



АКТУАЛЬНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ СОЦИАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ Сборник научных статей

Current Trends of Social
Communications:
History and Contemporaneity
Collected articles

Ижевск
2017

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФГБОУ ВО «УДМУРТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ИНСТИТУТ СОЦИАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ**

The Russian Federation Ministry of Education and Science
Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education
“Udmurt State University”
Institute of Social Communications

**АКТУАЛЬНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ
СОЦИАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ:
ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ**

Сборник научных статей

Current Trends of Social Communications:
History and Contemporaneity
Collected articles



ИЖЕВСК
Izhevsk
2017

УДК 3:001.12
ББК 60я43
А 437

Журнал включен
в реферативную базу РИНЦ

Научный редактор:
доктор исторических наук, профессор Г.В. Мерзлякова.

Редакционная коллегия: к. и. н, доцент Л. В. Баталова,
к. и. н., доцент С. А. Даньшина,
зам. дир. по международным связям Н. А. Кононова,
к.п.н., доцент Е. И. Михалёва (ответственный редактор).

А 437 Актуальные тенденции социальных коммуникаций: история и современность. Сборник научных статей. (Материалы Международной научно-практической конференции «Актуальные тенденции социальных коммуникаций: история и современность», 30 октября 2017 г., Ижевск) / Под. ред. Г. В. Мерзляковой, Л. В. Баталовой, С. А. Даньшиной, Н. А. Кононовой, Е. И. Михалёвой – Ижевск: Издательский центр «Удмуртский университет», 2017. – 320 с.

ISBN 978-5-4312-0535-4

В сборнике представлены статьи посвященные исследованиям социально-коммуникативных процессов, развитию медиакоммуникаций, изучению инновационных возможностей регионального туризма.

Данный сборник предназначен для исследователей в области гуманитарных наук, а также для специалистов, интересующихся различными аспектами практической деятельности и современными технологиями в области интернет-пространства, организации деятельности в области рекламы, связей с общественностью, туризма и молодежной политики. Материалы сборника могут быть использованы студентами, магистрантами и преподавателями в учебном процессе.

В сборнике представлены статьи ученых и преподавателей из г. Кирова, Москвы, Нью - Йорка, Парижа, Томска, Ярославля и др.

УДК 3:001.12
ББК 60я43
А 437

ISBN 978-5-4312-0535-4

© Удмуртский государственный университет, 2017
© Авторы статей, 2017
6© Г. В. Мерзлякова, Л. В. Баталова, С. А. Даньшина,
Н. А. Кононова, Т. В. Овсянникова состав, 2017

СОДЕРЖАНИЕ

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

СОЦИАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ. 3

Журбина И. В.

Профессиональная рефлексия в поле PR: технологии, креатив, аналитика 4

Рогозина Э. Р.

Дар как коммуникация 12

Соловьев Г. Е.

Биографическая коммуникация в профессиональной деятельности

социального работника 17

Сунцова Я. С.

Особенности коммуникативных установок представителей этнических групп 22

Рохина К. С.

Особенности медиакоммуникаций некоммерческих организаций в России 31

Чернявская О. Ю., Окушова Г. А.

Комплексный подход в использовании PR-технологий

при продвижении имиджа территории. 37

Кузнецов К. С., Даньшина С. А.

Особенности PR-продвижения образовательной организации

высшего образования в интернете (на примере ФГБОУ ВО

«Удмуртский государственный университет» Институт социальных коммуникаций). 43

Фертиков Д. В., Никитина О. Н.

Использование информационно-коммуникационных

технологий в работе компаний туристской области 49

Оконникова Т. И., Поздеева А. В.

Перспективы использования трэвел-журналистики

в продвижении туристской дестинации 53

КУЛЬТУРА В ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ 59

Сердюкова Я. Е., Баталова О. Ю., Широков А. А.

Кибербуллинг. Участники, типы, профилактика 60

Морозов И. В., Невзорова А. В.

Общий взгляд на проблему музыкальных СМИ в России 63

Невзорова Е. Д., Невзорова А. В.

Краеведческое издание «Кацкая летопись»

в контексте этнографического туризма 67

<i>Баталова О. Ю., Сердюкова Я. Е., Широков А. А.</i>	
Информационная безопасность в социальных сетях	71
<i>Корзникова Н. В.</i>	
Использование информационно-коммуникационных технологий в национально-культурном воспитании детей и взрослых (из опыта работы виртуального музея МБОУ ДО центр творческого развития «Октябрьский»).	75
<i>Васюра С. А.</i>	
Коммуникативная активность студентов в игровом пространстве интернета: экспансия виртуальности	80
<i>Фефилов А. В.</i>	
Культура и безопасность в современном информационном пространстве и основные актуальные угрозы для них	88
<i>Меншатова О. В.</i>	
Районная пресса Удмуртии в условиях развития новых информационных технологий	97
<i>Ерохина Л. Н., Ерохин А. В.</i>	
Способы представления депутатов высшей законодательной власти России в Германии в интернете	102
<i>Старкова Г. И.</i>	
Культурное пространство современной молодёжи в отражении газеты «Удмуртский университет»	112
<i>Соколова О. П.</i>	
Феномен коммуникативной культуры как критерий культурности человека	118
<i>Рябов М. Ю., Ишмуратов А. В.</i>	
Крезь в информационном пространстве	122
<i>Хохрякова Т. А., Напольских В. В.</i>	
Сетевой фольклор как феномен современной культуры	128
<i>Романова Е. В., Ерохина Л. Н.</i>	
Особенности развития современной районной газеты (на примере газеты «Светлый путь» Игринского района)	134
<i>Савина В. В., Стерхова С. А.</i>	
Информационная грамотность молодёжи как способ защиты от манипулятивных воздействий.	138
<i>Савина В. В., Стерхова С. А.</i>	
Особенности современного медиатекста в интернет-пространстве для молодежной аудитории	143
<i>Шишюкина А. И., Субботина А. М.</i>	
Формирование межкультурной компетентности как способ достижения понимания своей и других культур	147

<i>Васильева Д.В., Гай И.А.</i>	
Перспективы развития волонтерского движения в музейной деятельности	152
<i>Рогозина Э. Р.</i>	
Туристский потенциал и туристская привлекательность Удмуртии	160
КОММУНИКАТИВНЫЕ АСПЕКТЫ РАБОТЫ С МОЛОДЕЖЬЮ	163
<i>Коняева И. П., Михалёва Е. И.</i>	
Зарубежный опыт реализации программ по получению образования молодёжи, попавшей в трудную жизненную ситуацию (на примере компании Проджект Формэйшн, Соединённые Штаты Америки)	164
<i>Волченкова Е. В., Бородатая М. Н.</i>	
Формирование коммуникативной компетентности в подростковом возрасте	169
<i>Пушкарева П. С., Невзорова А. В.</i>	
Педагогические условия формирования умения младших школьников работать в парах и группах	173
<i>Пичугина Т. А.</i>	
роль Октябрьской революции в истории России в представлениях молодёжи Удмуртской Республики: опыт социологического исследования	177
<i>Файзулина Ю. С., Соловьев Г. Е.</i>	
Специфика взаимодействия социального работника с детьми-сиротами по формированию готовности детей к самостоятельной семейной жизни	185
<i>Селезнёва М.В.</i>	
Подростки «группы риска» в аспекте психосоциальной работы	189
<i>Вишняков А. А., Андриевская Е. С., Курылев В. Л.</i>	
Организация системы социальной поддержки молодых специалистов на предприятиях	194
<i>Даньшина С.А., Щелконогова Н. В.</i>	
Организация досуговой деятельности при промышленном предприятии: коммуникативный аспект	198
<i>Королев С. В., Костылева Е. В.</i>	
Проблемы становления республиканских структур по работе в семье в Удмуртии в 90-е годы XX века	204
<i>Боровикова С. Н.</i>	
Особенности организации учебной и внеучебной деятельности учащихся в учреждениях музыкальной направленности (на примере МБОУ СОШ №71 г. Ижевска)	212
<i>Варанкина К. Е., Михалёва Е. И.</i>	
Педагогические условия формирования воспитательной среды детского оздоровительного лагеря	216

<i>Котельникова А. А., Михалёва Е. И.</i>	
Социально-культурная самоорганизация учащейся молодёжи в контексте личностно-ориентированного подхода (на примере студенческого педагогического отряда «Орлята»)	220
<i>Русинова В. Г., Фирулева Л. Д.</i>	
Организация досуговой деятельности подростков как условие их успешной социализации в школе (на примере МБОУ СОШ № 71 г. Ижевска)	226
<i>Тычинина Ю. А., Фирулева Л. Д.</i>	
Формирование лидерских качеств молодёжи в студенческих отрядах (на примере УРО МООО «Российские студенческие отряды»)	229
<i>Абашева Е. Р., Чернышева И. В.</i>	
О роли социальной рекламы в формировании здорового образа жизни подростков	234
<i>Мамонтова В. Ю., Чернышева И. В.</i>	
Профилактическая работа с учащимися в школе	239
<i>Никитина К. М., Чернышева И. В.</i>	
Влияние моды на формирование здорового образа жизни подростков на примере БОУ УР «УГНГ им. Кузубая Герда»	244
ИССЛЕДОВАНИЯ И РАЗРАБОТКИ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СРЕДЕ	249
<i>Русских С. Н., Чернышева И. В.</i>	
Организация учебного процесса в магистратуре университетов Парижа и Ижевска	250
<i>Гурьянчик В. Н., Макеева Т. В.</i>	
Социокультурная адаптация иностранных образовательных мигрантов: коммуникативные барьеры	254
<i>Кожевникова О. В.</i>	
Психосемантический анализ восприятия времени второкурсниками со склонностью к академической прокрастинации	260
<i>Вьюжанина С. А.</i>	
Взаимосвязь академической мотивации и самоотношения второкурсников Удмуртской этногруппы	269
<i>Фамутдинов Р. З., Солодянкина О. В.</i>	
Интерактивное занятие на тему «Профессия моей мечты, здоровье и курение» в сфере первичной профилактики табакокурения среди 3-6 классов	274
<i>Безносова Л. Н.</i>	
Разработка занятия в рамках элективного курса по профориентации для старшеклассников «Профессии будущего»	279

Шквырина А. В.

Развитие электронного обучения
в образовательной среде 286

Баталова Л. В., Мерзлякова Г. В.

Туристская инфраструктура в Удмуртии во второй половине XIX – начале XX вв 293

Баталова Л. В., Килина С. В.

Развитие гастрономического туризма в Удмуртии
на примере фестиваля финно-угорской кухни «Быг-быг» 305

Баталова Л. В., Килина С. В.

Фестиваль «Всемирный день пельменя» как составляющая развития
событийного гастрономического туризма в Удмуртской Республике 310

УДК 316.773.3(045)

Савина Валерия Витальевна

магистрант направления «Организация работы с молодежью» ФГБОУ ВО «УдГУ»

Россия, г.Ижевск

v.v.savina@mail.ru

SavinaValeriyaV.

UdmurtStateUniversity

Russia, Izhevsk

Научный руководитель

Стерхова Светлана Александровна

кандидат исторических наук, доцент кафедры истории, теории и практики социальных коммуникаций, ФГБОУ ВО «УдГУ»

Россия, г. Ижевск

SterhovaSvetlana A.

UdmurtStateUniversity

Russia, Izhevsk

ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОГО МЕДИАТЕКСТА В ИНТЕРНЕТ-ПРОСТРАНСТВЕ ДЛЯ МОЛОДЕЖНОЙ АУДИТОРИИ

INFORMATION LITERACY OF YOUNG PEOPLE AS A WAY OF PROTECTION FROM MANIPULATIVE INFLUENCES

Аннотация

В данной статье рассматриваются медиатексты как особая форма существования языка в сети Интернет, а также изменения в понимании современного медиатекста. Рассматриваются характерные черты молодежи как особой социально-возрастной группы, являющейся активным пользователем Интернет. Приводятся приемы создания эффективных медиатекстов для молодежи. Выделены три основных свойства современных медиатекстов.

Ключевые слова: Медиатекст, молодежь, мультимедийность, гипертекстуальность, интерактивность.

Abstract

This article discusses the media texts as a special form of existence of language on the Internet, as well as changes in the understanding of contemporary media texts. Considered the characteristic features of young people as a special social and age group, which is the active Internet user. Provides techniques for creating effective media texts for the young people. Highlighted three main features of modern media texts.

Key words: Media text, youth, multimedia, hypertextuality, interactivity.

На сегодняшний день пространство массмедиа – это одно из самых больших полей существования, распространения и изменения языка. В свою очередь, медиатексты являются наиболее существенной формой его существования. Наблюдая за изменениями в интернет-пространстве, можно отметить, что текст трансформировался настолько, что сейчас трудно говорить о его традиционном понимании как о наборе взаимосвязанных слов и пред-

ложений, выстроенных последовательно. В поле массмедиа главенствующую позицию начинает занимать медиатекст, чье определение более емкое и широкое. По А. Беллу, понятие медиатекста включает не только сам текст, но и звуковые (голосовые) качества, музыку, визуальные образы. Другими словами – «медиатексты фактически отражают технологии, используемые для их производства и распространения» [3].

Рыночные условия и сама конку-

рентная среда требуют, чтобы медиатекст подчинялся законам рынка, т.е. стал товаром. Это, в свою очередь, влечет за собой изменения в форме подачи сообщения, его содержания и, как следствие, использование различных технологий для привлечения и удержания внимания «потребителя». В нашем случае это особенно актуально, поскольку основная часть «потребителей» интернет – это молодежь.

Молодежь, как особую социально-возрастную группу, отличают «активное развитие самосознания, творческая самореализация, постоянный личностный выбор в ходе утверждения и раскрытия собственного индивидуального жизненного пути» [2, 156 с.]. Большое количество представителей данной группы достаточно долгое время проводит в сети интернет, отдавая предпочтение социальным сетям. Социальные сети в настоящий момент, помимо возможности общения, так плотно наполнены различным контентом (музыка, видео, статьи, новости и т.д.), что отпадает возможность переходить на другие ресурсы. Тем не менее, и социальные сети, и различные интернет-ресурсы также становятся участниками рынка в борьбе за своего «потребителя». При выборе того или иного сайта перед молодым человеком обычно встает вопрос: смотреть или нет? читать или нет? Условно говоря – чей контент интереснее и что «зацепило глаз»? Это связано с самим феноменом чтения и восприятия информации в интернете – «беглым просмотром», или чтением «по диагонали», выхватыванием «нужной для себя» информации из контекста. Исследователь молодежных СМИ и аудитории М.Е. Аникина отмечает, что в последнее время «мы сталкиваем-

ся с заметным упрощением текстов, с ростом значимости для аудитории «легкого чтения» [1, 29 с.]. Поэтому в данном случае особенно важно учитывать основные особенности при создании медиатекста в интернет-пространстве. А именно: сжимать текстовую часть, но вместе с тем наполнять его другими элементами (звуковым рядом, видео, изображением и др.) так, чтобы смысловая нагрузка медиатекста не была потеряна. По мнению И.В. Рогозиной, медиатекст, несмотря на его сжатость, многогранен, и должен быть более четким и структурированным для облегчения восприятия и переработки информации, содержащейся в нем. Также необходимо минимизировать время и условия на обработку информации с целью сохранения актуальности [7, 139 с.]. Мы можем говорить о медиатексте как о «продукте» с такими возможностями, которые влияют на образные составляющие мышления.

Л. Шестеркина и Л. Лободенко выделяют следующие приемы для создания эффективного медиатекста [9, 44 с.]:

1) перевернутая пирамида (когда текст начинается с вывода). Такой прием подогревает интерес: итог нам уже известен, теперь: каковы предпосылки данного вывода? Например, заголовок на одном из новостных порталов «Ученые усомнились в способности улыбки поднимать настроение»;

2) прием «от частного к общему» или «от более простого к более сложному»;

3) упрощение синтаксиса для более удобного восприятия медиатекста;

4) работа с лексикой и пояснение специальных терминов;

5) единство стиля каждого текста и сайта;

6) разработка логической системы ссылок.

Текст в современном коммуникационном пространстве следует воспринимать как структуру постоянно развивающуюся. Медiateкст, при всем своем многообразии жанров и стилей, реализуется в данный момент действительности. Т.е. адресат (в нашем случае – молодежная аудитория) воспринимает информацию «здесь и сейчас», возводя медiateкст на новый коммуникационный уровень, что особенно важно для этой категории людей. Поэтому можно говорить о следующих свойствах медiateкста [6].

Мультимедийность – совместное использование нескольких средств передачи информации (текст, графика, видео, анимация, звук, изображения). В интернет-пространстве данное свойство может проявляться в следующем виде: например, приглашение на концерт (где артисты сами записывают видео приглашения; далее – вербальное исполнение приглашения, описание группы; прикрепление аудио). А в последнее время стало очень популярным использование gif-анимации, которая очень часто используется, например, для публикации рецептов приготовления: минимум текста наряду с пошаговыми действиями по приготовлению. Обычно такая анимация длится не более 40 секунд.

Мультимедийность при создании медiateкста помогает привлечь и удерживать внимание аудитории, повысить интерес к тому или иному источнику; происходит значительное упрощение предоставляемой информации за счет наглядного представления. Такой вариант предоставления информации оказывается наиболее удачным для молодежи, которой, как уже отмечалось ранее, важ-

но не просто читать, но и «видеть» текст. Так, совсем недавно, в г. Ижевске было записано видео-приглашение в форме музыкального клипа на городской Субботник, который состоится в конце апреля. За счет приглашения известных людей города повысился интерес к данному мероприятию.

Следующим свойством медiateкстов выступает гипертекстуальность – связь между статьями, новостями, документами и т.д. посредством гиперссылок. Гиперссылка выступает своеобразной навигацией в системе связей между документами. Оформление медiateкста с помощью гиперссылок позволяет повысить уровень достоверности источника, качество материала и его полноту. Также повышается статус тех интернет-порталов, которые эти гиперссылки все же используют. Как показывает практика, большое количество сайтов просто копирует информацию с «соседних» порталов, тем самым «автор» оригинала теряется в интернет-пространстве.

Интерактивность – еще одно свойство современного медiateкста, поскольку обеспечивает взаимодействие аудитории с автором (или источником). Процесс интеракции позволяет выстроить практически персонифицированные отношения с людьми и организациями, казалось бы, «недостижимыми». Как, например, одна из новостей города Ижевска в 2016 году, где 20-летний предприниматель связался с департаментом Хиллари Клинтон и попросил у них адрес, на который можно отправить послание – банку меда – в поддержку акции защиты здоровья Клинтон. Благодаря интерактивности возможен диалог на различных уровнях: не только межличностном, но и групповом и институциональном,

а сами потребители могут участвовать в создании медиатекстов, обмениваться опытом, своими идеями и т.п.

Таким образом, мы можем говорить о широких возможностях использования различных форматов написания и представления медиатекстов для молодежи. Сегодня медиатекст становится такой частью интернет-коммуникации, благодаря которому возможно стирание понятия «время и место». Медиатекст становится уникальным средством репрезентации и интерпретации реальности, и, как следствие, формируется картина мира индивида, в нашем случае – у молодежи. Взаимодействуя с медиатекстом, происходит

также изменение внутренней картины мира индивида, так как вместе с информацией передается и эмоциональное содержание автора сообщения.

Для молодежной аудитории все более важно получать информацию «здесь и сейчас». Поэтому в современных условиях важно увидеть и прочитать текст быстро, не затрачивая на его «расшифрование» большое количество времени. Для этого при создании медиатекста для молодежи необходимо грамотно комбинировать вербальные и невербальные составляющие.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аникина М.Е. Молодые и недоверчивые // Теория и социология СМИ / Отв. ред. и сост. И.Д. Фомичева. – М.: Издательство «ВК», 2006. С. 29.
2. Белый О.И. Определение понятия «молодежь» // Теория и практика общественного развития. – 2012. – №12 [Электронный ресурс]. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/opredelenie-ponyatiya-molodezh>
3. Жаркова Т.В. Медиатекст в современном коммуникационном пространстве // Культура и образование. – Декабрь 2014. - № 12 [Электронный ресурс]. URL: <http://vestnik-rzi.ru/2014/12/2768>
4. Жилавская И.В. Медиаобразование молодежи: монография // И.В. Жилавская. – М.: РИЦ МГТУ им. М.А. Шолохова, 2013. – 243 с.
5. Медиаобразование: от теории – к практике: сб. материалов II Всеросс. науч.-практ. конф. «Медиаобразование в развитии науки, культуры, образования и средств массовой коммуникации». Томск, 4-5 декабря. - 2008. – 340с.
6. Никитенко А.А. Интерактивность, мультимедийность, гипертекстуальность как детерминирующие типологические признаки сетевых изданий // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. – 2009. №1.
7. Рогозина И.В. Медиа-картина мира: когнитивно-семиотический аспект: Монография. – Москва-Барнаул: Изд-во АлтГТУ, 2003. – 289 с.
8. Современный медиатекст: учебное пособие / отв.ред. Н.А. Кузьмина. – Омск, 2011. – 414 с.
9. Шестеркина Л.П., Лободенко Л.К. Базовые подходы к созданию универсального медиатекста в интернет-СМИ // Вестник ЮУрГУ. Серия «Лингвистика». – 2013. Том 10. - №2