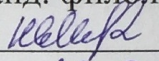


МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ИНСТИТУТ СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНЫХ НАУК
кафедра общего языкознания

РЕКОМЕНДОВАНО К ЗАЩИТЕ
В ГЭК И ПРОВЕРЕНО НА
ОБЪЕМ ЗАИМСТВОВАНИЙ

И. о. заведующего кафедрой
канд. филол. наук, доцент

 Т. Н. Рацен
28-06 2019 г.

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

магистра

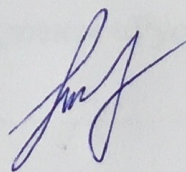
ПРОЕКТ «РУССКИЙ КЛУБ. ШКОЛА»:

ЛИНГВИСТИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ ИМИДЖА УНИВЕРСИТЕТА

45.04.01 Филология

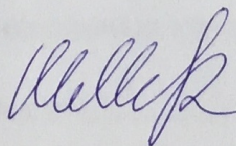
Магистерская программа «Русский язык и русская литература для
иностранцев»

Выполнила работу
Студентка 2 курса
очной формы обучения



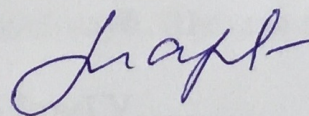
Лабанова
Татьяна
Александровна

Научный руководитель
канд. филол. наук, доцент



Рацен
Татьяна
Николаевна

Рецензент
канд. филол. наук, доцент



Марандина
Елена
Леонидовна

г. Тюмень, 2019

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	5
ГЛАВА I. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ	
ЛИНГВИСТИЧЕСКОЕ ИМИДЖА.....	10
1.1. Понятие «имидж» в отечественной и зарубежной науке.....	10
1.2. Понятие имиджа высшего учебного заведения и его структура.....	20
1.3. Лингвистическое моделирование имиджа.....	30
ГЛАВА II. ПРОЕКТ «РУССКИЙ КЛУБ. ШКОЛА»: лингводидактический	
аспект.....	40
2.1. Формирование лингвистической площадки «Русский клуб. Школа».....	40
2.2. Структурная характеристика проекта «Русский клуб. Школа».....	45
2.3. Преподавание РКИ в полилингвальных группах в проекте «Русский клуб. Школа»: лингводидактический аспект.....	50

2.4. Функции и место проекта «Русский клуб. Школа» в программе повышения конкурентоспособности ТюмГУ.....	58
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	65
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	68
ПРИЛОЖЕНИЕ. Календарно-тематическое планирование.....	76

ВВЕДЕНИЕ

Повышение интереса общества и государства к сфере высшего образования в России, а также постоянно растущая конкуренция между университетами за привлечение новых ресурсов (интеллектуальных и материальных) сделали формирование имиджа и его продвижение необходимым условием нахождения на рынке образовательных услуг.

Имидж, будучи совокупностью разных характеристик и множества компонентов, являет собой отражение определенной картины жизнедеятельности университета. Так как имидж, принимая форму стереотипа и закрепляясь в общественном сознании, может определять дальнейшее отношение к объекту, которому он принадлежит, и влиять на принятие решения о сотрудничестве.

Правильно выстроенная информационная политика университета, направленная на формирование общественного мнения, становится основным средством формирования эффективного имиджа вуза.

Механизм формирования имиджа является объектом исследования множества наук. К таким наукам относится и лингвистика, где лингвистическое моделирование имиджа является одним из ключевых направлений.

Актуальность работы обусловлена междисциплинарным характером исследования, слабой изученностью темы и необходимостью развития нового направления в науке – лингвоимиджелогии.

Объектом исследования является моделирование имиджа университета посредством создания образовательных лингвистических проектов студентами университета.

Предмет исследования – приоритетный проект «Русский клуб. Школа», его создание и внедрение в образовательное пространство Тюменского государственного университета.

Методы исследования - описательный, метод когнитивного моделирования, наблюдение, анализ продуктов деятельности, эксперимент.

Материалом исследования послужили информационно-аналитическая и методологическая базы, а также механизмы создания обучающего проекта в рамках высшего учебного заведения.

Целью данной работы является описание механизма построения модели лингвистического проекта «Русский клуб. Школа» и выявление его роли в узнаваемости университета.

Для достижения поставленной цели исследования ставится ряд *задач*:

1. описать понятие имиджа, определить понятие имиджа вуза и его основные компоненты;
2. изучить типы лингвистических моделей и приёмы лингвистического моделирования имиджа;
3. сформулировать механизмы создания проекта «Русский клуб. Школа» и описать опыт внедрения проекта в образовательное пространство Тюменского государственного университета;

4. выявить функции проекта «Русский клуб. Школа» в узнаваемости университета и его место в Программе повышения конкурентоспособности ТюмГУ.

Теоретическая значимость диссертационной работы заключается в том, что она вносит вклад в развитие нового научного направления – лингвоимиджелогии. В работе обобщаются и систематизируются результаты предшествующих исследований, посвященных изучению и определению понятий «имидж», «имидж вуза». Описывается механизм построения модели лингвистического проекта, предлагается модель организации проекта.

Практическая значимость исследования определяется возможностью использования его результатов при организации аналогичных студенческих проектов, в практике преподавания курсов по методике русского языка как иностранного, в практике построения и продвижения имиджа образовательного заведения.

Научная новизна диссертационной работы заключается в том, что в ней рассматривается и описывается когнитивная модель построения лингвистического проекта. Определена функция проекта в Программе повышения конкурентоспособности университета и формы его воздействия на узнаваемость университета. Обобщены результаты имеющихся исследований и предложена более полная структура компонентов имиджа.

Методологической базой для данного исследования послужили работы:

- по имиджелогии Рожкова И. Я. (2006), Панасюка А. Ю. (2007), Почепцова Г. Г. (2009), Павлова С. Н. (2011), Беляевой М. А. (2017);
- посвященные определению имиджа, имиджу университета и его структуре: Моисеевой Н. К. (1995), Пителинского Н. В. (2009), Дагаева Е. А. (2010), Павлов С. Н. (2011), Сидоровой А. В. (2011), Катинской М. А. (2011, 2012, 2016), Фроловой О. В. (2012), Косаревой О. Е. (2014), Моисеева Г. Ч. (2014), Мустафиной Б. С. (2016);

- по лингвистическому моделированию имиджа Шефер О. В (2007), Постниковой А. В. (2003), Пономаревой О. А. (2008), Лозовского Ю. Г. (2009), Булгаковой О. В. (2009), Катынской М. А. (2012), Прохорова А. В. (2013), Щитовой Д. А. (2014), Вершининой Е. Н. (2015).

Объем и структура исследования. Диссертационное исследование состоит из Введения, двух глав, Заключения, Библиографического списка и Приложения. В первой главе рассматриваются теоретические понятия, составляющие основу исследования. Подробно описывается понятие имиджа в целом, понятие имиджа вуза и его структура. Кроме того, рассматривается понятие лингвистического моделирования имиджа. Во второй главе рассматривается организация образовательного лингвистического проекта и его роль в узнаваемости университета. В Заключении формулируются основные выводы, полученные в ходе исследования.

Апробация работы. Данные исследования получены в ходе двухлетнего обучения иностранных студентов ТюмГУ русскому языку как

иностранному в рамках реализации проекта «Русский клуб. школа».

Апробацией работы является преподавание русского языка как иностранного,

внедрение проекта в образовательное пространство университета, а также

составление плана развития проекта на будущий год.

ГЛАВА I. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ ЛИНГВИСТИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ ИМИДЖА

1.1. ПОНЯТИЕ «ИМИДЖ» В ОТЕЧЕСТВЕННОЙ И ЗАРУБЕЖНОЙ НАУКЕ

Слово «имидж» в русском языке является заимствованием из английского (англ. *image* < лат. *imago* - образ, подобие). В английском языке слово «*image*» полисеманлично: оно является и существительным, и глаголом.

По данным различных словарей (Лонгман, Мирриам-Вебстер, Оксфордский словарь) «*image*» в качестве существительного имеет от трёх до девяти значений, включающих не только понятие имидж, но так же и образ, изображение, воспроизведение кого-либо/чего-либо, описание кого-либо/чего-либо, ментальное или визуальное представление кого-либо/чего-либо и т.д. В словаре Longman Dictionary of Contemporary English «*image*» как существительное имеет шесть значений, причем значение «имидж»

расположено первым по счёту: «PUBLIC OPINION the opinion people have of a person, organization, product etc, or the way a person, organization etc seems to be to the public» [Longman Dictionary of Contemporary English, URL].

Оксфордский словарь даёт следующее толкование: «the general impression that a person, organization, or product presents to the public» и располагает его

вторым по счёту [Oxford English Dictionary, URL]. В словаре Merriam-Webster

Dictionary значение «имидж» идёт третьим и определяется как «a popular conception (as of a person, institution, or nation) projected especially through the mass media» [Merriam-Webster Dictionary, URL]. В ходе сопоставления

формулировок значения «имидж» и «image», закреплённые в англоязычных

толковых словарях, можно сделать вывод о том, что единого толкования нет,

но все они подразумевают мнение или впечатление, которое человек,

организация, продукт и т. д. представляет обществу.

Отметим, что и в английском, в русском языке нет единого определения понятия «имидж». В словарях иностранных слов русского языка

он толкуется как: «определенный образ известной личности или вещи, создаваемый средствами массовой информации, литературой или самим индивидом» [Комлев, 2006] или «представление (часто целенаправленно создаваемое) о чьем-нибудь внутреннем и внешнем облике, образе» [Крысина, 1998]. Приведённые значения сильно отличаются от закреплённого в словаре С. И. Ожегова, где «имидж» определяется как «представление о чьём-нибудь внутреннем облике, образе. Сложившийся имидж руководителя» [Ожегов, URL].

В Большом Энциклопедическом словаре имидж – это «целенаправленно формируемый образ (какого-либо лица, явления, предмета), призванный оказать эмоционально-психологическое воздействие на кого-либо в целях популяризации, рекламы и тому подобного» [Большой Энциклопедический словарь, URL].

Кроме упомянутых выше словарей понятие «имидж» закреплено и в отраслевых словарях (например, в словарях и энциклопедиях по психологии,

маркетингу, социологии), но они зачастую повторяют друг друга и трактуют имидж как «целенаправленно формируемый образ, призванный оказать эмоционально-психологическое воздействие в целях популяризации, рекламы и т. п.» с различными небольшими вариациями. С такой формулировкой категорически не согласен Панасюк А. Ю. По его мнению, она вызывает множество вопросов и в целом довольно спорна [Панасюк 2007, 127].

В отечественной литературе, в том числе по имиджелогии и имиджмейкингу, так же нет единства мнений в том, что же собой представляет имидж. Разные авторы выдвигают свои определения термина «имидж» и соотносят его, или, наоборот, разводят с терминами «образ», «стереотип», «бренд», «репутация» [Катынская (2012), Кубрякова (2008), Панасюк (2007), Прохоров (2011)]. Рассмотрим несколько из них.

В одном из новейших учебников по имиджелогии «Азы имиджелогии: имидж личности, организации, территории» имидж трактуется как «определённый набор знаков, в сумме создающих «сообщение»

(«message»), воспринимаемое целевой аудиторией (референтной группой) однозначно» [Беляева 2017, 10].

«Имидж – это образ, возникший в результате восприятия внешних и (или) внутренних характеристик человека, иного объекта» [Панасюк 2007, 112].

Ряд исследователей, предлагая определение понятию имидж прослеживает его связи со словами «образ», «стереотип», «бренд». Связи терминов «имидж» и «образ» немало способствовало и то, что «image» переводится с английского на русский язык как «образ» [Мюллер 2010, 371].

Катынская М. В. в своей монографии, посвященной лингвистическому моделированию имиджа австралийского образования, пишет о корреляции терминов «имидж», «образ» и «стереотип». По мнению автора, проблема идентификации «образа» и «имиджа» связана с буквальным переводом на русский язык английского слова «image» как «образ». Она (Катынская) разграничивает эти понятия, говоря, что «термин «имидж» применим исключительно в случаях публичности носителя имиджа

(имиджируемого объекта), в то время как для термина «образ» выявленные особенности не характерны» [Катынская 2012, 11]. Этот вывод исследователь подкрепляет анализом психологической литературы, посвященной различению этих понятий. Катынская М. В. уточняет, что особенностью имиджа как разновидности образа является динамичность и активность, и кроме этого, образ и имидж отличаются тем, что признаки носителя имиджа могут существовать объективно или приписываться объекту создателями имиджа произвольно.

Рассматривая корреляцию терминов «имидж» и «стереотип», Катынская М. В. приходит к выводу, что одно из главных их отличий – это характерная для стереотипа устойчивость, в то время как имиджу свойственна изменчивость (динамичность). По её предположению, связь категорий «стереотип» и «имидж» состоит ещё и в том, что создатели имиджа стремятся закрепить в массовом сознании желаемой образ и придать ему устойчивость.

В итоге Катынская формирует собственное определение понятия имидж, которое на её взгляд представляет собой «интегральное понятие социально-психологической природы». В своем исследовании под имиджем она понимает «разновидность когнитивного образа какого-либо социального объекта, обладающего определенной эмоциональной окраской и степенью стереотипности и целенаправленно формируемого субъектами общественной практики в индивидуальном, групповом и массовом сознании для достижения желаемых политических, экономических и социальных результатов» [Катынская 2012, 13].

Рожков И. Я., объясняя понятие имидж, разводит его с понятием «стереотип». Он считает, что суть имиджа в том, что имидж — это «конструкция, которая формируется на основе личного опыта людей или под воздействием источников информирования, в частности, СМИ. Имидж наделяет объект дополнительными характеристиками, стремясь выделить его из ряда других схожих с ним объектов, <...> создает заданную социально-

психологическую установку, определяющую поведение человека по отношению к объекту. Люди воспринимают объект как результат собственного видения, а не как нечто, навязанное извне» [Рожков 2006, 17].

По словам Рожкова И. Я., стереотип, является простейшим обобщенным представлением, спонтанно возникающим в массовом сознании, в отличие от имиджа, который представляет собой искусственное образование.

Почепцов Г. Г. в книге «Имиджелогия» говоря об имидже проводит аналогию с «ярлычками», и эта аналогия сближает имидж и стереотип, сужая имидж до стереотипированного образа. Появление ярлычков-имиджей он объясняет тем, что «имидж является естественным продуктом обработки больших массивов информации» [Почепцов 2009, 21], которые наш мозг хранить не в состоянии и мы начинаем использовать эти ярлычки, которые отсылают на какие-либо стоящие за ними ситуации.

Совершенно иначе имидж рассматривает известный имиджеолог Панасюк А. Ю. Он приход к выводу, что при учёте всех характеристик

имиджа и путей его возникновения, полное определение должно быть сформировано следующим образом: «имидж объекта – это мнение рационального характера или эмоционально окрашенное об объекте, возникшее в психике – в сфере сознания и/или в сфере подсознания определенной (или неопределённой) группы людей на основе образа, сформированного целенаправленно или произвольно в их психике в результате либо прямого восприятия ими тех или иных характеристик данного объекта, либо косвенного – на основе восприятия уже оцененного кем-то образа, на основе восприятия мнения, сформированного в психике других людей с целью возникновения аттракции – притяжения людей к данному объекту» [Панасюк 2007, 120]. Это определение представляется нам наиболее полным.

Кубрякова Е. С. в статье «К определению понятия имиджа» выводит значение этого понятия через семиотику, вначале интерпретируя понятие знака. Для определения понятия имиджа она считает важным установить, по

отношению к чему он оказывается знаком – по отношению к человеку или к его образу. Так же для определения имиджа важно понять, что в знаковое отношение вовлекаются знак (языковое обозначение) и некое искусственно создаваемое положение дел, языковое обозначение лишь метонимически закрепляет его концептуальную структуру: «определить имидж, значит, по нему охарактеризовать концепт или концептуальную структуру, стоящую за этим словом, его значение» [Кубрякова 2008, 8]. Автор статьи приводит образцы анализа реальных примеров употребления слова имидж, чтобы проиллюстрировать основания для выводов о содержании понятия имиджа.

Она отмечает, что имидж включает и внешний облик, а не только мнение об объекте, его образ и тот факт, что имиджи создаются (то есть, являются чем-то искусственным). Имидж, по версии Кубряковой Е. С., - это «тот образ, который по тем или иным причинам призван заменить реальный объект или же представлять лицо или некую другую сущность (от характера и облика человека до государства и иных властных структур) в глазах (восприятии)

других людей» [Кубрякова 2008, 9] и далее уточняет, что понятие имиджа соотносится с набором разных ситуаций (от ситуаций его создания до ситуаций использования в самых разных целях). При этом цели и мотивы использования имиджа могут сильно варьироваться от низменных до благородных, что создаёт некоторую неопределенность в оценке наличия имиджа у какого-либо объекта.

Подводя итог всему вышесказанному, можно сделать вывод о том, что на сегодняшний день нет единого определения термина «имидж». Рассмотренные определения значительно разнятся, однако, можно выявить основные характеристики присущие имиджу, которые различные исследователи учитывают при формулировании определения понятия «имидж». Итак, имидж включает в себя следующие признаки:

- образ кого-либо и/или чего-либо;
- представление кого-либо и/или чего-либо;
- заменяет реальный объект в восприятии других людей;

- внутренний облик объекта;
- внешний облик объекта;
- мнение рационального характера об объекте;
- эмоционально окрашенное мнение об объекте;
- набор определённых знаков;
- воспринимается аудиторией;
- создаётся чем-либо и/или кем-либо;
- оказывает эмоционально-психическое воздействие с какой-либо

целью;

- наделяет объект дополнительными характеристиками, чтобы

выделить его из ряда схожих объектов;

- формируется на основе личного опыта или под воздействием

источников информирования;

- формируется целенаправленно;
- может формироваться произвольно;
- формируется в результате прямого восприятия;

- формируется в результате косвенного восприятия;
- возникает в сознании или подсознании человека/группы людей

(аудитории);

- объект воспринимается как результат собственного видения;
- создаёт заданную социально-психологическую установку, которая

определяет отношение к объекту.

В данной работе в качестве приоритетного было выбрано определение имиджа, предложенное Панасюком А. Ю., так как считаем его наиболее полным из всех рассмотренных: «имидж объекта – это мнение рационального характера или эмоционально окрашенное об объекте, возникшее в психике – в сфере сознания и/или в сфере подсознания определенной (или неопределённой) группы людей на основе образа, сформированного целенаправленно или произвольно в их психике в результате либо прямого восприятия ими тех или иных характеристик данного объекта, либо косвенного – на основе восприятия уже оцененного

кем-то образа, на основе восприятия мнения, сформированного в психике других людей с целью возникновения аттракции – притяжения людей к данному объекту» [Панасюк 2007, 120].

1.2. ПОНЯТИЕ ИМИДЖА ВЫСШЕГО УЧЕБНОГО ЗАВЕДЕНИЯ И ЕГО СТРУКТУРА

В последние годы имиджелогия как наука активно развивается, а имидж образования становится актуальной темой исследований. Зачастую имидж вуза рассматривается в русле маркетинга образования.

Понятие «имидж вуза» появилось в России в 90-е гг. XX века.

Несмотря на то, что, исследуя имидж университета можно было бы оперировать общим определением имиджа, предложенным Панасюком А. Ю., некоторые учёные выдвинули свои определения «имиджа вуза». Имидж, являясь довольно сложной категорией, включает в себя ряд характеристик. Ниже будут рассмотрено несколько определений, предложенных разными авторами, и компоненты структуры имиджа.

Пителинский К. В. формулирует определение имиджа вуза следующим образом: «имидж вуза – устойчивое, эмоционально окрашенное мнение о вузе у группы людей по сложившемуся у них образу вуза,

возникшему при прямом контакте или на основе опосредованной информации» [Пителинский 2009, 13]. Пителинский считает, что имидж вуза состоит из двух частей: информационной и оценочной. Компоненты имиджа, которые выделяет автор: бизнес-имидж вуза; визуальные характеристики вуза; внутренние социально-психологические характеристики вуза; образовательная услуга вуза; основатель и руководители вуза, административно-управленческий персонал; потребители образовательных товаров и услуг; профессорско-преподавательский состав вуза; социальные характеристики вуза; управление имиджем вуза.

Дагаева Е. А., опираясь на основные положения теории социальных представлений Московичи С. и концепцию рекламной коммуникации Лебедева-Любимова А.Н., понимает имидж вуза как «систему представлений, сформированную на основе информации, получаемой посредством различных видов коммуникаций» [Дагаева 2010, 362]. Анализируя содержание имиджа вуза, она выделяет следующие компоненты

(расположены автором в последовательности от наиболее значимого к наименее значимому):

1. имидж образовательных услуг;
2. имидж студентов;
3. имидж профессорско-преподавательского состава;
4. имидж руководителя вуза;
5. визуальный имидж вуза;
6. социальный имидж вуза;
7. внутренний имидж вуза;
8. имидж выпускников.

Остановимся на более подробном рассмотрении этих компонентов, каждый из которых включает в себя ряд элементов, оказывающих влияние на восприятие университета и формирование его имиджа в сознании человека или группы людей. Однако прежде, чем приступить к рассмотрению компонентов имиджа, остановимся на порядке расположения компонентов. В списке Дагаевой Е. А. они расположены от наиболее значимого к наименее

значимому. В изученной литературе это единственная попытка определить значение компонентов имиджа. Стоит заметить, что для разных целевых групп реципиентов имиджа значимость конкретных компонентов будет разной, поэтому пытаться расположить их в порядке значимости представляется нам несколько нецелесообразным.

Имидж образовательной услуги складывается из качества обучения, востребованности предлагаемых специальностей, престижности дипломов, стоимости образования и возможности трудоустройства по специальности.

Имидж студентов состоит из внешнего облика, стиля жизни, общего культурного уровня, уровня профессиональных знаний и умений. *Имидж профессорско-преподавательского состава* включает в себя внешний облик, социально-демографические характеристики, общий культурный уровень, уровень профессиональной компетентности и достижения. Под *имиджем руководителя вуза* понимается сочетание внешнего образа, социально-демографических характеристик, психологических характеристик и стиля

управления. Элементами *визуального имиджа* вуза являются архитектура зданий, дизайн помещений, материально-техническая база и элементы фирменного стиля. *Социальный имидж* вуза – это его социальные цели и роль вуза в экономической, социальной и культурной жизни общества, и представление общественности об этом, а также благотворительность, спонсорство, социально-политическая позиция. *Внутренний имидж* вуза зависит от корпоративной культуры организации, социально-психологического климата в коллективе и особенности управления персоналом. *Имидж выпускников* основывается на тех же элементах, что и имидж студентов, но к ним добавляются ещё карьерные и профессиональные достижения.

По мнению исследователя Павлова С. Н., имидж – это «впечатление в сознании индивида о каком-либо объекте, основанное на лидирующей оценке, превалирующей в общественном мнении» [Павлов, URL]. То есть, при формировании имиджа вуза у индивида оценка общественности, данная

этому конкретному вузу, будет иметь решающую роль. Рассматривая структуру имиджа вуза, Павлов С. Н. опирается на компоненты имиджа, выделенные Моисеевой Н. К. и включающие в себя восемь категорий [Моисеева 1995, 78]:

1. имидж образовательной услуги;
2. имидж потребителей образовательных услуг;
3. внутренний имидж организации;
4. имидж ректора вуза и научного совета;
5. имидж персонала;
6. социальный имидж организации;
7. визуальный имидж организации;
8. бизнес-имидж организации.

К перечисленным выше компонентам Павлов С. Н. делает ряд добавлений. Он считает, что к компоненту «имидж ректора» следует добавить имидж проректоров по направлениям и деканов факультетов. Так как каждый из них имеет своё влияние на целевую аудиторию, их роль в общем имидже

ректора и ректората важна и требует учета при построении имиджа. Кроме того, говоря о направленности проявления имиджа, Павлов С. Н. цитирует исследователя Богданова Е., который утверждает, что имидж разделяется на внешний и внутренний. Внешний имидж направлен на потребителей образовательных услуг и партнёров, а внутренний – на преподавателей и студентов. К имиджу, проявляющемуся во внешней среде Павлов С. Н., считает необходимым добавить компонент «имидж востребованности выпускников вуза».

Основываясь на модели имиджа организации, предложенной Томиловой М. В., Семенова Л. М. в качестве компонентов имиджа выделяет следующие: имидж образовательных услуг, имидж профессорско-преподавательского состава, имидж студентов, имидж руководителя вуза, визуальные характеристики вуза, внутренние характеристики вуза и его социальный имидж. Её структура имиджа вуза не включает компонент «бизнес-имидж вуза», что является серьезным упущением.

Сидорова Л. В., чья диссертация посвящена формированию имиджа и управлению им, рассматривает имидж «как целенаправленно созданный образ-стереотип, наделенный ценностями, значимыми для объекта воздействия» [Сидорова 2011, 9].

Фролова О. В. под имиджем вуза понимает «совокупность особенностей, характеризующих и идентифицирующих учебное заведение, зафиксированных в определённых символах или формах информации, которые создаются и целенаправленно передаются различным целевым аудиториям в процессе внешних и внутренних коммуникаций, распознаются, фиксируются, оцениваются, воспринимаются ими и, приняв форму стереотипа, определяют дальнейшие действия в отношении вуза» [Фролова 2012, 121]. Структурные компоненты имиджа вуза, приведенные автором в статье, полностью повторяют список компонентов, ранее предложенный Дагаевой Е. А..

Косарева О. Е., автор статьи «Имидж вуза как элемент системы маркетинга образовательных услуг», даёт несколько отличное от уже рассмотренных определение имиджа вуза. Под ним она понимает «эмоционально окрашенный образ, сформированный, отчасти, целенаправленно (как следствие конкретных действий менеджмента), а отчасти, спонтанно (как следствие факта функционирования), обладающий комплексом характеристик, оказывающих эмоциональное влияние на принятие решений о сотрудничестве в сфере образовательных услуг» [Косарева 2014, 64]. Отличие этого термина от проанализированных ранее в указании автора на формирование имиджа: он формируется и целенаправленно (конкретными действиями руководства), и спонтанно (в ходе работы организации). Ранее исследователи называли имидж целенаправленно формируемым, либо вообще не принимали во внимание условия его формирования.

Моисеев Г. Ч. определяет имидж вуза как «преднамеренно формируемый образ учебной организации, создаваемый для достижения поставленных целей» [Моисеев 2014, 40]. Далее автор делает важное дополнение добавляя определение эффективного имиджа вуза: «это комплекс положительных характеристик, создающий устойчивую ассоциативную связь между реальностью и её образом в общественном сознании, способствующий достижению основных целей вуза» [Моисеев 2014, 40].

Мустафина Б. С., рассмотрев определения имиджа, приведенные в словаре по имиджелогии Т. Быстровой, приходит к выводу, что «имидж вуза – это образ учебного заведения в массовом сознании» [Мустафина, URL]. В качестве компонентов образа вуза она приводит в своей статье следующие: образовательные услуги вуза, профессорско-преподавательский состав вуза, руководителей вуза, студентов вуза, внутренние социально-психологические характеристики вуза, визуальные характеристики вуза, социальные характеристики вуза.

Ранее исследователями уже утверждалось, что имидж бывает двух видов: внешний и внутренний. Авторы статьи «Компоненты имиджа высшего учебного заведения» (2017) также придерживаются этого утверждения, однако они уже чётко разграничивают компоненты имиджа в зависимости от принадлежности к конкретному виду имиджа. Итак, внешний имидж состоит из: имиджа ректора, бизнес-имиджа организации, социального имиджа и визуального имиджа организации. Ко внутреннему имиджу авторы относят: имидж образовательной услуги, имидж потребителей образовательных услуг, имидж персонала.

Также, как и в случае с общим определением понятия «имидж», подходы к рассмотрению понятия «имиджа вуза» очень разные. Единства мнений нет ни по вопросу определения имиджа вуза, ни по вопросу его структуры. Рассмотренные определения различаются по полноте развёртывания. Одни исследователи формулируют определение имиджа вуза довольно просто (Моисеев Г. Ч., Мустафина Б. С., Дагаева Е. А., Павлов С.

Н., Сидорова В. Л.), другие дают вполне исчерпывающие толкования, учитывающие множество характеристик имиджа. Наиболее полное определение имиджа вуза дала О. В. Фролова.

Разнятся и компоненты структуры имиджа, а также их количество.

Разными исследователями в состав имиджа вуза включаются разные компоненты, в среднем выделяют семь-восемь. Все структуры имиджа, рассмотренные в этом параграфе, учитывают имидж образовательной структуры, внутренний имидж организации, имидж руководителей вуза (ректора, научного совета, проректоров), социальный имидж организации.

Многие исследователи в структуру имиджа вуза включают имидж профессорско-преподавательского состава. Обобщив данные имеющихся исследований, можно получить перечень из двенадцати компонентов имиджа.

Наиболее полная структура имиджа вуза выглядит следующим образом:

1. имидж образовательной услуги;

2. имидж профессорско-преподавательского состава;
3. внутренний имидж организации;
4. имидж руководства вуза;
5. имидж студентов;
6. социальный имидж организации;
7. визуальный имидж организации;
8. имидж выпускников;
9. бизнес-имидж организации.
10. имидж персонала.

Ряд исследователей выделяет внутренний и внешний виды имиджа, и в соответствии с этим разделяет компоненты имиджа. Считаем неправильным разграничивать компоненты имиджа по виду проявления имиджа, потому что каждый компонент влияет на общий имидж вуза в обоих его проявлениях.

Таким образом, вслед за Фроловой О. В. в данной работе под имиджем вуза понимаем «совокупность особенностей, характеризующих и

идентифицирующих учебное заведение, зафиксированных в определённых символах или формах информации, которые создаются и целенаправленно передаются различным целевым аудиториям в процессе внешних и внутренних коммуникаций, распознаются фиксируются, оцениваются, воспринимаются ими и, приняв форму стереотипа, определяют дальнейшие действия в отношении вуза» [Фролова 2012, 121]. А в структуру имиджа включаем десять компонентов: имидж образовательной услуги, имидж профессорско-преподавательского состава, внутренний имидж организации, имидж руководства вуза, имидж студентов, социальный имидж организации, визуальный имидж организации, имидж выпускников, бизнес-имидж организации и имидж персонала.

1.3. ЛИНГВИСТИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ ИМИДЖА

Понятие лингвистической модели ввели структуралисты (Блюхер К. Л., Харрис З. З., Хоккет Ч.), но в науке оно закрепилось в 60-70-е гг. 20 века с возникновением математической лингвистики.

В языкознании принято следующее определение термина «модель»:

«1) искусственно созданное лингвистом реальное или мысленное устройство, воспроизводящее, имитирующее своим поведением (обычно в упрощенном виде) поведение кого-либо другого («настоящего») устройства (оригинала) в лингвистических целях. 2) образец, служащий стандартом (эталонном) для массового воспроизведения; то же, что «тип», «схема», «парадигма», «структура» и т. п.» [Языкознание 1998, 304-305].

Моделирование является широко используемым в лингвистике методом исследования и одним из наиболее эффективных методов лингвистического исследования текста. Типология лингвистических моделей обширна, но можно выделить отдельные признаки, по которым

классифицируются модели, что и делает Ю. В. Поветкина в своей статье «Моделирование как метод лингвистического исследования». О типах моделей, в том числе текстовых, она пишет следующее: «исходя из самых общих представлений, выделяют два типа моделей: идеальные, мыслительные модели <...> и материальные модели, т. е. модели, получившие реальное физическое воплощение <...> всё многообразие текстовых моделей может быть в итоге сведено к двум основным: модели, направленные на порождение (вербализацию) текста, и модели, направленные на его понимание» [Поветкина 2012, 134].

Как объект лингвистических исследований имидж привлекает всё большее внимание исследователей, однако работ, посвященных лингвистическому моделированию имиджа, немного. Активно занимаются разработкой лингвистического моделирования имиджа в образовании Прохоров А. В. и М. В. Катинская.

Исследование Кыштымовой И. М. посвящено проблемам методологии и методов исследования имиджа. Она рассматривает направления и подходы к исследованию имиджа с точки зрения психологии и смежных с нею дисциплин (когнитивной психологии, когнитивной лингвистики, психолингвистики). В зависимости от исходных целей она выделяет два направления современных исследований имиджа: прагматический и гуманистический. К основным и наиболее перспективным методам исследования психологии имиджа она причисляет метод свободных ассоциаций, метод семантического дифференциала, Шкалу PDI (Persuasive Discourse Inventory) Т. С. Фелтхема и нарративный анализ [Кыштымова 2013, 126].

Далее приведем краткий обзор проанализированных работ по лингвистическому моделированию имиджа.

Работа Постниковой Л. В. «Просодия и политический имидж оратора (на материале речей американских президентов)» (2003) является в своем

роде уникальной. Она рассматривает фонетические характеристики речей американских президентов и их влияние на имидж. Автор утверждает, что «просодия речи является одним из ярких приемов воздействия на аудиторию, соответствующих конкретной определенной ситуации общения и образу оратора» [Постникова 2003, 6], и может являться средством идентификации личности. В результате исследования было выявлены схожие тенденции просодического оформления политической ораторской речи в трех разных ситуациях (высоко официальной, дружеской и торжественной обстановках) и различия, связанные с личностными характеристиками ораторов, имиджевыми установками и политическим контекстом ситуации, в которой произносится речь.

В диссертации О. В. Шефер «Отражение корпоративной культуры вузы в имиджевом дискурсе» вводится в научный обиход понятие «имиджевый дискурс» и выявляются его компоненты. Имиджевый дискурс является совокупностью рекламных и PR-текстов, отражающих

корпоративную культуру и формирующих в восприятии общества положительный образ вуза. По мнению автора, имиджевый дискурс – это «прямая имиджеформирующая информация, поступающая к получателям посредством коммуникационных технологий, для позиционирования и продвижения в конкурентной среде» [Шефер 2007, 10]. В имиджевом дискурсе используются практически все способы речевого воздействия.

Пономарева О. А. проводит лингвокультурологическое сравнение вербализации политического имиджа в российских и американских средствах массовой информации. В работе представлены критерии классификации политического имиджа, выявлена структура политического имиджа (ядро имиджа + внешняя составляющая + внутренняя составляющая + процессуальная сторона) [Пономарева 2008, 5]. По результатам исследования, различие отражается во фреймовых трансформациях, метафорических моделях и функциях политического имиджа в массмедиальном дискурсе.

Создание имиджа известной личности с точки зрения лингвистики рассматривает Ю. Г. Лозовский. В ходе исследования автором были выявлены четыре наиболее важные и значимые для формирования имиджа характеристики человека: визуальная, индивидуально-личностная, социальная и символическая. Предложена языковая модель имиджа личности, которая отражает её прагматически важные качества, черты, типовые характеристики. Результаты исследования показали, что имидж может быть представлен в виде языковой модели, включающей приведенные выше четыре характеристики человека, «эта информация транслируется через создание у адресата сообщения определенного ценностного отношения к тому или иному человеку, которое формируется системой эмоционально-экспрессивных языковых средств, в том числе средств, используемых в контексте в качестве оценочных» [Лозовский 2009, 22].

В диссертации О. В. Булгаковой объектом исследования становится имиджевый экономический дискурс в печатном издании СМИ. Автор

рассматривает моделирование имиджа фирмы и персоны в экономическом издании в русле относительно нового направления – лингвоимиджелогии.

Разработана и описана методика метафорического моделирования имиджа в экономическом имиджевом дискурсе. Булгаковой О. В. утверждается следующее: «метафора является одним из самых эффективных средств лингвистического моделирования имиджа. В процессе создания имиджа метафора в полной мере проявляет свою когнитивную природу. В ходе мыслительной операции путем сопоставления двух разных понятийных сфер происходит осмысление и наименование того или иного фрагмента действительности. <...> метафора активно формирует вариант языковой картины мира» [Булгакова 2009, 22].

В статье «Моделирование имиджа как способ речевого воздействия» (2011) М. В. Катинская рассматривает моделирование имиджа австралийского образования в текстах СМИ. Предметом исследования является коммуникативная стратегия моделирования имиджа. В ходе анализа

материалов СМИ исследователем выявлены пять речевых тактик, применяющихся для достижения эффекта убеждения: 1) тактика создания и поддержания имиджа, вербализуемая посредством различных лексических и синтаксических единиц; 2) тактика преуменьшения/смягчения и преувеличения/гиперболизации, реализуемая стилистическими и грамматическими средствами; 3) тактика привлечения внимания (которая реализуется через использование эмфатических конструкций, противопоставлений и повторов); 4) тактика установления доверительных отношений с аудиторией; 5) тактика придания особой значимости.

Основными компонентами конструируемого имиджа (и составляющими его структуру) названы бизнес-индустрия, стабильность, качество, развитие и международное сотрудничество.

В монографии «Лингвистическое моделирование имиджа» М. В. Катинская исследует имидж австралийского образования и коммуникативно-прагматические средства его моделирования в текстах сетевых СМИ. В ходе

исследования автором были выявлены структурные компоненты имиджа австралийского образования: «бизнес-индустрия», «качество», «стабильность», «развитие», «международное сотрудничество».

Моделирование выявленных компонентов осуществляется посредством использования аргументативных речевых средств. Речевое воздействие реализуется согласно двум аргументативным стратегиям – стратегии рациональной аргументации и стратегии оценочной аргументации. Первая стратегия состоит из: тактики создания и поддержания имиджа, тактики преуменьшения/смягчения и преувеличения/гиперболизации, тактики привлечения внимания, тактики установления доверительных отношений с аудиторией и тактики придания особой значимости. Вторая стратегия «основана на положении об аксиологичности человеческого сознания, его ориентации на выработанные обществом и принятые субъектом сознания ценности. Воздействующий (прагматический) потенциал языковой оценки является ее имманентной характеристикой» [Катынская 2012, 142].

Прохоров А. В. в статье «Специфика лингвистического моделирования имиджа» (2013) рассматривает лингвокогнитивные особенности моделирования имиджа. Он акцентирует внимание на использовании языковых средств формирования имиджа, в частности, инференции и метафорического переноса.

Щитова Д. А. исследует механизм формирования имиджа политиков с помощью языковых средств на материале высказываний, актуализирующих концепт «вооруженная борьба». Проведенный автором анализ интервью трёх политических деятелей (В. В. Путина, Дж. Буша и А. Меркель), позволил выявить особенности моделирования имиджа разных субъектов и установить наиболее распространённые и специфические имиджевые роли политиков.

В фокусе исследования Вершининой Е. Н. находится имиджевый образовательный дискурс. Она рассматривает речевые тактики создания имиджа вуза в рекламно-образовательном дискурсе на материале текстов газеты «Поиск». В ходе исследования автором выявлена основная речевая

стратегия текстов – самопрезентация, и выделено девять видов тактик («использование раскрученного образа», «обращение к эксперту», «обращение к статистике», «описание масштаба», «описание прошлого, настоящего, будущего», «апелляция к мотиву первенства», «сравнение объектов», «работа с пресуппозицией», «апелляция к базовым потребностям личности»), каждая из которых выполняет определённую роль в формировании имиджа вуза [Вершинина 2015, 163]. Ценность данной работы заключается в дальнейшей возможности использования описанных в ней тактик для выстраивания имиджа любого вуза.

Катынская, изучающая имиджирование австралийского образования в медиа-текстах, предприняла попытку рассмотрения имиджа как прототипической категории. В ранее проведённом исследовании («Лингвистическое моделирование имиджа», 2012) автором было выявлено, что модель вербализованного имиджа австралийского образования состоит из компонентов «бизнес-индустрия», «качество», «стабильность», «развитие»,

«международное сотрудничество». Рассмотрев эти компоненты и образуемую ими модель имиджа через призму теории прототипов, исследовательница приходит к выводу, что «типичные стереотипные характеристики данной категории (в нашем случае это бизнес-индустрия) становятся прототипами компонентов, структурирующих имидж, а именно: качество, развитие, стабильность, международное сотрудничество» [Катынская 2016, 177].

В русле формирующегося направления лингвоимиджелогии авторами исследуется моделирование имиджа различных объектов: организации, человека (в частности политика), бизнеса, образования и университетов. Материалом большинства существующих работ являются тексты СМИ (журналов, газет, специализированных периодических изданий, интернет-порталов и так далее).

Моделирование имиджа человека изучали Лозовский Ю. Г. и Булгакова О. В., в частности, имидж политика становился объектом исследования Постниковой Л. В., Пономаревой А. О. и Щитовой Д. А.

Исследованию моделирования регионального имиджа посвящены работы Чепкасова А. В., Сушнековой И. А., Малёновой Е. Д. в соавторстве с Савельевой Е. В.

Работа Булгаковой О. В. охватывает не только формирование имиджа человека, но также и имидж организации.

Работы ряда авторов, таких как Прохоров А. В., Катинская М. В., Шефер О. В. Вершинина Е. Н. Павлов С. Н., Хайрова С. Р., посвящены рассмотрению речевых средств моделирования имиджа образования вообще, и имиджа университета в частности.

Итак, проанализировав весь вышеизложенный материал, можно сделать следующие выводы:

- 1 На сегодняшний день в науке отсутствует единое понимание определения понятия «имидж», что рождает множество трактовок;
- 2 Имидж – сложное понятие, включающее в себя множество характеристик, таких как эмоциональная окрашенность,

рациональный характер, искусственность и естественность возникновения, оказание воздействия, условия формирования, восприятие;

3 Имидж вуза – понятие, основанное на общем определении имиджа и его характеристиках, адаптированное под отраслевую специфику;

4 Структура имиджа вуза насчитывает более десятка компонентов, наиболее часто в классификациях встречаются: имидж образовательной услуги, имидж профессорско-преподавательского состава, внутренний имидж организации, имидж руководства вуза, социальный имидж организации, визуальный имидж организации, бизнес-имидж организации;

Изучение лингвистического моделирования тесно связано как с изучением языка, так и с изучением имиджологии, социологии, политологии, теорией коммуникации. Применение различных языковых средств, речевых

стратегий и тактик является одним из основных способов формирования и продвижения имиджа.

ГЛАВА II. ПРОЕКТ «РУССКИЙ КЛУБ. ШКОЛА»:

ЛИНГВОДИДАКТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

2.1. ФОРМИРОВАНИЕ ЛИНГВИСТИЧЕСКОЙ площадки

«Русский клуб. Школа»

Увеличение числа иностранных студентов, обучающихся в Тюменском государственном университете, обусловило необходимость создания эффективных сервисов для их поддержки и адаптации. С этой целью Отделом сервисов поддержки иностранных студентов и специалистов Управления международных связей реализуется ряд программ и мероприятий.

Как одна из таких программ в 2017 году была сформирована лингвистическая площадка «Русский клуб. Школа», назначение которой – помощь иностранным студентам ТюмГУ в изучении русского языка.

Создание проекта обусловлено рядом причин. В первую очередь, это интерес иностранных студентов к русскому языку и культуре, желание

углублять и совершенствовать полученные знания и навыки после завершения основного курса обучения русскому языку как иностранному.

Основными причинами создания проекта являются:

- Желание иностранных студентов продолжать изучение русского языка культуры;
- Необходимость получения дополнительной компетентной помощи в изучении русского языка;
- Ограниченные финансовые возможности студентов для продолжения изучения языка;
- Необходимость дополнительной адаптации студентов-иностранцев к образовательному процессу.

Прокомментируем перечисленные нами причины создания «Русского клуба школы». После окончания обучения русскому языку как иностранному и поступления в университет на программы профессиональной подготовки, студенты-иностранцы должны сами решать проблему дальнейшего изучения

языка. Современный мир предоставляет для этого широкие возможности: курсы при университетах и в языковых школах, частные занятия с преподавателем, онлайн-ресурсы и так далее. Однако, многие студенты, приезжающие на обучение из других стран, имеют ограниченные финансовые ресурсы, что сильно сужает им доступ к продолжению изучения языка. В свою очередь, уровень владения языком страны, в которой обучается студент (в данном случае русский) существенно влияет на успех освоения учебной программы и интеграции в новую культурную и языковую среду.

Ввиду указанных выше причин, необходимыми условиями создания лингвистической площадки явились доступность для студентов с любым уровнем достатка (бесплатность) и профессиональный подход к организации обучения.

В условиях ограниченных ресурсов возникает ряд проблем, которые необходимо решить: какие минимальные требования необходимо выдвинуть к потенциальным участникам клуба, кто будет преподавать, методическое и

материальное обеспечение проведения занятий, привлечение потенциальных учеников в проект и организация набора.

Так как проект должен быть бесплатным для участников, к его организации было решено привлечь студентов магистратуры направления «Филология: Русский язык и русская литература для иностранцев». Проект приобрел формат волонтерского, где студентам, выступающим в роли преподавателей, предоставляется возможность получить необходимые в профессии практические навыки, пройти практику и апробировать результаты своих исследований.

Значимой частью методической поддержки, оказанной проекту, были консультации преподавателей университета, занимающихся преподаванием РКИ. Волонтерами-преподавателями были получены рекомендации по содержанию календарно-тематического планирования, наполнению и структуре урока, необходимости учета культурных особенностей студентов-иностранцев.

Материальное обеспечение занятий в рамках проекта «Русский клуб.

Школа» взял на себя Отдел сервисов поддержки иностранных студентов и специалистов. С их стороны проект обеспечивался учебными аудиториями с мультимедийным оборудованием, раздаточным материалом для проведения занятий. Кроме того, на всём протяжении существования проекта отдел обеспечивал информационную поддержку в социальных сетях университета. В первый год функционирования проекта сотрудники отдела проводили набор студентов на обучение в проект.

Набор учеников в проект осуществляется через заполнение онлайн-заявки – анкеты участника, где указывается и уровень владения русским языком.

Следующая немаловажная проблема, которую необходимо было решить – это минимальные требования к будущим обучающимся. Для успешного достижения целей обучения было решено ограничить число

обучающихся (не более 15 человек в группе), а также ввести требование по минимальному уровню владения русским языком – А1 или А2 и выше.

Целью формирующегося проекта стало обучение иностранных студентов русскому языку как иностранному. Особое внимание было решено уделить объяснению грамматики и обучению говорению, а также включению в материал уроков лингвострановедческой и лингвокультурологической информации. Цель проекта обусловила требования к преподавателям: 1) профильное образование, позволяющее обеспечить качественный подбор и объяснение материала; 2) опыт преподавания, составления КТП, разработки планов уроков; 3) базовые знания методики преподавания иностранных языков, в частности, русского как иностранного; 4) опыт изучения иностранных языков. В обязанности преподавателей входит разработка КТП, материалов уроков и ведение посещаемости занятий, а также организация общих мероприятий в конце семестров.

При создании лингвистической площадки командой организаторов были учтены пожелания потенциальных студентов к содержанию обучения (изучать в первую очередь грамматику и улучшать коммуникативные навыки).

Рассмотрев причины и условия создания, цель проекта, можем сделать ряд выводов:

- Создавая лингвистическую площадку, необходимо чётко сформулировать цель;
- При определении цели проекта следует отталкиваться от потребностей аудитории;
- Условия, в которых реализуется проект, ставят перед его организаторами ряд задач, решение которых влияет на успех проекта;
- Важна подготовка преподавателей и методическое обеспечение организации обучения.

2.2. СТРУКТУРНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОЕКТА

«Русский клуб. Школа»

Проведившееся исследование охватывает весь период существования проекта «Русский клуб. Школа» – два учебных года, 2017-2018 и 2018-2019.

Так как структура клуба в 2017-2018 учебном году и в 2018-2019 учебном году несколько отличалась, рассматривать её будем в хронологическом порядке.

Структурная характеристика проекта состоит из описания контингента организаторов и студентов и, собственно, структуры проекта (количество групп и принципы разделения, количество и состав преподавателей в каждой группе).

Всех участников проекта можно разделить на две категории: организаторы и студенты. В категорию организаторов проекта, кроме преподавателей, входят сотрудники университета, обеспечивающие материально-техническую поддержку проекта (Отдел сервисов поддержки

иностранных студентов и специалистов Управления международных связей ТюмГУ).

В 2017-2018 учебном году структура проекта включала две учебные группы уровней А2 и В1. В группе А2 преподавание вели два человека. Над группой В1 работали два преподавателя и методист. Все – студенты магистратуры.

В 2018-2019 учебном году выросло количество желающих обучаться в проекте. Кроме того, в проект массово приходили студенты с общим уровнем знания языка ниже А2. В связи с этими факторами возникла необходимость увеличения числа групп. В результате было решено разделить студентов на три группы: А1, А2, В2. При этом отказаться от тех, кто не имеет базовых знаний языка. За каждой группой закреплялись два преподавателя (чтобы минимизировать нагрузку на преподавателей, было решено, что один преподаватель проводит один урок в неделю). Итого, на

второй год работы в проекте имелось три группы с шестью преподавателями, непосредственно работающими с ними.

Контингент преподавателей формируется из числа студентов ТюмГУ, имеющих профильное филологическое образование, либо обучающихся в данный момент на этой специальности. Первоначально, приоритет отдавался студентам-магистрантам, но в 2017-2018 учебном году, в связи с нехваткой преподавателей и их ротацией, было решено привлечь к работе в проекте и студентов-бакалавров старших курсов.

Рост проекта не ограничивался только увеличением числа студентов.

Увеличилось так же и количество организаторов: преподаватели, методисты, логопеды. На второй год работы в проект пришли логопеды, в рамках «Русского клуба. Школы» стали проводиться занятия по коррекции произношения.

В течение 2018-2019 учебного года в проекте работало 13 человек.

Обязанности были распределены следующим образом: куратор, преподаватели, методисты и преподаватели на замене. В функционал

преподавателей, кроме, непосредственно преподавания и разработки КТП, и материалов уроков, входит планирование и проведение мероприятий в конце семестра, ведение группы проекта в соцсети «ВКонтакте».

Считаем необходимым отметить условия работы преподавателей.

- 1) преподаватели являются волонтерами;
- 2) Каждый преподаватель закрепляется за конкретной группой;
- 3) День и время проведения занятий определяют сами преподаватели в паре;
- 4) Один преподаватель проводит одно занятие в неделю;
- 5) Взаимовыручка. В случае, если кто-то из преподавателей не может провести занятие, его, по возможности заменяет другой преподаватель;

Так как проект является волонтерским, и преподаватели не получают оплату за свою работу, одним из главных принципов стали гибкость в сочетании с минимальной нагрузкой. Расписание уроков преподаватели каждой группы определяют в зависимости от своей загруженности.

Проект «Русский клуб. Школа» ориентирован на иностранных студентов Тюменского государственного университета. Форма и курс обучения не имеет значения, но студенты должны обладать базовыми знаниями русского языка. Учебные группы формируются в соответствии с уровнем владения русским языком. Большинство студентов, обучающихся в проекте, являются студентами бакалавриата и подготовительного факультета, имеется небольшое количество магистрантов и аспирант. Группы многонациональные, география происхождения студентов крайне широка: СНГ, Юго-Восточная Азия, Ближний Восток, Африка, Латинская Америка, Европа. Всего более 15 стран. За два года существования проекта «Русский клуб. Школа» занятия в нём посетили 136 человек.

В сопоставлении структура проекта выглядит следующим образом:

2017-2018 учебный год	2017-2018 учебный год
Групп: 2 (А1, В1)	Групп: 3 (А1, А2, В2)
Преподавателей: 5	Преподавателей: 13
Занятия: русский как иностранный	Занятия: русский как иностранный,

<p>Расписание РКИ: 2 урока в неделю по 2 часа</p>	<p>коррекция произношения</p> <p>Расписание РКИ: 2 урока в неделю по 1,5 часа.</p>
---	--

Подводя итог всему вышеизложенному, важно отметить, что рассматриваемый лингвистический проект является полностью студенческим: разрабатывается и управляется студентами, его аудитория так же учащиеся ТюмГУ.

Категория организаторов (они же преподаватели) представлена студентами университета профильных направлений («Филология: русский язык и литература для иностранцев», «Филология с двумя профилями подготовки: русский язык и русская литература», «Филология: академический бакалавриат», «Логопедия»), что обеспечивает качество занятий и профессиональный подход к реализации проекта. В реализации проекта были задействованы 15 человек.

Студенты-иностранцы, обучающиеся в проекте являются представителями более 15 стран. За время существования проекта занятия в

нем посетили 136 человек. Предлагаемые занятия по РКИ охватывают четыре основных уровня владения иностранным языком: А1, А2, В1, В2.

2.3. ПРЕПОДАВАНИЕ РКИ В ПОЛИЛИНГВАЛЬНЫХ ГРУППАХ

В ПРОЕКТЕ «РУССКИЙ КЛУБ. ШКОЛА»:

ЛИНГВОДИДАКТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Методика преподавания русского языка как иностранного насчитывает множество методов и приемов, каждый из которых обладает своими достоинствами. Достижение целей обучения зависит от адекватно выбранного метода, соответствующего поставленным целям и ожидаемым результатам. В последние годы все большую популярность и распространение получает коммуникативный метод обучения, включаемый специалистами в группу комбинированных методов [Щукин 2003, Капитонова 2014].

Использование комбинированного метода представляется довольно перспективным. В методике преподавания под комбинированными понимаются методы «для которых характерно наличие признаков, присущих как прямым, так и сознательным методам» [Щукин 2003, 193].

Комбинированные методы – это не только уже известные коммуникативный, или сознательно-практический, но и сочетание приемов присущих разным методам обучения (прямым или переводным, например), в зависимости от целей обучения.

В самом начале разработки проекта лингвистической площадки были определены главные принципы обучения:

1. Занятия проходят только на русском языке;
2. Обучение грамматике;
3. Обучение говорению;
4. Обучение научному стилю речи.

Следовательно, метод, применяемый при обучении в «Русском клубе.

Школа» является комбинированным, и представляет собой сочетание приемов прямого, коммуникативного и, частично, грамматико-переводного.

Полилингвальный состав обучающихся делает невозможным применение грамматико-переводного метода в полном объеме, поэтому от него берется только обучение грамматике, и опускается перевод. По той же причине

полилингвальности обучаемых групп нельзя применить при изучении грамматики и сознательно-сопоставительный метод.

В зависимости от уровня знаний конкретной группы студентов и их потребностей определяется чему уделять больше внимания при обучении. В ходе работы площадки было замечено, что большинство студентов групп А1 и А2 нуждаются, в первую очередь, в проработке навыков говорения и аудирования. У студентов групп В1 и В2, наоборот, часто хорошие навыки говорения, и они нуждаются в отработке проблемных мест грамматики и обучению научному стилю речи.

Календарно-тематическое планирование осуществлялось с учетом потребностей и пожеланий студентов, и с учетом требований Государственных Образовательных Стандартов владения русским языком как иностранным. Кроме того, при разработке программы обучения для уровней А1 и А2 было решено опираться на учебно-методический комплекс «Поехали!» Чернышова С. И.

Прежде, чем рассмотреть содержание обучения в проекте «Русский клуб. Школа», считаем необходимым привести информацию о частоте и длительности занятий.

В качестве оптимального, преподавателями в 2017 году, было выбрано проведение занятий два раза в неделю по два часа. Занятия не должны проводиться друг за другом два дня подряд, чтобы дать студентам время и возможность лучше усвоить материал. В 2018 году, перед началом нового учебного года в проекте, была пересмотрена и сокращена до полутора часов длительность занятий. Количество человек в группе не должно превышать 15 человек.

В 2017-2018 учебном году занятия проходили в период с начала ноября по конец декабря в первом семестре, и с конца февраля по начало мая во втором семестре.

В 2018-2019 учебном году занятия проводились с начала октября по конец декабря в первом семестре и с конца февраля по начало мая во втором

семестре. Число запланированных уроков составило 42. Этим срокам и количеству занятий предполагается придерживаться в будущем.

Рассмотрим содержание обучения в группах проекта каждого года. В разработке календарно-тематических планов проекта участвовали преподаватели-волонтеры: Лабанова Т. А., Дроздова А. О., Глебова С. М., Шулепова А. И., Богадевич И. А., Галян В. Н., Подгорнова Д. Л., Болдырева М. С. Календарно-тематическое планирование смотри в приложении.

В 2017-2018 учебном году в рамках проекта «Русский клуб. Школа» велось обучение на двух уровнях: А2 и В1. Общие черты КТП обеих групп: повышенное внимание к грамматике, повышенное внимание к обучению говорению, фонетическая разминка на каждом уроке.

Так как на начальных уровнях обучения языку (А1 и А2), очень важно заложить прочную базу, обучение грамматике и говорению сочетается с развитием других видов речевой деятельности и аспектами языка. Темы

занятий представлены ситуациями повседневного общения. Отсутствует обучение стилям речи вообще, и научной речи, в частности.

В ходе обучения покрываются следующие виды речевой деятельности и аспекты владения русским языком как иностранным: фонетика, лексика, грамматика и говорение, аудирование, чтение.

В рамках обучения грамматике в группе А2 изучаются: имя существительное (род, категория одушевленности/неодушевленности, число, собственные и нарицательные существительные, падежная система), имя прилагательное (краткие/полные формы, степени сравнения, склонение), имя числительное (количественные и порядковые, склонение числительных), местоимения (вопросительные и относительные, неопределенные, отрицательные, притяжательные, указательные местоимения и их склонение), глагол (глаголы движения, время и вид глагола), наречие, служебные части речи, причастие и деепричастие, лексика (синонимы, антонимы, омонимы) и синтаксис (простое предложение, вводные слова и словосочетания).

Присутствие в программе обучения тем, которые на данном уровне не предусмотрены образовательным стандартом, объясняются гибкостью учебного плана и возможностью подстроиться под уровень знаний и запрос аудитории.

Отрабатываются навыки говорения в ситуациях повседневного общения. В приложении представлено календарно-тематическое планирование для группы А2 2018-2019 учебного года. План обучения группы А2 в предшествующем 2017-2018 году, в основном, соответствовал представленному.

Обучение группы В1 в 2017-2018 учебном году базировалось на изучении грамматики и отработке коммуникативных навыков. В ходе обучения покрываются следующие виды речевой деятельности и аспекты владения русским языком как иностранным: фонетика, лексика, грамматика и говорение, аудирование, чтение, письмо.

Темы уроков представлены сферами бытового и социально-культурного общения. Навыки общения отрабатываются в рамках тем и ситуаций, предусмотренных Государственным образовательным стандартом для данного уровня владения русским языком как иностранным.

В рамках обучения группа В1 в 2017-2018 учебном году изучала следующее: научный стиль речи, предложно-падежные конструкции, систему падежей и склонение существительных, имя существительное (морфологические признаки рода и числа в существительных, формальные показатели рода и числа, и сложные случаи определения рода, категория числа существительного), лексико-грамматические разряды имен существительных, местоимения, глагол (вид, залог, время, наклонение), числительное, наречие.

В 2018-2019 учебном году у нас образовалась группа студентов с уровнем А1. Обучение этих студентов было сосредоточено на развитии у них всех четырех видов речевой деятельности на русском языке (чтение, письмо,

говoreние, аудирование). Особое внимание уделялось фонетике, навыкам чтения и лексике.

В рамках программы они проходили основы грамматики: знаменательные речи, падежную систему в русском языке, категорию времени и рода, в контексте изучения имен существительного, прилагательного, местоимения и числительного, глагол, синтаксис простого предложения.

В 2018-2019 учебном году была набрана группа с уровнем владения русским языком В2. Основными принципами создания учебного курса для них стали: ориентация на сложные случаи русской грамматики, обучение научной речи, синтаксису.

В ходе обучения покрываются следующие виды речевой деятельности и аспекты владения русским языком как иностранным: грамматика и лексика, говорение, аудирование, чтение, письмо.

В рамках курса изучались следующие темы: глаголы группы «видеть», вид глагола, причастие, деепричастие, лексика (омонимы, паронимы, фразеология), выражение времени в простом и сложном предложении, научный стиль речи (правила реферирования текста, написание защитного слова, изложения, аннотации, эссе), синтаксис (словосочетание, простое предложение, сложное предложение).

Помимо указанного со студентами группы В2 проводится разбор олимпиадных заданий по русскому языку как иностранному.

В обобщённом виде структуру урока можно представить следующим образом:

- приветствие
- Фонетическая разминка
- Повторение пройденного на прошлом занятии
- Объяснение новой темы
- Отработка новой темы
- Разговорная практика

- Завершение занятия (подведение итогов/обобщение/ прощание)

Составление программы обучения и разработка поурочных материалов требует основательной подготовки. Необходимо учесть множество факторов: требования образовательных стандартов, контингент учащихся, их уровень подготовки и опыт обучения русскому языку в прошлом, потребности и наиболее трудный для усвоения материал.

Необходимо понимать и отличие лингвистической площадки «Русский клуб. Школа» от стандартных языковых курсов. Это в первую очередь факультативный характер, отсутствие контроля и для преподавателей, и для студентов. Разработка учебного плана осуществляется исключительно в рамках представлений преподавателей групп о том, чему, в первую очередь, и как надо учить студентов, но с опорой на Государственный образовательный стандарт. Подбор и написание материала для занятий является личной ответственностью каждого преподавателя, нет требований к использованию каких-либо конкретных учебных пособий.

У каждого преподавателя складывается своя методика представления материала, и обучения языку вообще, структура занятия и манера проведения уроков. Этот факт является плюсом и для преподавателей, и для студентов. Преподаватели получают широкие возможности для апробации методов обучения, создания и подачи материала. Студенты могут видеть разнообразие характеров, методов обучения и приемов работы с обучающимися, а также совершенно разные манеры общения и стили речи, что может положительно влиять на комфорт в общении на русском языке.

2.4. ФУНКЦИИ И МЕСТО ПРОЕКТА

«РУССКИЙ КЛУБ. ШКОЛА» В ПРОГРАММЕ ПОВЫШЕНИЯ

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТЮМГУ

Ранее, в параграфе 1.2. было рассмотрено понятие «имидж вуза» и его структура, определены компоненты структуры. Функционирование лингвистической площадки «Русский клуб. Школа» оказывает положительное влияние на следующие компоненты имиджа ТюмГУ: внутренний имидж организации, имидж студентов, имидж профессорско-преподавательского состава, имидж руководства.

Рассмотрим подробнее.

Уровень профессиональных знаний и умений студентов, общий культурный уровень, позволяют им реализовывать качественный образовательный проект – влияние на имидж студентов

Возрастающий интерес к участию в проекте со студентов говорит об их стремлении развиваться профессионально и культурно, что тоже влияет на имидж студентов.

Подготовка студентов, реализовывающих проект, косвенно влияет на имидж профессорско-преподавательского состава, потому как их уровень подготовки зависит от качества преподавания в университете.

Влияние на внутренний имидж организации достигается за счёт комфортной рабочей и учебной обстановки в проекте, вовлеченности студентов, участвующих в проекте (обоих групп – обучающихся и обучающих) в общественную и учебную жизнь университета. Участники проекта активно участвуют в мероприятиях, проводимых университетом (в 2018-2019 учебном году это Неделя иностранного студента, Международный новый год, CultFest, Казино настольных игр и другие). Кроме того, ученики «Русского клуба. Школы» участвуют в олимпиадах по русскому языку как иностранному.

Тот факт, что организация и воплощение проекта получает поддержку и поощрение университетской администрации положительно сказывается не только на внутреннем имидже вуза, но и на имидже его руководства.

Функция проекта в Программе повышения конкурентоспособности ТюмГУ – посильный вклад в реализацию стратегических инициатив. Деятельность «Русского клуба. Школы» соотносится со стратегическими инициативами № 8 «Узнаваемость университета», №4 «Привлечение талантов» и №1 «Превосходное образование».

В реализации Стратегической инициативы № 8 важная роль отводится социальным сетям и другим формам интернет-коммуникации и рекламы. В рамках реализации стратегических инициатив университетом запланирован ряд мероприятий и поставлены задачи по их проведению. Запланированными мероприятиями реализации стратегической инициативы «Узнаваемость университета» являются улучшение позиций университета в международных

рейтингах посредством сети интернет и формирование бренда университета на внешних рынках.

Проект «Русский клуб. Школа» связан с решением двух задач этих мероприятий: полнота представления вуза в сети (создание сайтов и страниц за счёт уникальных проектов), создание привлекательности бренда за пределами региона в России и на международных рынках (расширение присутствия университета в социальных сетях).

Вклад в повышение узнаваемости университета реализуется одним из направлений деятельности площадки «Русский клуб. Школа». Проект имеет свою страницу в социальной сети «ВКонтакте», где освещается деятельность клуба и публикуется уникальный образовательный контент. Так же страницей проекта осуществляется информационная поддержка мероприятий, целевой аудиторией которых, являются иностранные студенты университета. Деятельность проекта освещалась в региональных СМИ (новостной выпуск, газетные статьи), что повышает узнаваемость университета.

Участие в реализации Стратегической инициативы № 4 достигается за счет вклада в пункт 3 «создание условий для реализации продуктивного таланта» [Программа повышения конкурентоспособности ТюмГУ, URL].

Являясь уникальным образовательным проектом, «Русский клуб. Школа» предоставляет возможности для профессионального роста и развития студентов, занимающихся реализацией проектов. Это не только опыт международного общения, опыт преподавания и разработки методических материалов, но и возможность прохождения практик, сбора материалов исследования и апробации результатов, воплощение на практике своих идей.

Вышеперечисленное влияет и на реализацию пункта 1 Стратегической инициативы №1 – «трансформации образовательной деятельности и сопутствующей институциональной среды» [Программа повышения конкурентоспособности ТюмГУ, URL], дополнением учебную деятельность, предусмотренную учебным планом программ высшего профессионального образования.

Для студентов обучающихся в проекте, это возможность углубить свои знания, развить навыки, обрести новые знакомства и связи. Реализация подобных проектов положительно влияет на социальную адаптацию иностранных студентов.

В итоге, с точки зрения влияния на подготовку кадров, проект «Русский клуб. Школа» следует миссии университета «готовить людей, способных в условиях глобальной конкуренции проектировать новые виды деятельности, преобразовывать социальную среду, создавать успешные бизнесы» [Программа повышения конкурентоспособности ТюмГУ, URL].

Перспективы развития проекта видим в реализации следующих мер по повышению качества и эффективности:

- учет прошлого неудачного опыта с целью улучшения функционирования клуба;
- оставить три учебные группы (уровень А2, В1, В2), для достижения максимальной эффективности занятий;

- в основу учебного плана положить трудные случаи грамматики и работу над навыками говорения, чтобы минимизировать повторение тем с материалом занятий на подготовительном факультете;
- объединиться с коммуникативной площадкой «Русский клуб» и студентами-логопедами, для достижения лучших результатов;
- увеличить количество лингвострановедческого и лингвокультурологического материала на уроках;
- разработать более эффективный механизм набора обучающихся;
- ограничить количество студентов до максимально 10-12 на группу;
- привлечение к работе в проекте не только студентов-магистрантов, но и студентов-бакалавров старших курсов;
- создание и размещение на регулярной основе уникального образовательного контента в группах проекта в соцсетях;

- организовать подготовку (или помощь в подготовке) студентам-преподавателям проекта.

Обобщая всё вышеизложенное можем сказать, что создание и реализация образовательного лингвистического проекта «Русский клуб.

Школа» оказывает положительное влияние на компоненты имиджа ТюмГУ, а именно на внутренний имидж организации, имидж студентов, имидж профессорско-преподавательского состава, имидж руководства университета.

Функция проекта в реализации Программы конкурентоспособности Тюменского государственного университета заключается в осуществлении вклада в решение задач ряда стратегических инициатив. В первую очередь, «Русский клуб. Школа» вовлекается в повышение узнаваемости университета и увеличение его присутствия в социальных сетях.

Лингвистическая площадка «Русский клуб. Школа» является примером успешного опыта создания и внедрения студенческих проектов в образовательное пространство университета.

Подводя итоги всего, изложенного во второй главе, материала приходим к следующим выводам.

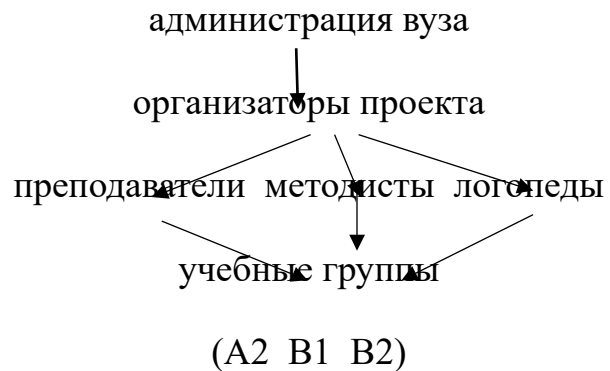
Создание образовательных проектов в университете обусловлено студенческой инициативой, а также необходимостью решения какой-либо проблемы или задачи. В случае «Русского клуба. Школы» — это помощь и поддержка иностранным студентам, желающим улучшить навыки владения русским языком, а также дополнительное средство их адаптации и включения в жизнь университета.

Для успешного создания аналогичного проекта необходимо выполнение как минимум трёх условий: обоснованная необходимость создания и реализации проекта, готовность студентов его разрабатывать и реализовывать, готовность администрации университета оказать студентам помощь и поддержку в реализации проекта.

Методика преподавания в проекте выбирается в соответствии с целью и задачами обучения.

Структурную модель проекта, описываемую в параграфе 1.2.

«Структурная характеристика проекта «Русский клуб. Школа» можно изобразить следующим образом:



Время проведения занятий:

- пять месяцев, в течение двух семестров (условно: 1 октября – 20 декабря и 15 февраля – 15 апреля);
- 42 урока (22 в первом семестре и 20 во втором);
- Полтора часа два раза в неделю.

Предложенная модель может использоваться при создании аналогичных лингвистических проектов. Её главное достоинство – гибкость.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Целью предпринятого исследования являлось описание механизма построения модели лингвистического проекта «Русский клуб. Школа» и выявление его роли в узнаваемости ТюмГУ.

Для достижения поставленной цели были проанализированы теоретические работы по имиджу, посвященные определению понятия «имидж вуза» и его структуры. Были рассмотрены исследования по лингвистическому моделированию имиджа.

Анализ теоретической литературы показал, что на сегодняшний день в науке отсутствует единое понимание определения понятий «имидж» и «имидж вуза». В данной работе в качестве приоритетных были выбраны определение имиджа, предложенное Панасюком А. Ю. и определение имиджа вуза, данное Фроловой О. В.

Структура имиджа вуза включает в себя десять компонентов: имидж образовательной услуги, имидж профессорско-преподавательского состава, внутренний имидж организации, имидж руководства вуза, имидж студентов,

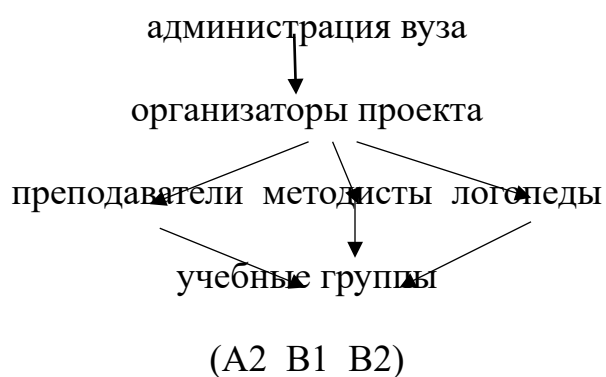
социальный имидж организации, визуальный имидж организации, имидж выпускников, бизнес-имидж организации, имидж персонала.

Описывая, механизм создания площадки приходим к следующим выводам.

При организации лингвистического проекта необходимо чётко сформулировать цель, учитывать потребности и интересы целевой аудитории, условия, в которых реализуется проект.

Структура проекта включает в себя организаторов и обучающихся, разделённых на три группы, в соответствии с уровнем владения русским языком. Для работы в проекте необходимо обладать соответствующими знаниями и умениями. В реализации проекта были задействованы 15 преподавателей-волонтеров. За время существования проекта занятия в нем посетили 136 человек, представители более 15 стран. В период существования проекта (2017-2019 гг.) занятия по РКИ охватили четыре основных уровня владения иностранным языком: А1, А2, В1, В2.

Структурную модель проекта в общем виде выглядит так:



Время проведения занятий:

- пять месяцев, в течение двух семестров (условно: 1 октября – 20 декабря и 15 февраля – 15 апреля);
- 42 урока (22 в первом семестре и 20 во втором);
- Полтора часа два раза в неделю.

Предложенная модель может использоваться при создании аналогичных лингвистических проектов.

Цели и задачи обучения, а также принципы, положенные в основу работы преподавателей-волонтеров проекта, определили выбор метода – комбинированный (сочетание приемов прямого, коммуникативного и, частично, грамматико-переводного методов). КТП разрабатывается с учетом требований Государственного образовательного стандарта.

В ходе исследования было выявлено положительное влияние образовательного лингвистического проекта «Русский клуб. Школа» на компоненты имиджа ТюмГУ, а именно на внутренний имидж организации, имидж студентов, имидж профессорско-преподавательского состава, имидж руководства университета.

Функция проекта в реализации Программы конкурентоспособности Тюменского государственного университета заключается в осуществлении вклада в решение задач ряда стратегических инициатив (№ 8 «Узнаваемость университета», №4 «Привлечение талантов» и №1 «Превосходное образование»). В первую очередь, «Русский клуб. Школа» вовлекается в повышение узнаваемости университета и увеличение его присутствия в социальных сетях.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

I

1. Беляева М. А. Самкова В. А. Азы имиджологии: имидж личности, организации, территории. Москва - Екатеринбург: Кабинетный учёный, 2017. 228 с.
2. Богданов Е. Н., Зазыкин В.Г. Психологические основы Паблик рилейшнз. СПб: Питер, 2003. 208 с.
3. Булгакова О. В. Лингвистическое моделирование имиджа в экономическом издании (на материале приложения «Бизнес» к газете «Красное знамя»): Томск, 2009. 24 с.
4. Вершинина Е. Н. Коммуникативные тактики создания имиджа вуза (на материале газеты «Поиск») // Сибирский филологический журнал, 2015. № 1. [Электронный ресурс]: URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=23031689> (03.06.2019).
5. Дагаева Е. А. Имидж российских вузов в «зеркале» печатной рекламы // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. Н. Новгород: изд-во: Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского, 2010. №4-1. С. 361-365.

6. Капитонова Т. И. Методы и технологии обучения русскому языку как иностранному. М.: Русский язык. Курсы, 2014. 308 с.
7. Катинская М. В. Имидж как прототипическая категория // Вестник КГУ им. Н. А. Некрасова, 2016. № 3. С. 173-178.
8. Катинская М. В. Категория имиджа: подходы к рассмотрению // Теоретическая и прикладная лингвистика, 2015. Т. 1. № 3. С. 61-70.
9. Катинская М. В. Лингвистическое моделирование имиджа. Монография. Благовещенск: Издательство АмГУ, 2012. 168 с.
10. Катинская М. В. Моделирование имиджа как способ речевого воздействия (на материале сетевых текстов об австралийском образовании) // Вестник Иркутского государственного лингвистического университета, 2011. [Электронный ресурс]: URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/modelirovanie-imidzha-kak-sposob-rechevogo-vozdeystviya> (дата обращения 28.04.2019).
11. Косарева О. Е. Имидж вуза как элемент системы маркетинга образовательных услуг // Ученые записки Орловского государственного университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. Орёл: изд-во Орловский государственный университет им. И. С. Тургенева, 2014. №1(57). С. 63-68.

12. Кравцова Ю. В. Моделирование в современной лингвистике // Вісник Житомирського державного університету. Філологічні науки, 2014. Вып. 5 (77). <http://eprints.zu.edu.ua/17284/> [Электронный ресурс]: URL: (дата обращения 01.05.2019).
13. Кубрякова Е. С. К определению понятия имиджа // Вопросы когнитивной лингвистики, 2008. № 1 (014). С. 5-11.
14. Кыштымова И. М. Методология и методы исследований имиджа // Психология в экономике и управлении, 2013. №2. С. 123-127.
15. Лозовский Ю. Г. Языковые средства создания имиджа известной личности (на материале СМИ Приморского края): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Владивосток, 2009. 23 с.
16. Малёнова Е. Д., Савельева Е. В. Лингвокогнитивное моделирование имиджа сибиряка с использованием средств английского языка // Молодёжь третьего тысячелетия. Сборник научных статей, 2017. С. 878-882
17. Моисеев Г. Ч. Использование вузом социальных медиа для формирования его эффективного имиджа // Информационный бюллетень ассоциации «История и компьютер». Барнаул: изд-во Ассоциация «История и компьютер», 2014. №42. С. 40-42.

18. Моисеева Н. К. Совокупность представлений, выявленная на основе концепции построения системы формирования имиджа. Маркетинг // Маркетинг и конкурентоспособность образовательного учреждения, 1999. № 5. С. 78.
19. Мустафина Б. С. PR-коммуникации в формировании имиджа вуза // Знак: проблемное поле медиаобразования, 2016 [Электронный ресурс]: URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pr-kommunikatsii-v-formirovanii-imidzha-vuza> (01.06.2019).
20. Павлов С. Н. Педагогическое общение как способ воздействия на целевую аудиторию при формировании имиджа вуза // Известия Дагестанского государственного педагогического университета. Психолого-педагогические науки, 2012. [Электронный ресурс]: URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pedagogicheskoe-obschenie-kak-sposob-vozdeystviya-na-tselevuyu-auditoriyu-pri-formirovanii-imidzha-vuza> (дата обращения 01.05.2019).
21. Павлов С. Н. Управление информацией и общественными связями для создания эффективного имиджа вуза. М.: Изд-во «Академия Естествознания», 2011 [Электронный ресурс]: URL: <https://www.monographies.ru/ru/book/section?id=4278> (29.05.2019).

22. Пителинский К. В. Взаимосвязь имиджа и образовательного процесса в вузе // МЕЖОТРАСЛЕВАЯ ИНФОРМАЦИОННАЯ СЛУЖБА. М.: Научно-технический центр оборонного комплекса «Компас», 2009. №1. С. 10-17.
23. Поветкина Ю. В. Моделирование как метод лингвистического исследования // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2012. № 6 (17). С. 132-136.
24. Почепцов Г. Г. Имиджелогия. М.: СмартБук, 2009. 575 с.
25. Программа повышения конкурентоспособности ТюмГУ. [Электронный ресурс]: URL: <https://www.utmn.ru/5top100/programma/> (дата обращения 20.03.2019).
26. Прохоров А. В. Специфика лингвистического моделирования имиджа // Гуманитарные науки. Вестник ТГУ. 213. Вып. 9 (125). С. 254-257.
27. Рожков И. Я., Кисмерешкин В. Г. Бренды и имиджи. М.: РИП-холдинг, 2006. 256 с.
28. Пономарева О. А. Вербализация политического имиджа в российских и американских средствах массовой информации: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2008. 26 с.

29. Постникова Л. В. Просодия и политический имидж оратора (на материале речей американских президентов): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Москва, 2003. 24 с.
30. Семенова Л. М. Имидж вуза и социальная ответственность // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. 2011. №3(12). [Электронный ресурс]: URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=18071073> (03.06.2019).
31. Сергеева Д. Н. Лингвистические приемы формирования имиджа в медийном пространстве (на материале заголовков газетных статей) // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2, Языкознание, 2016. Т. 15. № 3. С. 179-187.
32. Сидорова В. Л. Управление формированием имиджа вуза. автореф. дис. ... канд. филол. наук. Белгород, 2011. 18 с.
33. Симакова М. А., Вахтерова М. В., Кочеткова Н. В. Компоненты имиджа высшего учебного заведения // Научно-методический электронный журнал «Концепт», 2017. Т. 39. С. 1771–1775. [Электронный ресурс]: URL: <http://e-koncept.ru/2017/970681.htm> (03.06.2019).

34. Сушненкова И. А. Лингвокогнитивное моделирование как перспективный метод исследования регионального имиджа (на примере имиджа Омской области) // Вестник Омского университета, 2011. № 4. С. 233-237.
35. Фролова О. В. Имидж как условие конкурентоспособности вуза // Высшее образование в России. М.: изд-во: федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Московский политехнический университет», 2012. №6. С. 121-126.
36. Чепкасов А. В. Моделирование имиджа Кузбасса по данным СМИ // Мир русского слова, 2018. № 2. С. 36-40.
37. Шефер О. В. Отражение корпоративной культуры вуза в имиджевом дискурсе: автореферат дис. ... канд. филол. наук. Челябинск, 2007. 26 с.
38. Щитова Д. А. Лингвистическое моделирование имиджа в политическом дискурсе (на материале концепта вооруженная борьба): автореферат дис. ... канд. филол. наук. Томск, 2014. 24 с.
39. Щукин А. Н. Методика преподавания русского языка как иностранного. М.: Высшая школа, 2003. 334 с.

40. Common European Framework of Reference for Languages [Электронный ресурс]: URL: <https://www.coe.int/en/web/common-european-framework-reference-languages/level-descriptions> (дата обращения 10.06.2019).

II

41. Большой энциклопедический словарь, 2000. [Электронный ресурс]: URL: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/enc3p/138110> (дата обращения 01.05.2019).
42. Панасюк А. Ю. Имидж: энциклопедический словарь. М.: Рипол классик, 2007. 767 с.
43. Комлев Н. Г. Словарь иностранных слов, 2006. [Электронный ресурс]: URL: https://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_fwords/16959/%D0%98%D0%9C%D0%98%D0%94%D0%96 (дата обращения 01.05.2019).
44. Крысин Л. П. Толковый словарь иностранных слов. М: Русский язык, 1998. [Электронный ресурс]: URL: https://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_fwords/16959/%D0%98%D0%9C%D0%98%D0%94%D0%96 (дата обращения 01.05.2019).
45. Мюллер В. К. Большой англо-русский и русско-английский словарь. М.: Дом Славянской Книги, 2010. 960 с.

46. Толковый словарь С. И. Ожегова. / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова, 2008-2017. [Электронный ресурс]: URL: <https://slovarozhegova.ru/> (дата обращения 01.05.2019).
47. Языкознание: Большой энциклопедический словарь. / ред. В. Н. Ярцева. Изд. 2-е. М.: Большая рос. энцикл., 1990. 682 с.
48. Longman Dictionary of Contemporary English [Электронный ресурс]: URL: <https://www.ldoceonline.com/dictionary/image> (дата обращения 01.05.2019).
49. Merriam-Webster Dictionary [Электронный ресурс]: URL: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/image> (дата обращения 01.05.2019).
50. Oxford English Dictionary [Электронный ресурс]: URL: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/image> (дата обращения 01.05.2019).

ПРИЛОЖЕНИЕ.

КАЛЕНДАРНО-ТЕМАТИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ

Группа А1 (2018-2019 учебный год), первый семестр

№	Тема	Содержание занятия	Дата
1.	Вводное занятие.	Приветствие. Знакомство. Стартовый тест. Выявление уровня владения русским языком. Распределение по подгруппам.	02.10.18
2.	Знакомство	Фонетическая зарядка (а, о, у, ао, оу, оа, уо, уа, и, ы, э). Алфавит. Соотношение звуков и букв. Гласные и согласные звуки. Аудирование, говорение, письмо (буквы в алфавитном порядке письменным шрифтом от руки), видеопрезентация по теме (запоминаем алфавит через песню)	04.10.18 09.10.2018
3.	Семья	Фонетическая зарядка (ма, мо, му, мэ, мы, ама, ам, ом, мэ, эм, мама, на, но, ну, нэ, ны, ана, уну, энэ, ины). Грамматика: твердые и мягкие, звонкие и глухие согласные. Слово, слог. Лексика (10 новых слов), чтение (текст + презентация), аудирование, грамматика (правописание и произношение, говорение (ответы на вопросы, монолог «Моя	11.10.2018 16.10.2018

		семья»))	
4.	На улицах города, в транспорте;	Фонетическая зарядка (пучки согласных: фа, фпа, фы, ва, ба, вба, во, бо, вбо и т.д.), лексика (10 новых слов с объяснением значений), чтение (текст + презентация), аудирование, грамматика (правописание и произношение, транскрипция, говорение (ответы на вопросы) Грамматика: Ударение и ритмика. Правила произношения. Имя существительное, основное понятие (на примерах).	18.10.2018
5.	На вокзале	Фонетическая зарядка (Мама, нас ты не ищи, щиплем щавель мы на щи. Щуку я тащу, тащу, щуку я не упущу), лексика (10 новых слов), чтение (текст + презентация), аудирование, грамматика (правописание и произношение, транскрипция, говорение, (ответы на контрольные вопросы, тест) Имя существительное: категория рода. Словообразование существительных.	23.10.2018
6.	В аэропорту	Фонетическая зарядка (На опушке в избушке живут старушки-болтушки, у каждой старушки лукошко, в каждом лукошке кошка,	25.10.2018

		<p>кошки в лукошках шьют старушкам сапожки), лексика (10 новых слов), чтение (текст + презентация), аудирование, грамматика (правописание и произношение, транскрипция, говорение (ответы на вопросы) Имя существительное: категория числа. Словообразование существительных.</p>	
7.	<p>В ресторане, буфете, кафе, столовой;</p>	<p>Фонетическая зарядка (Кукушка кукушонку купила капюшон, надел кукушонок капюшон, Как в капюшоне он смешон!), лексика (10 новых слов), чтение (текст + презентация), аудирование, грамматика (правописание и произношение, транскрипция, говорение (диалог). Имя существительное: Одушевленные и неодушевленные существительные.</p>	30.10.2018
8.	<p>В гостях</p>	<p>Фонетическая зарядка (Маше шапка надоела, Маша кашу не доела. Маша, кашу доедай, Маме не надоедай! В. Лившиц), лексика (10 новых слов), чтение</p>	01.11.2018

		<p>(текст + презентация), аудирование, грамматика</p> <p>(правописание и произношение, транскрипция, говорение, (ответы на контрольные вопросы, тест)</p> <p>Падежная система имен существительных.</p> <p>Формообразование; значение и употребление падежей.</p>	
9.	<p>В</p> <p>продуктовом</p> <p>магазине,</p> <p>киоске, кассе</p>	<p>Фонетическая зарядка (В лесу жил жук Жужа. Сегодня у него день рождения. Он пригласил к себе в гости жабу, ёжика и ужа. Жужа приготовил для гостей угощение: жёлуди и пирожки, а в кружки налил чай. Жаба подарила жуку флажок, ёжик мороженое, а уж – лыжи. Они дружно отметили день рождения), лексика (10 новых слов), чтение (текст + презентация), аудирование, грамматика (правописание и произношение, транскрипция, говорение (инициирование диалога). Местоимение: Значение, падежные формы изменения и употребление личных (я, ты, он, она, оно, мы, вы, они), вопросительных (кто, что, какой...), притяжательных (мой, твой, свой...), указательных (тот, этот...), определительных (сам,</p>	06.11.2018

		каждый, весь), отрицательных (никто, ничего...) местоимений	
10	В магазине одежды	Фонетическая зарядка (Любопытные вблизи? Закрывайте жалюзи! Чтобы вдруг не вышел спор, Заключите договор), лексика (10 новых слов), чтение (текст + презентация), аудирование, грамматика (правописание и произношение, транскрипция, говорение (ответы на вопросы) Полные прилагательные (хороший, красивый, трудный). Согласование полных прилагательных с существительными в роде, числе и падеже. Падежная система полных прилагательных. Краткие прилагательные в ограниченном наборе (рад, готов, занят, должен, болен). Сравнительная степень прилагательных (отдельные формы). Словообразование прилагательных.	08.11.2018
11.	На почте	Фонетическая зарядка (Булку, баранку, батон и буханку пекарь испёк спозаранку. Бык тупогуб, тупогубенький бычок, у быка бела губа была тупа. Вареньке и Валенке купили варежки и валенки), лексика (10 новых слов), чтение (текст +	13.11.2018

		презентация), аудирование, грамматика, говорение (ответы на вопросы)	
12	В поликлинике, у врача, в аптеке.	Фонетическая зарядка (Однажды был случай в далеком Макао: Макака коалу в какао макала, Коала какао лениво лакала, Макака макала, коала икала), лексика (10 новых слов), чтение (текст + презентация), аудирование, грамматика (правописание и произношение, транскрипция, говорение (монолог, работа в парах). Инфинитив (читать, помочь, идти). Несовершенный и совершенный вид глагола (читать — прочесть, решать — решить). Настоящее, прошедшее и будущее время глагола (читаю, читал, буду читать, прочитаю, прочитал). Основа глагола, 1 и 2 спряжение глагола (делать, спешить). Классы и группы глаголов: 1) читать — читаю; 2) уметь — умею; 3) чувствовать — чувствую; 4) встретить — встречу; 5) отдохнуть — отдохну; 6) давать — дают; 7) ждать — ждут; 8) писать — пишут; 9) петь — поют; 10) мочь —	15.11.20182 0.11.2018

		<p>могут; 11) идти — идут; 12) ехать — едут; 13) хотеть — хотят; 14) брать — берут; 15) жить — живут; 16) пить — пьют; 17) есть — едят.</p>	
13	В кинотеатре	<p>Фонетическая зарядка (Проверь-перепроверь проверенное-перепроверенное проверяющими. Чеботарь чеботарит, никому чеботаря не перечеботарить, а я чеботаря перечеботарю), лексика (10 новых слов), чтение (текст + презентация), аудирование, грамматика (правописание и произношение, транскрипция, говорение (ответы на вопросы). Императив (читайте, учите). Глагольное управление (смотрю телевизор; разговариваю с братом). Переходные и непереходные глаголы (встретил брата, встретился с братом). Глаголы движения без приставок и с приставками (по, при, у, вы, в) — идти, ходить, ехать, ездить, лететь, летать, нести, носить, везти, возить.</p>	22.11.2018
14	В театре	<p>Фонетическая зарядка (Без русского языка не сколотишь и сапога. Без языка и колокол нем), лексика (10 новых слов), чтение (текст +</p>	27.11.2018

		презентация), аудирование, грамматика (правописание и произношение, транскрипция, говорение (ответы на вопросы). Причастие как форма глагола. Начальное представление.	
15	В библиотеке	Фонетическая зарядка (Были галчата в гостях у волчат, были волчата в гостях у галчат ныне волчата галдят, как галчата и как волчата, галчата молчат), лексика (10 новых слов), чтение (текст + презентация), аудирование, грамматика. Деепричастие как форма глагола. Начальное представление.	29.11.2018
16	На музыкальном концерте	Фонетическая зарядка (Купи кипу пик, купи пук укропа,), лексика (10 новых слов), чтение (текст + презентация), аудирование. Грамматика: количественные числительные (один, два, три...). Употребление числительных в сочетании с существительными (одна книга, два года). Порядковые числительные (первый, десятый и др.), их склонение.	04.12.2018
17	На лекции (занятия)	Фонетическая зарядка (корабль лавировал, лавировал, да не вылавировал, у ужа ужата, у ежа	06.12.2018

		<p>ежата), лексика (10 новых слов), чтение (текст + презентация), аудирование, грамматика: разряды наречий по значению: места (далеко, близко), времени (утром, зимой), образа действия (хорошо, плохо), меры и степени (медленно, быстро).</p> <p>Предикативные наречия (нужно, можно, нельзя), вопросительные наречия (как, когда, где, куда, откуда).</p>	
18	Мой дом. Дом мечты.	<p>Фонетическая зарядка (Карл у Клары украл кораллы, шесть мышат в тишине шуршат), лексика (10 новых слов), чтение (текст + презентация), аудирование, грамматика (правописание и произношение, транскрипция, говорение (монолог). Предлоги (в, о, на, над, под, без, во время, через, после, с, до, к, по, от, из, у и др.), союзы и союзные слова (и, или, а, но, не только..., но и..., потому что, поэтому, что, чтобы, если, где, куда, который), их значения, частицы (не, ни, ли, неужели, разве), их значения.</p>	11.12.2018
19	Рассказ о себе. Элементы	<p>Фонетическая зарядка (Расскажите про покупки. Про какие про покупки? Про покупки, про</p>	13.12.2018

	биографии: детство, учеба, работа, интересы.	покупки, про покупочки свои), лексика (10 новых слов), чтение (текст + презентация), аудирование, грамматика, говорение (монолог, диалог). Рассказ о себе, своих увлечениях.	
20	Мой друг (знакомый, член семьи).	Фонетическая зарядка (Плавниками трепещи, и зубаста, и тоща, пищи на обед ища, ходит щука вокруг леща), лексика (10 новых слов), чтение (текст + презентация), аудирование, грамматика, говорение (монолог, работа в парах). Синтаксис: виды простого предложения.	18.12.2018
21	С Новым Годом!	Праздничное мероприятие, посвященное Новому году в России.	20.12.2018

Группа А1 (2018-2019 учебный год), второй семестр

1	26.02	Артикуляционная разминка: звуки Р, Л, И, Ы. Повторение материала по теме «Существительное»: (одуш.-неодуш., нариц.- собств., род, число, падежи: И.п., Р.п., В.п.) «Расскажи о себе».
2	01.03	Артикуляционная разминка: ГЫ, КЫ, ХЫ. Повторение материала по теме

		<p>«Существительное»: Д.п., Тв.п., Пр.п.</p> <p>Местоимение (личные): лицо, число, парадигма падежей.</p> <p>«Хобби» - уметь рассказать о своих повседневных занятиях и интересах.</p>
3	05.03	<p>Артик. Разминка; стихотворение.</p> <p>Прилагательное (род, число, падеж).</p> <p>«Внешность».</p>
4	08.03	<p>Артик. Разминка; стихотворение.</p> <p>Закрепление материала по теме «Имя существительное», «Имя прилагательное», «Местоимение».</p> <p>Лексика по теме: «Профессия».</p>
5	<u>12.03</u>	<p><u>Итоговый срез знаний по пройденному материалу</u></p> <p>- диктант</p> <p>- Игра «Сцена из шляпы» (задача игроков - поразмышлять на предложенные темы)</p> <p>- Мультфильм «В стране невыученных уроков» (тренировка восприятия речи на слух;</p> <p>обсуждение вопроса: «Цель знаний в нашей</p>

		жизни»).
6	15.03	Разминка «Фонетический штурм» (Текст из скороговорок). Глагол: лицо, число. «Еда, я люблю тебя». Текст: «В магазине».
7	19.03	Разминка «Фонетический штурм» (Текст из скороговорок). Повторение материала по теме «Глагол: лицо, число», «Местоимение». Диалог «В ресторане». Текст «Столовый этикет» + видеоматериалы по теме «Этикет».
8	22.03	Разминка «Фонетический штурм» (Текст из скороговорок). Глагол: время, род. «Внешний вид» - диалог «В примерочной», «В магазине одежды» + видеоматериалы.
9	26.03	Разминка «Фонетический штурм» (Текст из скороговорок). Повторение материала по теме «Глагол: время, род».

		<p>Синтаксис: простое предложение (составить простое предложение, используя знания предыдущих занятий).</p> <p>«Здоровый образ жизни», «Спорт» (мультфильм «Мойдодыр»; фрагменты из фильмов «Легенда № 17», «Движение вверх», «Чемпионы»).</p>
10	<u>29.03</u>	<p><i>Итоговый срез</i></p> <p>- игра «Кот в мешке» (бросать игральные кости, ходить фишками, выполнять задания, написанные на карточках).</p> <p>- аудиоматериал по пройденной лексике (прослушать, объяснить смысл).</p>
1	02.04	<p>Артик. разминка: стихотворение.</p> <p>Местоимение (личные): лицо, число, парадигма падежей.</p> <p>Лексика по теме: «Профессия».</p>
2	05.04	<p>Артик. разминка: стихотворение.</p> <p>Прилагательное (род, число, падеж).</p> <p>Работа с текстом по теме «Профессия».</p>
3	09.04	<p>Артик. Разминка; стихотворение.</p>

		Закрепление материала по теме «Имя существительное», «Имя прилагательное», «Местоимение».
4	12.04	<p><u>Итоговый срез знаний по пройденному материалу</u></p> <p>- диктант</p> <p>- Игра «Сцена из шляпы» (задача игроков - поразмышлять на предложенные темы)</p> <p>- Мультфильм «В стране невыученных уроков» (тренировка восприятия речи на слух; обсуждение вопроса: «Цель знаний в нашей жизни»).</p>
5	16.04	<p>Разминка «Фонетический штурм» (Текст из скороговорок).</p> <p>Глагол: лицо, число.</p> <p>«Еда, я люблю тебя». Текст: «В магазине».</p>
6	19.04	<p>Разминка «Фонетический штурм» (Текст из скороговорок).</p> <p>Повторение материала по теме «Глагол: лицо, число».</p> <p>Диалог «В ресторане».</p>

		Текст «Столовый этикет» + видеоматериалы по теме «Этикет».
7	23.04	Разминка «Фонетический штурм» (Текст из скороговорок). Глагол: время, род. «Внешний вид» - диалог «В примерочной», «В магазине одежды» + видеоматериалы.
8	26.04	Разминка «Фонетический штурм» (Текст из скороговорок). Повторение материала по теме «Глагол: время, род». Синтаксис: простое предложение (составить простое предложение, используя знания предыдущих занятий). «Здоровый образ жизни», «Спорт» (мультфильм «Мойдодыр»; фрагменты из фильмов «Легенда № 17», «Движение вверх», «Чемпионы»).
9	30.04	<u>Итоговый срез</u> - игра «Кот в мешке» (бросать игральные кости, ходить фишками, выполнять задания,

		<p>написанные на карточках).</p> <p>- аудиоматериал по пройденной лексике</p> <p>(прослушать, объяснить смысл).</p>
--	--	---

Группа А2 (2017-2018 и 2018-2019 учебные года), первый семестр.

№	Тема урока	Содержание урока	Дата
1.	Имя существительное	<p>Фонетика (шипящие звуки),</p> <p>лексика (язык и интернет),</p> <p>чтение, аудирование,</p> <p>грамматика (род имен существительных, одушевленные/неодушевленные имена существительные),</p>	09.10.2018

		говoreние	
2.		Фонетика (шипящие звуки), лексика (язык и интернет), чтение, аудирование, грамматика (число имен существительных, собственные и нарицательные имена существительные), говорение	11.10.2018
3.		Фонетика (звук Ц), лексика (век высоких технологий и новые слова), чтение, аудирование, грамматика (падеж имен существительных, склонение имен существительных), говoreние	16.10.2018
4.		Фонетика (звук Ц), лексика (век высоких технологий и новые слова), чтение, аудирование, грамматика (падеж имен существительных, склонение имен существительных),	18.10.2018

		говорение	
5.	Имя прилагательное	Фонетика (звук Ц), лексика (век высоких технологий и новые слова), чтение, аудирование, грамматика, (имя прилагательное, краткая форма имени прилагательного, степени сравнения имен прилагательных), говорение	23.10.2018
6.		Фонетика (различение звуков С-З-Ч-Ц), лексика (век высоких технологий и новые слова), чтение, аудирование, грамматика, (изменение имен прилагательных по числам и родам), говорение	25.10.2018
7.		Фонетика (различение звуков С-З-Ч-Ц), лексика (век высоких технологий и новые слова), чтение, аудирование, грамматика, (склонение имен	30.10.2018

		прилагательных), говорение	
8.	Имя числительное	Фонетика (звук Ч), лексика (природное богатство России), чтение, аудирование, грамматика, (имя числительное, количественные и порядковые числительные), говорение	01.11.2018
9.		Фонетика (звук Ч), лексика (природное богатство России), чтение, аудирование, грамматика, (склонение количественных числительных), говорение	06.11.2018
10	.	Фонетика (различение согласных Ч-Ш, С-Ш, Ч-Т-Ш), лексика (культурно-исторические памятники России), чтение, аудирование, грамматика, (склонение порядковых числительных), говорение	08.11.2018

11.	Местоимения	Фонетика (различение согласных Ч-Ш, С-Ш, Ч-Т-Ш), лексика (культурно-исторические памятники России), чтение, аудирование, грамматика, (вопросительные и относительные местоимения, склонение вопросительных и относительных местоимений), говорение	13.11.2018
12.		Фонетика (безударные гласные), лексика (литература России), чтение, аудирование, грамматика, (неопределенные и отрицательные местоимения, склонение неопределенных и отрицательных местоимений), говорение	15.11.2018
13.		Фонетика (безударные гласные), лексика (литература России), чтение, аудирование,	20.11.2018

		грамматика, (притяжательные и указательные местоимения, склонение притяжательных и указательных местоимений), говорение	
14		Фонетика (безударные гласные), лексика (литература России), чтение, аудирование, грамматика, (повторение склонений местоимений), говорение	22.11.2018
15	Глагол	Фонетика (различение согласных [ш – ш`:]), лексика (здоровый образ жизни, спорт), чтение, аудирование, грамматика (время и вид глагола), говорение.	27.11.2018
16		Фонетика (различение согласных [ш – ш`:]), лексика (здоровый образ жизни, спорт), чтение, аудирование,	29.11.2018

		грамматика (глаголы движения), говорение.	
17		Фонетика (непроизносимые согласные + их правописание), лексика (профессии), чтение, аудирование, грамматика (глаголы движения), говорение.	04.12.2018
18	Наречие	Фонетика (непроизносимые согласные + их правописание), лексика (профессии), чтение, аудирование, грамматика (употребление наречий), говорение.	06.12.2018
19	Служебные части речи	Фонетика (непроизносимые согласные + их правописание), лексика (межличностные отношения), чтение, аудирование, грамматика (производные предлоги), говорение.	11.12.2018
20		Фонетика (непроизносимые	13.12.2018

.		согласные + их правописание), лексика (межличностные отношения), чтение, аудирование, грамматика (производные союзы), говорение.	
21	Причастие, деепричастие	Фонетика (отработка основных трудностей в произношении), лексика (праздники, русские традиции), чтение, аудирование, грамматика (причастие, способ образования, полная и краткая формы), говорение.	18.12.2018

Группа А2 (2017-2018 и 20118-2019 учебные года), второй семестр.

№	Тема урока	Содержание урока	Дата
1.	Причастие	Фонетика, лексика, чтение, аудирование, грамматика (действительные причастия, образование и написание действительных причастий),	

		говoreние	
2.		Фонетика, лексика, чтение, аудирование, грамматика (страдательные причастия, образование и написание страдательных причастий), говoreние	
3.		Фонетика, лексика, чтение, аудирование, грамматика (причастный оборот и опредeлительное придаточное предложение), говoreние	
4.	Деепричастие	Фонетика, лексика, чтение, аудирование, грамматика, (образование деепричастий), говoreние	
5.		Фонетика, лексика, чтение, аудирование, грамматика, (совершенный и несовершенный вид деепричастия), говoreние	

6.		Фонетика, лексика, чтение, аудирование, грамматика, (образование деепричастий), говорение	
7.		Фонетика, лексика, чтение, аудирование, грамматика, (деепричастный оборот), говорение	
8.	Предлог и падежная форма существительного	Фонетика, лексика, чтение, аудирование, грамматика, (предлоги и существительные в родительном и дательном падежах), говорение	
9.		Фонетика, лексика, чтение, аудирование, грамматика, (предлоги и существительные в винительном и творительном падежах), говорение	
10	.	Фонетика, лексика, чтение, аудирование, грамматика, (предлоги и существительные в	

		предложном падеже), говорение	
11.	Союзы, частицы, междометия	Фонетика, лексика, чтение, аудирование, грамматика, (союзы и союзные слова, роль и виды союзов, их место в предложении), говорение	
12		Фонетикам, лексика, чтение, аудирование, грамматика (частицы, роль и виды частиц, их место в предложении), говорение	
13		Фонетикам, лексика, чтение, аудирование, грамматика (междометия, роль и виды междометий, их место в предложении), говорение	
14	Лексические особенности русского языка	Фонетика, лексика (синонимы), чтение, аудирование, грамматика, говорение.	
15		Фонетика, лексика (антономы),	

.		чтение, аудирование, грамматика, говорение.	
16		Фонетика, лексика (омонимы), чтение, аудирование, грамматика, говорение.	
17	Синтаксис	Фонетика, лексика, чтение, аудирование, грамматика (порядок слов в простом предложении), говорение.	
18		Фонетика, лексика, чтение, аудирование, грамматика (однородные члены предложения), говорение.	
19		Фонетика, лексика, чтение, аудирование, грамматика (обособленные члены предложения: порядок слов, семантика, пунктуация), говорение.	
20		Фонетика, лексика, чтение, аудирование, грамматика	

		(вводные слова и сочетания), говорение.	
21	.	Фонетика, лексика, чтение, аудирование, грамматика (сложные предложения с сочинительной связью), говорение.	
22	.	Фонетика, лексика, чтение, аудирование, грамматика (СП с подчинительной связью), говорение.	

Группа В1 (2017-2018 учебный год), первый семестр.

да та	темы	Лексика, фонетика	Грамматика	Контроль	Домашн ее задание
13. 11. 17	Знакомст во				
15. 11. 17					

20. 11. 17	Научный стиль речи	Глаголы- паронимы в научном и публицистич еском стиле: составление паронимичес ких пар, микротекстов . Использован ие интерактивно го словаря паронимов: <a href="http://paronym
online.ru/glag
oly.html">http://paronym online.ru/glag oly.html . Фонетическа я зарядка: ударение в	Предложно- падежные конструкции со значением места, времени, цели. Предложны й падеж, предлоги "в" и "на", предложный падеж в конструкция х с косвенным объектом ("рассказыва ть о себе, о семье").	Блиц-тест: предложно- падежные формы	Выписа ть из научног о текста предлож но- падежн ые констру кции (предло жный, винител ьный падеж). Составл ение микро- текстов с предлож
------------------	--------------------------	--	---	--	---

		<p>глаголах неопределенной формы, глаголах на "ировать", перемещение ударения в глаголах прошедшего времени. Скороговорки с шипящими.</p>	<p>Винительный падеж: объектное значение, значение направления ("студент идет в университет").</p>		<p>енными парами глаголов - паронимов.</p>
22. 11. 17	<p>На занятиях в университете</p>	<p>Существительные-паронимы в научном и публицистическом стиле: составление паронимических</p>	<p>Повторение: предложно-падежные конструкции винительного, предложного падежа.</p>	<p>Блиц-тест: составление пар словосочетаний с притяжательным-прилагательным/существительным в родительном падеже: когда</p>	

		<p>ких пар, микротекстов . Использован ие интерактивно го словаря. Прилагательн ые- паронимы: образование -н-/-лив- (удачный/удачливый), -ическ-/-ичн-, -н-/-ск- и др. Фонетическа я зарядка: ударение в глаголах настоящего и</p>	<p>Родительны й падеж: определител ьное значение и значение принадлежн ости.</p>	<p>образуется и когда не образуется притяжательное прилагательное.</p>	
--	--	--	--	--	--

		будущего времени.			
27. 11. 17	Научный стиль речи (продолж ение), художест венные произвед ения тюменск их писателе й ("Тополи ная рубашка" Крапиви н)	Синонимы как средство обогащения научной речи. Работа с научным текстом (тема — "Всемирная сеть"), задание: найти слова, связанные с... . Распределени е слов по семантически м группам, нахождение в		Задание: вставьте в текст слово (указательное местоимение, притяжательное прилагательное, существительное в родительном падеже) в правильной форме.	

		<p>тексте</p> <p>синонимов.</p> <p>Объяснение</p> <p>непонятных</p> <p>слов с</p> <p>помощью</p> <p>синонимов.</p> <p>Фонетическа</p> <p>я зарядка:</p> <p>скороговорки</p> <p>с</p> <p>шипящими/д</p> <p>рожащими.</p>			
29. 11. 17	Система образова ния в России/в странах прожива ния студенто	<p>Чтение</p> <p>научно-</p> <p>публицистич</p> <p>еского текста;</p> <p>работа над</p> <p>произношени</p> <p>ем (отработка</p> <p>звука [ы])</p>	<p>Система</p> <p>падежей,</p> <p>склонение</p> <p>по падежам</p> <p>существител</p> <p>ьных м.р.,</p> <p>ж.р, и ср.р.</p>		<p>Упражн</p> <p>ения на</p> <p>роздато</p> <p>чном</p> <p>материа</p> <p>ле (№5</p> <p>вместо</p> <p>точек</p>

	В				употреб ить существ ительно е в дательн ом падеже с предлог ом к; №б Записат ь предлож ения, употреб ив слова, данные в
--	---	--	--	--	---

					скобках, в предлож ном падеже; №8 Дописат ь окончан ия существ ительны х, вставит нужные предлог и и прочита ть текст; Письме нно
--	--	--	--	--	---

					ОТВЕТИТЬ на вопросы к тексту из упражнения № 7)
4.1 2.1 7	Литература: учебник, пособие, задание, реферат	Правила работы с толковым словарем, словарем синонимов, словарем научных терминов. https://dic.academich.ru/ Фонетическая зарядка:	Имя существительное как часть речи. Морфологические признаки рода и числа в существительных. Формальные показатели	Задание на слитное и раздельное употребление "не" с существительными.	

		<p>отработка звука [р].</p>	<p>рода и числа (флексии, связь с прилагатель ным или глаголом прошедшего времени) и сложные случаи определения рода (заимствова нные слова и т.д.: дать несколько, например, "шаль", "шампунь" и т.д.).</p> <p>Категория</p>		
--	--	---------------------------------	---	--	--

			<p>числа существительного: знакомство слово словами singularia и pluralia tantum. Сложные случаи определения числа и рода в словарях. "Не" и "ни" в существительных научно- публицистического стиля:</p>		
--	--	--	--	--	--

			<p>различение частицы и приставки, употреблени е. Склонение имен существител ьных (повторение).Задание: вставьте слово в нужном падеже.</p>		
6.1 2.1 7	Достопр имечател ьности Тюмени	Фонетическа я зарядка: отработка интонации при чтении.	Повторение: предложно- падежные конструкции в русском языке.	Тест: поиск слова в правильном падеже. Написание притяжательных прилагательных.	Выписа ть из учебник а/своего учебног о

			<p>Притяжательные прилагательные и их употребление в речи.</p> <p>Склонение притяжательных прилагательных (в тексте).</p> <p>Суффиксы притяжательных прилагательных.</p>		<p>доклада словосочетания, в которых есть слова с частицами и приставками "не" и "ни"</p>
11. 12. 17	Музыка	Фонетическая зарядка: отработка шипящих.	Лексико-грамматические разряды существительных	Тест: исправьте лексические ошибки, укажите вид ошибки.	

		<p>Типы лексических ошибок: тавтология, плеоназм. Синонимы и антонимы как средство обогащения речи.</p>	<p>ьных и их морфологические признаки: конкретные существительные (изменяются по числам, сочетаются кол-ми числительными), вещественные (имеют одну форму числа), собирательные (не изменяются по числам,</p>	<p>Определите разряд существительного.</p>	
--	--	---	---	--	--

			<p>аффиксы</p> <p>"ство", "ия",</p> <p>"няк", "ник",</p> <p>"щин(а)", "j"</p> <p>и др.).</p> <p>Отвлеченны</p> <p>е</p> <p>существител</p> <p>ьные (не</p> <p>изменяются</p> <p>по числам,</p> <p>аффиксы</p> <p>"ость",</p> <p>"ство",</p> <p>"ние", "j(е)",</p> <p>"ность",</p> <p>"ация",</p> <p>"изация",</p> <p>"щина",</p> <p>"к(а)"</p> <p>(готовка),</p>		
--	--	--	--	--	--

			<p>"аж"</p> <p>(массаж),</p> <p>"ина"</p> <p>(глубина).</p> <p>Наличие отвлеченных существительных как признак научного стиля.</p>		
13. 12. 17	Развлече ния и увлечени я	Лексика русского языка с точки зрения ее эксперссивно -стилевой принадлежно сти: нейтральная лексика,	Местоимени е и его значения. Местоимени я- существител ьные, местоимени я- прилагатель	Тест: найдите книжную лексику в предложенных текстах. Выберите правильную форму местоимения.	Выпиш ите из своего доклада /учебни ка три предлож ения с местоим ениями.

		<p>разговорная и книжная. Маркировка книжной лексики и ее значения (особое внимание помете "узк."), книжная лексика в научном стиле. Задание: привести примеры книжной лексики, которой вы пользуетесь в</p>	<p>ные и местоимения-числительные. Склонение местоимений и задание на склонение местоимений.</p>		<p>Просклоняйте одно абстрактное существительное, одно местоимение. Приготовьте на следующее занятие рассказ о своей специальности или о своей</p>
--	--	--	--	--	--

		<p>своей профессиональной деятельности .</p> <p>Нейтральная лексика и ее отличия от книжной лексики.</p> <p>Разговорная лексика: суффиксы субъективной оценки (перечислить, запомнить), маркеры разговорной лексики (шутл.,</p>			<p>научной работе.</p>
--	--	---	--	--	------------------------

		<p>пренебреж., уничиж., груб., народно- поэтич.). Стилистичес кие ошибки, связанные с лексикой, в научной речи. Задание: найти в "научном" тексте (разрабатыва ет преподавател ь) разговорную лексику,</p>			
--	--	--	--	--	--

		исправить.			
18.	Театр:	Разбор	Указательны	Тест: правописание	
12.	Драмтеат	рассказов о	е,	неопределенных/отр	
17	р,	специальност	притяжатель	ицательных	
	Ангажем	и/научной	ные	местоимений.	
	ент, театр	работе.	местоимени	Склонение	
	кукол,	Исправление	я, их	притяжаельных	
	Космос	лексических	употреблени	местоимений.	
		и	е,		
		фонетически	склонение.		
		х ошибок.	Вопросител		
		Жанр	ьно-		
		научного	относительн		
		стиля	ое		
		"курсовая	местоимени		
		работа":	е "который",		
		структура	его		
		введения в	употреблени		
		курсовую	е в научной		
		работу и	речи.		
		лексика,	Правописан		

	связанная с общими научными проблемами (цель, средства, метод, задачи и т.д.).	ие неопределенных и отрицательных местоимений, их значение.		
	Анализ заранее подобранной части введения курсовой работы с допущенным и в нем лексическим и и грамматическими			

		ошибками (самостоятел ьная работа, потом совместная проверка).			
20. 12. 17	Русские праздник и - НГ				

Группа В2 (2018-2019 учебный год), первый семестр.

Дата	Тема занятия	Содержание занятия
02.10.		Глаголы группы “видеть”.
04.10.	“Я и моя семья”	Фонетическая разминка (отработка звуков [л][л’]). Чтение художественного текста. повторение пройденного (глаголы группы “видеть”).

		Тест на определение уровня знаний.
09.10.		Выражение времени в простом предложении (с 9 (часов утра) до 5 (часов вечера))
11.10.		Фонетическая разминка (отработка звуков [л][л']). Лексика. Фразеологизмы.
16.10.		Фонетическая разминка (отработка звуков [л][л']). Выражение времени в простом и сложном предложении
18.10.		Фонетическая разминка (отработка звуков [л][л']). Лексическая тема “Омонимы”. Игра “крокодил”
23.10.		Фонетическая разминка. Чтение. Лексическая тема “Паронимы”. Разговор.

25.10.		Способы образования вида глагола
30.10		Общее повторение. Вид глагола
01.11.		Фонетическая разминка. Вид глагола в прошедшем времени в вопросах и ответах (диалоги). Работа с текстом (чтение, обсуждение, написание объявления)
06.11.	“Фильм или книга?”	Фонетическая разминка. Вид глагола в прошедшем времени.
08.11.	“Профессии и профессиональный рост”	Фонетическая разминка. Вид глагола в настоящем времени
13.11.	“Работа моей мечты”	Фонетическая разминка. Глаголы СВ в будущем времени
15.11.	“То, что мы делаем своими руками: хобби, увлечение, ремесло”	Фонетическая разминка. Употребление видовых форм глагола в изъявительном, повелительном, сослагательном наклонении.
20.11.	“Отдых: как мы	Фонетическая разминка.

	проводим выходные”	Закрепление по теме “Вид глагола”. Залог глагола в русском языке
22.11.	“Путешествия”	Фонетическая разминка. Причастие и причастный оборот. Значение и образование причастий в русском языке.
27.11.		Фонетическая разминка. Полные краткие страдательные причастия.
29.11.		Фонетическая разминка. Закрепление по теме “Причастие и причастный оборот”
04.12.		Фонетическая разминка. Деепричастие и деепричастный оборот. Значение и образование деепричастий в русском языке.
06.12.		Фонетическая разминка. Закрепление по теме “Деепричастие и деепричастный оборот”.

		Контроль усвоения знаний по теме “Глагол в русском языке”.
11.12.		Фонетическая разминка. Наречие (значение места)
13.12.		Фонетическая разминка. Наречие (вопросительно- относительное значение)
18.12.		Фонетическая разминка. Значение и употребление предлогов “из”, “при”, “по”.
20.12.	Новый год настаёт	Чаепитие с лингвистическими играми

Группа В2 (2018-2019 учебный год), второй семестр.

№	Неделя	Темы
1.	25.02.—03.03.2019	Виды глагола (повторение изученного в прошлом семестре).
	26.02.(вт)	
2.	01.03. (пт)	Урок-закрепление на тему "Значение и способы образования вида глагола"

3.	04.03.—10.03.2019 05.03.	Виды глагола. Ситуации с инфинитивом глаголов совершенного и несовершенного вида. Сочинение на тему "Мои профессиональные умения" (с опорой на вопросный план).
4.	08.03.	Виды глагола. Ситуации с инфинитивом глаголов совершенного и несовершенного вида. Устойчивые сочетания инфинитива несовершенного вида. Тест по теме «Виды глагола».
5.	11.03.—17.03.2019 12.03.	Виды глагола. Ситуации с инфинитивом глаголов совершенного и несовершенного вида. Устойчивые сочетания инфинитива несовершенного

		вида.
6.	15.03.	Тест по теме «Виды глагола». Научный стиль на русском: как писать реферат? (Структура реферата, выбор лексики для реферата, конструкции- введения "чужого мнения", как писать вывод).
7.	18.03.—24.03.2019 19.03.	Научный стиль: принципы сжатия реферата: написание рецензии, защитного слова. Правила вступления/заключения.
8.	22.03.	Написание изложения. Лексические и синтаксические приемы сжатия речи и изложения. Принципы написания изложения повествовательного текста.
9.	25.03.—31.03.2019	Научный стиль: лекция и семинар. Отличия. Правила

	05.04.	примыкания. Повторение темы "Словосочетание". Контроль: самостоятельная работа с заданиями.
13.	08.04.—14.04.2019. 09.04.	Научный стиль: жанр аннотации и тезисов. Практика написания аннотации на научную статью.
14.	12.04.	Научно-популярный стиль: принципы отбора лексики, местоимения в научно-популярном стиле. Показатели эмоциональности и субъективности. Модус, модальность как значимые категории для научной речи. Способы их выражения.
15.	15.04.—21.04.2019 16.04.	Синтаксис: Простое предложение. Способы выражения подлежащего и субъекта, сказуемого и

		предиката. Сложные случаи их употребления. Однородные члены предложения.
16.	19.04.	Научно-популярный стиль: жанр эссе. Правила написания эссе. Практика создания научно-популярного эссе на тему "Русский язык в выбранной мной специальности: перспективы использования".
17.	22.04.—28.04.2019 23.04.	Синтаксис: Односоставные предложения. Актуальное членение предложения.
18.	26.04.	Научно-популярный стиль: Эссе. Работа над ошибками. Исправление написанных на прошлом занятии эссе. Домашнее задание: подготовить 5-минутное выступление по теме "Актуальные проблемы

		моей специальности"/"Моя
19.	29.04.—05.05.2019 30.04. 03.05.	Синтаксис: Сложносочиненные предложения. Сложноподчиненные предложения. Бессоюзные предложения. Контрольная работа по теме "Синтаксис словосочетания и предложения".
20.		Работа над ошибками по материалам контрольной работы. Научный стиль: выступления (проверка домашнего задания). Дискуссия.