

## ТЕКСТ ИНОЯЗЫЧНОЙ МЕДИАКУЛЬТУРЫ В ЯЗЫКОВОМ ОБРАЗОВАНИИ

Н.Е. Меркиш

**Аннотация.** Рассматривается текст иноязычной медиакультуры в языковом образовании. Описываются преимущества использования медиатекстов, включающие актуальность, доступность, жанровое и стилистическое многообразие, информативность, представленность мнений ведущих специалистов в различных областях знания. Иллюстрируются особенности медиатекста как носителя инокультурных норм и ценностей, а также приводятся примеры манипулятивного воздействия современных массмедиа. Предлагается такой подход к рецепции текстов иноязычной медиакультуры, при котором извлечение содержательной информации реализуется на основе ее анализа, препятствующего «впитыванию» сведений вместе с их оценочной составляющей. Вводится понятие культурно-критического анализа текстов иноязычной культуры, под которым понимается выявление культурно значимой информации текста с целью оценки истинности заключенных в нем культурно-релевантных суждений и выводов. Данный анализ позволяет проявить картину мира носителей языка, в контексте которой создан исследуемый текст, выявить причины представленной фокусировки событий и сформировать собственное мнение по представленным проблемам. Культурно-критический анализ включает в себя оценку источника информации, определение основного аспекта сообщения и актуализацию фоновых знаний, анализ событийного и темпорального контекстов сообщения, выявление культурной семантики представленных в тексте реалий, оценку убедительности гипотез и аргументации автора, анализ идеологизированных клише и манипулятивных приемов, верификацию информации медиатекста при сопоставлении с другими источниками информации, становление личностной позиции студента.

**Ключевые слова:** текст иноязычной медиакультуры; языковое образование; манипулятивное воздействие СМИ; культурно-критический анализ текста; культурно-ориентированное обучение.

### Введение

Одной из основных задач современного языкового образования является обогащение личности индивида посредством овладения им опытом изучаемой лингвокультурной общности. С целью имплементации данного опыта в процесс обучения, сегодня, в эпоху бурного развития глобального медиапространства, все чаще используются тексты иноязычной медиакультуры.

Понятие «медиакультура» вошло в терминологический аппарат в рамках культурологической теории, где оно было введено для обозначения особого типа культуры информационного общества. В современ-

ных исследованиях медиакультура понимается как «совокупность информационно-коммуникативных средств, материальных и интеллектуальных ценностей, выработанных человечеством в процессе культурно-исторического развития, способствующих формированию общественного сознания и социализации личности. Медиакультура включает в себя культуру передачи информации и культуру ее восприятия; она может выступать и системой уровней развития личности, способной читать, анализировать, оценивать медиатекст, заниматься медиатворчеством, усваивать новые знания посредством медиа» [1. С. 1].

В процессе обучения иностранному языку и культуре используются носители медиакультуры – медиатексты, транслируемые по каналам глобальной информационной сети. Как справедливо отмечает Р.П. Мильруд, «тексты и гипертексты, по всей вероятности, не могут не содержать в себе информацию, релевантную для понимания культуры иного народа» [2. С. 43]. Являясь отражением современной культуры, они позволяют создать своеобразный срез общества, увидеть и оценить распространенные стереотипы, модели поведения, понять национально-специфический взгляд на мир, т.е. мировоззрение и миропонимание носителей языка, систему их ценностных ориентиров.

Тексты электронных СМИ актуальны и доступны уже в момент разворачивающихся событий (не только печатные тексты, но также, к примеру, аудио- и видеотексты в виде лайф-репортажей), характеризуются жанровым и стилистическим многообразием, содержат мнения ведущих специалистов в различных областях знания. Кроме того, возможности глобальной информационной среды позволяют на основе медиаматериалов развивать не только рецептивные умения чтения и аудирования, но дают возможность студенту в устной или письменной форме выразить собственное мнение, т.е. способствуют развитию продуктивных коммуникативных умений. Как видим, палитра использования медиатекста в контексте обучения языку и культуре чрезвычайно многогранна.

### **Иноязычный текст – носитель инокультурных норм и ценностей**

Как отмечают исследователи, «в современном мире индивидуальные рамки межкультурного общения... значительно расширились благодаря интенсивному и постоянному увеличению многоязычного и поликультурного интернет-пространства» [3. С. 124], а современные медиа – «не просто средство для передачи информации, это целая среда, в которой производятся, эстетизируются и транслируются культурные коды» [4. С. 3]. С одной стороны, использование медиатекста позволяет включить в содержание образования глубокий пласт социокультурной, а также профессионально значимой информации на иностран-

ном языке. С другой стороны, иноязычный текст несет в себе иной взгляд на мир, иную систему оценок и ценностных приоритетов. Поэтому восприятие текстов иноязычной культуры оказывает значительное влияние на реципиентов, в особенности на молодых людей с формирующейся картиной мира, с поддающимися изменениям идеалами и жизненной позицией.

Массмедиа освещают события, свидетелями которых мы не являемся и не можем явиться, таким образом они создают собственную картину мира, так называемую медиакартину. СМИ обладают монополией на информацию и, соответственно, трактовку окружающей нас реальности. Современный человек живет в глобальном информационном пространстве, способном растворить целые культуры. Поэтому в эпоху глобализации так остро начинает восприниматься проблема сохранения национальной идентичности, как личности, так и общества в целом. Ученые говорят о войнах культур и цивилизаций, захватывающих современный мир.

Действительно, видение мира, понятий добра и зла, допустимого и недопустимого в сопоставляемых культурах зачастую не совпадают. В качестве примера рассмотрим освещение некоторых тем в немецких массмедиа. Так, на немецком радио нередки передачи, обыденным тоном освещающие гомосексуальные отношения и браки, рассматривающие детали помощи в суициде больным и престарелым.

В одной передаче молодая женщина-профессор просит называть ее безлично «Proffesix», а единственно приемлемым для себя приветствием считает безличное «Hallo», в отличие от традиционного «Guten Tag, Frau...». Представляется, что современное немецкое общество движется к отрицанию важности гендерной принадлежности. Так, выражения «typisch Mann» (типичный мужчина), «typisch Frau» (типичная женщина) считаются устаревшими, не соответствующими веяниям нового времени, даже обидными. О разделении ролей в современном западном обществе речь не идет, речь идет о равноправии мужчин и женщин в достижении собственных целей. Социальное государство создает необходимые предпосылки для такого равноправия. Заключается все меньшее количество браков, принцип личной свободы ставится превыше всего.

Размывание границ «мужественности» и «женственности» ведет к возрастанию популярности гомосексуальных отношений. Так, в AStA (представительство студентов, многие функции которого схожи со студенческим профкомом в России) Дюссельдорфского университета существуют различные отделы – Sportreferat (спортивный отдел), Kulturreferat (культурный отдел), и наряду с ними – Schwulenreferat (отдел гомосексуалистов), LesBi-Referat (отдел гомо- и бисексуальных женщин). Интересно, что два последних отдела создали специальную рабо-

чую группу, которая организует в школах беседы с подростками с целью их «просвещения» и искоренения «предрасудков», а также агитирует против традиционного распределения ролей (информация находится на сайте <http://asta.uni-duesseldorf.de/referate/lesbi-referat>).

В одной из передач немецкого радио транслировалось интервью с мужчиной, сменившим пол. Интервьюируемый утверждал, что именно отказ от собственной половой принадлежности, т.е. несоотнесение себя с каким-либо полом, дает индивиду необходимую свободу.

Вопрос свободы связывается и с темой помощи в суициде, где основным постулатом выступает тезис о праве личности самостоятельно определять момент окончания собственной жизни. Несмотря на официальную принадлежность 30% населения Германии к католической и 29% населения к лютеранской церкви, такая трактовка данных проблем не расходилась с миропониманием радиослушателей, звонивших в студию.

Характерным высказыванием «за» повсеместное свободное приращение эвтаназии является высказывание врача в одной из передач: «Menschen, die sich selbst ein würdevolles Leben wünschen... sterben lieber... im Frieden mit Hilfe eines Medikaments» (Люди, желающие жить достойно... лучше умрут... мирно при помощи медикамента). Таким образом, средствами массовой информации навязывается мысль о том, что людям, живущим достойно, нужно и умереть достойно, не оказываясь в ужасном положении тяжелобольного инвалида, прикованного к кровати и зависящего от помощи других. Единственным противоположным мнением, вошедшим в передачу, стал звонок пожилой радиослушательницы, упоминавшей о страхе, который испытывают пожилые люди: «Angst, falle ich jemandem zu Last?» (Страх, не являюсь ли я для кого-либо обузой?), и считавшей, что «Wenn es zum Normalfall kommt, werden alte Menschen, die sich nicht umbringen, verachtet» (Если это (то есть эвтаназия) войдет в норму, людей, не убивших себя, будут презирать). Не так ли это?

Некоторые отечественные ученые утверждают, что «современный западный мир, культурную основу которого когда-то составляло христианство, утратил этот стержень и фактически превратился в безрелигиозное, секулярное общество». Они считают, что «Европа давно уже живет в постхристианской “вере”, оторванная от своего морально-нравственного фундамента» [5. С. 261].

Однако, несмотря на различия в трактовке культурами норм и принципов морали, мировоззренческих и ценностных установок, отказ от включения в содержание обучения текстов иноязычной культуры не представляется возможным и целесообразным. Ведь в основе языкового образования лежит не только и не столько изучаемый язык, но и, как неразрывная составляющая, культура носителей данного языка, кото-

рую мы постигаем, воспринимая тексты культуры. Например, готовя специалиста международного профиля, мы обязаны показать ему все многообразие, все нюансы изучаемой культуры. Он должен постигнуть и до мелочей освоить картину мира носителей языка. Однако важным аспектом языкового образования должно стать сохранение национально-культурной идентичности студента.

Таким образом, в процессе работы с текстом иноязычной культуры следует максимально использовать его языковой и культурно-специфический потенциал и в то же время нейтрализовать идеологическое влияние на обучаемого. Примером идеологической направленности медиариторики может послужить освещение западными СМИ ситуации на Украине и присоединения Крыма. Так, понятие «присоединение» могло быть переведено на немецкий язык как «Wiedervereinigung» по аналогии с объединением Западной и Восточной Германии, однако СМИ используют термин «Anschluss», который мгновенно вызывает в памяти ассоциацию с присоединением нацистской Германией Австрии в 1938 г.

### **Приемы манипулятивного воздействия современных массмедиа**

Как отмечают исследователи [6–8], современные СМИ используют, в частности, следующие приемы манипулятивного воздействия, приводимые ниже с примерами автора:

– наклеивание ярлыков. Так, после скандала с прослушиванием спецслужбами США немецких политиков высшего эшелона Барак Обама изображается на обложке журнала Stern с подписью «Der Spitz»;

– использование ассоциаций. Например, размещение на обложке журнала Spiegel за январь 2016 г. заголовка «Wahnsinn» (безумие, помешательство) на фоне фотографии Дональда Трампа и разгорающегося пламени, готового сжечь Америку;

– воздействие «информационной лавины», т.е. использование потока информационных сведений различного плана для отвлечения внимания от основных проблем и событий. Так, в западных СМИ события на Украине затмили успешное проведение Олимпиады 2014 в Сочи;

– использование «лидера мнений», т.е. авторитетной личности, приглашаемой в эфир. Например, с целью обоснования негативного отношения к России в одну их передач Deutschlandradio был приглашен профессор, объяснивший, что Россия не знала Возрождения и Реформации, из чего можно было сделать вывод, что она не может в полной мере принадлежать к европейской цивилизации;

– акцентуация негатива: неудачные фотокадры или негативные клише, вынесенные в заглавия статей. Например, обложка польского издания Newsweek за ноябрь 2014 г. Imperium ZLA или обложка жур-

нала Spiegel за ноябрь 2016 г. с Х. Клинтон и Д. Трампом, вымазанными в грязи, как после кулачного боя, с надписью «The next president. Drehbuch einer Tragödie».

Владея информацией о манипулятивных возможностях СМИ, при аудировании и просмотре сообщений обучаемый замечает случаи применения таких приемов и становится менее уязвимым. Конечно, при анализе медиатекстов необходимо учитывать целевую аудиторию каждого конкретного источника информации. Так, радио и телевидение Deutsche Welle – это канал, вещающий на 39 языках, информация которого предназначена иностранцам. Остальные же ведущие телерадиостанции ФРГ готовят программы для немцев, и, соответственно, используемые ими манипулятивные техники направлены в основном на жителей Германии, а реципиенты, владеющие немецким языком, всего лишь подключаются к сфере влияния данных медиа.

Ареал вещания СМИ даже сегодня, при повсеместной доступности Интернета, ограничивается естественными границами владения тем или иным языком. То есть языковая принадлежность индивидов, как правило, определяет спектр потребляемой ими информации. Массмедиа, вещающие на языке каждого конкретного культурно-языкового сообщества, создают собственное ментальное пространство.

Однако в случае владения иностранными языками ситуация кардинально меняется. Так, студент, говорящий на двух иностранных языках, оказывается вовлеченным в три сферы влияния. Каждая из этих сфер транслирует историко-социальный опыт, представления об окружающем мире и ценностные ориентиры конкретного социума. Опрос студентов показал, что такое «перекрестное» вещание нелегко переработать, особенно, когда речь идет об освещении вопросов, в которых видение ситуации соответствующими культурами, а значит, и их отражение в СМИ не совпадают. Так, студенты МГИМО, изучающие немецкий и английский языки, наиболее часто слушают и смотрят Deutsche Welle (Немецкая волна), ARD (крупнейшая телерадиокомпания ФРГ), ZDF (второй канал немецкого телевидения), а также англоязычные каналы, например британский BBC. Понятно, что освещение тех аспектов, в которых страны имеют противоположные интересы, в отечественных и зарубежных медиа разительно отличается.

### **Культурно-критический анализ текстов медиакультуры**

Здесь крайне важным представляется реализация такого подхода к рецепции текстов иноязычной медиакультуры, при котором извлечение содержательной информации реализуется на основе ее глубокого критического анализа, препятствующего «впитыванию» сведений вместе с их оценочной составляющей. Таким образом, анализ содержания

текста должен быть нацелен на усвоение его содержательного ядра при условии сохранения культурной идентичности обучающегося.

В связи с вышесказанным мы предлагаем использование **культурно-критического анализа текстов иноязычной культуры**, под которым понимаем **выявление культурно значимой информации текста с целью оценки истинности заключенных в нем культурно-релевантных суждений и выводов**. Данный анализ позволяет проявить картину мира носителей языка, в контексте которой создан исследуемый текст, выявить причины представленной фокусировки событий и сформировать собственное мнение по представленным проблемам.

Культурно-критический анализ представляет собой процедуру поэтапной работы с текстом и включает в себя:

- оценку источника информации;
- определение основного аспекта сообщения и актуализацию фоновых знаний;
- анализ событийного и темпорального контекстов сообщения;
- выявление культурной семантики представленных в тексте реалий;
- оценку убедительности гипотез и аргументации автора;
- анализ идеологизированных клише и манипулятивных приемов;
- верификацию информации медиатекста при сопоставлении с другими источниками информации;
- становление личностной позиции студента.

Представляется, что оценка источника информации должна включать в себя сведения о репутации издания (например, одна из самых читаемых газет таблоид Bild близка к бульварной прессе, однако заметно влияет на формирование общественного мнения, так как ее тираж составляет более трех миллионов экземпляров), его близости к политическим партиям (например, газета Die Zeit близка партии FDP, а журнал Der Spiegel – CDU), тематике (к примеру, в издании Frankfurter Allgemeine Zeitung рассматриваются, главным образом, проблемы современной экономики), экспертном составе, целевой аудитории, информационно-вещательном стиле. Исходя из круга привлекаемых экспертов, можно проанализировать «оценочные сценарии» издания, т.е. в каком ключе данное издание оценит то или иное политическое или экономическое событие. Перечень собранных таким образом сведений позволит студентам сориентироваться в современном медиаландшафте страны изучаемого языка, создать собственную «систему координат», от которой они будут отталкиваться при рецепции и анализе текстов иноязычной культуры.

К данному этапу анализа относится и рассмотрение персонифицированного источника информации, т.е. автора. Важно выявить его партийную и социальную принадлежность, симпатии – антипатии, идеи и представления. Для реципиентов сообщения важны степень автори-

тетности создателя сообщения в социуме, а также степень свободы в выражении им собственного мнения.

Этап определения основного аспекта проблематики предполагает выявление фрагмента картины мира, раскрываемого в медиатексте. Здесь активизируется информационный запас студентов, актуализируются их фоновые знания и зачастую предвосхищается угол рассмотрения проблемы [9. С. 127–128].

Анализ событийного контекста сообщения предполагает осмысление информации об исходном событии, анализ темпорального контекста – о своеобразии исторического периода его создания, политических, экономических, социальных проблемах социума на данный период.

Выявление культурной семантики представленных в тексте реалий служит дополнительным источником культурно-специфических сведений [10]. Рассмотрение ключевых понятий медиасообщения в контексте их культурной маркированности позволяет включить в содержание обучения пласты дополнительных сведений о социокультурном фоне, аккумулировавшем информацию об истории и современном состоянии изучаемой лингвокультурной общности. Сопоставление лексических фонов понятий иностранного и родного языка позволит выявить несовпадения экстралингвистических компонентов семантики и проявить таким образом различающиеся отрезки внеязыковой действительности. Здесь мы согласны с П.В. Сысоевым, указывающим на важность рефлексии, позволяющей «сравнить изучаемые аспекты языка и культуры с родным языком и культурой» [11. С. 199].

Оценка гипотез и аргументации автора знаменует собой переход к этапу содержательного анализа, основной целью которого является критическое осмысление информации. Обучаемый формирует вопросы к тексту и автору, объективируя таким образом источник информации. В процессе данной работы удается выйти за рамки субъективного авторского взгляда и нивелировать эмоциональное воздействие источника.

При выявлении идеологизированных клише и приемов манипулятивного воздействия следует в первую очередь понять причины представленного ракурса изложения событий. Необходимо учесть релятивизм медийного контекста, заключающегося в подверженности ценностей временным изменениям. То, что еще вчера было недопустимым, сегодня принадлежит к норме общественного бытия и соответственно прокламируется в СМИ (например, признание однополых браков, разрешение на адаптацию ими детей в странах Старого Света и т.д.). Такая ценностная информация иноязычного социума эксплицитно или имплицитно выражена в его текстах культуры.

Этап верификации текста предполагает его сопоставление с другими источниками информации на иностранном или родном языке обу-



чаемых, выявление несовпадений в трактовке событий и явлений, а также причин данных расхождений.

В результате описанного многостороннего осмысления текста иноязычной культуры формируется личностная позиция студента, когда в процессе извлечения и анализа информации он осмысливает разницу культурных перспектив и делает собственные выводы.

Как видим, культурно-критический анализ позволяет обучающимся овладеть необходимыми сведениями без присвоения инокультурных норм и оценочных шкал. Студент постигает культуру иноязычного социума, на уровне носителя языка овладевает языковой картиной мира, однако в своих внутренних личностных установках, не отрывается от ценностного фундамента, заложенного родной культурой.

### Заключение

Текст иноязычной медиакультуры представляет собой сокровищницу культурно-языкового опыта изучаемой лингвокультурной общности. Он несет современную актуальную информацию, выраженную средствами иностранного языка. Как отмечают О.А. Обдалова и С.К. Гураль, «эволюция цели обучения иностранному языку привела к необходимости обучать общению на иностранном языке как средству реализации... профессиональной деятельности... Эту цель можно реализовать только если будут созданы особые... условия, обеспечивающие максимальное погружение в иноязычную культуру и речь, т.е. в “языковую среду”, и в соответствующую сферу профессиональной деятельности» [12. С. 84]. Имплементация текстов иноязычной медиакультуры в процесс обучения позволяет создать такую культурно-языковую и профессионально-релевантную среду и тем самым способствует достижению обозначенной цели языкового образования.

Насыщенность иноязычного текста фактами культуры и отражение им новой, чуждой сознанию студентов системы культурных ценностей могут оказывать влияние на ценностно-смысловую сферу личности. Однако при грамотном методическом сопровождении работы с текстом, подключении критического мышления обучающихся можно овладеть необходимой культурно и профессионально значимой информацией, а также языковыми средствами ее выражения при сохранении собственной культурной идентичности.

### Литература

1. *Кириллова Н.Б.* Медиакультура: от модерна к постмодерну. М. : Академический проект, 2005. 448 с.
2. *Мильруд Р.П.* Язык как символ культуры // Язык и культура. 2013. № 2 (22). С 43–60.

3. Сафонова В.В. Соизучение языков и культур в зеркале мировых тенденций развития современного языкового образования // Язык и культура. 2014. № 1 (25). С. 123–141.
4. Кириллова Н.Б. Медиакultura: от модерна к постмодерну. М.: Академический проект, 2005. 448 с.
5. Анненкова И.В. Современная медиакартинка мира: неориторическая модель (лингво-философский аспект) : дис. ... д-ра филол. наук. М., 2012.
6. Павлова Е.Д. Средства массовой информации – инструмент скрытого воздействия на сознание: социально-философский анализ. М. : Наука, 2007. 205 с.
7. Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. Век 21-й. М. : Алгоритм, 2015. 464 с.
8. Психология массовой коммуникации : учеб.к для вузов / под ред. А.А. Бодалева, А.А. Дергача, Л.Г. Лаптева. М. : Гардарики, 2008. 251 с.
9. Schmidt S.J. Kognitive Autonomie und soziale Orientierung: konstruktivistische Bemerkungen zum Zusammenhang von Kognition, Kommunikation, Medien und Kultur. 2. Aufl. Frankfurt am Main : Suhrkamp, 1996. 362 s.
10. Меркиш Н.Е. Использование культурного потенциала лексики медиатекстов в иноязычном обучении // Язык и культура. 2017. № 39. С. 180–186. DOI: 10.17223/19996195/39/4
11. Сысов П.В. Основные положения коммуникативно-этнографического подхода к обучению иностранному языку и культуре // Язык и культура. 2014. № 4 (28). С. 184–202.
12. Обдалова О.А., Гураль С.К. Концептуальные основы разработки образовательной среды для обучения межкультурной коммуникации // Язык и культура. 2012. № 4 (20). С. 83–96.

#### Сведения об авторе:

**Меркиш Наталия Евгеньевна** – доцент, кандидат педагогических наук, доцент кафедры немецкого языка МГИМО МИД России (Москва, Россия). E-mail: merkisch@hotmail.com

*Поступила в редакцию 18 февраля 2018 г.*

#### TEXT OF A FOREIGN-LANGUAGE MEDIA CULTURE IN LANGUAGE EDUCATION

**Merkish N.E.**, Ph.D., Associate Professor, German Language Department, MGIMO University (Moscow, Russia). E-mail:merkisch@hotmail.com.

DOI: 10.17223/19996195/41/12

**Abstract.** The text of foreign media culture in the language education is considered. The advantages of using media texts, including relevance, accessibility, genre and stylistic diversity, informativeness, representation of opinions of leading experts in different fields of knowledge are described. The article illustrates the peculiarities of media text as a carrier of incultural norms and values, as well as examples of manipulative influence of modern mass media. This approach is proposed for the reception of texts of foreign media culture, in which the extraction of informative information is realized on the basis of its analysis, which prevents the "absorption" of information together with their estimated component. The notion of cultural-critical analysis of the texts of an alien culture is introduced, which is understood as the identification of culturally significant information of the text in order to assess the truth of the cultural-relevant judgments and conclusions contained therein. This analysis allows us to display a picture of the world of native speakers, in the context of which the researched text was created, to identify the reasons for the presented focus of events and to form their own opinion on the presented problems. Cultural-critical analysis includes the assessment of the source of information, the definition of the main aspect of the message and the actualization

of background knowledge, the analysis of the event and temporal contexts of the message, the identification of the cultural semantics of the realities presented in the text, an assessment of the persuasiveness of the hypotheses and the author's arguments, the analysis of ideological clichés and manipulative techniques, information media text when compared with other sources of information, the formation of the student's personal position.

**Keywords:** text of foreign media culture; language education; manipulative influence of the media; cultural and critical analysis of the text; cultural-oriented learning.

### *References*

1. Kirillova N.B. (2005) *Mediakul'tura: ot moderna k postmodernu* [Media culture: from modernity to postmodernity]. M.: Akademicheskij proekt.
2. Mil'rud R.P. (2013) *Jazyk kak simvol kul'tury* [Language as a symbol of culture] // *Jazyk i kul'tura – Language and Culture*. 2 (22). pp. 43-60.
3. Safonova V.V. (2014) *Soizuchenie jazykov i kul'tur v zerkale mirovyh tendencij razvitija sovremennogo jazykovogo obrazovanija* [The mutual study of languages and cultures in the mirror of the world trends in the development of modern language education] // *Jazyk i kul'tura – Language and Culture*. 1 (25). pp. 123-141.
4. Annenkova I.V. (2012) *Sovremennaja mediakartina mira: neoritoricheskaja model' (lingvofilosofskij aspekt)* [Modern media picture of the world: neo-rhetoric model (linguistic and philosophical aspect)]. Philology doc. diss. M.
5. Pavlova E.D. (2007) *Sredstva massovoj informacii – instrument skrytogo vozdeystvija na soznanie: social'no-filosofskij analiz* [Mass media – the tool of a latent influence on consciousness: the social and philosophical analysis]. M.: Nauka.
6. Kara-Murza S.G. (2015) *Manipulation of consciousness. The 21st century*. M.: Algoritm.
7. *Psikhologija massovoj kommunikacii: uchebnik dlja vuzov (2008)* [Psychology of mass communication: Textbook for universities] / pod red. A.A. Bodaleva, A.A. Dergacha, L.G. Lapteva. M.: Gardariki.
8. Siegfried J. Schmidt. (1996) *Kognitive Autonomie und soziale Orientierung: konstruktivistische Bemerkungen zum Zusammenhang von Kognition, Kommunikation, Medien und Kultur*. 2. Aufl. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
9. Merkish N.E. (2017) *Ispol'zovanie kul'turnogo potenciala leksiki mediatekstov v inojazychnom obuchenii* [The use of cultural potential of the vocabulary of media texts in foreign language teaching] // *Jazyk i kul'tura – Language and Culture*. 39. pp. 180-186.
10. Sysoev P.V. (2014) *Osnovnye polozhenija kommunikativno-etnograficheskogo podkhoda k obucheniju inostrannomu jazyku i kul'ture* [Basic provisions of the communicative and ethnographic approach to teaching foreign language and culture] // *Jazyk i kul'tura – Language and Culture*. 4(28). pp. 184-202.
11. Obdalova O.A., Gural' S.K. (2012) *Konceptual'nye osnovy razrabotki obrazovatel'noy sredy dlya obucheniya mezhkul'turnoy kommunikacii* [Conceptual fundamentals of development of educational environment for teaching intercultural communication] // *Jazyk i kul'tura – Language and Culture*. 4 (20). pp. 83-96.

*Received 18 February 2018*