. С. 253–258.
13. Колмогорова, Л.А. Формирование коммуникативной компетентности личности. Барнаул: АлтГПУ, 2015. 205 с.
14. Добросклонская, Т.К. Медиалингвистика: теория, методы, направления. Монография. М.: КДУ; Добросвет, 2020. 178 с. URL: [http://medialing.spbu.ru/upload/files/file\\_1600671409\\_8213.pdf](http://medialing.spbu.ru/upload/files/file_1600671409_8213.pdf) (дата обращения: 27.12.2022).

#### REFERENCES

1. Rashkoff, D. *Media Virus! = Media virus!: Kak pop-kultura tajno vozdejsvuet na vashe soznanie* [Media Virus! = Media Virus!: How Pop Culture Secretly Affects Your Consciousness]. Moscow, Ultra-kultura, 2003, 363 p. (in Russ.)
2. Zhilavskaya, I.V. *Sistemnye i institucionalnye transformacii rossijskogo mediaobrazovaniya* [Systemic and Institutional Transformations of Russian Media Education: Monograph]. Moscow, Moskovskij pedagogicheskij gosudarstvennyj universitet, 2021, 368 p. (in Russ.)
3. Pastuhov, A.G. Medialnost — novoe svojstvo teksta? [Mediality — A New Property of the Text?]. In: *Mediatekst: strategii — funkcii — stil* [Media Text: Strategies — Functions — Style. A Collective Monograph]. Orel, Gorizont, 2010, pp. 52–68. (in Russ.)
4. Dobrosklonskaya, T.G. *Voprosy izucheniya mediatekstov. Opyt issledovaniya sovremennoj anglijskoj mediarechi* [Questions of Studying Media Texts. The Experience of Studying the Modern English Media Language]. Moscow, Editorial URSS, 2005, 288 p. (in Russ.)
5. Volskaya, N.N. Polikodovyj mediatekst: puti issledovaniya [Polycode Media Text: Ways of Research], *Russkaya rech = Russian speech*, 2016, No. 2, pp. 58–63. (in Russ.)
6. Grundy, P. *Newspapers*. London, Oxford University Press, 1993, 135 p.
7. Obuhova, N.V. *Inoyazychnyj mediatekst kak sredstvo formirovaniya receptivnoj rechevoj kompetencii studentov-bakalavrov* [Foreign Language Media Text as a Means of Forming Receptive Speech Competence of Undergraduate Students]: Extended Abstract of PhD Dissertation (Pedagogy). Nizhnij Novgorod, 2012, 24 p. (in Russ.)
8. Hobbs, R., Jensen, A. The Past, Present, and Future of Media Literacy Education, *Journal of Media Literacy Education*, 2009, vol. 1, iss. 1, pp. 1–11.
9. Sternin, I.A. Mediagramotnost studentov-filologov [Media Literacy of Students of Philology], *Akcenty. Novoe v massovoj kommunikacii = Accents. New in Mass Communication*, 2013, No. 5–6, pp. 45–49. (in Russ.)

10. Antonova, L.G., Postnova, A.A. Kommunikativnye sposobnosti i mediagramotnost studenta-gumanitariya [Communicative Abilities and Media Literacy of a Humanities Student], *Yaroslavskij pedagogicheskij vestnik* = Yaroslavl Pedagogical Bulletin, 2014, vol. 1, No. 4, pp. 185–188. (in Russ.)
11. Avdonina, N.S., Zajceva, L.V. Analiz mediagramotnosti u studentov napravleniya “Zhurnalistika” [Analysis of Media Literacy among Students of the Journalism Direction], *Vestnik Omskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta. Gumanitarnye issledovaniya* = Bulletin of Omsk State Pedagogical University. Humanitarian Studies, 2022, No. 3, pp. 141–146. (in Russ.)
12. Grickevich, Yu.N., Lukyanova, S.V., Popkova, L.M. Mediatekst i mediagramotnost v sisteme vysshego obrazovaniya [Mediatext and Media Literacy in the System of Higher Education], *Samarskij nauchnyj vestnik* = Samara Scientific Bulletin, 2022, vol. 11, No. 4, pp. 253–258. (in Russ.)
13. Kolmogorova, L.A. *Formirovanie kommunikativnoj kompetentnosti lichnosti* [Formation of a Person’s Communicative Competence]. Barnaul, Altajskij gosudarstvennyj pedagogicheskij universitet, 2015, 205 p. (in Russ.)
14. Dobrosklonskaya, T.K. *Medialingvistika: teoriya, metody, napravleniya* [Media Linguistics: Theory, Methods, Directions. Monograph]. Moscow, Knizhnyj Dom Universiteta, Dobrosvet, 2020, 178 p. Available at: [http://medialing.spbu.ru/upload/files/file\\_1600671409\\_8213.pdf](http://medialing.spbu.ru/upload/files/file_1600671409_8213.pdf) (accessed: 27.12.2022). (in Russ.)

---

**Селеменова Ольга Александровна**, доктор филологических наук, доцент, и. о. заведующего кафедрой, кафедра русского языка, методики его преподавания и документоведения, Елецкий государственный университет имени И.А. Бунина, [ol.semeneva2011@yandex.ru](mailto:ol.semeneva2011@yandex.ru)

**Olga A. Selemeneva**, ScD in Philology, Associate Professor, Acting Chairperson, Russian Language, Methods of Teaching and Documentation Department, Bunin Yelets State University, [ol.semeneva2011@yandex.ru](mailto:ol.semeneva2011@yandex.ru)