

## ТЕОРИЯ И МЕТОДИКА ОБУЧЕНИЯ ЯЗЫКАМ

## THEORY AND METHODS OF TEACHING LANGUAGES

УДК 372.881.111.22

**Виктория Михайловна Багуза,**  
аспирант,  
Бурятский государственный университет  
(670000, Россия, г. Улан-Удэ, ул. Смолина, 24а),  
e-mail: jane-dreamer@yandex.ru

### **Принципы отбора сетевых медиатекстов для формирования медиакомпетенции у студентов языкового вуза**

Формирование медиакомпетенции в эпоху информатизации общества является важной частью подготовки профессионалов любой отрасли. Этот вопрос актуален и для системы высшего языкового образования, где основным средством формирования медиакомпетенции служит иноязычный медиатекст. На фоне интенсивного развития интернет-технологий актуальным представляется использование на занятиях по иностранному языку сетевых медиатекстов, представленных в иноязычных онлайн-изданиях. В данной статье предпринята попытка выделить принципы отбора сетевых медиатекстов для формирования медиакомпетенции у будущих бакалавров лингвистики. В рамках исследования автором был сделан обзор литературы по теории медиатекста, приведены и описаны такие характерные особенности современного сетевого медиатекста, как мультимедийность, интерактивность и гипертекстуальность. Автором статьи отмечается доступность сетевых медиатекстов, обосновывается их дидактический потенциал и необходимость включать сетевые иноязычные медиатексты в учебный процесс. В статье соотносятся требования, предъявляемые к выпускникам программы бакалавриата лингвистики, с содержательными компонентами медиакомпетенции, делается вывод о возможности комплексного развития медиакомпетенции и общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций будущих бакалавров лингвистики. Автором выделены такие принципы отбора сетевых медиатекстов, как: принцип аутентичности, принцип целесообразности, принцип доступности содержания для понимания в языковом и смысловом отношении, принцип актуальности и информативности, принцип соответствия характеристикам сетевого медиатекста, принцип соответствия этико-культурным и социальным нормам. В рамках исследования были проанализированы материалы крупнейших немецкоязычных онлайн-изданий и показано их соответствие выделенным принципам. В заключение статьи делается вывод о том, что материалы данных изданий можно использовать на занятиях по иностранному языку с предварительной разработкой системы предтекстовых, текстовых и послетекстовых упражнений.

**Ключевые слова:** медиакомпетенция, медиатекст, сетевой медиатекст, лингводидактика, медиаобразование

**Victoria M. Baguza,**  
Postgraduate Student,  
Buryat State University  
(24a Smolina st., Ulan-Ude, 670000, Russia),  
e-mail: jane-dreamer@yandex.ru

### **Principles of Web Media Text Selection for the Formation of the Media Competence of Linguistic Higher School Students**

The formation of the media competence in the era of information society is an important part of the training of professionals in any field. This question is relevant to the system of higher linguistic education, in which the primary tool of media competence formation is a media text in a foreign language. Using web media texts from foreign online media in class for foreign language seems to be important against the background of intensive development of the Internet technology. This article attempts to identify the principles of web media text selection for the formation of the media competence of the future bachelors of linguistics. In the study the author reviews the literature on the theory of a media text, shows and describes such characteristic features of modern web media text as multimedia,

interactivity and hypertextuality. The author notes the availability of web media texts, justifies their didactic potential and the need to include foreign language web media texts in the learning process. The author relates requirements for graduates of linguistics undergraduate programs with substantive components of media competence, and concludes that it is possible to integrate a development of media competence and general cultural, professional and general professional competences of the future bachelors of linguistics. The author identifies such principles of web media texts selection as the principle of authenticity, the principle of expediency, the principle of content availability for the understanding concerning language and content, the principle of relevance and informativity, the principle of matching the features of web media text, the principle of matching the ethical and cultural and social norms. In the study the largest German-language online media were analyzed and the matching the principles highlighted was demonstrated. In conclusion, the author writes that the content of this online media can be used in foreign language classes with previous developing of tasks for the pre-text stage, text stage and post-text stage.

**Keywords:** media competence, media text, web media text, language education, media education

Современное общество характеризуется интенсивным развитием информационных технологий и связанной с ним медиатизацией. Человек становится «человеком медийным», связанным с окружающим его медиaprостранством. Для успешной деятельности в новых условиях любому профессионалу необходимы навыки и умения взаимодействия с информацией. Современная система образования должна готовить специалистов, способных ориентироваться в информационных потоках, подготовленных к критическому восприятию и освоению информации, к использованию её в профессиональных целях. В новых условиях коммуникации встаёт вопрос о формировании медиакомпетенции будущих выпускников вузов.

Данный вопрос актуален и для системы высшего языкового образования в целом, и при подготовке бакалавров лингвистики в частности, которые в течение своей профессиональной деятельности постоянно сталкиваются с использованием современных информационных ресурсов и технологий, обрабатывают иноязычные тексты в производственно-практических целях. Они должны уметь ориентироваться в потоке текстов, ежедневно создаваемых современными средствами массовой информации и распространяемых в глобальном информационном пространстве. Таким образом, формирование медиакомпетенции у будущих бакалавров лингвистики является важной частью их профессиональной подготовки. Вместе с тем стоит отметить недостаточную разработанность методических моделей использования сетевых иноязычных медиатекстов с учётом особенностей самих сетевых медиатекстов и их функционирования в сети Интернет.

В настоящей статье рассматривается соотношение содержательных компонентов медиакомпетенции с общекультурными, общепрофес-

сиональными и профессиональными компетенциями бакалавра лингвистики, приводится характеристика медиатекста, выделяются особенности сетевого медиатекста. На основе перечисленного предлагаются принципы отбора сетевых медиатекстов для занятий по иностранному языку в языковом вузе.

Интерес исследователей к вопросу формирования медиакомпетенции достаточно высок. Данная проблематика освещена в работах А. В. Федорова, Н. В. Чичериной, И. А. Фатеевой, В. В. Протопоповой, А. В. Шарикова, Т. И. Мясниковой, К. А. Аветисовой, И. А. Цатуровой, Д. А. Мезенцевой, Т. А. Ольховской, В. Herzig, G. Tulodziecki, H. Moser, J. Erpenbeck и др.

Обзор литературы по проблеме позволяет сделать вывод, что под медиакомпетенцией понимается совокупность всех знаний, умений и способностей личности, обеспечивающих эффективную, творческую деятельность по отношению к медиапродуктам, а также сознательное, критическое отношение к информации. Опираясь на имеющиеся в данной области исследования, в структуре медиакомпетенции можно выделить технологическую, критическую и коммуникативную компетенции. Важно отметить, что медиакомпетенция представляет собой междисциплинарный феномен, поэтому при её формировании необходимо учитывать требования к результатам освоения программы того или иного направления подготовки.

На базе трудов названных авторов и требований Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 45.03.02 *Лингвистика* (уровень бакалавриата) представим соотношение компонентов медиакомпетенции и общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций бакалавра лингвистики.

## Соотношение компонентов медиакомпетенции и общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций лингвиста-переводчика

<b>Структурные компоненты медиакомпетенции и их содержание</b>	<b>Общекультурные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции бакалавра лингвистики</b>
Технологическая компетенция – знание пользовательских команд, умение пользоваться теми или иными медийными средствами, ориентироваться на странице сайта, осуществлять поиск, отбор, хранение и передачу необходимого материала	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Владение навыками работы с компьютером как средством получения, обработки и управления информацией (ОПК-11).</li> <li>2. Способность работать с информацией в глобальных компьютерных сетях (ОПК-12).</li> <li>3. Владение основами современной информационной и библиографической культуры (ОПК-14).</li> <li>4. Способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности с применением информационно-коммуникационных технологий и с учётом основных требований информационной безопасности (ОПК-20)</li> </ol>
Критическая компетенция – знание организации современных средств массовой информации, их влияния на общество, механизмов воздействия сообщения на получателя; умение понимать, анализировать и интерпретировать печатный текст и невербальные компоненты текста	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Способность ориентироваться в системе общечеловеческих ценностей (ОК-1).</li> <li>2. Владение культурой мышления, способность к анализу, обобщению информации, постановке целей и выбору путей их достижения (ОК-7).</li> <li>3. Способность выдвигать гипотезы и последовательно развивать аргументацию в их защиту (ОПК-15).</li> <li>4. Владение стандартными методами поиска, анализа и обработки материала исследования (ОПК-16)</li> </ol>
Коммуникативная компетенция – умение реферировать медиатекст, выражать своё отношение к нему в устной и письменной формах, создавать и распространять медиатексты	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Владение этическими и нравственными нормами поведения, принятыми в инокультурном социуме, готовность использовать модели социальных ситуаций, типичные сценарии взаимодействия участников межкультурной коммуникации (ОПК-4).</li> <li>2. Владение основными дискурсивными способами реализации коммуникативных целей высказывания применительно к особенностям текущего коммуникативного контекста (время, место, цели и условия взаимодействия) (ОПК-5).</li> <li>3. Владение основными способами выражения семантической, коммуникативной и структурной преемственности между частями высказывания – композиционными элементами текста (введение, основная часть, заключение), сверхфразовыми единствами, предложениями (ОПК-6).</li> <li>4. Способность свободно выражать свои мысли, адекватно используя разнообразные языковые средства с целью выделения релевантной информации (ОПК-7).</li> <li>5. Способность использовать этикетные формулы в устной и письменной коммуникации (ОПК-10)</li> </ol>

Как видно из таблицы, содержание медиакомпетенции связано с требованиями, предъявляемыми к бакалаврам лингвистики, а её формирование органично вписывается в учебный процесс. Формируя медиакомпетенцию, мы развиваем общекультурные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции будущих бакалавров, но само её формирование в процессе обучения возможно только в комплексе с развитием компетенций, предписанных ФГОС. Такое комплексное развитие является принципом формирования медиакомпетенции как междисциплинарного феномена.

Основным средством формирования медиакомпетенции выступает медиатекст. Вопросы методики работы с иноязычными медиатекстами рассматриваются в исследованиях Л. А. Ивановой, А. В. Литвиновой, Н. В. Обуховой, В. В. Сафоновой, И. В. Слесаренко, Н. Ю. Хлызовой, Н. В. Чичериной, О. В. Чувилиной, Д. А. Мезенцевой и др.

Проблемой медиатекста занимались такие ученые, как Т. ван Дейк, М. Монтомери, А. Белл, Н. Фейерклаф, Р. Фаулер. Среди отечественных исследователей большой вклад в развитие теории медиатекста и методов его изучения внесли С. И. Бернштейн, Д. Н. Шмелёв, В. Г. Костомаров, Ю. В. Рождественский, Г. Я. Солганик, С. И. Трескова, И. П. Лысакова, Б. В. Кривенко, А. Н. Васильева, Н. Н. Кохтев, Т. Г. Добросклонская.

В научной литературе встречается также часто и другой термин – медиадискурс. Кратко рассмотрим соотношение этих двух понятий.

Медиадискурсом вслед за Е. А. Кожемякиным мы называем «тематически сфокусированную, социокультурно обусловленную речемыслительную деятельность в масс-медийном пространстве» [5]. Как замечает Т. Г. Добросклонская, отношение медиадискурса к медиатексту можно рассматривать как отношение общего к частному. Медиатекст является единицей, кото-

рая разделяет информационные потоки на отдельные фрагменты [2, с. 151].

Таким образом, медиатекст в рамках нашего исследования рассматривается как часть медиадискурса. Посредством медиатекста осуществляется деятельность в медиапространстве.

В основе медиатекста лежит базовый текст. Распространение получило определение текста, данное И. Р. Гальпериным. Он характеризует текст как «произведение речетворческого процесса, обладающее завершённостью, объективированное в виде письменного документа, литературно обработанное в соответствии с типом этого документа, произведение, состоящее из названия (заголовка) и ряда особых единиц (сверхфразовых единств), объединённых разными типами лексической, грамматической, логической, стилистической связи, имеющее определённую целенаправленность и прагматическую установку» [1, с. 18].

В сфере масс-медийной коммуникации понятие «текст» расширяет свои границы. Текст уже не рассматривается как последовательность лишь слов, напечатанных или написанных на бумаге. Он включает в себя различные медийные компоненты, в первую очередь звуковые и визуальные образы. Как замечает А. Белл, «медиатексты фактически отражают технологии, используемые для их производства и распространения» [Цит. по: 2, с. 40].

Я. Н. Засурский определяет медиатекст как «новый коммуникационный продукт» и выделяет такие его особенности, как включённость, с одной стороны, в разные медийные структуры (вербальный, визуальный, звучащий и мультимедийные планы), с другой – в разные медийные обстоятельства (газета, журнал, радио, интернет и т. д.) [3].

Таким образом, медиатекст представляет собой сочетание вербальных и медийных компонентов, многоплановое текстовое образование, обладающее завершённостью и целенаправленностью, в котором все элементы образует единое целое: структурное, смысловое и функциональное.

Большим лингводидактическим потенциалом обладают сетевые медиатексты. Они являются ядром современного медиапространства и доступны в любое время каждому пользователю. Понятие и характеристики современного сетевого медиатекста следует рассмотреть подробнее, поскольку именно сетевые медиатексты представляют интерес для нашего исследования.

К характерным особенностям сетевого медиатекста относятся мультимедийность, интерактивность и гипертекстуальность.

Под мультимедийностью понимается использование для презентации информации не только вербального текста, но и других медийных форм – звуковых и визуальных [4, с. 63].

Интерактивность подразумевает взаимодействие, определяющееся как совокупность таких инструментов текста, которые обеспечивают информационный обмен с читателем [6, с. 84].

Гипертекстуальность можно рассматривать как систему связи между отдельными текстами посредством встроенных в текст ссылок. Гипертекстуальность предполагает отсутствие линейного чтения текста [8, с. 44].

Чтобы в полной мере выполнять дидактическую функцию, сетевой медиатекст должен соответствовать ряду требований. Он должен соотноситься с целями и задачами обучения, способствовать развитию компетенций ФГОС. Эти требования мы попытались сформулировать в виде принципов отбора сетевых медиатекстов для формирования медиакомпетенции у студентов языковых вузов.

1. *Принцип аутентичности.* В сетевых медиатекстах отражено во всей полноте богатство современных информационных потоков. Аутентичные иноязычные медиатексты являются источником актуальной лингвистической и лингвострановедческой информации, отражают динамику развития языка и интересы социума страны изучаемого языка, в них присутствуют новые языковые формы и лингвокультурные единицы, отражаются происходящие в настоящее время в языке процессы. Кроме того, использование современных аутентичных сетевых медиатекстов вызывает интерес у студентов и повышает их мотивацию к изучению иностранного языка. В рамках этого принципа предполагается возможным использовать не только авторский текст, но и комментарии читателей как дополнительный материал.

2. *Принцип целесообразности.* Используемые на занятиях сетевые медиатексты должны соответствовать целям и задачам обучения, подготавливать студентов к будущей профессиональной деятельности, т. е. они должны способствовать развитию компетенций из ФГОСа, которые мы отметили ранее в таблице.

3. *Принцип доступности содержания для понимания в языковом и смысловом отношении.* Медиакомпетенцию нельзя сформировать, если уровень владения иностранным языком не позволяет учащимся полноценно воспринимать сетевой медиатекст, а также если сетевой медиатекст не соответствует возрастным особенностям студентов, их интеллектуальному потенциалу. Используемые на занятиях тексты должны

быть написаны доступным для студентов языком и не требовать узкоспециальных знаний по теме.

4. *Принцип актуальности и информативности.* Иноязычные сетевые медиатексты должны быть актуальными и информативными, т. е. нести значимую для студентов информацию, знакомить их с реалиями страны изучаемого языка, способствовать активизации мыслительной деятельности обучаемых, повышать мотивацию к обучению и включать студентов в процесс учебного взаимодействия.

5. *Принцип соответствия характеристикам сетевого медиатекста.* В условиях распространения новых медиа формирование медиакomпетенции только с помощью печатного текста становится неполным. Нам представляется уместным использовать тексты, наиболее характерные для современного медиaprостранства. Сетевые медиатексты должны обладать интерактивностью, гипертекстовостью и мультимедийностью. Сегодня практически все тексты в сети Интернет содержат гиперссылки, мультимедийные компоненты и дают возможность для интерактивного взаимодействия.

6. *Принцип соответствия этико-культурным и социальным нормам.* В связи с практически полным отсутствием цензуры в сети и огромным количеством ежедневно размещаемой в ней информации нужно выбирать тексты, соответствующие общепринятым этическим нормам. К числу общекультурных компетенций лингвиста-переводчика относятся способности ориентироваться в системе общечеловеческих ценностей, учитывать ценностно-смысловые ориентации различных социальных, национальных, религиозных, профессиональных общностей и групп в российском социуме (ОК-1), а к общепрофессиональным – владение этическими и нравственными нормами поведения, принятыми в инокультурном социуме (ОПК-4).

Таким образом, нами выделено шесть основных принципов при отборе сетевых медиатекстов для формирования медиакomпетенции студентов языковых вузов: принцип аутентичности, принцип целесообразности, принцип доступности содержания для понимания в языковом и смысловом отношении, принцип актуальности и информативности, принцип соответствия характеристикам сетевого медиатекста, принцип соответствия этико-культурным и социальным нормам.

В рамках нашего исследования для формирования медиакomпетенции мы используем сетевые медиатексты, представленные в крупных немецкоязычных онлайн-изданиях: *Die Zeit* [www.zeit.de], *Der Spiegel* [www.spiegel.de], *Die Welt* [www.welt.de], *Focus* [www.focus.de], *Der*

*Stern* [www.stern.de], *Süddeutsche Zeitung* [www.sueddeutsche.de], *Frankfurter Allgemeine Zeitung* [www.faz.net]. Материалы на данных сайтах являются аутентичными, актуальными, информативными, представлены разнообразием тематик и соответствуют характеристикам сетевого медиатекста, а именно:

1) включают фото-, видео- и аудиоматериалы, дополняющие вербальное содержание (мультимедийность);

2) предоставляют возможности комментирования и оценки, отправки материала по e-mail или через социальные сети (интерактивность);

3) содержат ссылки на популярные публикации по теме как внутри сайта, так и на внешних источниках (гипертекстуальность).

Ранее перечисленные характеристики сетевого медиатекста обладают дидактическим потенциалом. Так, гипертекстуальность способствует более глубокому пониманию темы. Благодаря гипертекстуальности студенты могут получать дополнительную информацию по теме медиатекста, доступ к другим материалам, посвященным проблематике, что повышает уровень полноты и достоверности информации.

Мультимедийность предоставляет возможности для полного погружения в языковую среду, позволяет познакомиться с видео- и аудиоматериалами по теме. Она обогащает и дополняет вербальное содержание, предоставляет многообразие форм и источников информации, обеспечивает наглядное и образное её представление.

Благодаря интерактивности увеличивается взаимодействие читателя с автором и другими читателями, что повышает мотивацию студентов, а также способствует развитию коммуникативной компетенции в рамках медиакomпетенции. Интерактивность предоставляет возможность почувствовать себя активным участником коммуникации, выразить своё мнение и познакомиться с мнением других пользователей и, прежде всего, – с мнением носителей языка. Благодаря возможности интерактивности активизируется творческая деятельность студента в иноязычном интернет-пространстве. Комментарии других читателей также помогают понять, в каких направлениях можно обсуждать проблему.

Помимо этого, использование сетевых медиатекстов помогает формированию общей информационно-культурной культуры, развитию универсальных учебных умений, что важно в аспекте непрерывного образования.

Следует отметить, что работа с иноязычными медиатекстами традиционно является неотъемлемым компонентом содержания обучения иностранному языку, но интернетизация

медиапространства, активное развитие новой коммуникационной среды и появление новых форм сетевой коммуникации позволяют сделать вывод о целесообразности формирования медиакомпетенции на основе сетевых медиатекстов и с учётом их характеристик. Погружение в виртуальное пространство посредством сетевых медиатекстов моделирует аутентичную иноязычную языковую среду. Кроме

того, доступность медиатекстов позволяет разрабатывать методику самостоятельной работы с ними.

Для эффективного формирования медиакомпетенции с использованием сетевых медиатекстов необходима разработка системы упражнений – предтекстовых, текстовых и послетекстовых. Это и составляет перспективу нашего исследования.

#### **Список литературы**

1. Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования. М., 1981. 138 с.
2. Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ. М.: Флинта, 2008. 202 с.
3. Засурский Я. Н. Колонка редактора: медиатекст в контексте конвергенции // Вестник Московского университета. Сер. 10. Журналистика. 2005. № 2. С. 3–7.
4. Качкаева А. От редактора. Заметки на полях // Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные. М., 2010. 200 с.
5. Кожемякин Е. А. Массовая коммуникация и медиадискурс: к методологии исследования // Научные ведомости Белгородского государственного университета. 2010. № 2. С. 13–21.
6. Лукина М. М., Фомичева И. Д. СМИ в пространстве Интернета. М., 2005. 87 с.
7. Шестеркина Л. П., Лободенко Л. К. Базовые подходы к созданию универсального медиатекста в Интернет-СМИ // Вестник ЮУрГУ. Сер. 10. Лингвистика. 2013. № 2. С. 42–46.

#### **Источники**

8. Приказ Минобрнауки России от 07.08.2014 г. № 940 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 45.03.02 *Лингвистика* (уровень бакалавриата)» (зарегистрировано в Минюсте России 25.08.2014 г. № 33786) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.fgosvo.ru/uploadfiles/fgosvob/450302\\_Lingvistika.pdf](http://www.fgosvo.ru/uploadfiles/fgosvob/450302_Lingvistika.pdf) (дата обращения: 04.06.2016).

#### **References**

1. Gal'perin I. R. Tekst kak ob"ekt lingvisticheskogo issledovaniya. M., 1981. 138 s.
2. Dobrosklonskaya T. G. Medialingvistika: sistemnyi podkhod k izucheniyu yazyka SMI. M.: Flinta, 2008. 202 s.
3. Zasurskii Ya. N. Kolonka redaktora: mediatekst v kontekste konvergentsii // Vestnik Moskovskogo universiteta. Ser. 10. Zhurnalistika. 2005. № 2. S. 3–7.
4. Kachkaeva A. Ot redaktora. Zametki na polyakh // Zhurnalistika i konvergentsiya: pochemu i kak traditsionnye SMI prevrashchayutsya v mul'timediinye. M., 2010. 200 s.
5. Kozhemyakin E. A. Massovaya kommunikatsiya i mediadiskurs: k metodologii issledovaniya // Nauchnye vedomosti Belgorodskogo gosudarstvennogo universiteta. 2010. № 2. S. 13–21.
6. Lukina M. M., Fomicheva I. D. SMI v prostranstve Interneta. M., 2005. 87 s.
7. Shesterkina L. P., Lobodenko L. K. Bazovye podkhody k sozdaniyu universal'nogo mediateksta v Internet-SMI // Vestnik YuUrGU. Ser. 10. Lingvistika. 2013. № 2. С. 42–46.

#### **Istochniki**

8. Prikaz Minobrnauki Rossii ot 07.08.2014 g. № 940 «Ob utverzhenii federal'nogo gosudarstvennogo obrazovatel'nogo standarta vysshego obrazovaniya po napravleniyu podgotovki 45.03.02 *Lingvistika* (uroven' bakalavriata)» (zaregistrovano v Minyuste Rossii 25.08.2014 g. № 33786) [Elektronnyi resurs]. – Rezhim dostupa: [http://www.fgosvo.ru/uploadfiles/fgosvob/450302\\_Lingvistika.pdf](http://www.fgosvo.ru/uploadfiles/fgosvob/450302_Lingvistika.pdf) (data obrashcheniya: 04.06.2016).

#### **Библиографическое описание статьи**

Багуза В. М. Принципы отбора сетевых медиатекстов для формирования медиакомпетенции у студентов языкового вуза // Ученые записки ЗабГУ. 2016. Т. 11, № 6. С. 80–85. (Сер. Профессиональное образование, теория и методика обучения).

#### **Reference to the article**

Baguzha V. M. Principles of Web Media Text Selection for the Formation of the Media Competence of Linguistic Higher School Students // Scholarly Notes of Transbaikalian State University. 2016. Vol. 11, No. 6. PP. 80–85. (Series Vocational Education, Theory and Methods of Teaching).

**Статья поступила в редакцию 04.07.2016**