Татьяна Александровна МЕЙКШАНЕ

ВЫДЕЛЕНИЕ КЛЮЧЕВЫХ СЛОВ ПРИ ВОСПРИЯТИИ СООБЩЕНИЯ О ЗНАЧИМОМ СОБЫТИИ

В статье рассматривается формирование хештега как критерий восприятия коммуникативно сложных видео, отражающих невербальное поведение спортсменов во время Зимней Олимпиады 2018.

Ключевые слова*: хештег, невербальное поведение, критическое мышление, восприятие*

Tatyana A. MEIKSHANE

KEY WORDS EXTRACTION WHEN PERCEIVING A MESSAGE ABOUT A SIGNIFICANT EVENT

The article considers the formation of a hashtag as a criterion of perceiving communicationally complex videos that reflect non-verbal behavior of athletes during the Winter Olympics 2018.

Key words*: hashtag, non-verbal behavior, critical thinking, perception.*

Умение эффективно работать с информацией важно для студентов любых специальностей. Сегодня, в век развития социальных сетей, это умение приобретает особую значимость: работодатель ожидает от вчерашних студентов и современные специальные знания, и владение гибкими навыками («soft skills»), не зависящими от профессиональной сферы, но повышающими конкурентоспособность работника. Традиционно в soft skills включают коммуникативные навыки, эмоциональный интеллект, критическое мышление и некоторые другие.

Считается, что поколение социальных сетей отличается клиповым мышлением; молодые люди мыслят хештегами, то есть ключевыми словами, которые сопровождают любое сообщение в социальных сетях. Хештеги помогают обобщать попадающую в Интернет информацию, поэтому они – важный инструмент поиска такой информации.

Феномен хештэгов осмысливается в научном мире. Так, исследователи-лингвисты говорят о хештеге как новом типе медиадискурса, который «изменяет коммуникативное взаимодействие индивидов с идеологической точки зрения, так как такое обобщение легче поддается упрощению и объяснению, а значит контролю и изменению» [Кобрин 2015: 77] и способствует «анализу эффективности распространения политических текстов в новых медиа» [Буркова 2015], имеет эвристическую ценность при получении информации в методике преподавания иностранного языка [Кузнецова 2016].

Рассмотрим, каким образом магистранты в рамках курса «Язык делового общения» выделяли ключевые позиции видеосообщений, а также проанализируем, какое содержание они приписывали увиденному.

Так, обучающимся по специальности «Управление человеческими ресурсами» было предложено в целях развития коммуникативных навыков написать хештеги к четырем видео, рассказывающим о фигуристах, участниках Зимней Олимпиады 2018 г., в момент, когда они узнают оценки

за прокаты. Выбор этих видео был обусловлен следующим: магистранты, вероятно, сосредоточатся на представляемых моделях поведения, а не личностях спортсменов – поэтому их мнение о той или иной реакции того или иного спортсмена будет беспристрастным (все магистранты – юноши, фигурным катанием, как правило, не интересующиеся).

Все четыре видео отражали реакции фигуристов-победителей (двух пар и двух представителей одиночного разряда): https://www.youtube.com/watch?v=wOEKdWrtz6U, https://www.youtube.com/watch?v=6bNOnXTe4Ok, https://www.youtube.com/watch?v=TlXCk1LDlCo, https://www.youtube.com/watch?v=23EfsN7vEOA.

Магистрантам было предложено написать хештеги к каждому из видео так, чтобы было понятно, являются спортсмены на экране победителем своего олимпийского вида или нет. Видео были показаны без звука, чтобы увидеть, каким образом студенты могут идентифицировать особенности невербального поведения.

Первые два видео были посвящены парным видам. Реакции магистрантов на них были ожидаемыми.

Так, видео пары 1 было охарактеризовано следующими хештегами: *#слезы, #жесты, #пара, #объятия, #слезырадости, #комната*. Юноши были единодушны в том, что эта пара выиграла соревнование, потому что на экране был представлен выплеск эмоций, который обычно сопровождает победу.

С точки зрения магистрантов, видео, представляющее пару 2, также рассказывает о победителях. Этому видео были присвоены такие хештеги: *#объятия, #пара, #улыбки, #поцелуи, #тренеры, #рады, #хлопают, #победа*. В реакциях и этой пары студенты увидели искреннюю радость, которая сопровождает выигрыш. Обоим видео каждый магистрант присвоил хештег #чемпион. Студенты опирались на поведение и спортсменов, и тренеров, которые помогли определить ситуацию.

Неожиданную сложность вызвала у магистрантов необходимость охарактеризовать невербальное поведение спортсменов-одиночников. Видео 3 (о победителе в мужском одиночном катании) было подписано учащимися как *#улыбка, #испарина, #тренер, #аплодисменты, #оченьуставший, #азиатский*. Все склонялись к тому, что перед ними – спортсмен, довольный своим прокатом, но чемпион он или нет, магистранты сказать не смогли: в их хештегах преобладали номинации, определяющие ситуацию, но не отмечающие ее отличительные признаки, столь необходимые для интернет-пространства.

Аналогичную реакцию вызвало видео 4 (о победительнице в женском одиночном катании): хештеги *#девочка, #игрушка, #талисман*. Отметим, что это видео оказалось наиболее проблематичным для восприятия – хештеги были выделены на основании только повторного просмотра. Поведение фигуристки была неэмоциональной, после выступления она сидела одна, рядом с ней не было тренеров, по реакции которых можно было бы «считать» невербальные сигналы. Юноши согласились, что подобные хештеги могут быть применимы к любой ситуации, не связанной со спортом: например, *#девочкаводворе, #вшколе* и т. д., поэтому все затруднились ответить, выиграла спортсменка или она рядовой участник соревнований.

Лишь после дополнительной информации о спортсменке учащиеся проинтерпретировали видео хештегами обобщающего характера: *#сильныйхарактер, #девочкакремень, #другигрушка, #однабезтренеров*, *#победа,* то есть реакции стали более сложными по форме.

Если третьему видео магистранты готовы были присвоить хештег *#чемпион*, то в четвертом видео они не увидели соответствующей реакции спортсменки, которая свидетельствовала бы об удовлетворенности ею своим прокатом.

Итак, магистранты испытали сложность с адаптацией информации к интернет-пространству (видео 3 и 4).

Полагаем, трудности интерпретации видеоряда вызваны, прежде всего, незнанием студентами контекста вида спорта (это было ожидаемо, но не рассматривалось нами как решающий фактор). Для восприятия невербального поведения значимым оказалось наличие/отсутствие в кадре человека (кроме спортсмена), который реагировал бы на происходящее одновременно с ними – в случае парных видов, такой проблемы не было; в видео 3 подобную функцию выполнял тренер. С отсутствием такого человека мы связываем сложность в интерпретации видео 4.

В результате проведенного занятия была зафиксирована взаимосвязь между применением коммуникативных навыков и логическим мышлением: молодым людям необходима либо знакомая модель поведения героя, либо наличие других моделей поведения, из которых им можно выбрать то, что ближе, понятнее, и в итоге сформировать свое мнение. Чем более очевидной и предсказуемой была ситуация, тем более простыми по форме были хештеги (номинации). Результатом осмысления незнакомой информации стали хештеги, синтаксически более сложные.

Обсуждение подобных коммуникативно сложных видео (наравне с социальной рекламой, видео о социальных экспериментах) считаем важным этапом в анализе медиасообщений (на родном и иностранном языках) и овладении навыками критического мышления, так как в них содержится неоднозначная информация, которую можно или принять, или опровергнуть; задействуются разнообразные логические операции для аргументации и формирования собственной точки зрения.

Список литературы:

Буркова О.С. Хэштег как механизм анализа эффективности распространения политических текстов в новых медиа // Когнитивные исследования языка. 2015. № 22. С. 788 – 790.

Кобрин Н.В. Роль хэштегов в формировании лингвистического стереотипа в твиттере // Современные тенденции развития науки и технологий : сборник научных трудов по материалам VI Международной научно-практической конференции 30 сентября 2015 г. в 10 ч. Белгород, 2015 . С. 75-78.

Кузнецова Е.Б. Хэштег как эвристический способ получения информации в методике преподавания иностранного языка // Вестник научных конференций . 2016 . №12-2 (16). С. 61-63.

Мейкшане Татьяна Александровна – преподаватель Белорусского государственного университета (г. Минск), *tatyana.meikshane@gmail.com*