



УДК 070.1
ББК 4602.47
DOI: 10.21209/2307-1834-2016-11-3-205-210

Людмила Александровна Коханова,
доктор филологических наук, профессор,
Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова
(125009, Россия, г. Москва, ул. Моховая, 9),
e-mail: l_kokhanova@mail.ru

Устно-письменный формат публикаций на экологическую тематику (из практики учебно-исследовательских проектов)

В статье рассматривается проблема использования нового формата устно-письменного текста в публикациях на экологическую тематику. Трансформация текста публикаций на экологическую тематику в современных СМИ связана с непосредственным влиянием виртуальной среды. Экологическая тематика связана с научным знанием и требует специфического подхода, позволяющего использовать научные термины и жёсткую структуру фактов. Перед журналистами стоит решение важнейшей задачи, связанной с использованием устно-письменного формата публикаций на экологическую тематику для языкового взаимодействия с аудиторией в сетевой среде.

Сегодня русский язык в сети функционирует по совершенно иным правилам языкового взаимодействия. Эти изменения касаются всех типов текста: вербального, визуального, аудиального. Особенности изложения текста связаны с наличием ошибок, сленга, молодёжной лексики, выражением эмоций с помощью смайлов, интернет-мем и т. п.

В сложившейся ситуации требуется новое поколение профессионалов, способное создавать тексты в соответствии с запросами достаточно обширной аудитории, говорящей с ним на одном устно-письменном языке. При этом важным является умение творчески владеть навыками переработки собранной информации, чтобы воздействовать на аудиторию, используя сильные стороны нового формата текста.

На основе опроса мнений студентов, в статье систематизируются и обобщаются базовые характеристики текстов экологической тематики, создаваемых в сети, выделяются наиболее часто употребляемые знаковые системы, приёмы и формы.

Ключевые слова: устно-письменный текст, коммуникация, контент, СМИ, медиатекст, сетевая лексика, экологическая тематика

Lyudmila A. Kokhanova,
Doctor of Philology, Professor,
Lomonosov Moscow State University
(9 Mokhovaya st., Moscow, 125009, Russia),
e-mail: l_kokhanova@mail.ru

Oral-Written Format of Publications on Environmental Issues (Based on Training and Research Projects)

The article deals with the problem of using the new format of the oral-written text in publications on environmental issues. Transforming text publications on environmental issues in the media today is related to the direct influence of the virtual environment. Environmental issues are associated with scientific knowledge and require a specific approach, allowing the use of scientific terms and facts of rigid structure. The journalists encounter critical tasks associated with the use of oral and written formats of publications on environmental issues for language interaction with the audience in a network environment.

Today, Russian uses completely different set of rules of language interaction on the web. These changes apply to all types of text: verbal, visual, auditory. Features of the text are associated with errors, slang, youth vocabulary, expression of emotions via emoticons, internet memes, etc.

In the current situation, we need a new generation of professionals capable of producing texts in accordance with the demands of a large enough audience, speaking one oral and written language with it. At the same time, it is an important skill to possess creative skills of processing the collected information to influence the audience, using the strengths of the new format of the text.

Based on a survey of students' opinions, the article systematizes and summarizes the basic characteristics of the environmental topics of texts created in the net, the most frequently used sign systems, techniques and forms are determined.

Keywords: oral and written text, communication, content, media, media text, network vocabulary, environmental topics

Предпринятое в рамках учебного процесса исследование ставило своей целью проанализировать, каким образом текст, создаваемый для общения в сети, соотносится с теми текстами, которые сегодня журналисты пишут для профессиональных СМИ. Предметом изучения стали материалы по экологической тематике.

Очевидно, что эта тематика требует специфического подхода, так как речь идёт о научном знании. Это означает использование научных терминов, жёсткой структуры фактов. Если используются цифры, то их надо уметь заставить заговорить, постараться сделать их доступными для понимания читателей, сравнивая с объектами, которые люди видят в повседневной жизни. Собственно, по формату публикации по экологической тематике в традиционном изложении – это научная статья со всеми вытекающими отсюда характеристиками.

Сегодня журналистика, в том числе и научная, приросла молодыми кадрами, выросшими в принципиально новых технологических условиях, молодыми профессиональными журналистами, в совершенстве владеющими современной техникой, обрабатывающими большие объёмы информации и предлагающими новые форматы её подачи, например, в виде лонгридов. Они уже имеют свою аудиторию, с которой в основном общаются в сетевой среде. Наблюдается рост числа молодёжи, читающей газеты. Молодые люди, благодаря компьютерам и Интернету, читают больше газет, чем остальное население. Таким образом, когда речь идёт об экологической тематике, чтобы быть услышанными, журналисты разговаривают со своей аудиторией на понятном им языке, то есть языке сети и в большей степени в сети. Ответить на вопрос, насколько это возможно, когда речь идёт о естественнонаучной тематике, мы и хотели, с одной стороны, опираясь на теоретические исследования в этой области, а с другой – предприняв данное локальное исследование.

Следует отметить, что в последнее десятилетие появилось достаточно много работ, посвящённых изменениям общепринятых норм языка, которые встречаются в сети [1; 3; 6].

Ещё недавно в основном исследовался язык газеты, который считался учёными как базовый элемент языка СМИ. Это вполне понятно, так как газета была и остаётся одним из старейших средств массовой информации. К тому же газетный материал более удобен для лингвистического описания, так как

в газете специфически, в рамках своей функциональной системы, отражаются почти все языковые стили. «Газетно-публицистический стиль не обладает замкнутостью ни по отношению к другим стилям, ни по отношению его внутренних разновидностей. Эти разновидности подчас имеют очень мало общего друг с другом, а подчас их трудно отличить друг от друга, но вместе они составляют единственную в своем роде систему, целостный организм, особое сложное качество» [4, с. 69].

Газетный язык потеснила устная речь телевидения и радио, но на данный момент интересы исследователей смещаются в сторону языка сети, который уже претендует на роль нового базового элемента языка СМИ. Конечно, прежде всего, исследуется сам феномен информационного века – социальная сеть, обусловившая появление специфических особенностей функционирования языка, а затем уже и речевое поведение пользователей [5]¹.

Затем те изменения, которые, по мнению учёных, коснулись практически всего языка, его фонетики, словообразования, синтаксиса, стилистики и особенно лексики русского языка в результате его использования в сети. Они отмечают, что русский язык существует в Рунете по совершенно иным правилам. Более того, сегодня можно уже говорить о том, что возникла новая форма языкового взаимодействия, а именно, – письменная разговорная речь. Так, по мнению Н. Б. Мечковской, в настоящее время очевидна активизация метаязыковой рефлексии, влияние специального подъязыка информатики и информационных технологий, влияние ненормативного (субстандартного) варианта языка на общее употребление, экспансия особенностей молодёжного языка, экспансия английских терминов, усиление в стилистике интернет-коммуникации либерально-демократических черт, идущих от неформального разговорно-обиходного общения [10].

Именно к таким выводам приходит большинство исследователей языка сети, выделяющих особенности изложения текста:

- наличие пунктуационных, орфографических и синтаксических ошибок;
- наличие сленга, сокращений и использование молодёжной лексики;
- ошибки делаются зачастую намеренно как на уровне слов (орфографические, словообразовательные, грамматические, лекси-

¹ Гришакова Е. Социальные сети и их классификация [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://egrishakova.ru/blog/item/70-sotsialnyie-seti-i-ih-klassifikatsiya/> (дата обращения: 23.02.2016).

ческие), так и предложений (синтаксические и коммуникационные);

– для выражения эмоций используются смайлы, интернет-мемы (демотиваторы, ба-яны, эдвейсы (те же мемы), комиксы, стрип-комиксы, карикатуры), а также знаки восклицания (несколько раз – !!!!), заглавные буквы и т. д.) [9; 11].

Эти теоретические выводы подтверждаются повседневной практикой. Так, опрос более ста студентов пятого курса вечернего отделения, обучающихся на факультете журналистики Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова, показал, что все они в большей степени владеют именно сетевым языком. Более того, они не видят для себя разницы в написании текста или поста для аккаунта или материала для СМИ, в том числе и на экологическую тематику. Например, Е. Корнеева пишет: «Приёмы, которые используются мною в социальных сетях: предпочтения отдаю словам, а не знакам; пишу короткие тексты; иногда использую смайлы/эмодзи; использую много аудиовизуального контента (видео, картинки); иногда смешиваю английский и русский языки; иногда пишу на английском (в друзьях есть иностранцы)».

Обычно традиционные средства массовой информации отдают предпочтение какому-то основному средству коммуникации: газета – письменности, режиссура – изображению; радио – устной речи, а телевидение – изображению. Нынешние журналисты, к которым вправе отнести студентов вечернего отделения вуза, уже текст сопровождают визуальными элементами, такими как графические изображения, например, смайлики, позволяющие выразить им свои эмоции. Да и в самих постах встречаются специальные формы написания тех или иных слов, например, сленговый язык, сокращения и другие новации.

Следует отметить, что сегодня наблюдается и обратное влияние сети на язык традиционных СМИ, будь они моно- или политематическими по своему содержанию. Тематика, при всей её сложности, при подготовке материала всё больше отходит на второй план. Форма подачи берёт вверх над смыслами. Тем самым превратившись в одну из основных сфер использования речи, виртуальная среда во многом определяет характер и свойства современного состояния языка. В качестве доказательства приведём ответ Н. Заруцкой:

«Так сложилось, что я не пишу посты в социальных сетях. Очень редко я использую Twitter. В основном

там я ругаюсь с компанией Билайн по поводу их сервиса (потому что это единственное место, где они оперативно отвечают). Так как я ссорюсь, то в своих текстах использую много восклицательных знаков или пишу КАПСОМ. Но мне не хотелось бы делиться своими постами, поэтому я просто анализирую посты в общем (но кратко).

Twitter (тема моей курсовой). Встречаются несколько типов сообщения: личные сообщения “от себя”, цитаты, репосты, ссылки. Язык простой, так как надо вложить мысль в 140 символов. Адресатом этих сообщений становятся все, кто это может увидеть. Исключения составляют сообщения, в своём тексте имеющие ссылку на адресата. Конечно, картинки, ссылки и видео в постах для привлечения внимания. Использование хештега в микроблоге стало почти неотъемлемой его частью. Тренд последнего времени – создание опросов. Этим занимаются не только пользователи, но и некоторые СМИ.

Facebook. Является основной площадкой для постинга. Практически все мои знакомые печатают что-то на Facebook и совсем не пишут в ВКонтакте. Как мне кажется, направленность здесь более узкая, чем в Twitter, но в то же время и более широкая. Поясню: сам смысл сообщений для более узкого круга лиц, но при этом на Facebook присутствует и русскоговорящий контингент, и иностранцы. И если в микроблоге пост вряд ли вызовет взрыв комментариев, то в этой социальной сети все тут же начнут обсуждать под постом написанное. Посты в Facebook пишутся для активной аудитории, готовой воспринимать информацию и обсуждать её. Если говорить о форматах, то тут опять же сообщение “от себя”, репост и цитата. Элементами привлечения внимания служат картинки, видео, ссылки. Хештеги тоже есть. Иногда я думаю, что тут их используют охотнее, чем в других сетях.

ВКонтакте. Так как тут обитает в основном русскоговорящий контингент, то сообщения уже не пишутся на иностранном языке (если только это не цитата). Основным материалом для сообщений выступают фотографии с короткими комментариями, репосты. Собственные мысли крайне редки, хотя и встречаются. Часто собственная стенка в ВКонтакте используется для обращений, просьб, вопросов. В принципе, по языку и приёмам сообщения здесь немногим отличаются от сообщений на Facebook. Но всё же среди различий иногда можно заметить, что в данной сети язык проще, чем в другой сети (потому что сложилось мнение, что на Facebook собралась некая профессиональная группа, с которой панибратское обращение не пройдёт)».

На данном этапе исследования был собран эмпирический материал, включающий в себя тексты или посты, написанные студентами в качестве пользователей различных сетей и их реферативные работы, в которых они анализируют свою языковую деятельность в сети. Основной вывод, который очевиден при знакомстве с этим материалом, напрашивается сам собой. Сегодня в журналистику приходит и уже пришло молодое поколение, предпочитающее передавать и воспринимать информацию преимущественно в виде изображений. Эти дополнения текстового сообщения, по сути, уже таковыми не являются, а становятся полноправными частями мультимедийного контента.

Это прямое доказательство того, насколько современный человек уже стал визуалом, чему способствует достаточное количество альтернативных коммуникативных возможностей, к которым относятся кино, телевидение, радио, Интернет, постоянно развивающаяся мобильная телефония, обещающая новый технологический рывок в информационно-коммуникативной деятельности. Как следствие, молодому журналисту достаточно трудно и писать, и читать сложный текст. Создаваемая ситуация можно объяснить тем, что при чтении он подсознательно экономит время, перепрыгивая с наиболее длинных и перегруженных текстом элементов на наименее перегруженные тексты и визуализированные. Так же он поступает, когда готовит публикацию или сюжет для любого СМИ, так как не только газетный или журнальный, но и телевизионный и радиийный материал начинается с текста.

Собственно, как он читает, так и пишет. В современном обществе люди читают газету на лету, невнимательно, и печатные СМИ вынуждены подстраиваться под такое восприятие информации: писать понятным языком и так, чтобы читали. Радио- и телевизионная программа – это устная речь, поэтому формат письменной устной речи здесь норма. Экологическая тематика в этом ряду не является исключением, хотя она всё ещё стремится сохранить традиционные подходы в текстообразовании. Где-то это ей удаётся, где-то уже происходит диффузия научного языка, и вкрапления достаточно серьёзные.

Данные выводы сделаны по результатам следующего этапа нашего исследования. После просмотра фильма «Двойная порция», который имеет непосредственное отношение к экологической тематике, студентам было предложено написать об этом заметку. Жанр не оговаривался. Эта могла быть информация, корреспонденция, рецензия, могла быть и заявка на статью, поводом которой послужил фильм.

В итоге были получены материалы, которые характеризуются размыванием чётких стилевых и жанровых границ, но во всех них превалирует разговорный язык. Грамматические формы, сочетаемость слов, синтаксические конструкции, использование сниженной и ненормативной лексики в допустимых пределах сохраняем в ниже приведённых примерах. Так, студентка А. Журавлева пишет:

«Товарищи, пожалуйста, обратите своё внимательное внимание на документальный фильме Моргана Сперлока о фаст-фуде под названием "Двойная порция".

Я словно после просмотра вернулась на несколько лет назад и увидела себя в главном герое. Я по глупости, молодости и незнанию совершила ужасную ошибку и призываю вас сейчас не допускать того же. Будьте умнее, учитесь на чужих ошибках. Берегите себя и своё здоровье, заботьтесь о своём теле, иначе последствия могут быть плачевными. Может, после просмотра фильма, вы лишний раз предпочтете тарелку домашнего борща картошке фри».

В данном случае мы имеем пример текстообразования с целеустановкой конкретного автора текста, владеющего сетевым языком и имеющего личный опыт потребления фаст-фуда. По мнению Н. С. Валгиной, прагматическая установка текста (информирование, обучение, инструктирование, декларирование и т. д.) исходит из самого текста – его назначения, вида, жанра. Как результат – это типичная заметка на экологическую тему. Благодаря этому видно, что она и определяет форму текста, отбор материала, общую стилистику и др. [2].

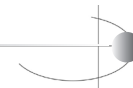
Однако автор, как уточняет исследователь, как конкретный субъект, подчиняясь общим правилам построения текста данной направленности, вносит свои, личностные коррективы в его построение, то есть осуществляет свою, авторскую прагматическую установку. Проявление личностных особенностей стиля автора также создаёт качественные признаки его разновидностей, и текст это сетевой. В нехудожественном тексте многие нейтральные речевые средства могут оказаться экспрессивными, если они способны повысить аргументированность высказываемого положения, подчеркнуть логичность вывода, убедительность рассуждения и т. п. [2].

Этот же подход наблюдается и в тексте Д. Мосафи. Она пишет:

«Фильм "Двойная порция", безусловно, заслуживает внимания. Перед нами не просто скучная поучительная картина о вреде фаст-фуда, перед нами фильм-действие, фильм-эксперимент, который ставит проблему вредной еды во главу угла. Где личная ответственность перерастает в корпоративную? На этот вопрос отвечает журналист, который решает ценой собственного здоровья опробовать на себе влияние пищи из Макдональдса.

Я считаю, что подобные фильмы если и не решают проблему, то, во всяком случае, являются мощным средством в борьбе с ней».

Автор пытается сформулировать проблему и рассматривать её уже не на уровне личности, но как общечеловеческую. При этом она пытается перевести первично устный текст фильма в письменную форму публикации. Тем самым происходит интеграция речи спонтанной и речи подготовленной, смешение разговорных и книжно-письменных стилей. В данном тексте обозначилась тен-



денция к контаминации, смешению жанров, монтажу текстовых моделей.

Это характерно практически для большинства написанных студентами заметок: авторская прагматическая установка, проявляющаяся личностные особенности стиля автора, и попытка выйти на уровень обобщения через его «я». Именно этот подход демонстрирует текст С. Нисневич:

«Для меня и до видео было очевидно, что Макдональдс – это вредно. Меня больше поразил героизм задумщика короткометражки – “угробить” своё здоровье, посадить желудок только для того, чтобы продемонстрировать этот известный факт. Поданный иск, безусловно, стал тем самым толчком для “исследования”. Но насколько это требовало такой жертвы автора? Я бы однозначно не решилась на такой эксперимент, даже для того, чтобы раскрыть глаза людям на проблему ожирения.

Но всё равно смотреть нужно всем. В мире быстро меняющихся решений, карьерного роста, негативов трудно так распределить своё время и силы, чтобы помечтать о здоровом обеде. Но данный фильм возвращает нас к этому вопросу основательно, и, надеюсь, бесповоротно. И нельзя воспринимать эту беду, как только американскую. Везде вы найдёте если не Макдональдс, то какую-нибудь другую палатку, перед которой, будучи голодными, трудно устоять. От вредных химических средств страдают не только тела и организмы взрослых, но и самое дорогое у человечества – дети. И от этой беды нас спасёт только сила воли и осведомлённость».

Особо хотелось бы обратить внимание на то, что каждый студент, взявшийся написать текст на заданную научную тему, старается объяснить, каким образом журналистское исследование может повлиять на повседневную жизнь его читателей. Чтобы показать, насколько это опасно, начинающие журналисты используют повествовательную технику. Многие из них начинают своё изложение с истории о герое фильма – журналисте, страдающем в итоге этого эксперимента целым букетом заболеваний, а потом объясняют, каким образом исследование этой проблемы может помочь каждому из нас. И может ли? Таким вопросом задаётся студентка К. Гасимова.

Она так отвечает на этот вопрос:

«Главный герой фильма Морган Сперлок пожертвовал своей внешностью и здоровьем ради эксперимента. Интересный опыт. Но изменило ли это отношение людей к фаст-фуду? Вряд ли. Мы не стали меньше потреблять нездоровую пищу. Безусловно, это хороший наглядный пример для всех, кто питается так каждый день. Возможно, часть из нас об этом задумалась. Люди никогда не смогут отказаться от такого рода лакомства. И стоит ли здоровья героя этот эксперимент? Нет. Тогда неужели он это сделал ради всех людей? Ведь мы и так всё это знаем. Интересно, что герой сегодня думает обо всём этом?».

Как видим, язык этих заметок максимально приближен к разговорному, динамичен,

демократичен, ориентирован на общеупотребляемость. Но по-другому они уже писать не могут, даже если эта сложная научная тематика. Им комфортней писать в стиле постов.

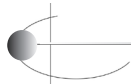
В итоге предложенные вкрапления в данный текст, как и во многие другие – это не просто абстрактная форма представления информации, но и по сути формирующие эту информацию элементы, обуславливающие её понимание и смысл.

Главный вывод проведённого исследования заключается в том, что устная речь оказывает всё большее влияние на весь строй языка СМИ вне зависимости от сложности тематики. Именно такому текстообразованию следует обучать студентов, с учётом того, что они в достаточной степени владеют сетевым языком. О. А. Лаптева отмечает, что язык прессы и других СМИ всё менее сплавливается с книжным и письменным типами литературного языка. Такие речи, как информационная и официальная телевизионная речь ощущают большое воздействие устной речи [8].

Что касается сети, то эта стихия в ней оказывается основной, подчиняющей себе её содержательную наполненность. Следует также иметь в виду, что число носителей сетевого языка с каждым годом растёт: и как пользователей, и как профессионалов. В журналистику приходит всё новое пополнение, пробующее себя во всём спектре тематик, и с годами определяющее политику в формировании повестки дня, в форматах подачи содержания.

По мнению В. Г. Костомарова, «язык массовой коммуникации, по-видимому, следует терминовать как оформляющийся новый тип функционально-стилевых единств, в которых идёт процесс опробования возможных путей реализации общего конструктивного принципа, более активный и менее структурно и традиционно обоснованный, чем в сложившихся исторических стилях, и широко вовлекающий в сферу своего влияния внеязыковые технические возможности. В современном русском языке тогда следует выделить, наряду с типом книжным и типом разговорных стилей, особый уровень функционально-стилевой дифференциации – тип массово-коммуникативных стилей. Наглядным их отличием от разговорных и книжных стилей можно считать, прежде всего, принципиально новое отношение к устной и письменной формам существования языка» [7, с. 68].

В сети данное качество принципиально становится другим. Традиционное понимание «публикации на экологическую тему» транс-



формируется, так как очевидно проникновение сетевого языка и в такую непрístupную тематику, какой до недавнего времени казалась экологическая. Пока это, может быть, не столь очевидно, но процесс обозначен.

Хочется надеяться, что тем самым научная тематика станет более понятной широкому кругу молодых людей, которые сделают науку своей профессией, своим делом жизни.

Список литературы

1. Бергельсон М. Б. Языковые аспекты виртуальной коммуникации // Вестн. МГУ. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2002. № 1. С. 55–67.
2. Валгина Н. С. Теория текста. М.: Логос, 2003. 280 с.
3. Виноградова Т. Ю. Специфика общения в Интернете // Русская и сопоставительная филология: лингвокультурологический аспект. 2004. № 11. С. 63–67.
4. Газеты на пороге новой эры // 52-й Всемирный газетный конгресс (июнь 1999 г.). М., 2001. 69 с.
5. Гришаква Е. Социальные сети и их классификация [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://egrishakova.ru/blog/item/70-sotsialnyie-seti-i-ih-klassifikatsiya/> (дата обращения: 23.02.2016).
6. Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ. М.: Флинта: Наука, 2008. 264 с.
7. Костомаров В. Г. Русский язык на газетной полосе: некоторые особенности языка современной газетной публицистики. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1971. 261 с.
8. Лаптева О. А. Живая русская речь с телеэкрана: разговорный пласт телевизионной речи в нормативном аспекте. М.: Высш. шк., 2003. 520 с.
9. Леонтьев В. П. Социальные сети: ВКонтакте, Facebook и другие... М.: ОЛМА Медиа Групп, 2012. 255 с.
10. Мечковская Н. Б. История языка и история коммуникации: от клинописи до Интернета: курс лекций по общему языкознанию. М.: Флинта: Наука, 2009. 582 с.
11. Трофимова Г. Н. Языковой вкус интернет-эпохи в России: функционирование русского языка в Интернете: концептуально-сущностные доминанты. 2-е изд., испр. и доп. М.: РУДН, 2009. 436 с.

References

1. Bergel'son M. B. Yazykovye aspekty virtual'noi kommunikatsii // Vestn. MGU. Lingvistika i mezhkul'turnaya kommunikatsiya. 2002. № 1. S. 55–67.
2. Valgina N. S. Teoriya teksta. M.: Logos, 2003. 280 s.
3. Vinogradova T. Yu. Spetsifika obshcheniya v Internete // Russkaya i sopostavitel'naya filologiya: lingvokul'turologicheskii aspekt. 2004. № 11. S. 63–67.
4. Gazety na poroge novoi ery // 52-i Vsemirnyi gazetnyi kongress (iyun' 1999 g.). M., 2001. 69 s.
5. Grishakova E. Sotsial'nye seti i ikh klassifikatsiya [Elektronnyi resurs]. Rezhim dostupa: <http://egrishakova.ru/blog/item/70-sotsialnyie-seti-i-ih-klassifikatsiya/> (data obrashcheniya: 23.02.2016).
6. Dobrosklonskaya T. G. Medialingvistika: sistemnyi podkhod k izucheniyu yazyka SMI. M.: Flinta: Nauka, 2008. 264 s.
7. Kostomarov V. G. Russkii yazyk na gazetnoi polose: nekotorye osobennosti yazyka sovremennoi gazetnoi publitsistiki. M.: Izd-vo Mosk. un-ta, 1971. 261 s.
8. Lapteva O. A. Zhivaya russkaya rech' s teleekrana: razgovornyi plast televizionnoi rechi v normativnom aspekte. M.: Vyssh. shk., 2003. 520 s.
9. Leont'ev V. P. Sotsial'nye seti: VKontakte, Facebook i drugie... M.: OLMA Media Grupp, 2012. 255 s.
10. Mechkovskaya N. B. Istoriya yazyka i istoriya kommunikatsii: ot klinopisi do Interneta: kurs lektzii po obshchemu yazykoznaniyu. M.: Flinta: Nauka, 2009. 582 s.
11. Trofimova G. N. Yazykovoi vkus internet-epokhi v Rossii: funktsionirovanie russkogo yazyka v Internete: kontseptual'no-sushchnostnye dominanty. 2-e izd., ispr. i dop. M.: RUDN, 2009. 436 s.

Библиографическое описание статьи

Коханова Л. А. Устно-письменный формат публикаций на экологическую тематику (из практики учебно-исследовательских проектов) // Гуманитарный вектор. Сер. Филология. Востоковедение. 2016. Т. 11, № 3. С. 205–211. DOI: 10.21209/2307-1834-2016-11-3-205-210.

Reference to article

Kokhanova L. A. Oral-Written Format of Publications on Environmental Issues (Based on Training and Research Projects) // Humanitarian Vector. Series Philology, Oriental Studies. 2016. Vol. 11, No 3. P. 205–211. DOI: 10.21209/2307-1834-2016-11-3-205-210.

Статья поступила в редакцию 29.02.2016