

Учреждение образования
«Брестский государственный университет имени А. С. Пушкина»

ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СОВРЕМЕННОГО ФИЛОЛОГИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ В ВУЗЕ И ШКОЛЕ

Электронный сборник тезисов докладов
Республиканского научно-методического семинара
с международным участием

Брест, 24 ноября 2023 года

Брест
БрГУ имени А. С. Пушкина
2024

ISBN 978-985-22-0778-2

© УО «Брестский государственный
университет имени А. С. Пушкина», 2024

Об издании – 1, 2

1 – сведения об издании

УДК 37.02:80/81(082)
ББК 80/84:74.02я431

Редакционная коллегия:

Л. В. Скибицкая (отв. ред.), **Л. М. Садко**, **И. А. Ворон**,
С. С. Клундук, **О. Н. Ковальчук**

Рецензенты:

заведующий кафедрой русской филологии и журналистики Северо-Восточного государственного университета кандидат филологических наук, доцент **А. И. Семенов**
заведующий кафедрой профессионального развития работников образования
ГУО «Брестский областной институт развития образования»
кандидат педагогических наук, доцент **И. Г. Матыцина**

Пути совершенствования филологического образования в вузе и школе : электрон. сб. тез. докл. Респ. науч.-метод. семинара с междунар. участием, Брест, 24 нояб. 2023 г. / Брест. гос. ун-т им. А. С. Пушкина ; редкол.: Л. В. Скибицкая (отв. ред.) [и др.]. – Брест : БрГУ, 2024. – URL: <https://rep.brsu.by/handle/123456789/10143>.

ISBN 978-985-22-0778-2.

В издании представлены научные статьи, посвященные актуальным вопросам словесности XIX–XXI вв. Ответственность за содержание материалов несут авторы.

Адресуется преподавателям, аспирантам, магистрантам и студентам учреждений высшего образования.

Разработано в PDF-формате.

УДК 37.02:80/81(082)

ББК 80/84:74.02я431

Текстовое научное электронное издание

Системные требования:

тип браузера и версия любые; скорость подключения к информационно-телекоммуникационным сетям любая; дополнительные надстройки к браузеру не требуются.

© УО «Брестский государственный университет имени А. С. Пушкина», 2024

В НАЧАЛО

2 – производственно-технические сведения

- Использованное ПО: Windows 7, Microsoft Office Word 2010;
- ответственный за выпуск Ж. М. Селюжицкая, корректор А. А. Лясник, технический редактор Л. В. Скибицкая, компьютерный набор и верстка Л. В. Скибицкая;
- дата размещения на сайте: 18.11.2024;
- объем издания: 683 Кб;
- производитель: учреждение образования «Брестский государственный университет имени А. С. Пушкина», 224016, г. Брест, ул. Мицкевича, 28. Тел.: 8(0162) 21-70-55. E-mail: rio@brsu.by.

В НАЧАЛО

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1 СТРАТЕГИИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СОВРЕМЕННОГО ФИЛОЛОГИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ

[Бут-Гусаім С. Ф., Свірыдовіч К. У.](#) “У мастацкім тэксце няма негаваркіх імён”: метадычныя парады па напісанні курсавых прац па літаратурнай анамастыцы

[Воран І. А.](#) Феномен Адама Бабарэкі ў беларускай літаратурнай крытыцы 1920-х гадоў

[Ворон И. А.](#) Квест как форма внеклассной работы по русской литературе в школе

[Ворон И. А.](#) Нейросети в преподавании русской литературы

[Иналова Х. О., Бегидова Л. З., Шогенов М. З.](#) Трудности изучения русского языка студентами-иностранцами

[Капаева А. Е.](#) Реализация регионального компонента образовательного стандарта в обучении иностранному языку в вузе

[Касаткина Н. И.](#) Сложное предложение и его употребление в речи немецкой и белорусской молодежи

[Клундук С. С.](#) Культура беларускамоўнага пісьмовага дыскурсу сучасных рэгіянальных СМІ

[Клундук С. С.](#) Университетский молодежный воркшоп «Mediaprom»: от теории к практике

[Ковальчук О. Н.](#) Использование цифровой площадки ZOOM в образовательном процессе

[Котелкин Н. А., Крашенинников А. Е.](#) Современные подходы к обучению иероглифике китайского языка

Лещинская Ж. П. Интертекстуальный характер «фандоринского» цикла романов Б. Акунина

Літвіновіч С. А. Графічны раман у сучаснай рускай літаратуры

Літвіновіч С. А. Традыцыі графічнага рамана ў рускай літаратуры XX стагоддзя

Мельнікава З. П. Праблемы псіхалогіі літаратурнай творчасці і фарміраванне філалагічных кампетэнцый студэнтаў

Навасельцава Г. В. Студэнцкі часопіс «Літаратурны AUTOGRAPHUM» як сродак практыка-арыентаванага выкладання літаратурна-рэдакцыйнай дзейнасці для студэнтаў спецыяльнасці «Беларуская філалогія (літаратурна-рэдакцыйная дзейнасць)»

Савина Л. Н., Путило О. О. Методика использования нейросети в процессе создания портрета литературного героя

Садко Л. М. Методыка распрацоўкі навуковага артыкула

Скибицкая Л. В. Филологический компонент в подготовке специалистов по информации и коммуникации

Скрипник Т. Р. Концептуализм и творчество Тимура Кибирова

Скрипник Т. Р. Художественный мир книги «Парафразис» Т. Кибирова

Таркина Л. А. О воспитательных ценностях уроков русского языка и литературы

Шчэрба С. М. Методыка працы студэнтаў-філолагаў з навуковым тэкстам

РАЗДЕЛ 2 ИССЛЕДОВАНИЯ МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ

Балакирева М. Орнитологический код лирики М. Цветаевой

Гринкевич К. П. Структурно-стилистическая организация заголовков текстов в веб-журналистике

[Горбунов Н. И.](#) Языковая игра в современных рекламных медиатекстах

[Горщарик П. А.](#) Instagram-аккаунт в стратегии позиционирования бренда (на материале аккаунта «Савушкин продукт»)

[Каспирович Д. Ю.](#) Гендерно-ориентирующая функция рекламы

[Кравчук С. А.](#) Стратегии продвижения белорусских брендов

[Кузьмина М. О.](#) Медиарилейшнз как сфера деятельности PR-специалиста

[Лабай М. Г.](#) История становления белорусскоязычных переводов лирики С. Есенина: от первых проб к сборнику «Выбраное»

[Лихтар В. А.](#) Внедрение фразеологизмов в тексты рекламных видеороликов

[Лихтар В. А.](#) Приемы языковой манипуляции в аудиовизуальной рекламе

[Лобко И. А.](#) Творчество Ю. П. Казакова в школьном курсе литературы

[Мазурук В. В.](#) Понятие «концепт» в литературоведческом дискурсе

[Мойсейчук А. В.](#) Технологии психологического воздействия в рекламе

[Морозов В. И.](#) Прецедентные феномены в заголовках текстов современных региональных СМИ

[Родцевич Р. И.](#) Творчество А. А. Фета в школьном курсе литературы

[Сахарчук В. Д.](#) Функции сна Обломова при изучении романа И. А. Гончарова в 10-м классе

[Тепун Н. В.](#) Творчество А. И. Куприна в школьном изучении

[Хомич А. А.](#) Функциональность мотива сна в русской литературе XIX века

[Чешко К. Н.](#) Специфика модели пространства в художественном тексте

[Шпарло В. Н.](#) Коммуникативные практики в вещании станции «Радио Брест»

Шпарло В. Н. Практическое использование результатов исследования коммуникативных практик в региональном радиовещании

Шпарло В. Н. Радиовещание в современном медиапространстве Республики Беларусь

Яромава Д. В. Выкарыстанне прыёмаў сэнсавага чытання як спосаб развіцця метапрадметнай кампетэнтнасці на ўроках беларускай літаратуры

РАЗДЕЛ 1

СТРАТЕГИИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СОВРЕМЕННОГО ФИЛОЛОГИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ

С. Ф. БУТ-ГУСАИМ, К. У. СВІРЫДОВІЧ

Беларусь, Брэст, Брэсцкі дзяржаўны ўніверсітэт імя А. С. Пушкіна

“У МАСТАЦКІМ ТЭКСЦЕ НЯМА НЕГАВАРКІХ ІМЁН”: МЕТАДЫЧНЫЯ ПАРАДЫ ПА НАПІСАННІ КУРСАВЫХ ПРАЦ ПА ЛІТАРАТУРНАЙ АНАМАСТЫЦЫ

Адной з найважнейшых задач вывучэння беларускай мовы ў ВНУ з’яўляецца фарміраванне ў студэнтаў уяўлення пра мову як культурны феномен. Ажыццяўленню гэтай задачы спрыяе лінгвакультуралагічны падыход, звязаны з вывучэннем адзінак мовы праз прызму нацыянальнай і светнай культур. Гэты падыход можа быць рэалізаваны падчас напісання студэнтамі курсавых прац даследчага характару па літаратурнай анамастыцы. У тэзісах прапанаваны метадычныя парады па напісанні курсавой працы «Нацыянальна-культурная адметнасць анамастычнай прасторы рамана Вольгі Іпатавай “Знак Вялікага магістра”».

Мэта курсавой працы – комплекснае апісанне ўжытых у рамане Вольгі Іпатавай онімаў, якія з’яўляюцца неад’емным элементам ідэйна-тэматычнага зместу мастацкага тэксту.

Ва “Уводзінах” абгрунтоўваецца актуальнасць навуковай праблемы, вызначаюцца аб’ект і прадмет даследавання, фармулююцца мэты і задачы, якія вырашаюцца ў працы, указваюцца метады даследавання. Акрэсліваюцца адметныя асаблівасці паэтыкі гістарычнай прозы.

У першым раздзеле “Антрапанімікон рамана Вольгі Іпатавай” даецца характарыстыка антрапанімічнай прасторы твора: разглядаецца ўласцівы стылю Вольгі Іпатавай прыём актуалізацыі этымалагічнага значэння празванняў рэальных гістарычных асобаў і хрысціянскіх імёнаў персанажаў. У другім раздзеле «“Фонавыя” онімы ў рамане В. Іпатавай» асэнсоўваюцца ўжытыя ў кантэксце твора бібліённыя, іконныя, эргонныя, устарэлыя гістарычныя назвы і інш. У трэцім раздзеле “Функцыі онімаў у рамане” разглядаюцца асноўныя складнікі паэтыкаанамастычнай функцыі паэтонімаў у кантэксце гістарычнай прозы В. Іпатавай. У “Заклучэнні” робяцца вывады пра майстэрства пісьменніцы ў выкарыстанні онімаў, якія дазваляюць аўтарцы пазнаёміць чытача з падзеямі і постацямі слаўнай мінуўшчыны.

[К содержанию](#)

I. А. ВОРАН

Беларусь, Брэст, Брэсцкі дзяржаўны ўніверсітэт імя А. С. Пушкіна

**ФЕНОМЕН АДАМА БАБАРЭКІ Ў БЕЛАРУСКАЙ
ЛІТАРАТУРНАЙ КРЫТЫЦЫ 1920-Х ГАДОЎ**

Адам Антонавіч Бабарэка пражыў кароткае, але надзвычай плённае творчае жыццё. Заснавальніка і кіраўніка літаратурна-мастацкіх згуртаванняў «Маладняк» і «Узвышша» называлі «маладнякоўскім» Бялінскім, што падкрэслівае не толькі аўтарытэтнасць яго асобы ў літаратурным асяродку, але і яго адукаванасць (скончыў Мінскую духоўную семінарыя, БДУ), эрудыраванасць і аналітычныя здольнасці, якія развіваліся пад час працы ў Белдзяржвыдавештве, Інбелкульце.

А. Бабарэка найбольшых вярынь дасягнуў менавіта ў крытыцы, дэманструючы даследчыцкі талент высокага ўзроўню. Ён бездакорна вылучае сярод пісьменнікаў тых творцаў, якія склалі залаты фонд беларускай літаратуры, дае карысныя для паэтаў-пачаткоўцаў заўвагі і парады, высока ацэньваючы творчасць У. Дубоўкі, П. Труса, Я. Пушчы. А. Бабарэка першым з маладых крытыкаў зразумеў неабходнасць вывучэння старажытнай беларускай літаратуры.

Маладога творцу вельмі хваляваў узровень развіцця беларускай крытыкі, што адлюстравалася ў шэрагу палемічных артыкулаў у перыядычных выданнях. У планах было выданне кнігі «Матэрыялы да гісторыі літаратурных нормаў у Беларусі».

А. Бабарэка стаў фундатарам новай літаратурнай супольнасці: у 1926 г. ён апублікаваў два ключавыя артыкулы, што былі пакладзены ў аснову эстэтычнай праграмы “Узвышша” (“З далін на ўзвышшы” і “За культуру мастацтва!”). Аўтар абвясціў ідэю ўтылітарнай функцыі мастацтва, сцвярджаючы яго самакаштоўнасць, яго вялікае значэнне ў абуджэнні “людзей на вялікую творчасць, на вялікае змаганне і дзейнасць”. Мастацтва прызнаецца ім важнейшым крытэрыем культурнага ўзроўню народа. Вызначальнай рысай і прыкметай новай эстэтыкі ўзвышэнцаў і канцэпцыі нацыянальнага стылю стаў прынцып “аквітызму”, які быў уведзены ў літаратурна-дыскусію А. Бабарэкам.

Распрацоўваючы метадалагічныя прынцыпы літаратуразнаўства і эстэтыкі, А. Бабарэка звяртаўся да прац Шапенгаўэра, Гегеля, Спінозы, таму філасофскія ідэі выказваюцца з дапамогай складаных высноў і тэзісаў. А. Бабарэка рабіў спробы раскласці вершы беларускіх паэтаў па нотных партытурах, разглядаючы паэзію з боку музыкальнасці, меладычнасці, што сведчыць пра высокую мастацка-эстэтычную культуру крытыка.

[К содержанию](#)

И. А. ВОРОН

Беларусь, Брест, Брестский государственный университет
имени А. С. Пушкина

**КВЕСТ КАК ФОРМА ВНЕКЛАССНОЙ РАБОТЫ
ПО РУССКОЙ ЛИТЕРАТУРЕ В ШКОЛЕ**

В последнее время всё большую популярность в молодёжной среде завоёвывают квесты, растущее количество видов которых говорит о растущем интересе к данной игре. Квест – это приключенческая командная игра, в ходе которой необходимо преодолевать трудности, чтобы двигаться дальше по сюжету к намеченной цели. Игра помогает сплотить школьный класс, создаёт условия для сближения участников команды, пониманию ценности каждого в общем достижении цели, способствует формированию поддержки и взаимовыручки. Наиболее интересными в преподавании русской литературы являются следующие виды квестов:

– эскейпрум – это квест, в котором игроки запираются в помещении (кабинете), из которого они должны выбраться за определенное время, находя необходимые предметы и решая головоломки в определенной логической последовательности (например, учащиеся оказываются в плену у Снежной королевы, на балу Воланда и т.д.);

– экшен (спортивные квесты) – это квест, который совмещает решение логических загадок с физическими упражнениями, что предполагает перемещение учащихся по разным локациям (кабинеты, библиотека и т.д.), позволяя совместить актуализацию знаний с навыками ориентирования в том или ином учебном пространстве (например, несколько команд, следуя по определенному маршруту, посещают «станции», выполняют различные познавательные и творческие задания);

– квест-перформанс – это интерактивная игра, сочетающая элементы ролевого квеста и театрализованного перформанса, где игроки становятся главными героями разыгрываемой истории, но в игре есть один или нескольких актёров, которые направляют игровой процесс (проводником-актером может стать писатель или герой/герои книги, по мотивам которой создан квест).

Квест привлекателен для школьников своей игровой формой и полезен для активизации познавательных и мыслительных процессов участников, развития качеств личности. Данная учебно-игровая технология позволяет расширить предметные знания учащихся, актуализировать межпредметные связи и практикоориентированность полученных знаний и умений.

[К содержанию](#)

И. А. ВОРОН

Беларусь, Брест, Брестский государственный университет
имени А. С. Пушкина

НЕЙРОСЕТИ В ПРЕПОДАВАНИИ РУССКОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Современная действительность, стремительно развивающаяся под знаком тотальной цифровизации разнообразных сфер жизни, интенсивного развития IT-технологий, требует модернизации подходов к изучению учебного материала в школе. Учащиеся старших классов охотно откликаются на призыв поработать с искусственным интеллектом. Но использование нейросетей на уроках русской литературы оправдано в том случае, если они активизируют работу учащихся с художественным текстом, углубляют его понимание, создают ситуацию поиска.

Современные нейросети работают и с поэтическими текстами. Так, российская нейросеть Kandinsky 2.1 (модель семейства генеративных моделей от SberDevices и Sber AI) за несколько секунд создает высококачественные изображения по их текстовому описанию. Довольно эффективно использовать данную нейросеть на уроках русской литературы при создании учащимися иллюстративного материала к изучаемому произведению. Так, при изучении поэмы «Мцыри» М. Ю. Лермонтова учитель может предложить проиллюстрировать произведение с помощью искусственного интеллекта, установив лимит на количество иллюстраций (например, одна иллюстрация на 1-2 главы) или визуализировать ключевые моменты поэмы. Учитель может заранее подготовить иллюстрации, предложив учащимся найти в тексте визуализированный эпизод.

Тем не менее применение искусственного интеллекта на уроках русской литературы может сопровождаться определенными сложностями. Искусственный интеллект испытывает сложности в опознании и правильной трактовке метафор, образов-символов, фразеологизмов, аллегорий, функционирующих в контексте данного текста и создающих специфическое художественное пространство произведения. Искусственный интеллект часто не воспринимает и культурно-исторический контекст произведения.

Визуализация поэтического текста требует дополнительных настроек, внимательного подбора описания образа, пейзажа, эпизода, корректировки иллюстративного материала в случае его неточности (методом внесения правок в описание и повторной генерации). Следует отметить, что в использовании нейросетей в преподавании русской литературы необходимо контролировать качество и точность алгоритмов, обеспечивающих продуктивность его применения в практике.

[К содержанию](#)

Х. О. ИНАЛОВА, Л. З. БЕГИДОВА, М. З. ШОГЕНОВ
Россия, Нальчик, Кабардино-Балкарский государственный
университет имени Х. М. Бербекова

ТРУДНОСТИ ИЗУЧЕНИЯ РУССКОГО ЯЗЫКА СТУДЕНТАМИ-ИНОСТРАНЦАМИ

Исследование трудностей, сопутствующих процессу усвоения русского языка студентами-иностранцами, представляет собой актуальную тему, требующую детального анализа и системного подхода.

В настоящее время в Кабардино-Балкарском государственном университете имени Х. М. Бербекова обучаются 1700 иностранных студентов из 46 стран мира. Для иностранных студентов введена специальная дисциплина «Русский язык как иностранный», а также проводится локальное тестирование по данной дисциплине. Кроме того, в университете функционируют культурные центры, способствующие социализации иностранных студентов, включая языковой аспект. В интернациональных клубах студенты из зарубежья эффективно учатся русскому языку, что обусловлено более широким применением языка в повседневных ситуациях и обсуждениях внутри коллектива.

Среди трудностей, с которыми сталкиваются студенты из других стран, следует выделить фонетический аспект, сложность грамматической структуры русского языка. Кроме того, культурные различия активно воздействуют на успешность процесса обучения. Особенности выражения мыслей и общения в русскоязычном контексте могут вызвать у студентов-иностранцев недопонимание и дискомфорт, влияя тем самым на общую эффективность усвоения языка.

Для активизации и углубления практических навыков общения на русском языке предлагается организация дискуссионных клубов для иностранных студентов по широкому спектру тем.

Подчеркнем, что изучение русского языка студентами-иностранцами представляет собой многоплановый процесс. Разработка эффективных методов обучения и реализация культурных программ, способствующих глубокому пониманию русской культуры, могут значительно облегчить процесс усвоения русского языка студентами-иностранцами.

[К содержанию](#)

А. Е. КАПАЕВА

Россия, Магадан, Северо-Восточный государственный университет

РЕАЛИЗАЦИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО КОМПОНЕНТА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО СТАНДАРТА В ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ В ВУЗЕ

Формирование национального самосознания является приоритетным в государственных образовательных программах. Одним из основных принципов в области образования становится единство федерального культурного и образовательного пространства, защита и развитие системы образования национальных культур, региональных культурных традиций и особенностей в условиях многонационального государства.

В теории и практике преподавания иностранного языка (ИЯ) формирование коммуникативной компетенции в основном осуществляется посредством приобщения к культуре страны изучаемого языка и к российской культуре (Н. Н. Васильева, Н. Д. Гальскова, Л. И. Гришаева, Г. В. Елизарова, В. В. Сафонова, С. Г. Тер-Минасова). Региональная культура чаще всего остается «за бортом». Вследствие этого студенты в процессе реальной коммуникации затрудняются полноценно раскрыть и транслировать региональное своеобразие. Между тем постижение особенностей культуры региона позволяет пробудить у студентов познавательный интерес и любовь к родному краю, активизировать мотивацию учения, раскрыть значимость окружающего мира для жизнедеятельности человека и даже может способствовать уменьшению оттока молодых кадров из региона. Интеграция культуры края в содержание обучения позволяет создать у студентов целостную картину истории и современной жизни края, его традиций и обычаев, специфики.

Так, на кафедре зарубежной филологии СВГУ в рамках дисциплины «Практический курс английского языка» студентам 3 курса предлагается реализация следующих проектов: «Досуг в Магадане и области» (в виде рекламной брошюры для иностранных туристов), «Кинематография в Магадане и области» (в виде слайд шоу), «Школьное образование в городе и области» (информационный буклет). Деловая игра «Знакомство зарубежных гостей с Магаданской областью и Магаданом – столицей Колымы», способствует не только формированию коммуникативной иноязычной компетенции, но и интеграции знания о родном крае.

Таким образом, в сознании студента формируется представление о том, что культурные ценности сосредоточены не только в мировых центрах, но и в том городе, в котором он живет.

[К содержанию](#)

Н. И. КАСАТКИНА

Беларусь, Брест, ГУО «Средняя школа № 35 г. Бреста
имени Маршала Советского Союза Рокоссовского К. К.»

**СЛОЖНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ И ЕГО УПОТРЕБЛЕНИЕ
В РЕЧИ НЕМЕЦКОЙ И БЕЛОРУССКОЙ МОЛОДЕЖИ**

Безусловно, именно синтаксис является той ступенью языка, на которой проявляют себя навыки связной речи, развитого мышления, умений эффективной коммуникации. Овладение богатством синтаксиса, в том числе сложного предложения, играет решающую роль в воспитании речевой культуры школьников.

Результаты анализа опроса показали следующее: у учащихся обеих стран нет глубоких и системных представлений о придаточном предложении в составе сложного. Согласно ответам учащихся, придаточное предложение – это предложение, дополняющее основное предложение. У этого предложения есть свое сказуемое и собственное подлежащее.

Мы выяснили, что большинство немецких молодых людей охотно обращается к ресурсам сложного предложения как в устной, так и в письменной речи, в то время как большинство белорусских учащихся используют эти предложения изредка, в основном на уроках немецкого языка и при выполнении домашних заданий по этому предмету.

Необходимо отметить, что никто из анкетированных молодых немцев не упомянул о классификации придаточных предложений. Большинство респондентов ответили, что придаточных предложений много, а какие – не известно.

Мы заметили также, что немцы гораздо чаще используют косвенную речь. При этом большинство белорусов в этих же ситуациях обращаются к ресурсам прямой речи. Мы были удивлены, что белорусы, изучающие немецкий язык как иностранный, знают значительно больше о немецкой грамматике, чем сами средние носители языка. Немцы, безусловно, часто используют сложные предложения, с легкостью их комбинируют, однако знают минимальное количество теории по данному вопросу.

Результаты данной работы уже нашли применение на уроках немецкого языка: учащиеся старших классов активно пользуются разработанными нами учебными карточками.

[К содержанию](#)

С. С. КЛУНДУК

Беларусь, Брэст, Брэсцкі дзяржаўны ўніверсітэт імя А. С. Пушкіна

КУЛЬТУРА БЕЛАРУСКАМОЎНАГА ПІСЬМОВАГА ДЫСКУРСУ СУЧАСНЫХ РЭГІЯНАЛЬНЫХ СМІ

Беларускамоўныя тэксты ў рэгіянальных выданнях складаюць невялікі праэнт ад усіх журналісцкіх матэрыялаў. Між тым у іх намі зафіксаваны парушэнні культуры пісьмовага дыскурсу, якія закранаюць нарматыўны і камунікацыйна-прагматычны аспекты. Асноўны пласт складаюць недахопы, звязаныя з адыходам ад імператыўнай нормы. Пераважна яны прадстаўлены марфалагічным узроўнем і праяўляюцца ў недакладным ужыванні форм слоў, часцей за ўсё назоўнікаў. Гэта абумоўлена найперш інтэрферэнцыйнымі працэсамі, узаемаўплывам рускай мовы на беларускую.

Зніжае ўзровень культуры беларускамоўнага пісьмовага дыскурсу і беспадстаўнае выкарыстанне замест беларускіх лексем адзінак рускай мовы. Гэта таксама вынік працяглага білінгвізму і інтэрферэнцыі. Акрамя гэтага, нярэдка ў медыятэкстах адно слова ставіцца ў семантычную і сінтаксічную сувязь з іншым словам, лексічнае значэнне якога цалкам або часткова ўваходзіць у сэнсавую структуру першага. Парушэнні, выкліканыя няправільным парадкам слоў у сказе, аб'яднаннем несумяшчальных, несуднасных паняццяў ў адзін аднародны рад, прыводзяць да ўзнікнення лагічных памылак – алагізмаў, плеаназмаў, таўталогіі. У выніку ўзнікае двухсэнсоўнасць, якая правакуе недакладнасць інтэрпрэтацыі пададзенай журналістам інфармацыі.

Нематываваны пераход ад публіцыстычнага стылю да жывога маўлення ці наадварот рэзка зніжае вартасці культуры медыядыскурсу. Непрадуманасць выбару прыводзіць да механічнага змешвання разнароднага моўнага матэрыялу, а г. зн. да недарэчнасці маўлення. Недахопам рэгіянальнага медыядыскурсу з'яўляецца і шматслоўе, за якім часам хаваецца імкненне выдаць нерэальнае за аб'ектыўнае, даць паказную інфармацыю.

Такім чынам, у публіцыстычных тэкстах рэгіянальных СМІ назіраюцца вынікі парушэння камунікацыйных якасцяў культуры дыскурсу (правільнасці, лагічнасці, чысціні, дакладнасці, дарэчнасці, мілагучнасці).

[К содержанию](#)

С. С. КЛУНДУК

Беларусь, Брест, Брестский государственный университет
имени А. С. Пушкина

УНИВЕРСИТЕТСКИЙ МОЛОДЕЖНЫЙ ВОРКШОП «MEDIAPROM»: ОТ ТЕОРИИ К ПРАКТИКЕ

В рамках изучения дисциплины «Выпуск учебного проекта» студентами 2 курса специальности «Информация и коммуникация» при поддержке кафедры русской литературы и журналистики, первичной профсоюзной организации студентов, отдела воспитательной работы с молодежью, службы медиакоммуникаций учреждения образования «Брестский государственный университет имени А. С. Пушкина» был реализован университетский молодежный воркшоп «MediaPRom», посвященный актуальной теме «Брест – молодёжная столица – 2024». Данный проект был задуман как экспериментальная площадка для реализации креативных молодежных идей, которая призвана развивать творческие способности студенческой и учащейся молодежи Брестского региона, формировать интерес молодежной аудитории к профессии специалиста в сфере информации и коммуникации, к творческой деятельности в данном направлении. Цель мероприятия – актуализация и развитие интереса молодых людей, получающих высшее и среднее образование, к профессии специалиста в сфере информации и коммуникации, к истокам и традициям медийной сферы, к журналистике, рекламе и связям с общественностью как особым видам творческой деятельности; выявление талантливых молодых людей, раскрытие, активизация и поддержка их творческого потенциала. Основные задачи воркшопа – нравственно-эстетическое воспитание, развитие социально значимых личностных качеств молодежи; укрепление культурных, профессиональных, творческих и деловых связей между специалистами сферы информации и коммуникации и обучающимися; создание медиапродуктов, репрезентирующих образ г. Бреста как молодежной столицы Республики Беларусь.

В молодежном воркшопе «MediaPRom» приняли участие студенты разных факультетов БрГУ имени А. С. Пушкина, учащиеся 10–11 классов общеобразовательных заведений Бреста и Брестской области, а также специалисты в сфере информации и коммуникации. Проект включал мастер-классы от представителей сферы информации и коммуникации, тренинги, конкурсно-интерактивную и развлекательную программы, медиакросс. Партнёрами молодёжного проекта стали различные коммерческие компании г. Бреста и Брестской области, которые предоставили участникам разнообразную сувенирную продукцию.

[К содержанию](#)

О. Н. КОВАЛЬЧУК

Беларусь, Брест, Брестский государственный университет
имени А. С. Пушкина

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЦИФРОВОЙ ПЛОЩАДКИ ZOOM В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

Современные технологии прочно вошли в образовательную среду, позволяя поддерживать связь с коллегами и обучающимися. В случае проведения научных, методических и других мероприятий возможно подключение участников в формате онлайн, что облегчает процесс обмена опытом, увеличивая круг лиц, которым доступно участие, и экономя затрачиваемые ресурсы. Дистанционный вариант проведения занятий с обучающимися в нынешних условиях также вполне привычен. Частой площадкой для подобного типа коммуникации является платформа ZOOM, которая может успешно применяться даже в базовом варианте с ограничениями по времени подключения. Краткие временные сессии, с одной стороны, заставляют прерываться для переподключения, что ощущается как минус, так как участники общения отвлекаются от обсуждаемой / излагаемой темы. С другой стороны, это может быть интерпретировано и как плюс, поскольку дисциплинирует каждого и приводит к объективной необходимости придерживаться регламента выступлений. В случае занятий со школьниками, студентами или слушателями курсов особенно актуально дополнение занятия заданиями и элементами обратной связи в чате (не обязательно данной платформы) как в процессе продолжения сессии, так и по ее окончании.

Одной из частых проблем при использовании цифровой площадки ZOOM является отсутствие звука или изображения у подключающегося пользователя. Важно предварительное знакомство с программой, наличие исправного оборудования и его соответствующих настроек, однако не каждый, к сожалению, тестирует платформу заранее. В связи с этим можно предварительно рекомендовать предполагаемым участникам того или иного типа взаимодействия пройти тестовое подключение, прописав регламент участия или предложив инструкцию по подключению.

В образовательном процессе бывает особенно важно видеть собеседника, в частности, когда необходимо проверить, как выполняется то или иное действие, заданное говорящим. Поэтому режим отключенного звука и изображения здесь не всегда приемлем.

Кроме площадки ZOOM, есть и другие ресурсы, которые могут быть схожим образом применены и применяются в образовательном процессе: МТС Линк, Teams, Skype, Контур.Толк и др.

[К содержанию](#)

Н. А. КОТЕЛКИН, А. Е. КРАШЕНИННИКОВ

Россия, Магадан, Северо-Восточный государственный университет

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ОБУЧЕНИЮ ИЕРОГЛИФИКЕ КИТАЙСКОГО ЯЗЫКА

Мнемонический подход. В нынешнее время существует немало методик запоминания китайских письменных знаков, таких как банальное прописывание иероглифов, использование технических средств обучения (ТСО), аудиальное запоминание, метод устного опрежения, метод параллельного обучения устной и письменной речи и др.

Сознательный подход. В процессе обучения важно развивать у учащихся иероглифическое «чутьё», основывающееся на причинно-следственной связи трёх составляющих иероглифа (звучания, написания и значения), а также анализе и синтезе их составных элементов во внутренней структуре, принимая во внимания их сочетаемость.

Целостный подход. В начале восьмидесятых годов в методике преподавания китайской иероглифики доминировал принцип «whole-kanji-approach», который подразумевал восприятие всего иероглифа как неделимого знака без проведения анализа составляющих его графем и сопутствующих элементов структуры.

Академический подход. Такой подход основан на положении бихевиоризма, в соответствии с которым усвоение иероглифики осуществляется интуитивно в результате банального многоактного прописывания на основе имитации и механического выполнения действий, направленных на заучивание наизусть отдельных иероглифов.

Метапредметный подход. Данный подход нацелен формировать универсальные учебные действия через создание особой системы учебных заданий при обучении иероглифике. Поскольку китайская письменность уже сама по себе, исходя из ее структуры и принципов организации, является «знаковой», то соответственно может выступать в качестве базиса для введения этого метапредмета. Представляя собой открытую систему, знаки китайской письменности определенным образом организованы и структурированы. К видам метапредмета «Знак» можно отнести: формулы, графики, чертежи, схемы, схематичные рисунки. Схемы и схематичные рисунки могут быть применены при обучении письменности китайского языка.

[К содержанию](#)

Ж. П. ЛЕЩИНСКАЯ

Беларусь, Пинск, ГУО «Средняя школа № 7 г. Пинска»

**ИНТЕРТЕКСТУАЛЬНЫЙ ХАРАКТЕР
«ФАНДОРИНСКОГО» ЦИКЛА РОМАНОВ Б. АКУНИНА**

Повествовательные стратегии современного детективного жанра достаточно скромны и шаблонны, в то время как циклы Бориса Акунина отличаются постмодернистским синтезом, амбивалентностью трактовок, авторскими жанровыми модификациями, интертекстуальной эклектикой образов и сюжетно-мотивных схем.

Цикл романов Бориса Акунина о Фандорине основан на интертекстуальной синтезации жанра детективного романа за счет многочисленных заимствований проблемно-тематического, образного, жанрово-стилевого характера из произведений, относящихся к любовным романам, исторической литературе, готическим текстам. Данные элементы включаются в каноническую жанровую схему английского классического детектива Конан Дойла.

Кроме использования «памяти жанра» таких традиционных форм, как шпионский, конспирологический и политический детектив, в Фандориане Борис Акунин манифестирует создание авторских жанров, созданных на основе интертекстуальных связей. Это модели диккенсовского, декадентского, великосветского детектива, романа о наемном убийце и пр., заявленные самим автором в подзаголовке произведения, тем самым читатель вовлекается в литературный диалог с классическими текстами-донорами.

Серия романов о Фандорине включает четырнадцать произведений, каждое из которых основано на канонах, заложенных Гилбертом Честертоном, Артуром Конан Дойлом и Агатой Кристи. Кроме того, в романе «Азазель» мы вслед за исследователями отмечаем обращение автора к таким текстам, как «Бедная Лиза» Николая Карамзина, «Герой нашего времени» Михаила Лермонтова, «Идиот», «Бесы» и «Братья Карамазовы» Федора Достоевского, «Пиковая дама» Александра Пушкина, «Мы» Евгения Замятина, «На тайной службе его величества» Яна Флеминга, «Граф Монте-Кристо» и «Три мушкетера» Александра Дюма, а также гомеровские «Илиада» и «Одиссея» и текст Евангелия.

[К содержанию](#)

С. А. ЛІТВИНОВІЧ

Беларусь, Малеч, ДУА “Малечская санаторная школа-інтэрнат”

ГРАФІЧНЫ РАМАН У СУЧАСНАЙ РУСКАЙ ЛІТАРАТУРЫ

У Расіі атрымала развіццё такая з’ява, як адаптацыя класічнай літаратуры. Уклад у развіццё дадзенага феномену ўнёс А. Акішын, член прафесійна-творчага саюза мастакоў і графік Міжнароднай федэрацыі мастакоў ЮНЕСКА. Першай яго працай стала адаптацыя “Майстра і Маргарыты”, створаная сумесна з М. Заслаўскім у 1992–1993 г. Сярод работ Акішына можна назіраць не толькі класіку, але і больш сучасныя творы (“Амон Ра” В. Пялевіна, біяграфіі паэтаў).

Адаптацыя Дз. Чухрая і А. Палтарака рамана «Вайна і мір» Л. Талстога з’яўляецца аўтэнтчным творам з досыць высокім каэфіцыентам літаратурнасці. У дадзеным выпадку аб’яднанне рамана з графічным складнікам цалкам заканамерна, паколькі адлюстроўвае тэндэнцыі сучаснай візуальнай эпохі, дзе прыкметна нарастае непрыманне лонгрыдаў. Вербальны класічны тэкст, які выкарыстаны ў графічным рамане у асноўным, пазбаўлены апісальнай боку (гэтую функцыю выконвае малюнак) і складаецца з дыялогаў і маналогаў. Апісанні інтэр’еру, знешняга выгляду, апісанне абставін, душэўныя рухі і т. п. у гэтым творы дае графічны кампанент; тое, чаго не хапае ізаляванаму малюнку (перадгісторыя, гаворка, наступства і т. п.), даюць тэкст і суседнія карцінкі. У такім крэалізаваным наратыве і выяўляецца сінтэзіраванасць графічнага рамана. Твор Дз. Чухрая і А. Палтарака больш кароткі (220 старонак), сканцэнтраваны вакол трансфармацыі асобы П’ера ад маладога чалавека, што наіўна захапляўся тыранам, да чалавека, які шукаў сваё прызначэнне ў забойстве тырана, і фінал – П’ер знаходзіць шчасце ў чымсьці іншым.

Раман Талстога “Вайна і мір” насычаны дыялогамі, маналогамі і рэплікамі. Дз. Чухрай і А. Палтарак, каб зберагчы большасць аўтарскага тэксту рускага класіка, насычаюць комікс вялікай колькасцю кадраў. У графічным рамане “Вайна і мір” нярэдка сустракаюцца старонкі, дзе гэты лік раўняецца дзевяці. Такое шчыльнае запаўненне старонкі кадрамі дазваляе як мага паўней і дакладней перадаць змест рамана Талстога. Вядома, у графічным творы прысутнічаюць таксама старонкі, у якіх не больш за дзве тры буйныя кадры. Адзначым, што нападзенне такіх кадраў – філакцер (воблака, бурбалка) са словамі персанажа, яго рэплікай – займае значную частку або нават палову кадра. Такі прыём дазваляе аўтарам, не скарачаючы эпізоды арыгінала, змяшчаць іх ў свой графічны тэкст.

[К содержанию](#)

С. А. Літвіновіч

Беларусь, Малеч, ДУА “Малечская санаторная школа-інтэрнат”

ТРАДЫЦЫІ ГРАФІЧНАГА РАМАНА Ў РУСКАЙ ЛІТАРАТУРЫ ХХ СТАГОДДЗЯ

Гаворачы пра жанры крэалізаваных тэкстаў, мы можам назваць такія з іх, як рэклама, газетны і часопісны артыкулы і г.д. Аднак у літаратуры правільней будзе апераваць паняццем “візуальная літаратура” – гэта ўвесь спектр мастацкіх і немастацкіх літаратурных твораў, пабудаваных на камбінацыі двух узроўняў камунікацыі – візуальнай і вербальнай, якія ўздзейнічаюць на чытача-гледача адначасова і ўзаемазвязана. Да візуальнай літаратуры можна аднесці графічны раман, комікс, японскую мангу, італьянскіх fumetti і французскіх bande dessinée (bd).

Першымі рускімі “коміксамі” з’яўляюцца лубочныя карцінкі. У 1914 годзе ў Маскве з’явілася аб’яднанне “Сённяшні лубок”, куды ўвайшлі К. Малевіч, Д. Бурлюк і родапачынальнік савецкага комікса – У. Маякоўскі.

Пасля рэвалюцыі савецкімі аналагамі амерыканскіх коміксаў сталі зборнікі “Гісторыя ў малюнках”, “Разумная Маша”, а таксама “Прыгоды Макара Лютага”, надрукаваныя ў ленынградскім часопісе “Ёж”.

Самым вядомым і каларытным узорам савецкага комікса сталі «Окна РОСТА» – серыя плакатаў, накіраваных супраць ворагаў Савецкага Саюза. Героямі былі чырвонаармейцы, рабочыя, сяляне, буржуі, дармаеды і алкаголікі. Змяшчаліся коміксы і ў такіх сатырычных савецкіх часопісах як “Бегемот”, “Кракадзіл”, “Смяхач” і г.д. Аднак у 1930-х савецкая ўлада афіцыйна забараніла коміксы, назваўшы іх буржуазна-амерыканскім спосабам падману моладзі. Толькі ў дзіцячым часопісе “Мурзілка” працягвалі друкаваць вясёлыя малюнкi.

У 1991–1994 гады выходзіў часопіс “Муха”. Прадпрыемства Расійскага Саюза ветэранаў Афганістана “Вялес-ВА” ў 1990–1998 гады выдавала часопісы коміксаў, арыентаваных у асноўным на патрыятычнае выхаванне моладзі, былі там і проста забаўляльныя коміксы. З 1999 па 2003 гады выпускаўся часопіс “Цудоўныя прыгоды”.

Аднак да 2010-х гадоў у Расіі коміксы не карысталіся папулярнасцю. Толькі з 2009 года расійскія выдаўцы сталі масава тыражыраваць замежныя коміксы і японскую мангу.

[К содержанию](#)

З. П. МЕЛЬНИКАВА

Беларусь, Брэст, Брэсцкі дзяржаўны ўніверсітэт імя А. С. Пушкіна

ПРАБЛЕМЫ ПСІХАЛОГІІ ЛІТАРАТУРНАЙ ТВОРЧАСЦІ І ФАРМІРАВАННЕ ФІЛАЛАГІЧНЫХ КАМПЕТЭНЦЫЙ СТУДЭНТАЎ

Асэнсоўваючы літаратурна-мастацкую творчасць, навукоўцы гавораць аб ёй як аб феномене выяўлення таленту, творчых здальнасцей чалавека і як аб спосабе самапазнання і самаразвіцця асобы. Літаратурны твор – гэта своеасаблівае люстэрка, у якім адлюстроўваюцца творчыя задумы і намаганні аўтара, і пэўныя аспекты ідэйна-грамадскага жыцця.

У паглыблена-аналітычным спасціжэнні твора студэнтамі-філолагамі важнае месца займае прадмет “Псіхалогія літаратурнай творчасці”. Засваенне яго дае неабходныя тэарэтычныя веды, практычныя ўменні і навыкі, неабходныя ў даследчыцкай працы студэнта, а затым у прафесійнай дзейнасці філолага-настаўніка, выкладчыка літаратуры, літаратурнага работніка, магчама, будучага літаратуразнаўцы, пісьменніка ці літаратурнага крытыка. Асабліва важнымі з’яўляюцца пытанні асэнсавання асноўных этапаў творчага працэсу. Пры гэтым разглядаюцца паняцці, якімі апераўруе псіхалогія творчасці і літаратуразнаўства: асабісты вопыт і творчасць, аўтабіяграфізм творчасці, роля маленства і юнацтва ў творчасці пісьменніка, успрыняцце і назіранне, уяўленне і памяць, задума і натхненне, творчы працэс і некаторыя іншыя.

Пры засваенні псіхалогіі літаратурнай творчасці студэнтамі ўлічваецца, што псіхалогія як навука аб душы зведала розныя адаптацыі, узаемадапаўненні ад іншых навук. Аналізуюцца асноўныя псіхалагічныя тэорыі творчасці, якія складаюцца, пераважна, з трох складнікоў: агульная псіхалогія творчасці, генетычная псіхалогія творчасці, прыкладная псіхалогія творчасці. Актуальнымі ў фарміраванні філалагічных кампетэнцый з’яўляюцца паняцці псіхалагічных тэхнік пісьма, псіхалагізму як творчэстывай якасці пісьменніка.

Уменне выяўляць псіхалагізм у літаратурным творы, вызначаць і характарызаваць прыёмы псіхапэтыкі, ужытыя аўтарам у творы – неабходныя даледчыцка-філалагічныя кампетэнцыі, якія з’яўляюцца ўмовай навуковай інтэрпрэтацыі літаратурнага твора, рэалізацыі прыёмаў псіхааналізу. Зусім відавочна, што пытанні псіхалогіі творчасці маюць важнае значэнне ў выпрацоўцы літаратуразнаўчых уменняў і навыкаў. Яны дапамогуць будучаму настаўніку-філолагу адкрываць вучням заканамернасці, адметнасці і таямніцы творчасці пісьменніка, таму застаюцца актуальнымі ў філалагічна- і педагагічна-адукацыйным працэсе.

[К содержанию](#)

Г. В. НАВАСЕЛЬЦАВА

Беларусь, Віцебск, Віцебскі дзяржаўны ўніверсітэт імя П. М. Машэрава

**СТУДЭНЦКІ ЧАСОПІС «ЛІТАРАТУРНЫ AUTOGRAPHUM»
ЯК СРОДАК ПРАКТЫКА-АРЫЕТАВАНАГА ВЫКЛАДАННЯ
ЛІТАРАТУРНА-РЭДАКЦЫЙНАЙ ДЗЕЙНАСЦІ
ДЛЯ СТУДЭНТАЎ СПЕЦЫЯЛЬНАСЦІ «БЕЛАРУСКАЯ
ФІЛАЛОГІЯ (ЛІТАРАТУРНА-РЭДАКЦЫЙНАЯ ДЗЕЙНАСЦЬ)»**

Электронны часопіс «Літаратурны AUTOGRAPHUM» размешчаны на сайце ВДУ імя П.М. Машэрава. Выданне ствараецца студэнтамі і для студэнтаў, прызначана выконваць не толькі забаўляльную, але і адукацыйную, выхаваўчую функцыі, што патрабуе выкарыстання розных жанраў. Часопіс быў створаны як практыка-арыетаваны дыпломны праект: у 2021–2022 навучальным годзе абавязкі галоўнага рэдактара выконвала студэнтка спецыяльнасці «Беларуская філалогія (літаратурна-рэдакцыйная дзейнасць)» Мамошына Дар’я Уладзіміраўна (тэма дыпломнай працы «Канцэпцыя літаратурнага часопіса ў сучаснай медыясферы»); у 2022–2023 навучальным годзе абавязкі галоўнага рэдактара выконвала студэнтка спецыяльнасці «Беларуская філалогія (літаратурна-рэдакцыйная дзейнасць)» Селязень Кацярына Яўгенаўна (тэма дыпломнай працы «Жанравая палітра студэнцкага часопіса»). Аўтары дыпломных праектаў на працягу навучальнага года распрацоўвалі дызайнерскае афармленне часопіса, тэматычныя старонкі і рубрыкі, падбіралі зместавае напаўненне, выконвалі арганізацыйную працу. За 2021–2022, 2022–2023, 2023–2024 навучальныя гады выйшла восем нумароў часопіса.

Практычны вопыт студэнта, які выконвае абавязкі рэдактара, набываецца шляхам распрацоўкі канцэпцыі выдання. У прыватнасці, канцэпцыя часопіса прадугледжвае, што да публікацыі прымаюцца мастацка-публіцыстычныя матэрыялы ў розных жанрах.

Аўтары, якія апублікавалі літаратурныя, журналісцкія, мастацка-публіцыстычныя творы ў часопісе, не толькі набылі практычны досвед падрыхтоўкі матэрыялу, але і маюць мажлівасць падзяліцца ўласным невялікім вопытам з іншымі студэнтамі. Пасля выдання чарговага нумара рэдакцыйная калегія праводзіць пашыранае пасяджэнне, дзе прысутнічаюць зацікаўленыя студэнты, якія пакуль што не сталі аўтарамі часопіса, і абмяркоўвае падрыхтоўку да друку як асобных матэрыялаў, так і нумара ў цэлым. Такім чынам наладжваецца зваротная сувязь з аўдыторыяй і студэнты матывуюцца да творчай працы, неабходнай для набыцця практычнага вопыту.

[К содержанию](#)

Л. Н. САВИНА, О. О. ПУТИЛО

Россия, Волгоград, Волгоградский государственный
социально-педагогический университет

МЕТОДИКА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ НЕЙРОСЕТИ В ПРОЦЕССЕ СОЗДАНИЯ ПОРТРЕТА ЛИТЕРАТУРНОГО ГЕРОЯ

Нейросети относятся к технологиям искусственного интеллекта и представляют собой математическую модель биологических нейронных сетей. Не создавая текста или изображения «с нуля», они используют уже существующие наработки. В педагогической сфере нейросети применяют при изучении точных дисциплин, а также в процессе преподавания дисциплин филологического профиля и искусствоведческого цикла.

Популярные ресурсы – иностранные сети: ChatGPT, ориентированная на написание текстов, и Midjourney, применяемая для создания графики. Недостатки иностранных платформ: необходимость вводить запрос на английском языке, поскольку мировые нейросети ориентированы преимущественно на англоязычные ресурсы; лимит бесплатных обращений.

Бесплатные аналоги российского сегмента Интернета: YandexGPT и Kandinsky 2.2, которые можно рекомендовать к применению в школьном образовании. Необходимо учитывать, что алгоритмы работы с каждой нейросетью уникальны и, в силу непрерывного совершенствования последней, нуждаются в постоянной корректировке.

На уроках литературы нейросеть может быть востребована в процессе проектной деятельности для создания портретов, костюмов героев художественных произведений, эскизов обложек книг, декораций и афиш спектаклей и других художественных изображений. Этой работе должны предшествовать чтение и анализ текста, характеристика внутреннего мира персонажа и рассмотрение особенностей его внешнего окружения. Только в этом случае можно сформулировать корректный запрос, который приведет к устраивающему пользователя результату.

Чтобы получить оптимальное изображение, ученик должен понимать принципы и алгоритмы работы с конкретной сетью, уметь формулировать точный запрос, подбирая понятные нейросети слова. В ряде случаев (эскиз обложки, афиши и т.п.) для доработки проекта он должен уметь обрабатывать картинку в графическом редакторе. Несомненно, использование нейросетей в школьном литературном образовании будет способствовать формированию как предметных результатов, связанных со знанием текста и навыками его анализа, так и широкого спектра метапредметных умений, в первую очередь – ИКТ-компетенции.

[К содержанию](#)

Л. М. САДКО

Беларусь, Брэст, Брэсцкі дзяржаўны ўніверсітэт імя А. С. Пушкіна

МЕТОДЫКА РАСПРАЦОЎКІ НАВУКОВАГА АРТЫКУЛА

Навуковы артыкул – від публікацыі, у якім прадстаўлены выніковыя або прамежковыя вынікі даследавання, абгрунтаваны і паказаны спосабы іх атрымання, а таксама акрэслены перспектывы распрацовак у гэтым накірунку. Навуковыя артыкулы прызначаюцца навукоўцам, спецыялістам пэўнай галіны або некалькіх галін (літаратуразнаўчыя, мовазнаўчыя, педагогічныя, гістарычныя і г.д.). Паводле задач яны бываюць тэарэтычнымі і прыкладнымі. Навуковыя артыкулы выконваюць *даследчыцкую, прэзентацыйную, ацэначную функцыі*.

Па характары вырашэння даследчай задачы *навуковыя артыкулы літаратуразнаўцаў* бываюць, як правіла, *аглядавыя, праблемныя і тэарэтычныя*. У *аглядавых* артыкулах даецца характарыстыка стану і перспектывы навуковых даследаванняў па асобнай праблеме. У *праблемных* артыкулах аналізуецца пытанне, якая яшчэ не мела цэласнага вывучэння. У *тэарэтычных* – падаецца абгрунтаванне паняццяў (інструментарыю) і метадаў навуковага вырашэння праблемы. Падрыхтоўка навуковага артыкула складаецца з наступных этапаў: 1) фармулёўка рабочай назвы артыкула: заглавак павінен быць лаканічным і дакладным, даваць уяўленне аб прадмеце гаворкі; 2) вызначэнне межаў тэмы і аб'ёму навуковай інфармацыі, якая будзе прадстаўлена ў артыкуле; 3) распрацоўка плана, асэнсаванне зместу будучага артыкула: яго ўступ, асноўная частка, высновы, перспектывы даследавання; 4) вызначэнне метадаў даследавання, бібліяграфіі; 5) тлумачэнне абранай тэрміналогіі; 6) абгрунтаванне ў асноўнай частцы атрыманых вынікаў. Тэкст павінен будавацца па прынцыпу – ад вядомага да невядомага, ад простага да складанага; 7) праверка суаднесенасці, лагічнасці паміж загатоўкам, мэтай, задачамі артыкула і яго высновамі; 8) развагі аб перспектывах вывучэння пытанняў дадзенай праблематыкі; 9) самаправерка выкананай працы на зместава-сэнсавым, лагічным і моўнастылістычным узроўнях (адпаведнасць патрабаванням навуковага стылю, афармленню цытат і спасылак, існуючым арфаграфічным і стылістычным нормам); 10) афармленне спісу выкарыстаных крыніц паводле існуючых патрабаванняў. Падрыхтаваны навуковы артыкул праз нейкі час варта некалькі разоў перачытаць, уважліва і крытычна ацаніць яго структуру і сэнсавое напаяўненне. Патрэбна высветліць, ці адлюстроўвае яго назва асноўную ідэю зместу, ці не занадта яна шматслоўная, ці лагічная структура. Важна праверыць дакладнасць цытавання і спасылак.

[К содержанию](#)

Л. В. СКИБИЦКАЯ

Беларусь, Брест, Брестский государственный университет
имени А. С. Пушкина

ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ КОМПОНЕНТ В ПОДГОТОВКЕ СПЕЦИАЛИСТОВ ПО ИНФОРМАЦИИ И КОММУНИКАЦИИ

В учебном плане специальности «Информация и коммуникация» в цикл дисциплин государственного компонента включен модуль «Литературный процесс и социум», содержащий три учебных дисциплины; «Русская литература», «Белорусская литература», «Зарубежная литература». Данные учебные дисциплины изучаются на 1-2 курса параллельно освоению общепрофессиональных дисциплин («Основы информационно-коммуникационной деятельности», «История и теория коммуникации», «Основы журналистики»), создавая, таким образом, поле межпредметной корреляции. В результате освоения содержания учебного материала формируются универсальные и базовые профессиональные компетенции, согласно которым специалист по информации и коммуникации должен демонстрировать способности к саморазвитию и самосовершенствованию в профессиональной деятельности, посредством применения знаний о мировой и отечественной культуре и литературе в процессе создания медиатекстов.

Литература, отражая социальные изменения в социуме, фиксируя их в образной форме, создает для специалиста по информации и коммуникации проблемное поле поиска и нахождения ответов на меняющиеся потребности аудитории.

Знания о своеобразии развития мирового литературного процесса, безусловно, необходимы специалисту по информации и коммуникации, поскольку они обогащают культурный тезаурус такого специалиста, развивают его способности к глубинному анализу коммуникативных феноменов, их генезисе, проекциях в современном медиапространстве.

Кроме того, изучение литературы обучающимися по специальности «Информация и коммуникация» способствует развитию их творческих способностей, что напрямую связано с их непосредственной практической работой – созданием востребованных аудиторией медиапродуктов. Актуальные техники копирайтинга, сторителлинга, др. гораздо более эффективно постигаются обучающимися после работы с художественными текстами.

[К содержанию](#)

Т. Р. СКРИПНИК

Беларусь, Пинск, ГУО «Средняя школа № 3 г. Пинска»

КОНЦЕПТУАЛИЗМ И ТВОРЧЕСТВО ТИМУРА КИБИРОВА

В творчестве современного российского поэта Тимура Кибирова можно условно выделить на три этапа. Это ранние произведения, входящие в сборники разных лет «Лирико-дидактические поэмы», «Рождественская песнь квартиранта», «Три послания», «Стихи о любви», «Послание Ленке и другие сочинения», а также поэма «Сортиры». Следующий этап включает книгу стихов «Парафразис» (произведения 1992–1996 гг.). Третий представлен книгами «Интимная лирика», «Улица Островитянова», «Amour, exil...», «Юбилей лирического героя», «Шалтай-Болтай».

Безусловно, творчество Т. Кибирова частично относится к возникшему в 1970–1980 гг. концептуализму. В концептуальном искусстве поднимается вопрос о равноправии или даже приоритете концепции перед реализацией. Художник-концептуалист, раздвигая границы искусства, с удивлением отмечает: произведением может быть все что угодно: и материальный объект, и жест, и поступок, и действие. Ракурс понимания в таком случае сдвигается с текста на художественное поведение. В литературе же концептуализм предполагает выход за пределы текста в сферу его функционирования, где на основе разыгрывания текста, его представления, комментирования создается концептуалистское произведение.

В русском (советском) искусстве концептуализм был своеобразной реакцией представителей культуры на тоталитарную действительность. 1970–1980-е гг. Главным и самым важным приемам концептуализма стала ирония. Концептуалисты развенчивали отечественных героев, разоблачали аскетов-патриотов, забавлялись поведением тех самых «выдающихся героев», которые стали дважды-трижды-четырежды героями Советского Союза, а также иронизировали над советским романтическим оптимизмом.

В 1970–1980-е гг. идеи концептуального искусства были близки Д. Пригову и Л. Рубинштейну. Окончание эры концептуализма происходит в 1990-е гг. в творческих поисках Т. Кибирова и С. Гандлевского.

Постмодернистский характер творчества поэта, идеи концептуализма, игровая концепция поэтики, использование «чужого слова», обращение к приемам интертекстуальности как феномену взаимодействия текста с семиотической средой – все эти черты обуславливают особый, пародийный, ироничный модус обращения поэта с традиционными идеалами и ценностями, самоироничность интонации, отрицание патетики, «разговорность» стиля, цитатную манеру.

Т. Р. СКРИПНИК

Беларусь, Пинск, ГУО «Средняя школа № 3 г. Пинска»

ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ МИР КНИГИ «ПАРАФРАЗИС»

Т. КИБИРОВА

Переустройство мира и смена культурных парадигм, ломка эпох и утверждение новых идеалов нашли воплощение в книге «Парафразис» (1996) Т. Кибирова. Соединение постмодернистской поэтики с поэтикой сентиментализма и реализма выражается в намерении лирического героя просвещать и проповедовать. Книга «Парафразис» организована ризоматически, но эта децентрированная модель состоит из частей с элементами традиционно прописанной идеи, претендующей на первенство. Эти фрагменты, как в калейдоскопе, организуются через заглавие и образ нарратора. В авторском предисловии есть предуведомление, что «Парафразис» «задумывался и писался как цельное, подчиненное строгому плану сочинение».

Текст книги обладает признаками интертекстуальности и устроен как нелинейное сложное целое, чтение которого возможно по произвольному сценарию. Основа текста – цикл «Памяти Державина». Он делится на две части включенной внутрь цикла поэмой «Солнцедар». Началом является посвящение «Игорю Померанцеву. Летние размышления о судьбах изящной словесности», завершает книгу стихотворение «Молитва», «Колыбельная для Лены Борисовой», «Двадцать сонетов к Саше Запоевой», поэма «Из Шилькова в Коньково». Эта причудливая система текстов – попытки автора создать произведения на основе «твердой» жанрово-стилистической формы, наполнив ее новым, особенным содержанием.

Автор смешивает фольклор, элементы древнерусской литературы и коды эстетики эпохи декаданса, цитаты из классических авторов, проводит ревизию тематических и проблемных схем, чтобы выяснить, что жизнеспособного осталось в закромах русской литературы. Немонополизированные ценности – античные, христианские, эпохи Возрождения, Просвещения, Нового времени, модерна и провозглашенные постмодернизмом – воспринимаются как одинаково ценные и необходимые. Поэт вычленяет из них прежде всего те, что относятся к категории общечеловеческих ценностей, и настаивает на их приоритете над идеологическими, классовыми, национальными и расовыми ценностями во имя сохранения мира на земле.

Т. Кибиров, по отзывам критиков, обращается к модели книги «Сестра моя – жизнь» Б. Пастернака, вслед за поэтом возвышая и одухотворяя саму жизнь, относясь к ней как священному явлению, славя ее в своем богослужении-«Парафразисе», предостерегая от злобы и катастроф.

[К содержанию](#)

Л. А. ТАРКИНА

Беларусь, Брест, ГУО «Средняя школа № 31 г. Бреста»

О ВОСПИТАТЕЛЬНЫХ ЦЕННОСТЯХ УРОКОВ РУССКОГО ЯЗЫКА И ЛИТЕРАТУРЫ

Перемены в общественной жизни привели к переосмыслению социальных функций системы образования, выдвинули воспитание как одну из важнейших стратегических задач. Перед образованием поставлена следующая стратегическая цель – воспитание в общественном сознании установок на толерантность и патриотизм, формирование национальной системы позитивных ценностей. Дополняя друг друга, обучение и воспитание служат единой цели: целостному развитию личности школьника.

Содержание воспитательной работы на уроке должно вытекать из содержания самого урока. Что должен сделать учитель, чтобы диалог на уроке состоялся? Очень важно уметь правильно поставить цель на каждом уроке. Из урока в урок, имея одну воспитательную цель, учитель ставит различные воспитательные задачи и указывает, через какие виды деятельности они могут быть достигнуты. Должна быть система воспитательных задач. Нужно помнить одно: цель должна быть конкретной и достижимой.

Не всякое содержание учебного занятия позволяет воспитывать, а лишь то, которое через вызов эмоций и субъективных переживаний затрагивает мотивационную сферу психики учащихся. Есть учебные предметы, содержание которых не поддается формализации и стандартизации. Примерами могут быть уроки русского языка и литературы.

Рекомендации по реализации воспитательного аспекта урока: при планировании урока учитывать диагностику уровня воспитанности ученика и класса в целом; продумывать виды деятельности учащихся на каждом этапе урока в связи с поставленными целями; осуществлять выбор оптимальных способов и приемов для начала урока; использовать на этапе актуализации инновационные технологии; использовать на уроке разные виды контроля, что позволит воспитывать ответственность, самостоятельность, критичность, коммуникабельность, трудолюбие; применять разные способы оценивания, что оказывает положительное воздействие на ребенка и в плане успеха в случае неудач; проводить этап рефлексии на каждом уроке, что позволит корректировать воспитательные задачи урока.

[К содержанию](#)

С. М. ШЧЭРБА

Беларусь, Брэст, Брэсцкі дзяржаўны ўніверсітэт імя А. С. Пушкіна

МЕТОДЫКА ПРАЦЫ СТУДЭНТАЎ-ФІЛОЛАГАЎ З НАВУКОВЫМ ТЭКСТАМ

Важная задача сістэмы вышэйшай адукацыі – фарміраванне культуры, уменняў і навыкаў навукова-даследчай працы студэнтаў, магістрантаў, аспірантаў. Пачатковым этапам у гэтым працэсе з’яўляецца праца з навуковымі крыніцамі. Чытанне і асэнсаванне навуковага тэксту – адна з важнейшых функцый пазнавальнай дзейнасці чалавека, скіраваная на засваенне навуковай інфармацыі з існуючых крыніц. Важна, каб студэнты, прыступаючы да працы з навуковай інфармацыяй, ведалі, што існуюць наступныя разнавіднасці чытання: *праглядавае* чытанне, сарыентаванае на папярэдняе азнаямленне з кнігай, на прагляд анатацыі, зместу, уступу, ключавых слоў, асобных частак раздзелаў; *азнаямляльнае* чытанне, якое прадугледжвае атрыманне агульных звестак пра змест тэксту і вызначэнне яго асноўнай ідэі; *паглыбленае* чытанне, якое заключаецца ў аналізе і ацэнцы навуковага тэксту (пры гэтым мэтазгодна выпісваць паняцці, новыя тэрміны з іх тлумачэннем, перачытваць асобныя часткі); *аналітыка-крытычнае, або творчае* чытанне, накіраванае на пастаноўку рознага тыпу пытанняў да тэксту, на сістэматызацыю і адбор навуковага матэрыялу.

Навуковы філалагічны тэкст, як правіла, утрымлівае значную колькасць тэрмінаў і паняццяў, што патрабуе ад студэнта звароту да дадатковых крыніц – слоўнікаў літаратуразнаўчых тэрмінаў, энцыклапедый, тлумачальных слоўнікаў. *Мэта працы з навуковым тэкстам* – папаўненне ведаў студэнтаў, выяўленне новай інфармацыі па праблеме даследавання і атрыманне новых ведаў. Вынікам разумення лічыцца *інтэрпрэтацыя* тэксту маладым даследчыкам, гэта значыць, яго ўменне выкласці сваё, адметнае бачанне і разуменне зместу і сэнсу прачытанага.

Працуючы з навуковым тэкстам, неабходна асэнсоўваць здабытую інфармацыю, абапіраючыся на раней атрыманыя веды і досвед, аналізаваць і параўноўваць меркаванні аўтара з уласнымі; карысна перачытваць найважнейшыя, на ваш погляд, мясціны тэксту і тыя, што не зусім зразумелыя, што выклікаюць пэўныя пытанні, і імкнуцца знайсці свой самастойны адказ на іх. Разуменне навуковага тэксту залежыць ад узроўню філалагічнай падрыхтоўкі студэнта, ад агульнай культуры асобы, а таксама ад складанасці, тэарэтычнай насычанасці самога тэксту. Важна, каб студэнт мог сам вызначыць навізну атрыманай інфармацыі, мажлівасць яе выкарыстання ва ўласных навуковых пошуках і практычнай дзейнасці.

РАЗДЕЛ 2 ИССЛЕДОВАНИЯ МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ

М. Балакирева

Беларусь, Брест, Брестский государственный университет
имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – канд. филол. наук, доцент И. А. Ворон

ОРНИТОЛОГИЧЕСКИЙ КОД ЛИРИКИ М. ЦВЕТАЕВОЙ

Многие поэты и исследователи (М. Л. Гаспаров, Е. Леенсон, Е. Кирьянова и др.), рассматривая поэзию М. Цветаевой, отмечают ее близость с поэтикой народных песен, с карнавальной традицией народной культуры. В творчестве поэтессы, как и в фольклоре, орнитологический код занимает важное место и является органической частью «ролевой», «игровой» лирики (М. Л. Гаспаров) Цветаевой, в которой момент метаморфозы, превращения человека в птицу становится характерным поэтическим приемом.

В фольклоре выделяются условно «нечистые» птицы (воробей, ворон, коршун, сорока, сыч, ястреб и др.) и «чистые» «птицы (голубь, аист, ласточка). У Цветаевой чаще всего встречаются образы голубя, которые обретают библейские смыслы (мира, вестника окончания хаоса): «В ворко-клекочущий зоркий круг – / Голуби встреч и орлы разлук // Ветвь или меч / Примешь из рук?; Дух святой – озерный голубь / Белый голубочек с веткой»; «За Отрока – за Голубя – за Сына/ За царевича младого Алексия...»; «На плече моем на правом / Примостился голубь-утро / На плече на моем на левом / Примостился филин-ночь». Среди других выделим образы лебедя («На страшный полет крещу Вас: “Мой выкормыш! Лебеденок! / Хорошо ли тебе лететь?», «Снежный лебедь / Мне под ноги перья стелет») и ворона: «Материнское мое благословение / Над тобой, мой жалобный / Вороненок».

М. Цветаева использует тип сравнения, свойственный народной традиции: «И я улицею – серой утицею / Через черную грязь – перепелицею / Под воротенку пойду – белой ласточкою / На широкий двор зайду – горностаюшкою / На крылечушко взлечу – ясным соколом...». Подобная форма сравнения предполагает нерасчленение мира людей и мира природы; это не просто грамматический прием – в нем отразилось традиционное для народной культуры представление о единстве этих двух миров, согласно которому происходящее в жизни людей подобно тому, что происходит в мире природы.

Н. И. ГОРБУНОВ

Беларусь, Брест, Брестский государственный университет
имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – канд. филол. наук, доцент С. С. Клундук

**ЯЗЫКОВАЯ ИГРА В СОВРЕМЕННЫХ РЕКЛАМНЫХ
МЕДИАТЕКСТАХ**

Языковая игра – это использование в текстах особых приемов и языковых средств с целью эффективной передачи информации и манипулирования аудиторией. Приемы языковой игры являются действенным инструментом маркетинга, к которому стремятся прибегнуть специалисты. Эти приемы придают текстам остроумие и креативность, делая сообщения более привлекательными и уникальными, помогают создать неповторимую атмосферу и ассоциации у адресата, что способствует лучшему запоминанию рекламных сообщений.

Языковая игра активно демонстрируется в современных рекламных медиатекстах, особенно в заголовках и подзаголовках. В медийных текстах данное явление может проявляться через творческое использование фраз и выражений, благодаря которым возникают неожиданные ассоциации. Чаще всего с целью игры слов авторы используют прием деформации известных фраз. Данный прием демонстрирует изменение паремиологических единиц, в частности, усечение либо добавление элементов, замену слов, вкрапление орфографических и графических средств и нередко кардинальное изменение первоначального значения аутентичной единицы, что создает особый эффект воздействия на восприятие читателем.

В последнее время особенно в рекламной коммуникации актуален прием графического искажения части слова, который используется в основном для акцентирования внимания на ключевой единице высказывания. Нередко применяется сочетание несочетаемых понятий, создающее интригующий эффект. С целью создания двузначности употребляется паронимическая аттракция.

Таким образом, языковая игра в рекламных текстах является эффективным инструментом не только для привлечения внимания читателя, но и для формирования его позитивного восприятия и интерпретации материала.

[К содержанию](#)

К. П. ГРИНКЕВИЧ

Беларусь, Брест, Брестский государственный университет
имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – канд. филол. наук, доцент С. С. Клундук

**СТРУКТУРНО-СТИЛИСТИЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ЗАГОЛОВКОВ ТЕКСТОВ В ВЕБ-ЖУРНАЛИСТИКЕ**

Основная цель веб-заголовка в современных медиатекстах – в лаконичной форме передать содержание представленного материала, а также, используя разные лингвостилистические и графические средства, привлечь внимание к публикации и побудить адресата к прочтению текста. В условиях современной изменчивой медиасреды актуальным остается вопрос изучения структурных и лингвостилистических особенностей заголовков. Эмпирической базой нашего исследования послужили материалы, опубликованные на информационном портале kamenec.by и на сайте сетевого издания zarya.by за апрель 2024 года.

Анализ публикаций информационного портала Каменецкого района kamenec.by показал, что структура заголовков текстов зависит от цели материала, его жанровой модели, объекта и предмета описания и характеризуется следующими основными чертами: 1) в заголовках преимущественно используются простые двусоставные предложения, повествовательные по цели высказывания и невосклицательные по эмоциональной окраске. В исключительных случаях заголовки являются вопросительными или побудительными; 2) практически всегда заголовки содержат второстепенные члены предложения, предоставляющие дополнительные сведения об объекте журналистского описания; 3) в качестве заголовка может использоваться цитата, известная или неизвестная и в некоторых случаях содержащая определенную экспрессию; 4) с целью лаконичности и экономии средств часто в заголовочных конструкциях применяются сокращения, причем, как правило, знакомых читателю словосочетаний.

Большинство заголовков на сайте областной газеты «Заря» (сетевого издания zarya.by) являются информационными (хедлайновыми), представлены простыми двусоставными, но развитыми предложениями, которые содержат более семи слов. Между тем иногда применяются и сложные, преимущественно бессоюзные, предложения. Обращение к стилистическим средствам выразительности на площадке издания zarya.by допускается только в тех случаях, когда это уместно, логически оправдано и не противоречит основной мысли и жанровой модели текста. Примеры такого типа заголовков встречаются в материалах блока «Проекты “Зари”».

[К содержанию](#)

П. А. ГОРЩАРИК

Беларусь, Брест, Брестский государственный университет
имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – канд. филол. наук, доцент Л. В. Скибицкая

**INSTAGRAM-АККАУНТ В СТРАТЕГИИ
ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ БРЕНДА
(на материале аккаунта «Савушкин продукт»)**

Анализ Instagram-профиля «Савушкин продукт» показывает, что стратегия взаимодействия бренда с аудиторией ориентирована на трансляцию ценностей и преимуществ своей продукции через разнообразные формы контента.

Отображение продукции через качественные фотографии и подробные описания является фундаментом для привлечения внимания к бренду. Демонстрация новинок и популярных товаров призвано стимулировать аудиторию к действиям (приобретение товара). Включение новых продуктов мотивирует подписчиков следить за обновлениями бренда, чтобы первыми узнавать о новинках и специальных предложениях.

Представление кулинарных рецептов служит не только демонстрацией использования продукции «Савушкин продукт», но и вдохновляет аудиторию на эксперименты в кулинарии. Это дает подписчикам причину чаще использовать продукты бренда, способствуя повторным покупкам.

Поделиться достижениями и расширением рынков сбыта с подписчиками помогает построить доверие и убедительность бренда. Этот тип контента подчеркивает надежность и качество продукции, усиливает лояльность существующих клиентов и привлекает новых.

Активное взаимодействие с аудиторией через сториз, комментарии и лайки создает сильное сообщество вокруг бренда. Это позволяет подписчикам чувствовать свою важность, что значительно увеличивает их вовлеченность и вклад в продвижение продуктов. Предоставление полезной информации о преимуществах молочной продукции позиционирует «Савушкин продукт» как эксперта в своем деле и просвещает аудиторию о пользе продуктов для здоровья. Это укрепляет доверие и реально влияет на выбор потребителей.

Instagram-аккаунт «Савушкин продукт» выполняет важную роль в стратегии маркетинга бренда, активно вовлекая и информируя аудиторию. Благодаря сбалансированному сочетанию продуктового показа, кулинарного контента, историй успеха и интерактивности, удалось создать вовлекающую и образовательную платформу, которая содействует укреплению лояльности и расширению рынка сбыта продукции.

[К содержанию](#)

Д. Ю. КАСПИРОВИЧ

Беларусь, Брест, Брестский государственный университет
имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – канд. филол. наук, доцент Л. В. Скибицкая

ГЕНДЕРНО-ОРИЕНТИРУЮЩАЯ ФУНКЦИЯ РЕКЛАМЫ

Понятие «гендер» описывает социальные и культурные роли мужчин и женщин в определенном обществе в определенный историко-культурный период. Следовательно, гендер (в отличие от пола) подвержен изменениям.

Гендерные роли и нормы включают в себя ожидания и стереотипы, связанные с поведением, выражением, интересами и обязанностями мужчин и женщин. Например, в некоторых обществах мужчины ожидают быть сильными, агрессивными и заниматься физическим трудом, тогда как женщинам часто предписывается быть заботливыми, эмоциональными и заниматься домашними обязанностями. Однако эти роли и нормы могут меняться и варьироваться в разных контекстах.

В современном обществе реклама играет значительную роль в формировании гендерных стереотипов. Несмотря на прогресс в борьбе за гендерное равенство, многие рекламные кампании до сих пор используют устаревшие образы, которые укрепляют стереотипные представления о ролях и характеристиках полов.

Выделяют три группы гендерных стереотипов (И. В. Сидорская и А. Раду): стереотипы относительно внутренних качеств и поведения мужчин и женщин, связанные с закреплением определенных ролей в обществе в зависимости от пола; с представлениями о различиях в содержании труда между мужчинами и женщинами.

Эти гендерные стереотипы, например, транслирует реклама жевательных резинок Dirol – «для него и для неё». В ролике герои перепутали «женский» и «мужской» Dirol и поменялись ролями. Мужчин изобразили за мытьем посуды, укладкой волос и рыдающими перед телевизором, а женщину в рабочей одежде с инструментами и испачканным лицом. Слоган «Смотри не перепутай» закрепляет строгое разграничение гендерных «ролей». В то же время можно привести примеры рекламы, преодолевающей гендерные стереотипы: Nike «Dream Crazier», Pantene «Labels Against Women», Campbell's Soup «Real, Real Life» или ФрутоНяня.

Как видим, реклама может как транслировать, так и преодолевать гендерные стереотипы.

[К содержанию](#)

С. А. КРАВЧУК

Беларусь, Брест, Брестский государственный университет
имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – канд. филол. наук, доцент С. С. Клундук

СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ БЕЛОРУССКИХ БРЕНДОВ

Целенаправленная реализация коммуникативных стратегий при создании и продвижении контента брендов имеет ключевое значение для привлечения внимания потенциальных покупателей. Эффективное использование различных платформ для коммуникации с аудиторией играет важную роль в формировании положительного имиджа бренда и установлении долгосрочных отношений с клиентами. Изучение специфики коммуникативных стратегий, применяемых в создании контента и продвижении автомобильной площадки «Av.by» и торговой сети «Евроопт» в блогосфере, позволяет выделить несколько ключевых выводов.

Продвижение контента автомобильной площадки «Av.by» и торговой сети «Евроопт» в блогосфере, как и других компаний, требует использования различных коммуникативных каналов и инструментов, например, социальных сетей, блогов, видео- и фотоматериалов, онлайн-рекламы и т. д. Это позволяет расширить аудиторию, привлечь новых пользователей и укрепить позиции брендов на рынке товаров и услуг.

Торговая сеть «Евроопт», как и автомобильная площадка «Av.by», использует интегрированные маркетинговые коммуникации, рекламную, цифровую, событийную и PR-стратегии, хотя реализуются они в разной степени. Благодаря созданию уникального контента, активному взаимодействию с аудиторией и использованию современных коммуникативных техник, «Евроопт» может продолжить удерживать лидирующие позиции в конкурентной среде на рынке розничной торговли.

Создание качественного и информативного контента об автомобилях и в целом по автотематике является основой успешной коммуникации с аудиторией компании «Av.by». Она представляет актуальную информацию, обзоры и сравнения автомобилей, новости автопрома и другие материалы, которые интересны потенциальным покупателям и автолюбителям.

Таким образом, специфика коммуникативных стратегий создания и продвижения контента автомобильной площадки «Av.by» и торговой сети «Евроопт» в современной блогосфере заключается в качественном и информативном контенте, использовании разнообразных инструментов во взаимодействии с аудиторией.

[К содержанию](#)

М. О. КУЗЬМИНА

Беларусь, Брест, Брестский государственный университет
имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – канд. филол. наук, доцент Л. В. Скибицкая

**МЕДИАРИЛЕЙШНЗ КАК СФЕРА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
PR-СПЕЦИАЛИСТА**

Для успешной деятельности любой организации, независимо от формы собственности и видов деятельности, необходимо осуществлять эффективную информационную политику как в тактическом, так и в стратегическом плане. В этом плане большое значение имеют отношения между средствами массовой информации и PR. О важности этого направления свидетельствует, например, тот факт, что 80 % всей работы в PR-структурах приходится на взаимодействие с журналистами и подготовку публикаций.

Media Relations – часть Public Relations, которая фокусируется на выстраивании связей со средствами массовой информации. Это процесс управления отношениями между компанией и средствами массовой информации, система контролируемых отношений со СМИ. Цель этой системы – поддерживать имидж и репутацию организации или ее лидера.

Эксперты (А. Н. Назайкин, например) выделяют несколько ключевых направлений в этой сфере: планирование, организация мероприятий и событий для массмедиа; разработка партнерских программ с массмедиа; обеспечение согласованности в публикациях; проведение всесторонних медиакампаний в интернет-СМИ; создание профессионального копирайта, включая сценарии, статьи, презентации и другие тексты

Формы взаимодействия PR со СМИ выстраивают как через необычные форматы (коллаборации, совместные исследования), так и через традиционные пресс-релизы, экспертные статьи, репортажи и интервью.

Из-за профессиональных различий между PR-специалистами и журналистами могут возникать взаимные претензии и конфликты, избежать которых можно, придерживаясь принципов доверительности (выстраивать взаимодействие со СМИ на взаимном доверии, выбирать издания, чьи ценности коррелируют с ценностями компании), достоверности (компания предоставляет СМИ настоящие данные о своей деятельности, заботясь о своей репутации); соблюдения двусторонних интересов (взаимодействие должно быть выгодно для обеих сторон).

[К содержанию](#)

М. Г. ЛАБАЙ

Беларусь, Брест, Брестский государственный университет
имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – канд. филол. наук, доцент О. Н. Ковальчук

ИСТОРИЯ СТАНОВЛЕНИЯ БЕЛОРУССКОЯЗЫЧНЫХ ПЕРЕВОДОВ ЛИРИКИ С. ЕСЕНИНА: ОТ ПЕРВЫХ ПРОБ К СБОРНИКУ «ВЫБРАНАЕ»

История белорусских переводов С. Есенина насчитывает практически целое столетие. По утверждению современных исследователей (П. Радечко, И. Лаптенюк), работу над переводами есенинской лирики начал В. Дубовка, опубликовав в 1925 г. в газете «Советская Беларусь» перевод стихотворения «Персидский мотив». Однако номера газеты за 1925 год не сохранились, среди стихотворений С. Есенина нет произведения с заглавием «Персидский мотив». Кроме того, обращаясь к переводческой деятельности В. Дубовки, мы не обнаружили среди его работ более поздние переводы есенинских текстов. Данные факты вынуждают нас отказаться от утверждения о том, что впервые стихи С. Есенина были переведены В. Дубовкой.

Говоря о первых переводах лирики С. Есенина, целесообразным представляется опираться на имя Алеся Дударя, переведшего есенинское стихотворения «Русь советская». Точная дата создания перевода неизвестна, но выбор стихотворения А. Дударом позволяет предположить, что перевод выполнен после возвращения поэта из заключения.

В 1926 г., после выхода статьи Л. Сосновского «Развенчайте хулиганство» начала формироваться антиесенинская пропаганда, в результате чего имя поэта было забыто на официальном уровне на три десятилетия, а реципиенты его творчества осуждались за антисоветскую, контрреволюционную деятельность. Это осложнило публикацию белорусских переводов лирики С. Есенина

Открыто выражать интерес к творчеству С. Есенина в БССР начали в 1970-е гг. Этот период по праву можно назвать рассветом интереса к есенинской лирике среди белорусских поэтов. В эти годы были опубликованы переводы Ю. Гаврука, Я. Пуши, А. Кулешова, Г. Барадулина.

Особый интерес для есениноведов представляют переводы А. Кулешова и Г. Барадулина, поскольку они были включены в единственную на сегодня книгу переводов «Сяргей Ясенін. Выбранае. Вершы і паэма», в котором представлен 61 поэтический текст

[К содержанию](#)

В. А ЛИХТАР

Беларусь, Брест, Брестский государственный университет
имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – канд. филол. наук, доцент С. С. Клундук

**ВНЕДРЕНИЕ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ В ТЕКСТЫ РЕКЛАМНЫХ
ВИДЕОРОЛИКОВ**

В современном мире аудиовизуальная реклама является незаменимой составляющей маркетинговых стратегий. В данном ключе качество такого рода контента играет решающую роль. Оно включает в себя не только технические возможности, но также креативное исполнение идеи. Повышению эффективности аудиовизуальной рекламы способствуют фразеологические выражения, поскольку они легко вспоминаются или же откладываются в памяти зрителей. Контент-анализ рекламных видеороликов, вышедших в прокат с 2020 по 2024 годы, предоставил возможность сформулировать определённые выводы по внедрению и использованию фразеологических единиц.

Зачастую рекламисты внедряют в рекламные сообщения аутентичные фразеологизмы, что подразумевает их применение в первоизданном виде. Причиной тому может служить мнение специалистов о том, что именно такие фразеологизмы позволяют беспрепятственно вызывать в мыслях целевой аудитории смысловые ассоциации, вырабатывать у неё ощущение принадлежности к определённой культуре или социальной группе.

Не менее популярными в рекламной коммуникации являются фразеологизмы, обыгрывающие имя бренда (в устойчивое сочетание вводится название компании). Такие единицы создают игровой и легко запоминающийся контекст, который ассоциируется с продуктом или услугой, способствуют установлению эмоциональной связи с аудиторией и повышению интереса к рекламируемому продукту.

В рекламных видеороликах изредка встречаются трансформированные. Причиной нераспространенности таких выражений зачастую становится риск непонимания зрителями итогового сообщения, что в свою очередь способно значительно снизить эффективность коммуникации. Также это можно объяснить дополнительными усилиями, которые требуются от специалиста при создании и внедрении таких фразем в рекламное сообщение.

Таким образом, в рекламные видеоролики с целью вызова эмоциональной реакции, повышения уникальности и запоминаемости, привнесения глубоких ассоциаций фразеологизмы могут вводиться несколькими способами.

В. А. ЛИХТАР

Беларусь, Брест, Брестский государственный университет
имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – канд. филол. наук, доцент С. С. Клундук

ПРИЕМЫ ЯЗЫКОВОЙ МАНИПУЛЯЦИИ В АУДИОВИЗУАЛЬНОЙ РЕКЛАМЕ

Одним из мощных инструментов, используемых для достижения рекламных целей, выступает языковая манипуляция. Её приёмы эффективно воздействуют на эмоциональное и психологическое состояние потребителей, обеспечивая не только желаемую реакцию, но и углубленное восприятие бренда или его продукта. Изучение слоганов и избранных фрагментов, являющихся частью рекламных роликов, выпускаемых для русскоязычного пространства с 2019 по 2024 гг., даёт основания для формулирования некоторых выводов.

Создатели рекламных роликов часто задействуют разнообразные лексико-фразеологические средства для усиления эмоциональной отзывчивости и запоминаемости. Наиболее востребованными для такого рода сообщений становятся эпитеты-определения, метафоры, сравнения, гиперболы, а также переосмысленные паремнологические единицы, обыгрывающие имя бренда и его составляющие.

Графическое и орфографическое оформление также является немаловажным аспектом в аудиовизуальной рекламе, поскольку обеспечивает чёткость и эффективность передачи сообщения, захватывая внимание целевой аудитории и создавая выигрышное представление о товаре или услуге. Фонетические и орфоэпические средства облегчают восприятие и укрепляют эмоциональную связь с потребителем, увеличивая вероятность успеха рекламных кампаний.

В аудиовизуальных рекламных сообщениях используются все части речи, однако фаворитами для рекламистов остаются существительные, прилагательные и глаголы. При этом специалисты прилагают немалые усилия для превращения слов в яркие образы и запоминающиеся выражения. Различные синтаксические структуры, а также пунктуационные приёмы, включающие паузы, умолчание, вопросительные и восклицательные конструкции, способны усилить эмоциональную силу рекламного продукта.

Таким образом, суть языковой манипуляции в аудиовизуальной рекламе заключается в использовании различных языковых приёмов с целью убеждения, воздействия на эмоции и поведение целевой аудитории.

[К содержанию](#)

И. А. ЛОБКО

Беларусь, Брест, Брестский государственный университет
имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – канд. филол. наук, доцент Л. В. Скибицкая

**ТВОРЧЕСТВО Ю. П. КАЗАКОВА В ШКОЛЬНОМ КУРСЕ
ЛИТЕРАТУРЫ**

Творчество Ю. П. Казакова изучается в 8 классе учреждений общего среднего образования в рамках раздела «Литература второй половины XX века. Поэзия и проза 50–90-х годов». Для изучения предлагается рассказ «Голубое и зеленое», повествующий о первой школьной любви. Школьная программа отводит на изучение произведения 3 часа.

На первом уроке осмысливается биографический материал – «Слово о писателе. Ю. П. Казаков о писательском труде». Как правило, вводный урок имеет лекционный характер. Учитель знакомит учащихся с личностью писателя. Важно во вступительном слове акцентировать внимание учащихся на роли писателя в развитии русской новеллистики, на его личной программе «возрождения» русского рассказа. Кроме того, приводя высказывания Ю. П. Казакова о писательском труде, необходимо подчеркнуть сложность писательского пути самого автора, отсылая учащихся к знаковым фактам его биографии.

Второй и третий уроки посвящены работе с текстом казаковского рассказа «Голубое и зеленое». Ключевые позиции, которые предложены в программе, касаются тематико-проблемного поля (Проблема нравственного потенциала личности и жизненного выбора. Любовь как открытие мира), а также стилевой манеры автора (лиризм рассказа).

Для осмысления связей литературы с другими видами искусства рекомендуется просмотр и обсуждение одноименного короткометражного фильма, поставленного В. С. Гресем в 1970 году по мотивам рассказа Ю. П. Казакова. На наш взгляд, это удачный выбор как в плане «объема», так и в перспективах сопоставления литературного и кинообразов.

Благодаря школьной программе, рассказ «Голубое и зеленое» для многих читателей остается «визитной карточкой» Ю. П. Казакова. Между тем для учащихся были бы интересны и другие произведения писателя, демонстрирующие многообразие его эстетических поисков, например, художественно-биографический рассказ «Звон брегета», посвященный М. Ю. Лермонтов, или мифологический рассказ «Кабиасы». Эти произведения учитель может предложить для дополнительного чтения.

[К содержанию](#)

В. В. МАЗУРУК

Беларусь, Брест, Брестский государственный университет
имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – канд. филол. наук, доцент И. А. Ворон

**ПОНЯТИЕ «КОНЦЕПТ» В ЛИТЕРАТУРОВЕДЧЕСКОМ
ДИСКУРСЕ**

Понятие «концепт» в литературе чаще всего относится к индивидуальному сознанию автора произведения, включает его индивидуальное восприятие вещей и явлений окружающего мира. Ю. С. Степанов понятие «концепт» в широком смысле относит, наряду с культурой, к двум основным метаконцептам. Он утверждает, что «концепт – это как бы ступок культуры в сознании человека; то, в виде чего культура входит в ментальный мир человека. И, с другой стороны, концепт – это то, посредством чего человек <...> сам входит в культуру, а в некоторых случаях и влияет на нее». Таким образом, система концептов представляет собой некую смысловую базу мировоззрения каждого отдельного человека и одновременно является маркером принадлежности и понимания некой культуры.

Система информации о мире представляет собой концептуальную систему, т.е. систему, конструируемую человеком как членом определенной когнитивной и культурной общности. В построении таких систем естественный язык играет существенную, хотя и не исключительную роль. Соотнесение языка и окружающей действительности, осуществляемое концептуальной системой, есть, по сути дела, кодирование языковыми средствами определенных фрагментов концептуальной системы. При этом, «данная тенденция распространяется и на поле дискурса».

Можно сделать вывод, что концептуальная сфера – это когнитивная основа мышления, структурированный набор понятий, присущих определенному народу. Поэтому основной задачей исследователя литературного произведения должно быть выявление смысловых понятий текстового материала, соотнесение их с концептуальной сферой произведения в целом и культурой нации, а также с мировоззрением автора.

На продуктивность тех или иных концептов оказывает влияние историческая эпоха. Так, в творчестве поэтов Серебряного века русские образы и картины, национальная культура увидены сквозь призму концептов дороги, пути, дома, которые определяют «когнитивное пространство» поэзии данного периода в целом. Тексты Н. Гумилева, М. Цветаевой, С. Есенина, впитавшие глубокое и многогранное «я» художника, позволяют увидеть многообразие образных воплощений дороги, пути и странствия.

А. В. МОЙСЕЙЧУК

Беларусь, Брест, Брестский государственный университет
имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – канд. филол. наук, доцент Л. В. Скибицкая

**ТЕХНОЛОГИИ ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ
В РЕКЛАМЕ**

Анализ научной литературы дает основание нам сделать вывод о том, что одним из ключевых факторов, влияющих на эффективность рекламного объявления, является выбор правильной коммуникативной стратегии, которая прямо или косвенно связана с эффектами психологического воздействия. Феномен психологического воздействия обусловлен тем, что каждый человек выступает одновременно как субъект и объект различных видов воздействий, а это требует от него знаний, умений и навыков для адекватной оценки поступающей информации.

Психологическое воздействие в рекламе является одной из составляющей коммуникативной стратегии, направленной на установление связи с целевой аудиторией и вызов ее реакции на рекламируемый продукт или услугу. Использование психологических приемов и методов позволяет создать эмоциональный эффект или влиять на мотивацию потребителей, что способствует повышению эффективности рекламной кампании и достижению поставленных целей. Поэтому психологическое воздействие в рекламе является неотъемлемой частью коммуникационного процесса, который основывается на взаимодействии между отправителем и получателем сообщения.

Для классификации методов психологического воздействия можно применять несколько критериев, включая критерий психологической опасности/безопасности. Понятие *безопасность* подразумевает отсутствие опасностей или наличие возможности надежной защиты от них, в то время как *опасность* относится к наличию и действию различных факторов, которые могут быть дисфункциональными или деструктивными по отношению к системе. Такие факторы способны не только нарушить нормальное функционирование системы, но и привести к ее уничтожению.

В рекламной деятельности используются преимущественно два типа коммуникативных технологий: безопасные и потенциально опасные (по терминологии И. В. Дзялошинского). В первом случае рекламодаделец использует такие технологии, которые не причиняют ущерба здоровью и интересам потребителей, а во втором – технологии, в рамках которых аудитория может подвергаться манипуляциям.

[К содержанию](#)

В. И. МОРОЗОВ

Беларусь, Брест, Брестский государственный университет
имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – канд. филол. наук, доцент С. С. Клундук

**ПРЕЦЕДЕНТНЫЕ ФЕНОМЕНЫ В ЗАГОЛОВКАХ ТЕКСТОВ
СОВРЕМЕННЫХ РЕГИОНАЛЬНЫХ СМИ**

Прецедентные феномены в массовой коммуникации содействуют активизации ассоциативно-образных способностей мышления и эффективности передачи информации, помогают индивидуально-авторской интерпретации, направлены на сохранение и развитие культурного наследия, обогащение языкового сознания и более глубокое понимание истории, искусства и литературы.

Прецедентные феномены в заголовках региональных изданий («Вечерний Брест», «Заря», «Брестский вестник», «Навіны Камянеччыны», «Наш Край») выполняют ряд важных функций: привлечение внимания, создание ассоциативных связей, упрощение восприятия информации, формирование ожиданий, эмоциональное воздействие, обогащение текста и создание отсылок к другим текстам, событиям и явлениям. Они помогают медийному тексту выделиться на фоне информационного шума и углубляют взаимодействие читателя с текстом и его содержанием.

Источниками прецедентности являются фразеологизмы, литературные цитаты, пословицы и крылатые выражения, а также отсылки к фильмографии, живописи, музыке, спорту, что позволяет авторам заголовков не только укреплять связь с культурными кодами и языковыми образами, но и обогащать текст, делая его более глубоким и многогранным. В большинстве случаев первоначальные, аутентичные фразы креативно трансформируются, поскольку классические феномены перестают привлекать внимание и стимулировать к прочтению материала. Использование в заголовках региональных СМИ преобразованных прецедентных феноменов отражает стремление авторов к инновациям в языке, к поиску новых форм и методов выражения мысли. Это свидетельствует о желании не только информировать, но и вовлекать читателя в процесс взаимодействия с текстом, предлагая ему активную роль в интерпретации и понимании материала.

Эффективное использование прецедентных феноменов в заголовках региональных СМИ требует от авторов не только творческого подхода, но и глубокого понимания культурных контекстов и характера аудитории, что делает их мощным инструментом в руках медиаспециалистов для достижения значимого воздействия и установления связи с аудиторией.

Р. И. РОДЦЕВИЧ

Беларусь, Брест, Брестский государственный университет
имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – канд. филол. наук, доцент Л. В. Скибицкая

**ТВОРЧЕСТВО А. А. ФЕТА
В ШКОЛЬНОМ КУРСЕ ЛИТЕРАТУРЫ**

К наследию А. А. Фета школьная программа обращается несколько раз. Так, лирика поэта изучается в 5-м классе в рамках темы «Русские поэты XIX в. о природе»: «выразительность и образность стихотворений. Изменчивость и динамичность природы. Глубокие раздумья о жизни и человеке» осмысливаются на материале стихотворений А. С. Пушкина, Ф. И. Тютчева и А. А. Фета. Знакомство с творчеством поэта продолжается в 6 классе, а потом в 10 классе.

Задачи всесторонне и глубоко рассмотреть творчество А. А. Фета в среднем звене, разумеется, не ставится. В 5-м классе необходимо помочь учащимся постигнуть сущность пейзажной лирики, показать выразительность и образность стихотворений, изменчивость и динамичность природы на материале сравнения стихотворений А. С. Пушкина, Ф. И. Тютчева и А. А. Фета. В 6-м же классе, помимо демонстрации единства пейзажа и состояния человеческой души, отмечается такая особенность фетовской поэтики, как передача красоты каждого мгновения, роль звукописи в его стихотворениях. Представляется важным показать основные особенности фетовской программы «чистого искусства» в сопоставлении, тем более что учащиеся знакомились накануне с творчеством Н. А. Некрасова.

На уроках литературы в старшем звене важно расширить представление о литературной репутации А. А. Фета. В программе рекомендованы следующие аспекты: «А. А. Фет – “поэт мгновения”». Слияние внешнего и внутреннего мира в его лирике. Изображение тончайших оттенков переживаний, воссоздание мимолетных настроений человека, остро чувствующего красоту мира, радость жизни, счастье любви. Изобразительность и музыкальность поэзии А. А. Фета. Теория литературы. Черты импрессионизма в лирике А. А. Фета». Между тем нет акцента на биографии автора (в отличие от Ф. И. Тютчева, беседа по творчеству которого предваряется очерком его жизни и творчества), жизнь которого была полна драм и переживаний и во многом объясняет его концепцию «чистого искусства». Можно также предложить учащимся подготовить небольшое сообщение о прозе А. А. Фета, расширив традиционные представления об этом авторе.

[К содержанию](#)

В. Д. САХАРЧУК

Беларусь, Брест, Брестский государственный университет
имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – канд. филол. наук, доцент И. А. Ворон

**ФУНКЦИИ СНА ОБЛОМОВА ПРИ ИЗУЧЕНИИ РОМАНА
И. А. ГОНЧАРОВА В 10-М КЛАССЕ**

Сны Обломова – значимые эпизоды романа И. А. Гончарова, так как в них раскрывается специфика психологического формирования главного героя. Данное повествование составляет всю девятую главу и является законченным «текстом в тексте», имеющим трехчастную структуру и требующий особого внимания учащихся.

В первом сне Обломова, который можно озаглавить как «сон-сладостное воспоминание о детстве», все природные стихии находятся в состоянии спокойствия, радуящем человека. Мир Обломовки подобен библейскому раю, преодолеть рамки которого местные жители не хотят. Сведений об остальном мире у них было мало, поэтому земля, находившаяся за Москвой и Петербургом, приобретала в их сознании пугающее мифологическое представление. Самому Обломову во сне около семи лет. Он еще питает живой интерес к миру, однако окружающие пытаются заглушить стремления ребенка, отгородить его от реального мира. Сон Обломова заканчивается поздним вечером, когда маленький Илья засыпает в своем же сне, что придает сну Обломова трехчастную структуру «сон во сне».

Во втором сне зимним вечером няня рассказывает Илье о сказочной стране, подобной обломовщине. Поэтому, будучи взрослым, он грустит о том, что «сказка не жизнь, а жизнь не сказка». А также описывается мифологическое сознание обитателей деревни: они боятся грозы, домового, ветра в трубе, верят в приметы, оборотней, мертвецов, ведьм, продолжая транслировать ребенку множество различных страхов перед реальностью.

В третьем сне Илье тринадцать-четырнадцать лет – новый этап в формировании сознания человека (период сепарации). Илье приснился большой диван в гостиной родителей, который станет неотъемлемым атрибутом жизни Обломова в будущем и является символом его нежизнеспособности.

Мотив сна в романе И. А. Гончарова «Обломов» используется для ретроспекции, раскрывая читателю специфику формирования характера главного героя, а также демонстрируя причину появления «обломовщины» в обществе. В романе реалистический принцип психологизма сочетается с мифологическим сознанием, погубившим жизненные силы Ильи Ильича.

Н. В. ТЕПУН

Беларусь, Брест, Брестский государственный университет
имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – канд. филол. наук, доцент Л. В. Скибицкая

ТВОРЧЕСТВО А. И. КУПРИНА В ШКОЛЬНОМ ИЗУЧЕНИИ

Творчество Александра Ивановича Куприна занимает особое место в русской литературе, поэтому его произведения находят отражение в школьной программе. Согласно программам по учебному предмету «Русская литература» творчество А. И. Куприна изучается лишь в 6 и 9 классах (в целом это 4 часа), в 5 и 6 классах рассказы писателя включены в список для дополнительного чтения. Творческие искания прозаика представлены рассказами «Тапер» и «Гранатовый браслет», которые изучаются детально на уроках литературы, и рассказами «Чудесный доктор» и «Белый пудель» (в рамках дополнительного чтения). Факты творческой биографии писателя осмысливаются в 6-м («Слово о писателе») и 9-м («Очерк жизни и творчества») классах, что дает возможность учителю выстроить траекторию знакомства с наследием автора.

В процессе изучения рассказа «Тапер» в 6-м классе решается целый ряд важных задач, прежде всего воспитательных, потому что данный текст способствует формированию у учащихся эстетического вкуса, а также осмысления важнейших аксиологических вопросов. Центральным персонажем рассказа является юный музыкант, который становится символом соединения скромности и одаренности, застенчивости и чувства собственного достоинства. Этот образ не просто портрет талантливого мальчика, но и отражение самого Куприна, который также был одаренным человеком, но при этом скромным и застенчивым.

Рассказ «Тапер» создает благодатную почву для реализации метапредметных связей: по отношению к музыке проверяются нравственные качества персонажей, выявляется отношение к ним автора. Кроме того, на этих уроках органично будет обращение к музыкальным произведениям, звучание которых может как предварять, так и финализировать беседу по купринскому рассказу.

Традиционно благодатную реакцию вызывает у учеников рассказ-повесть «Гранатовый браслет» (не случайно он так часто инсценируется в школьных театрах). История трагической любви выступает камертоном нравственного чувства девятиклассников и надолго формирует их теплое отношение к автору, ее создавшему.

[К содержанию](#)

А. А. ХОМИЧ

Беларусь, Брест, Брестский государственный университет
имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – канд. филол. наук, доцент О. Н. Ковальчук

ФУНКЦИОНАЛЬНОСТЬ МОТИВА СНА В РУССКОЙ ЛИТЕРАТУРЕ XIX ВЕКА

Реализация мотива сна в литературе – явление достаточно древнее. Чаще всего в более ранних текстах исторического и художественного характера подобные мотивы присутствуют в сопряжении с перспективой. Литературоведением XX в. сны нередко рассматриваются как отражение подсознательных желаний (наследие психоаналитической критики), в связи с чем наличие соответствующих мотивов может быть истолковано как интенция писателя выразить сокровенное: желания, страхи, фантазии и пр. Сны в таком случае выполняют функцию специфического языка, кода, предлагающего неограниченные возможности для творчества человеческого разума, а вернее – интерпретации им действительности.

Функциональность мотива сна довольно широка как в мировой, так и в русской литературе. Сны репрезентативны для различных художественных жанров. Они могут служить ключевым сюжетным элементом, использоваться для создания драматических поворотов и интенсификации напряжения в развитии действия. Сны также часто выступают в качестве символических образов, которые отражают эмоциональное состояние персонажей или передают основные темы произведения. Писатель, раскрывая внутренний мир персонажей через мотив сна, дает читателю возможность более глубоко понять их мысли, чувства, мотивацию (например, сон Татьяны в «Евгении Онегине»). Сон может служить и способом создания необычных, фантастических сюжетов, в которых «сонные» миры становятся альтернативной реальностью. Мотив сна может быть представлен в различном «объеме»: как упоминание сна; как структурный элемент, который вносит изменения в общий сюжет или композицию произведения; как целые главы, показывающие отдельные сны, создающие картину иллюзорного мира. В русской литературе XIX в. мотив сна оказывается довольно частотным и в различных своих вариациях обладает развернутой символикой, позволяющей интерпретировать как внутренние особенности психики героев, так и их обусловленность средой в случае реалистической литературы (например, сны Обломова и др.). Многомерность функций мотива сна приводит к потенциальной возможности обновлять его толкования в художественной литературе.

К. Н. ЧЕШКО

Беларусь, Брест, Брестский государственный университет
имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – канд. филол. наук, доцент И. А. Ворон

**СПЕЦИФИКА МОДЕЛИ ПРОСТРАНСТВА
В ХУДОЖЕСТВЕННОМ ТЕКСТЕ**

Под пространством обычно понимается объективная реальность, априорная форма чувственности, форма существования материи, характеризующаяся протяженностью и объемом. Категория пространства является важным феноменом в художественном произведении и играет значительную роль в его визуальном воздействии на зрителя или читателя. Оно может быть представлено на холсте, в книге, на сцене или в любой другой форме художественного выражения.

Пространство обладает различными характеристиками, совокупность которых создает специфику его конструирования: двумерное или трехмерное, реальное или виртуальное. Визуальное представление пространства позволяет художнику или писателю создавать иллюзию глубины, расстояния и перспективы. Это помогает создать ощущение пространственности, широты и объема, ощутить распределение объектов в пространстве и их взаимодействие. Категория пространства также способна передать настроение, насыщенность, гармонию или хаос изображаемого. Масштаб и формы объектов в пространстве могут вызывать различные эмоции и впечатления, что обусловило внимание художников слова к построению модели пространства в произведении.

В художественном тексте принято выделять такие пространственные модели, как психологическое, «реальное», космическое, мифологическое, фантастическое и др. Данные модели зачастую в художественном произведении пересекаются, взаимопроникают. Так, в поэме Н. В. Гоголя «Мертвые души» присутствует «реальное» пространство, географически определенное путем следования Чичикова. Однако в него проникает пространство мифологическое, заключенное в попытке автора показать Дантовы «круги ада», образующие воронку, и грешников, воплощенных в помещиках, хозяевах «мертвых душ», апофеозом порочности которых стал Плюшкин – «прореха на человечестве». Н. В. Гоголь мастерски создавал пространство, используя его в качестве приема символизации пороков России.

Таким образом, специфика модели пространства в художественном тексте определяется художественными задачами автора и выполняет важнейшую смыслообразующую функцию в произведении.

В. Н. ШПАРЛО

Беларусь, Брест, Брестский государственный университет
имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – канд. филол. наук, доцент С. С. Клундук

**КОММУНИКАТИВНЫЕ ПРАКТИКИ В ВЕЩАНИИ
СТАНЦИИ «РАДИО БРЕСТ»**

В эфире «Радио Брест» зафиксировано частое использование активных конструктивных практик, среди которых преобладают «информационный монолог» (дискурс новостников), «ситуационный анализ с выходом на практические рекомендации» и «дискуссия» (дискурс диджеев прямого эфира). Реже применяются пассивные практики. Активных деструктивных практик ведущие новостного эфира избегают, однако в дискурсе диджеев может встречаться практика «негативизм».

Активно используются коммуникативные практики в прямом эфире, который по своей сути является спонтанным дискурсом и чаще всего представлен в форме беседы ведущего со слушателем. В части записанных эфиров – новостей и ряда программ – дискурс выверенный, поэтому здесь применяется меньшее количество практик. Реализуются же коммуникативные практики в виде стратегий (самопрезентации, адресации, общения с адресатом, удержания адресата, кооперации, рекламной стратегии как самостоятельной) и тактик (позиционирования, моделирования имиджа радиостанции, интимизации, скрытого противопоставления, позитивного оценивания адресата, создания обобщённого образа адресата, дифференциации, идентификации, анонсирования, контактоподдерживания). Наиболее распространена стратегия самопрезентации, её раскрывают тактики позиционирования и моделирования как имиджа радиостанции, так и имиджа конкретного ведущего. Немаловажной в работе «Радио Брест» является контактоподдерживающая тактика, что объясняется близостью регионального радио к своей аудитории, желанием соответствовать потребностям слушателей. Этому способствует и стратегия удержания адресата, часто раскрывающаяся в виде тактики анонсирования не только программ, но и событий. Рекламу в эфире «Радио Брест», на наш взгляд, следует позиционировать как самостоятельную стратегию, коррелирующую со стратегиями привлечения слушателя и самопрезентации радиостанции.

Таким образом, правильно подобранные коммуникативные практики позволяют региональным станциям занять ведущее место в медиапространстве конкретного региона, оставаясь экспертным источником информации и другом, который подарит хорошее настроение.

В. Н. ШПАРЛО

Беларусь, Брест, Брестский государственный университет
имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – канд. филол. наук, доцент С. С. Клундук

**ПРАКТИЧЕСКОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ
ИССЛЕДОВАНИЯ КОММУНИКАТИВНЫХ ПРАКТИК
В РЕГИОНАЛЬНОМ РАДИОВЕЩАНИИ**

Изучение коммуникативных практик регионального радиовещания – актуальное направление науки, способствующее отслеживанию методов, приёмов и средств взаимодействия ведущих со слушателями.

Эмпирической базой для исследования послужили материалы выпусков программ областной радиостанции «Радио Брест» за 2022–2024 гг. Изучение применения в эфире тех или иных коммуникативных практик проводилось в комплексе с анализом функционально-прагматических особенностей радиостанции «Радио Брест», её проблемно-тематического поля, жанровых приоритетов, эфирного наполнения в целом. Аналогичных исследований ранее не проводилось. Следовательно, подходы, применяемые в работе, могут быть использованы при изучении практик как на конкретной радиостанции – «Радио Брест», так и на других радиостанциях Брестской области и Беларуси в целом. Кроме этого, использование некоторых положений возможно при исследовании коммуникативных практик конкретного диджея, ведущего или редактора отдела новостей. Владение знаниями о коммуникативных практиках, стратегиях, тактиках и средствах их реализации позволит сотрудникам радио более грамотно выстраивать свою работу, ориентироваться на потребности слушателя и тем самым привлекать ещё большее внимание к конкретной FM-волне.

Материалы исследования автора могут быть применены в учебной деятельности студентов профильных журналистских специальностей, особенно направления аудиовизуальной журналистики, при изучении ими дисциплин «Язык и стиль СМК», «Технология медиапроизводства», «Методология медиаисследований», «Техника телерадиоречи», «Методика радиожурналистики», «Технологий создания медиатекстов» и др. Результаты исследования могут применяться и при изучении аналогичных дисциплин на специальности «Информация и коммуникация» и для получения углубленного высшего образования (магистратуры) по специальности «Журналистика».

[К содержанию](#)

В. Н. ШПАРЛО

Беларусь, Брест, Брестский государственный университет
имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – канд. филол. наук, доцент С. С. Клундук

**РАДИОВЕЩАНИЕ В СОВРЕМЕННОМ
МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

По состоянию на 1 мая 2024 г. в Беларуси зарегистрировано 177 электронных (радийных и телевизионных) СМИ. В сравнении с предыдущими периодами наблюдается устойчивая тенденция к сокращению аудиовизуальных СМИ. На 1 апреля 2020 г. в Государственном реестре СМИ было зафиксировано 265 теле- и радиопрограмм, спустя год – 262, а на 1 апреля 2022 г. – 254. Уменьшается количество радио- и телепрограмм. На наш взгляд, это связано с закрытием программ районного радиовещания, также с его переходом на формат «новости районов в эфире областного радио».

В 2020 г. в Государственном реестре СМИ насчитывалось 167 радиопрограмм, в 2021 г. – на три единицы меньше, в 2022 г. – 158. На 1 мая 2024 г. в зарегистрировано 86 радиопрограмм. Таким образом, за два года список радиийных программ сократился на 72 названия – почти наполовину по сравнению с 2020 г. В 2022 г. доля радиопрограмм была выше, чем телевизионных, и тогда она составляла 62,2 % от 254 теле- и радиопрограмм, сейчас же составляет 48,6 % от 177 электронных (аудиовизуальных) программ. Среди радиопрограмм преобладают государственные (на май 2024 г. их насчитывалось 57 единиц), в два раза меньше негосударственных (29 наименований). Иная ситуация с телепрограммами: 50 из них (55 %) – негосударственной формы собственности. Индивидуальные предприниматели заинтересованы в финансировании телеканалов. Речь прежде всего о рекламе: если радио может предложить только аудиальное оформление, правда, возможности которого в последнее время расширились (эффекты, шумы, использование голоса искусственного интеллекта), то в телевидении продукт можно ещё и показать, поскольку оно сочетает и звук, и визуальную картинку. Между тем можно утверждать, что в Беларуси на данный момент представлена широкая сеть радиоканалов. Основным критерием их классификации является территориальная принадлежность. Городские, районные, областные и др. радиостанции стараются переводить вещание в онлайн-режим, в чём помогает отечественный агрегатор «RadioPlayer», созданный в начале 2023 г.

[К содержанию](#)

Д. В. ЯРОМАВА

Беларусь, Віцебск, Віцебскі дзяржаўны ўніверсітэт імя П. М. Машэрава
Навуковы кіраўнік – канд. філал. навук, дацэнт Г. В. Навасельцава

ВЫКАРЫСТОЎВАННЕ ПРЫЁМАЎ СЭНСАВАГА ЧЫТАННЯ ЯК СПОСАБ РАЗВІЦЦА МЕТАПРАДМЕТНАЙ КАМПЕТЭНТ- НАСЦІ НА ЎРОКАХ БЕЛАРУСКАЙ ЛІТАРАТУРЫ

Найважнейшай задачай сучаснай сістэмы адукацыі з’яўляецца фарміраванне універсальных навучальных дзеянняў, якія забяспечваюць школьнікам уменне вучыцца, здольнасць да самаразвіцця і самаўдасканалення.

Па выніках анкетавання навучэнцаў 6–8 класаў УА ПГГ № 1 імя Ф. Скарыны вызначылі, што 20 % дзяцей праяўляюць цікавасць да чытання і чытаюць не толькі школьную літаратуру, але і іншыя кнігі, якія яны выбіраюць па сваім меркаванні. іх уласныя перавагі. Перыёдыцы аддаюць перавагу 10 % школьнікаў, энцыклапедычнай літаратуры і даведнікам – каля 5%. Каля 40 % сем’яў пастаянна надаюць час чытання кніг, у той час як толькі 10% сем’яў абмяркоўваюць кнігі.

Для таго каб распрацаваць рэкамендацыі па прыцягненню цікавасці школьнікаў да чытання кніг, мы абагульнілі матэрыялы даследавання і распрацавалі пэўны план абавязковых мерапрыемстваў, сярод іх: правядзенне татальнай дыктоўкі, алімпіяд па літаратуры і рускай мове школьнага і гарадскога ўзроўню, розных конкурсаў і інтэлектуальных гульняў на адпаведную тэматыку, экскурсіі ў бібліятэках горада, сустрэчы з творчымі людзьмі, літаратурныя выставы і прэзентацыі і нек. інш.

Даследаванне паказала, што сучасныя школьнікі недастаткова надаюць увагу чытання. Часткова пацвердзілася вылучаная гіпотэза аб тым, што большасць падлеткаў чытаюць з мэтай забаўкі, а не для духоўнага развіцця. Вызначылі, што зварот да шырокага культуралагічнага падыходу дае магчымасць настаўніку актуалізаваць веды вучняў, убачыць ім шырокую панараму развіцця мастацкай культуры розных эпох, паказвае агульнае і адметнае, што характарызуе кожную культурную эру.

У працэсе работы намі распрацаваны рэкамендацыі, мэтай якіх з’яўляецца павышэнне цікавасці школьнікаў да чытання кніг. У рэкамендацыях адлюстравана неабходнасць правядзення работы па арганізацыі мерапрыемстваў. Тэматыка мерапрыемстваў звязана з беларускай мовай і літаратурай, накіравана на фарміраванне ўстойлівай культуры чытання і цікавасці да кніг. Разам з гэтым мерапрыемствы могуць павысіць узровень культурнага развіцця моладзі.

[К содержанию](#)