

должен правильно использовать язык коммуникации с детьми, он должен быть хорошо знаком с концептами и ситуациями, о которых он рассказывает.

Ценностная составляющая педагогического дискурса заключается в приобщении подрастающего поколения к культурным ценностям социума, ознакомлении с нормами и правилами речевого и неречевого поведения, принятыми в конкретном поликультурном обществе.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Астапенко Е.В. Функции нарратива в учебном дискурсе / Языковой дискурс в социальной практике: материалы междунар. научно-практ. Конф. – Тверь: Твер. Гос. ун-т, 2013. С. 12-16.
2. Бернстейн Б. Класс, коды и контроль: структура педагогического дискурса / Бернстейн Базил; [пер. И.В. Борисовой]; Моск. Высш. Шк. Социальных и экон. Наук. – М.: Просвещение, 2008. – 272 с. – (Образование: мировой бестселлер).
3. Бурдьё П. Воспроизводство: элементы теории системы образования / Пьер Бурдьё, Жан-Клод Пассрон; [пер. Н.А. Шматко]; Моск. высш. шк. социальных и экон. наук. – М.: Просвещение, 2007. – 267 с. – (Образование: мировой бестселлер).
4. Джексон Ф. Жизнь в классе [Текст] / пер. с англ. Р. Устьянцева, Т. Соколовой; под научн. Ред. А. Сидоркина, Т. Соколовой; Нац. Исслед. Ун-т «Высшая школа экономики». – М.: Изд. Дом Высшей школы экономики, 2016. – 248 с.
5. Пашкова Н.А. Сущность и содержание понятия «Педагогический дискурс» в современном иноязычном образовании. Вестник КГУ им. Н.А. Некрасова. № 4, 2009. С. 358-362.
6. Поспелова Ю.Ю. Педагогический дискурс и его характеристики. Вестник КГУ им. Н.А. Некрасова, № 1, 2009. С. 307-310.
7. Современный учитель – педагог-гуманист [Электронный ресурс] / <http://www.irbis.vogu.ru/repos/8482/HTML/9.htm>
8. Сусов И.П. Оценочные когнитивно-коммуникативные акты / Языковой дискурс в социальной практике: материалы междунар. научно-практ. конф. – Тверь: Твер. Гос. ун-т, 2007. С. 297-301.
9. Эмих Н.А. Культурная парадигма современного образования: Философско-антропологические основания. М.: Логос, 2012. – 174 с.

## «КРЕОЛИЗОВАННЫЙ МЕДИАТЕКСТ»: PRO ET CONTRA

А.А. БОГАТЫРЁВ, И.А. ПЕТРУШКО

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тверской государственный университет», г. Тверь*

В статье рассматривается содержание термина «креолизованный медиатекст» в ряду синонимичных и смежных (текст; мультимедиа-/интермедиа-/трансмедиа-текст); содержится критика ряда мифологем, предрассудков и клише, сопровождающих отечественные междисциплинарные и отраслевые исследования медиатекстов. Для конструктивного осмысления креолизованного медиатекста необходим поворот от технократической модели коммуникации к гуманистической, аксиологической и понимающей, возвращение к истокам теории и феноменологии текста.

**Ключевые слова:** термин и понятие «креолизованный медиатекст», феноменология и герменевтика текста, стиль, «язык Яндекса», этика, эколлингвистика, медиаэкология.

## CREOLIZED MEDIATEXT: PRO ET CONTRA

A.A. BOGATYREV, I.A. PETROUCHKO

The concept of "creolized media text" and a number of its synonyms (creolized text, multimedia text; intermedia-text) is reassessed. The article voices criticism of a few myths, prejudices and clichés that accompany the notion of Media Text in Russian interdisciplinary studies, Literary and Media Studies. For the constructive development of the creolized media text concept one needs to turn back to the roots of Text theory and Phenomenology of Reception and turn down the offers of technocratic model of communication and embrace the humanistic, axiological and understanding one. *Key words:* the concept of 'creolized media text', hermeneutics, phenomenology of text reception, Yandex News discourse, linguistic & media ecology, ethical analysis of the text message.

Вынесенный в название статьи вопрос о креолизованном медиатексте рассматривается с позиций общей теории текста, языка, знака и коммуникации. Избранный подход вполне может привести к столкновению с различными определениями этого термина, используемыми ad hoc, «для удобства», как «нового», как «находящегося в стадии становления» или как «рабочего понятия для решения частной прикладной задачи» в той или иной отдельной нише бытования текстов определенных жанров и форматов (журналистских, публицистических, «полихудожественных», рекламных, эпатажных и т.п.). Авторами статьи предполагается, что прежде, чем прийти (или не прийти) к заключению о необходимости строгого разграничения, например, пресстекста, блоготекста, плакато-текста, трансмедиатекста, текста-демотиватора etc., представляется целесообразным хотя бы очень кратко обсудить общетеоретические феноменологические и филологические основы самого разговора о текстах, медиатекстах и креолизованных текстах. При этом следует отметить, что автор в данном случае не аффицирован амбицией занять некоторую выигрышную позицию в системе филологической кентаврологии путем введения некоторых новых типов или разновидностей текстов (например, назвать обучающий мультимедийный CD-ROM по английскому языку «креолизованным транс-интер-лингвальным гиперциркум-интер-медиатекстом с анимированным контекстным меню и вариативными способами прочтения на основе заполнения тестовых лакун»). Напротив, задача видится в возвращении родовому понятию текста его значимости, глубины и достоинства там, где иногда страсть к классифицированию приносит в жертву основополагающее представление о том, что есть текст.

Для посвященных исследованиям медиатекстов современных научных писаний в высшей мере характерны пафос прогрессизма и бескомпромиссная тональность. Означенная черта вполне заметна и в определении понятия медиатекста в Википедии, согласно которому оно «возникло в XX веке в связи с бурным развитием средств массовой коммуникации (медиа), когда на смену традиционному печатному тексту пришли новые разновидности текстов, связанные с кинематографом, радио, телевидением, видео, интернетом, мобильными телефонами и т.д.» [20]. Не будем здесь критиковать выражение «традиционный печатный текст». Отметим только, что для ряда посвященных проблемам медиатекста и медиакommunikации работ сегодня характерна цепочка не всегда тщательно отрефлектированных отождествлений: текст=> ме-

диатекст=> мультимедиатекст => креолизованный мультимедиатекст=> креолизованный «интер-медиатекст»=>т ранс-интер-мультимедиа-текст=>«мульти-интер-медиаль-ность» (последний термин см. [28, с. 22]). Для уточнения возможных методологических позиций и соответствующих исследовательских установок мы избрали форму комментированных тезисов и антитезисов.

**ТЕЗИС 1.** Медиатекст есть принципиально иной / новый тип текста.

**Статус утверждения:** сомнительно.

*Критика презумпции аномального или повышенного интертекстуального заряда медиатекста.*

**ОТСТУПЛЕНИЕ 1.0.** Вербальные тексты транслируют не только события словесного плана, но *всевозможного рода события*, объекты, картины, переживания, ценности, чувства, явления видимого и невидимого, внешнего и внутреннего миров человека. Для актуализации в процессе прочтения референциальной, интертекстуальной / «трансфикцио-нальной» функции музыкального произведения, пьесы, музыкального пассажа включение в текст музыкального ряда требуется не в большей мере, чем включение в вербальную ткань текста названия музыкального произведения или описания ключевых особенностей мелодии. Если бы прагматическая задача «Крейцеровой сонаты» Л.Н. Толстого заключалась в *пересказе музыки Бетховена* (посв. Бриджтауэру?), то можно было бы ограничиться ее аудиозаписью. Однако допустим, что *коммуникативная задача* текста «Крейцеровой сонаты» Л.Н. Толстого заключается в «пересказе души», в рассказе об определенном *воздействии* музыки на душу человека. Тогда при переводе этого текста и этой *музыки смыслов* из исходной вербальной формы в *гибридную* (например, в радиопостановке) для объяснения и иллюстрации этого воздействия аутентичность иллюстративных музыкальных фрагментов названному сочинению Бетховена может не носить принципиального характера. Тогда вопросы интер-текстуальности/ интер-медиации/трансмедиации снимутся, за исключением вопроса учета одной медиа-среды – души читателя. *Не является ли душа человека ключевым объектом медиа-коммуникации?*

*Критика тезиса о новизне.*

**ВОЗРАЖЕНИЕ 1.1.** *Новый тип текста должен создавать новый тип читателя.* Музыкальная партитура в нотной записи создает читателя, способного к точному воспроизведению музыкального аудиоряда. Напротив, демонстрация музыкального фрагмента в креолизованном тексте уничтожает различие между теми, кто способен *прочсть* нотную запись партитуры, и теми, кто только способен рассматривать ее как бесформенную кучу загадочных графических значков. (Впрочем, и понимание картины с опорой только на подпись – также есть проявление того, что немецкие романтики называли «эстетическим пошлячеством»). Здесь четко прослеживается противоречие между декларируемой в академической среде исследовательской установкой на обоснование креативности и даже революционности медиатекста и ориентированностью медиапродукции на массового среднестатистического потребителя. Впрочем, встречаются попытки отнести такие «гиперкоды» как QR-code к тексту для читателя [14, с. 3], а не для QR-сканера. Что же, подождем эпохи литературы для

читателей матричных кодов... – тогда это выдвигаемое нами возражение будет снято. Как следствие, например, различие между литературой и «сетературой», чтобы сохранить свою интеллектуальную состоятельность должно носить *содержательный*, а не *поверхностный*, обусловленный (случайной) *формой* распространения («медиасредой») характер.

**ВОЗРАЖЕНИЕ 1.2.** Медиатекст как текст, предполагающий синтез кодов или также синтез различных родов и разновидностей искусств не является чем-то новым ни в европейской, ни в мировой культуре. Хор, музыка, роли, маски, костюмы, спецэффекты (*deus ex machina*), стихи и диалоги в направленности к достижению целостного эффекта катарсиса – традиционные атрибуты древнегреческого драматического представления. Что же – у новых теорий и память новая: высказывается мнение, что идея интермедиальности посетила С. Кольриджа в 1812 году [16]. Впрочем, по мнению британцев, и Америку открыл британец (в 1497 году).

#### ОТСТУПЛЕНИЕ 1.2., ПЕРЕХОДЯЩЕЕ В ВОПРОС.

Идет ли мировая культура человечества по пути *синтеза* искусств или по пути кристаллизации языка и системы жанров каждого рода искусства? Вот один вариант ответа «с другой стороны» – от продуцента гибридного текста: «Мы с вами еще не видели настоящее кино. Мы только слышали. Слова, слова, слова... Сто десять лет кинематографа – это сто десять лет иллюстрированного текста». И это утверждает не создатель «Летучего голландца» (1983) и «Иллюзиониста» (1995) Иос Стеллинг. Это слова сценариста и режиссера весьма говорливого «Контракта рисовальщика» (*The Draughtsman's Contract*, 1982) П. Гринуэя [12].

**ВОЗРАЖЕНИЕ 1.3.** Все тексты человеческой культуры так или иначе медийны, когда речь идет о сообщении, зафиксированном на материальном носителе [6, с. 90]. Более того – все тексты человеческой культуры поли-медийны и четырехмерны (предполагают создание или воссоздание пространственно-временных образов постигаемой реальности). Чтение написанного предполагает интонирование, возможность установления ритма фраз, вольных или невольных рифм и пр. В означенном отношении **чтение богаче письма**. Но достаточно отметить знаковую природу понимания сообщения, чтобы заметить **роль инференции** и **воображения** в интерпретации плана означаемого знаков и тем более символов (как знаков бездонной семантики). Даже в предельно бедной модели знака (как двуединства означающего и означаемого [Ф. де Соссюр]) присутствует перспектива *перекодирования языка сообщения* (англ. *message*) на *языки его восприятия* и *интерпретации*. Психичность образа экспонента знака не отменяет материальной и формальной природы экспонента, не отменяет необходимости материального носителя, сколь бы примитивно или тонко он ни был устроен (наскальные надписи, папирус, глиняные таблички, пергамент, бумага, радиосигнал, экран монитора или мобильного телефона). Вопрос о существовании безмедийного текста остается открытым (в отношении, например, такого рода текстов как сюжетные сновидения, образы и картины воображаемой реальности, фиксированные на экране сознания одного-единственного носителя).

Высказывается и «противоположная» точка зрения на текст – печатный текст принципиально трактуется как «нематериальный объект» [cf. 15, с. 366]. Такой взгляд на текст представляется нам не только возможным, но и допустимым и оправданным, когда анализ текстовой семантики осуществляется в условиях «снятой медийности» и *принимаемой равноценности* прочих особых источников семантизации сообщения (например, принципиальное неразличение «обычного» и готического типографских шрифтов, если шрифт не играет роли маркера стиля и жанра и не выполняет функции выделения высказывания в тексте). Интенциональная природа текста не сводима ни к *материальному субстрату*, ни к *медийному контейнеру* («оболочке») сообщения. Однако в общем случае они выступают в роли *проводника сообщения* (*malum necessarium!*). Более последовательный феноменологический анализ природы текста апеллирует к эстетической *теории уровней восприятия*.

**ВОЗРАЖЕНИЕ 1.4.** В исследованиях по научной специальности «журналистика» понятие медиатекста определяется через принадлежность рассматриваемого типа сообщения к сфере СМИ, т.е. к *форматам, стилям и институциональной мета-медийной среде* (машины) управления общественным мнением, а не к физическому, технологическому или перцептивному *медиа-каналу*. Здесь не должно быть *подмены понятий*. Самая элитарная литература сегодня доступна по тем же технологическим медийным (электронным) каналам связи Глобальной сети, что и *массовая текстовидная продукция индустрии новостей и оценок*. Ниже рассмотрим термины «креолизация», «креолизованный текст», «мультимедиа».

**ВОПРОС 1.1.** Что такое *креолизация* текста «по Лотману»?

Нередко авторы апеллируют к тезису Ю.М. Лотмана о «креолизации» как о смешении языка писателя с языками, имеющимися в арсенале языков читателя [19, с. 36; 8 с. 24]. Однако при этом остается неясным то, как собственно языки читателей могут смешиваться с языком писателя, когда сам его авторитетный носитель к примешиваемым чужим языкам уже давно невосприимчив, а участие других языков (не путать с «голосами» в полифонической модели текста М.М. Бахтина) в самом тексте ненаблюдаемо, по крайней мере, без выхода за его пределы. И что собственно имеется в виду под смешением, если не *односторонняя подмена* одних интерпретант и смыслов другими? Ю.М. Лотман, во-первых, противопоставляет креолизацию *экспансии* авторского языка в сознании читателя, а во-вторых, рассматривает процесс креолизации как синонимичный или рядоположенный деформированию или деформации языка писателя [19, *ibidem*]. Креолизации подвергаются «непересекающиеся части кодов», некоторым образом «перестраивающиеся» при рецепции авторского текста читателем. В таком случае «креолизацию» допустимо понимать как обогащение и одновременно обеднение планов означающего и означаемого в сообщении, а также составляющих план текстового послания *смыслов*. Креолизация трактуется как *деформация* языка сообщения и, как следствие, самого сообщения. Для искомого термина характерен акцент на «*децентрирующем*» (понимание / интерпретацию интенции автора и текста) *начале прочтения*, осуществ-

вляемого по семиологическим и герменевтическим ключам, отличающимся от авторских.

Насколько можно заметить, принадлежность новых ключей прочтения исходному типу герменевтического замка (в данном случае вербальному семиологическому коду) нисколько не отменяет **явление непонимания** изначально, «зафиксированного» в тексте смысла его читателями. Любые попытки придать трактуемому таким образом явлению некоторый «лингвистический» лоск выглядят не слишком убедительно. Креолизация языков влечет определенные лексические и грамматические потери, семантические контаминации и в то же время упрощение грамматической структуры языка, но при этом она конструктивно направлена на *рождение / создание нового языка* на основе *обогащающего синтеза* различных исходных языковых стихий, а не на основе механической *деформации* старого как источнике роста. Родится ли некий новый язык лишь на основе деформации старого? Ответ на этот вопрос будет скорее отрицательным. Новые языки рождаются от новых народов, новых задач и новых социальных условий. **Новые смыслы** рождаются из новых ситуаций и новых вопросов, а не из искажения старых.

Социологический аспект «креолизации текста» по Лотману требует социологического инструментария изучения (анкетирования, проведения опросов, анализа широкой выборки статистических данных), но в работах по «полиинтер-медиальности» такого рода методы работы – *para avis*.

**ВОПРОС 1.2.** Что такое креолизованный тип текста?

В отечественной лингвистической традиции выделяются *креолизованные тексты*. Представленная Ю.А. Сорокиным и Е.Ф. Тарасовым трактовка термина «креолизованный текст» как такого типа текста, фактура которого «состоит из двух негомогенных частей: вербальной (языковой/речевой) и невербальной (принадлежащей к другим знаковым системам, нежели естественный язык)» [29, с. 180-181] апеллирует к инородности («негомогенности») кодов сообщения и неоднородности эстетической и информационной структуры текста как единого семиологического объекта.

Здесь необходим определенный феноменологический комментарий. Во-первых, **компоненты содержательности** сообщения не должны рассматриваться как синонимы **экспонентов его содержательности** – комплексов знаковых манифестаций, будь то вербальные, пластические, акустические, ароматические или визуально-образные. Как известно, вербальные тексты описывают не только события словесного плана, но всевозможного рода события, объекты, картины, переживания, ценности, чувства, явления внешнего и внутреннего миров человека [cf. 5].

**Примечание 1.** Отметим и то обстоятельство, что смыслообразующие «логосические энергии» (выражение Ю.А. Сорокина) присущи невербальному тексту в не меньшей мере, чем вербальному. Вместе с тем следует признать, что, при сохранении вплетенного вербального компонента текстовой организации, затруднительно противопоставить понятие медиатекста понятию *креолизованного текста* как «сложного текстового образования, в котором вербальные и иконические элементы образуют одно визуальное, структурное, смысловое и

функциональное *целое*, нацеленное на комплексное прагматическое воздействие на адресата» [1, с. 17].

**Примечание 2.** Приведенные определения креолизованного текста соотносимы с содержанием понятия «**мультимедиа**» как «содержимого, в котором одновременно представлена информация в различных формах — звук, анимированная компьютерная графика, видеоряд. Например, в одном *объекте-контейнере* может содержаться текстовая, аудиальная, графическая и видеоинформация, а также, возможно, способ интерактивного взаимодействия с ней» [23]. Пакет означенных свойств содержимого «контейнера» обеспечивается использованием соответствующего *набора аппаратных и программных средств* [ibidem].

Однако заметим, что создание Р. Вагнером музыкальной драмы как новой оперной формы, основанной на синтезе искусств, на увертюре, на партитуре, возможностях вокала и симфонического оркестра, труде исполнителей, дизайне и механике сцены, обеспечивающих вовлечение реципиента в мир *смыслов-переживаний*, может быть осмыслено как порождение *мультимедийного текста без компьютеров и Интернета*.

Текст есть пространство смыслопостроения [6, с. 90]. Всякое должным образом организованное пространство затягивает. Пространственная метафора текста позволяет насыщать его содержательность различного рода гомогенными и негомогенными образами, представлениями, связями и т.п., осуществляя «**конкретизацию**» текста [38, р. 50] на основе эксплуатации инференции, импликации, декодирования, перекодирования и т.п. интерпретационных механизмов и техник. Философы Н. Гартман и Р. Ингарден рассматривают многослойную структуру мироздания и текста и пишут о феноменологических слоях текста – поверхностных и глубинных. Согласно Н. Гартману, каждый бытийный слой мироздания располагает своими принципами, законами и категориями. Содержательная полнота глубокого, высшего бытия не раскрывается в терминах низших категорий [10, с. 623-624]. Постулат Н. Гартмана о приоритете внутренних (заднеплановых, глубоких) феноменологических слоев над внешними увенчивается тезисом о том, что «в конечном счете самое внешнее оформление (чувственно данного) в конце концов определяется тем, что ему наиболее гетерогенно – самым заднеплановым, именно тем, что должно быть выявлено» [11, с. 299]. (Здесь представляет определенный интерес пункт 5, выносимый на защиту в диссертации О.А. Корда [17, с.8]. Разумеется, утверждение о последовательности и сопряженности планов содержательно-фактуальной и содержательно-концептуальной информации «визуальных элементов» соответствует модели Н. Гартмана, как и несколько завуалированное допущение о соответствии глубины понимания текста уровню интерпретационной готовности реципиента. Остается неопределенным статус подтекстовой информации, также входящей в состав критического аппарата теории текста И.Р. Гальперина).

Увы, уровень интереса к *смыслам* креолизованного высказывания в современных трудах по «поли-интер-медиальности» в целом не может быть охарактеризован как высокий. В целом, и не только в трудах по журналистике,

преобладает интерес к маркетинговой функции медиатекста – «привлечения и удержания внимания адресата» [cf. 17, с. 3]. Однако здесь следует выделить два четко различимых *смысла-стимула* – «купи меня» и «прочти меня», отношения между которыми заслуживают отдельного комментария (в рамках рефлексии различных жанров фатики в их отношении к текстам различного качества). При этом степень интереса к содержанию, значению, смыслам как составляющим текстовой содержательности остается невысокой. В этой связи можно утверждать о недостаточной разработанности *интерпретационного компонента* анализа медиатекста как проводника смыслов текстового послания к адресату.

Одним из источников расплывчатости понятия креолизованного (медиа-)текста выступает *неопределенность статуса* сопоставляемых негомогенных «кодов», «языков», «каналов», «элементов» текстового сообщения. Так, противопоставление фотографии в газете вербальному контенту заметки как «визуального» вербальному *не выдерживает критики*, поскольку ни канал связи (форма трансляции) не отличается [cf. 9, с. 23], ни мера искажения фактического положения дел. Фоторакурс, фокусное расстояние, «баланс белого», выбор объекта и времени съемки обладают не меньшим риторическим потенциалом, чем выбор точки зрения, лица, залога, фокуса эмпатии и грамматического времени в словесном высказывании. Умолчим о техниках коллажа и прочих «чудесах фотошопа» наполняющих «иконическое» сообщение индексальными и символическими смыслами. При определенных условиях распределение категорий («иконическое» versus «символическое») в отношении картинки и надписи может и должно смениться на противоположное. Впрочем, Е.Е. Анисимова обращает внимание на *широкую полифункциональность* слова (подписи) в креолизованном тексте [cf. 1, с. 68 etc.].

Не всегда в полной мере методологически бесспорно и противопоставление аудиального канала связи (например, при учете музыкальной мелодии) и вербального, даже если речь идет о печатном слове, поскольку читая, мы «распредмечиваем ситуацию общения» и *интонируем* письменную речь и нередко достаточно точно восстанавливаем образ сопровождения говорящим речи мимикой / жестом.

Многие «знаковые» явления и факты жизни и истории искусств (из тех, к которым апеллируют теоретики медиакоммуникации) допускают вариативные интерпретации. Разумеется, стремление Р. Вагнера осуществить постановкой оперы в замке Нойшванштайн *синтез искусств* зафиксировано в его авторитетном слове. Однако сегодня эта задача может интерпретироваться более прозаично – как установка на максимизацию «эффекта присутствия» для аудитории, а не как мнимый хоровод муз.

Казалось бы, выход из всех терминологических затруднений найден, когда вводится разделение различных «негомогенных» частей медиатекста сообщения на *субтексты*. Но нередко «*субкод монтажа*» [37] оказывается более тонко устроенным и подобное разделение оказывается «анатомированием по живому» – см. газетные коллажи с надписями различного статуса, слоя и уровня отнесенности к целому, отдельным частям и деталям. Подчас, слово «лазоревый» (или также «неоновый») характеризуется большей убедительностью и

семантической устойчивостью в текстовосприятии, чем фотография и непосредственный продукт цветной типографской печати. Нельзя отрицать и те случаи, когда *вербальный* и есть максимально приближенный к натуре и единственно возможный «иконический» способ обозначения (e.g. «Автор статьи называет продуцента текста *«адресантом»*, однако в фокусе рассмотрения располагается главным образом интенция самого текста с точки зрения его реципиента, а вовсе не адресанта отправляемого сообщения».).

Сегодня весьма распространен тезис о том, что «феномен креолизованного текста требует комплексного исследования» [17, с. 4; 1, с.17; 21, с. 197 etc.]. В частности, подход к интерпретации креолизованных текстов в лингвокультурологических и лингвометодических трудах Е.Е. Анисимовой можно охарактеризовать как когнитивный и комплексный, основанный на внимании к семантизации инокультурных лакун (стереотипов, элементов немецкой картины мира, истории и культуры) как источнике восполнения или коррекции понимания текста инофоном [cf. 13, с. 108]. (Заметим à propos, что и национальные стандарты и нормы оценки качества текстов могут отличаться [4, с. 89-90]).

Высокий педагогический потенциал подхода Е.Е. Анисимовой с точки зрения решения актуальных лингводидактических задач не вызывает никакого сомнения. Но вот вопрос – решает ли *комплексный подход* проблему точного определения понятия «креолизованного текста» в коммуникативной парадигме? На каком витке *комплексного* анализа гибридной семантической структуры медиатекста анализ достигает *уровня холистического* объяснения? Отметим, что понимание «негомогенных частей фактуры» неутилитарного (публицистического или художественного) текста в ходе рецепции одного обычно осуществляется не как «объединение данных» различных каналов связи, а как интерпретация *методом герменевтического круга* различных частей и деталей сообщения. И вот еще третий вопрос – является ли понятие креолизованного текста *шкалируемым*, т.е. таким, которое предполагает *шкалируемость признака «креолизованности»*? Именно с позиции *холистической оценки* качества медиатекста из всех приведенных в книге М.Б. Воропиловой многочисленных *классификаций степеней креолизованности* ни одна не убеждает [cf. 9, с. 30-37].

**ТЕЗИС 2.** Медиатекст по определению намного сложнее «одномерного» вербального текста.

Иллюстрация. Рецензент на книгу Е.Е. Анисимовой, посвященную исследованию иноязычного креолизованного текста в аспекте обучения студентов решению задач инокультурной и межкультурной коммуникации, отмечает, что креолизованный текст есть текст «семиотически осложненный, в котором интенция адресата реализуется одновременно как с помощью вербального кода, так и с помощью разнообразных невербальных средств, фиксирующих и транслирующих в коммуникацию разнообразную информацию о мире» [13, с. 107].

**Статус утверждения:** *Не доказано.* (Не будем здесь апеллировать к тому обстоятельству, что прагматической целью «осложнения» креолизованного текста обычно выступает *фасилитация*, а не *затруднение* рецепции и понимания сообщения).

**ВОЗРАЖЕНИЕ 2.0.** Это возражение методологическое и априорное. *Язык* по-прежнему является самой всеобъемлющей и содержательно богатой системой знаков и символов человечества, применяемой для интерпретации всех других систем знаков и символов. То, для чего нет места в языке, то не существует для коммуникации и интерпретации. То же верно в отношении таутономии явлений и событий невербальной семиотики в трактовках Джона Фиска и его последователей. Язык есть синтез всех достижений духа народа и органион, образующий мысль (В. фон Гумбольдт), а также выражающий или вызывающий эмоционально-ценностное отношение к предмету речи. Б.Я. Мисонжников и ряд других авторов указывают на известный *приоритет вербалики*, «речевого волеизъявления» в организации смысловой структуры медиатекста [cf. с. 188]. Мы не разделяем эту позицию, но не в части делаемого заключения, а в части его источника, нередко объясняемого на основе частных специфических случаев и ассоциируемого с «конвенцией», инерцией привычки и традиционализмом, а не с изначальным предназначением и статусом человеческого языка как органа мыслей и чувств.

**ВОЗРАЖЕНИЕ 2.1.** Второе методологическое и априорное возражение апеллирует к известной концепции Р. Барта о *принципиально поликодовом и гибридном характере* беллетристического вербального текста. Согласно галльскому корифею семиологии, всякий вербальный текст делится на лексии, а всякая лексия включает в себя пять больших кодов (герменевтический, семический, символический, акциональный и гномический), ни один из которых не является собственно языковым в узком смысле [cf.2, с.42-45]. Иными словами, вербальному тексту изначально присуща плюралистичность, а не гомогенность риторической организации. Другая версия концепции сквозных кодов высказывания и текста известна лингвистам на основе развивавшейся К. Бюлером, затем Р. Якобсоном теории шести основных субдоминант актуализации коммуникативной сверхфункции языка. Трактовка семиологического анализа медиатекста как экспансии лингвистической методологии на невербальные объекты и коды не оставляет шансов на пересмотр набора имманентных языковых функций любого сообщения и текста.

**ГИПОТЕЗА.** Утверждение о том, что медиатекст устроен сложнее вербального текста в сопоставительном плане *действительно* в отношении некоторого примитивного вербального текста (если такие существуют) и *недействительно* в отношении тонко устроенных вербальных текстов.

Разумеется, сложно представить кинотексты (кинокартины как тексты) И. Масленникова «Собаки Баскервилей» без музыки композитора В.С. Дашкевича, как и «Профессионал» Жоржа Лотнера без музыки Эннио Морриконе. Но и в том, и в другом случае нет смысла говорить о слепом механическом наложении аудиоряда на видеоряд текста. Ведь для объяснения феномена живописи Рембрандта недостаточно указания на то, что мастер наносил масляную краску на холст в некоторой манере – здесь требуется понятийно-терминологический аппарат, обладающий большей объяснительной силой в отношении авторского способа манифестации глубинных семантических слоев текста. Для объяснения организации эстетического воздействия, и в особенности такого, которое про-

изводит неаддитивный эффект и порождает новые смыслы, необходим специально разрабатываемый *инструментарий*, раскрывающий риторику и характер взаимодействия различных источников смыслообразования, иными словами – *риторико-герменевтическую программу текста*. В этой связи следует упомянуть понятие *партитурности* текстовой организации, которое разрабатывается в Тверской школе филологической герменевтики Г.И. Богина на материале вербальных текстов [e.g. 7, с. 40, 54-56, 75-80]. Здесь речь идет не только о «музыкальной метафоре» в текстосложении. Речь идет о *конструктивном принципе текстопостроения*, свойственном текстам различных языков, выразительных средств и родов искусства.

Обостренному интересу к комбинаторике медиа в филологических штудиях сегодня сопутствует решительный упадок интереса к полихромной, полифонической (М.М. Бахтин), полистилистической (А. Шнитке) и собственно партитурной организации текста. Модные *натуралистические* схемы понимания литературного процесса сменяют друг друга (интертекст, гипертекст, интермедиа), в то время как собственно *основное и главное таинство текста – таинство смысла* остается неосвященным. Видимо, прошло то время, когда квалификация филолога обосновывалась не публикационной активностью, а мастерством и глубиной идеографического (!) анализа. (Возможно, это процесс пере-расстановки ценностей уже был запущен ранее – когда Ю. Манн в «Поэтике Гоголя» представил Бахтинскую «карнавализацию» как некую поточную технологию текстообразования. Возможно, раньше.). Возможно, симптоматичная черта состояния филологической культуры сегодня – неспособность к глубокому разговору о чем-либо. Возможно и другое – разговор о смыслах в условиях укоренения индивидуалистической или узко-корпоративной коммуникативной культуры становится слишком откровенным, тяжелым, конфликтным, нетолерантным.

**ТЕЗИС 3.** Медиа-текст по определению содержательно богаче вербального текста.

**Статус:** *теоретическое допущение, нуждающееся в доказательстве in concrēto.*

**ВОЗРАЖЕНИЕ 3.** Здесь можно привести и известное предупреждение Ю.М. Лотмана о том, что «не следует думать, что если текст выдержан в одной семантической системе, то он не может создать той сложной игры структурных элементов, которая и обеспечивает ему семантическую емкость, свойственную искусству» [19, с. 236 etc.]. Можно не разделять или по-разному оценивать представленный Тартуским ученым пример анализа (системы персонажей «Свадьбы Кречинского») и использованный (структуралистский) способ аргументации приведенного утверждения. Мы не готовы безоговорочно принять их в качестве эталона, но уже и самого высказанного намерения ученого достаточно, чтобы отметить и оттенить *эфемерность in concrēto* априорно постулируемого тезиса о том, что «чем более кодов задействовано, тем непременно совершеннее язык писателя и глубже план текстового послания».

Дедуктивные и, в особенности, механистические аддитивные формулы описания характера взаимодействия различных знаковых и символических сис-

тем нередко противоречат интуиции так же сильно, как примитивно и небрежно составленная карта противоречит особенностям реального рельефа местности. Казалось бы, согласно априорным теоретическим выкладкам, киноэкранизации классических романов должны усиливать и превосходить в плане плотности и насыщенности смыслами тексты оригинальных произведений, а цветные фотография и кино полностью перечеркнуть черно-белую классику. Однако на деле, как правило, самых дорогостоящих ресурсов не хватает для того, чтобы передать детализовано всю гамму смыслов-переживаний и смыслов-вызовов, представленного в первоисточнике компактного и скупого по выразительным средствам сплетения бессмертных слов.

**ТЕЗИС 4.** «Медиасреда существенно трансформирует внутреннюю структуру текста».

**Статус:** *не вполне доказано.*

**ОТСТУПЛЕНИЕ.** Концепт «текст» может пониматься и как *инвариантная* записи, и как *авантекст* – уникальный вариант и акт исполнения. Авантекст может событийно реализоваться в исполнении различного качества академического / народного ансамбля инструментов etc. Здесь может дискутироваться **проблема тождества текста** уникального художественного полотна в живописи и его представления (как «мема») на почтовой марке или на денежной купюре. Медиа-тексты, основу которых составляет *слово-логос*, нас интересуют в первую очередь.

**ВОЗРАЖЕНИЕ 4.1.** Музыкальные клипы удовлетворяют понятиям мульти-медиа-текста, фанфики – понятию интер-медиа-текста. Одна и та же песня может быть представлена в различных вариантах видео-сопровождения. Известнейшая песня Status Quo “In the Army Now” получает антивоенный или милитаризованный акцент не в силу вариативности *медиа-сред*, а в силу вариативности *медиа-событий* [39; 40].

**ВОЗРАЖЕНИЕ 4.2.** Утверждение о «происходящих радикальных изменениях» текстовой коммуникации часто опирается на остенсивное наблюдение распространения «новых» медиа-сред бытования текстовой (и текстовидной!) информации. Одним из ярких *показателей неготовности* к трезвой оценке возможностей и функций относительно новых медиа-сред до сих пор выступает отсутствие опоры на такую позицию, которую можно было бы характеризовать как устойчивую и «взвешенную». О чем бы сегодня ни шла речь, о телевидении, блоггерстве, социальных сетях, Интернете, до сих пор наблюдается метание в оценке – от обожествления до демонизации медиа-сред. Еще сравнительно недавно в православных приходах страны было принято телевидение чуть ли не предавать анафеме с амвона, а сегодня уже многие питающие интерес к православию с нетерпением ждут новых встреч с «медиабатьюшкой».

Общественная миссия Русской Православной Церкви достаточно консервативна. Она обусловлена Христианским учением, основанном на учении Христа, деяниях апостолов, на Священном Писании и Священном Предании. Нравственный кодекс христианства остается неизменным через столетия и тысячелетия. Он поистине универсален и выдвигает высокие требования к нравственному облику, поступкам и словам человека. Техническое развитие цивилизации

позволяет церковным проповедникам расширить аудиторию с помощью современных методов распространения информации. «Если ты выходишь в интернет, то у тебя должна быть только одна цель – проповедь слова Божия», – напоминает Святейший Патриарх Московский и всея Руси Кирилл [26]. Слово проповеди православных пастырей в Глобальной сети служит обеспечению и поддержания диалога Церкви со всеми людьми доброй воли.

Следует отметить появление таких мощных информационных проектов, как Интернет-порталы [pravoslavie.ru](http://pravoslavie.ru), [predanie.ru](http://predanie.ru) и [azbuka.ru](http://azbuka.ru). Они обеспечивают доступ к богатым собраниям просветительской и святоотеческой богословской литературы. Растет индивидуальная медиа-активность священнослужителей РПЦ. Обращают на себя внимание популярные Интернет-страницы таких проповедников, как протоиерей Дмитрий Смирнов [24], профессор богословия А.И. Осипов (<http://alexey-osipov.ru/>), протоиерей А. Ткачѳв (<http://www.andreytkachev.com/>). Упомянутые электронные ресурсы содержательны, современны по способу подачи материала, эффективно используют видео- и аудиоконтент.

Глобальную сеть Internet как средство, место, технологию и среду распространения информации до сих пор принято либо превозносить, либо, скорее второе – презирать. Для второго подхода современными СМИ создается множество поводов. (Е.г. Анонс новости на Яндекс-новостях «Рухнувший в центре Москвы строительный кран *частично упал* на территорию детского сада», Агентство Москва, новостная заметка о происшествии в Ананьевском переулке). Однако критика Интернета выступает своего рода «превращенной» и отчужденной формой критики людей, управляющих медиасобытиями и их смыслами, а также критики общества, их порождающего и потребляющего.

Как подметил Р.У. Эмерсон, гниение языка есть следствие растления человека ('The corruption of man is followed by the corruption of language', Ralph Waldo Emerson). Но не путем критики медиасред исправляется человек. Безличные подходы к обезличивающей, а подчас и агрессивно *расчеловечивающей* стихии современной массовой коммуникации маскируют реальные истоки существующих и обостряющихся общественных проблем. Ограничимся здесь одной цитатой со страницы Яндекс-новостей – «Зарезанная грабителем москвичка звала на помощь» (19 сентября 2016 г., заголовок ТВ Центр, 15:12). Даже если этот мизантропический и хамский заголовок был сгенерирован роботом по программе оптимального сжимания информации, нет никакого извинения, пусть косвенно, но ясно высказанному циничному презрению к человеческой личности (дочери, сестры, матери) и к русскому языку. Невозможно отрицать тот факт, что СМИ *воспитывают* личности своих сотрудников и своего массового потребителя.

*Этический ракурс* рассмотрения текстового послания не делит тексты на медиатексты и поли-интер-медиатексты, а делит на приемлемые и неприемлемые с точки зрения норм коммуникативной культуры. Языковая личность *авторов* процитированных новостных сообщений *как субъектов коммуникации* может быть охарактеризована как сплав безграмотности (неуважения к языку), бессовестности (неуважения к человеческой личности) и безответственности (неуважения к обществу). Полагаем, что эти три стихии сегодня оказывают бо-

лее мощное воздействие на качество информационного потока в СМИ, чем появление бесплатного Интернета для владельцев компьютеров и телефонов.

### **Краткие общефилологические выводы**

Знаменитое метафорическое выражение М. Маклюэна “The Medium is the Message”, утверждающее об особой коммуникативной миссии самой «оболочки» сообщения сегодня еще не отлилось в общепринятое однозначно трактуемое понятие. Между тем термин «медиатекст» с одной стороны прочно вошел в научную моду, а с другой, во многом всё еще остается скорее модным словечком (англ. buzzword), чем строгим научным термином. Возможно, *замедленная кристаллизация понятия* медиатекста отчасти обусловлена теоретическими и методологическими проблемами междисциплинарного понятия текста, ключевого для многих наук, но трактуемого весьма широко, предвзято и противоречиво.

Проблемы теории текста и лингвистики текста распространяются и на понятие медиатекста, определение которого, в частности, как «совокупности знаков», соотносимых с определенными кодами и грамматикой носит подчеркнуто общий / общесемиотический характер [cf. 33, с. 24]. Заметим также, что сам термин «семиотика» означает не некое «добавление» к лингвистике, а родовой термин, гипероним по отношению к лингвистике как теории языка (Ф. де Соссюр), либо «семиологическую экспансию» / перенесение лингвистических методов исследования в сопредельные регионы исследований [cf. 35, с. 15]. В русло последнего значения термина «семиотика» вписывается определение *медиа-грамотности* как понимания «языка» экранных искусств [cf. 32, с. 4].

Многие недостатки теории медиатекста вызваны вовсе не новизной анализируемого явления. Неубедительно выглядят попытки анализировать и интерпретировать креолизованный медиатекст, не прибегая к понятиям «прагматическая установка», «коммуникативный эффект», «утилитарный / неутилитарный смысл», жанр, стиль, формат, «композиция», «значение», «содержание», «смыслы», «метасмыслы» [3], «структура плана сообщения в тексте», «содержательная структура плана личностного послания в тексте», «партитура номинативных средств и смыслов текста», эвокация, инференция, «anchoring», «полистилистика», «язык власти», социо-культурная норма, «полифония», «иерархия функциональных субдоминант сообщения», «языковая личность продуцента/реципиента текста», «социально-символическая функция текста», коммуникативная культура, источники понимания/непонимания интенции текста, «субкоды монтажа».

Самые различные футуристические построения выглядят убедительно тогда, когда опираются на глубокое знание традиции и уважение к строгим понятиям. Одним из признаков зрелой теории является ее открытость для критики, как «изнутри», так и из «вне-позиции». В означенной связи следует отметить в целом *невысокий* уровень чувствительности и компетентного интереса *концепции* медиасред и медиатекста к достижениям семиотики, теории знака, теории языка, теории коммуникации, феноменологии, герменевтики текста, аксиологии литературоведческого анализа (в том числе к заданному Станиславом Лемом *главному вопросу художественной поэтики* – о том, «как отличить произведение совершенной поэзии от совершенной графомании» [18]), к истории искусств, а также к *вызову трансмедийной метафоры*. *Метафоризация* как

стиль и способ демонстрации и объяснения позволяет *самым парадоксальным образом* раскрывать глубину одного медийного события средствами другого, будь то передача на фортепиано звучания колокола в пьесе А.П. Бородина «В монастыре» («Маленькая сюита для фортепиано») или передача звучания саксофона на гитаре (Jesse Gress).

Не следует спешить с отождествлением знаков / событий медийных сред со всей полнотой содержательности ментального пространства понимания. Например, при поспешном отождествлении пикториального плана креолизованного текста с «наглядным» мы рискуем пожертвовать изобразительным / пластическим стилем в словесном повествовании, одновременно лишая изображение прав на экспрессивность, а также на аллегоризм, символизм, ироничность, виньеточность etc. Типология креолизованных / полимедийных текстов должна быть переосмыслена в терминах смысловых доминант и соответствующих кодовых / перцептивных детерминант, но не в ином порядке.

С точки зрения *понимания* медиа-сообщения важно, чтобы в анализе мульти-интер-(etc.)-медиального текста обсуждался не только *формальный локус* соприкосновения семиотических стихий, но и *схема* и *содержательный фокус взаимодействия* / «креолизации» семантических. Для понимания сообщения *смыслы* не менее существенны, чем *каналы* и *формы*, а идеографическая интерпретация текста не менее существенна, чем его таксономическая квалификация. *Типология смыслов* – основа понимания всякого *текста культуры*, тем более креолизованного медиатекста. Уже Ориген многократно указывает на то, что опрометчиво судить о понимании изображаемого в книгах, не различая понимания буквального и аллегорического, телесного и духовного [25, с. 351 etc.].

### **Краткое педагогическое заключение**

Учитывая социальную роль актуальных форм коммуникации, а также вклад индустрии новостей в формирование и воспитание общественного мнения, качественный анализ языка и стиля медиасообщения не может быть ограничен рамками формалистической филологической кентаврологии как формальной теории текстообразования или, скорее, теории форм представления текстов. Для понимания сути происходящих в современных СМИ, искусстве, литературе социально и аксиологически значимых процессов в поле современной теории медиатекста и медиакоммуникации необходимо повернуться лицом к человеку как субъекту смыслообразования и вернуть (или включить) в программу научных исследований человека как субъекта текстопорождения и текстовосприятия. Для управления качеством информационного пространства и формирования культуры медиакомпетентного общества необходимо восстановление в правах и развитие гуманистической и понимающей филологии и медиакритики, а также эколингвистики, лигвоэкологии и медиаэкологии – экологии средств коммуникации [30; 36; 34]. Перспективы изучения медиатекста и медиакоммуникации связаны с разработкой педагогических программ развития готовности индивида к осуществлению содержательного и аксиологиче-

ского (критического) анализа медиасобытий, коль скоро медиаобразование есть «коммуникативный процесс развития личности в современном медийном мире» [31, с. 17].

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Анисимова Е.Е. Лингвистика и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов [Учебное пособие]. – М.: Academia, 2003. – 128 с.
2. Барт Р. S/Z. / Пер. с фр. 2-е изд., испр. – М.: Эдиториал УРСС, 2001. – 232 с.
3. Безроднова И.А. Жанрообразующие особенности интендирования ключевого мета-смысла «детство» в тексте Е. Калинчук «Скобяных дел мастер» // Международный научно-исследовательский журнал. 2016. № 12-2 (54). – С. 13-19.
4. Богатырёв А.А., Тихомирова А.В. Альтернативная стилистика научного текста в контексте формирования интеркультурной академической текстовой компетентности // Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал. 2015. – Т. 1. № 42. – С. 82-95.
5. Богатырёв А.А. Пластическое и герменевтическое начало в беллетристическом текстообразовании // Стил (Международный научный журнал). – Бањалука – Београд, 2010. С. 235-248. – URL: <http://www.rastko.rs/filologija/stil/2010/17Bogatirjev.pdf> (Last viewed 23-02-2017).
6. Богатырёв А.А. Элементы неявного смыслообразования в художественном тексте: Учебное пособие. – Тверь: ТвГУ, 1998. – 101 с.
7. Богин Г.И. Типология понимания текста. – Калинин, 1986. – 86 с.
8. Булатова Э.В. Стилистика текстов рекламного дискурса : [учеб. пособие] / Э. В. Булатова. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2012. — 264 с.
9. Ворошилова М. Б. Политический креолизованный текст: ключи к прочтению: моногр. / М.Б. Ворошилова; Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург, 2013. – 194 с.
10. Гартман Н. Проблема духовного бытия / Пер. А.Н. Малинкина // Культурология. XX век: Антология. М.: Юрист, 1995. С. 608-648.
11. Гартман Н. Эстетика. – Киев: Ника-центр, 2004. – 640 с.
12. Гринуэй, Питер: «Все интересные люди противоречивы. А люди логичные очень скучны». – URL: <http://morebo.ru/interv/item/1377930838527>
13. Гришаева Л.И. Креолизованные тексты – тексты XXI века? // Вестник ВГУ, Серия лингвистика и межкультурная коммуникация, 2003, № 2. – С. 107-109. <http://www.vestnik.vsu.ru/pdf/lingvo/2003/02/grishaeva.pdf>
14. Дубовицкая Л.В. QR код – революция в мире креолизованных текстов? // Вестник Московского государственного областного университета. – № 1, 2012. – С. 1-4.
15. Зенкин С.Н. Микроистория и филология // Казус. Индивидуальное и уникальное в истории. - М.: Наука, 2007. Т. 8. – С. 365-377.
16. Исагулов Н. Интермедиальность как предмет научных исследований. – URL: [http://www.intermediality.info/2013/05/blog-post\\_10.html](http://www.intermediality.info/2013/05/blog-post_10.html)
17. Корда О.А. Креолизованный текст в современных печатных СМИ: структурно-функциональные характеристики: Автореф. дис. ... канд. филол. наук, Екатеринбург. – 20 с. [http://modernlib.ru/books/stanislav\\_lem/moy\\_vzglyad\\_na\\_literaturu/read/](http://modernlib.ru/books/stanislav_lem/moy_vzglyad_na_literaturu/read/) (Last viewed 23-02-2017).
18. Лем Ст. Мой взгляд на литературу (Do moich czytelnikow, 1973) – URL: [http://modernlib.ru/books/stanislav\\_lem/moy\\_vzglyad\\_na\\_literaturu/read/](http://modernlib.ru/books/stanislav_lem/moy_vzglyad_na_literaturu/read/) (Last viewed 23-02-2017).
19. Лотман Ю. М. Структура художественного текста. М.: Искусство, 1970. – 383с.
20. Медиа́текст: Материал из Википедии — свободной энциклопедии. – URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/ Медиа́текст](https://ru.wikipedia.org/wiki/Медиа́текст) (Last viewed 23-02-2017).
21. Мисонжников Б.Я. Герменевтика медиатекста AB INCUNABULIS // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Филология. 2016. № 3. – С. 192-198.
22. Мисонжников Б.Я. Публицистический медиатекст: поликодовые аспекты как предмет герменевтики // Вестник Тверского государственного университета. – Серия «Филология». – 2013. – № 4. – Вып. 1. – С. 184–190.

23. Мультимедиа: Материал из Википедии — свободной энциклопедии. – URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Мультимедиа> (Last viewed 23-02-2017).
24. Мультимедийный блог протоиерея Димитрия Смирнова. – URL: <http://www.dimitrysmirnov.ru/blog/> (Last viewed 23-02-2017).
25. Творения Оригена, уч-ля Александрийского. О началах. – Казань, 1899. – 386 с.
26. Ответы Святейшего Патриарха Кирилла на вопросы в ходе встречи с общественностью Одессы 22 июля 2010 года. – URL: <http://www.pravoslavie.ru/38428.html>
27. Петрушко И.А., Богатырёв А.А. Роль педагогической риторики в контексте профессиональной подготовки христианского проповедника // Международный научно-исследовательский журнал. – 2015. – № 10-5 (41). – С. 52-57.
28. Ситникова А.А. Смыслообразующая функция песни в структуре литературного текста: Автореф. дис. канд. филол. наук. – Тверь, 2016. – 23с.
29. Сорокин Ю. А., Тарасов Е. Ф. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция // Оптимизация речевого воздействия. М., 1990. С. 180–196.
30. Сорокин Ю.А. Нужна ли нам лингвоэкология? // Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал. 2011. Т. 1. № 25. – С. 78-82.
31. Фёдоров А.В. Насколько в России необходимо медиаобразование школьников? // Школьные технологии. 2013. № 4. С. 14-17.
32. Федоров А.В., Челышева И.В. Медиаобразование в России: краткая история развития Таганрог: Познание, 2002. – 266 с.
33. Федоров, А. В. Тенденции развития светского и теологического медиаобразования в России и за рубежом / А.В. Федоров, А.В. Онкович, А.А. Левицкая / под ред. проф. А. В. Федорова. – Таганрог: Изд-во Таганрог. гос. пед. ин-та имени А. П. Чехова, 2013. – 308 с.
34. Чумакова В.П. Роль Герберта Маршалла Маклюэна в социологии медиа и формировании научного направления «медиаэкологии» // Медиаскоп. 2015. № 1. – С. 12.
35. Шатин Ю. В. Семиотика vs семиология: к вопросу о полноте знаковой теории // Критика и семиотика. 2015. № 2. – С. 10–17.
36. Шляхов В.И., Никонов А.Л. Эколингвистика и проблема экологии языка в российском языковом пространстве // Пространство и Время. 2011. – № 4. С. 138-144.
37. Eco U. Towards a Semiotic Inquiry into the Television Message. Working Papers in Cultural Studies, 1972, 2. – pp. 103-121.
38. Iser W. The Reading Process: A Phenomenological Process. – in: Reader-Response Criticism. From Formalism to Post-Structuralism, ed. Jane Tompkins et al. (Baltimore: Johns Hopkins University Press, 1980). – pp. 50-69.
39. Status Quo - In The Army Now. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=UfmgnGXqXaw>
40. Status Quo "In The Army Now (2010)" (official video). – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=ObntvReKMrE>

## **ИНТЕРАКТИВНЫЕ МЕТОДЫ НА ЗАНЯТИЯХ ПО ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ НА НЕЯЗЫКОВЫХ ФАКУЛЬТЕТАХ**

О.П. БОГАТЫРЕВА

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тверской государственный университет», г. Тверь*

В статье рассматриваются преимущества интерактивных методов обучения на занятиях по иностранному языку на неязыковых факультетах, а также дается обзор современных учебных пособий по английскому языку, предлагающих такие задания.

**Ключевые слова:** интерактивные методы обучения, учебные пособия с интерактивными заданиями.