Кемеровский государственный университет
Объединяем знания и людей

**ИНФОРМАЦИОННОЕ ПИСЬМО № 1**

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО**

**ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Кемеровский государственный университет» (КемГУ)**

**Институт филологии, иностранных языков и медиакоммуникаций**
**Кафедра иностранных языков**

**6 – 7 июня 2025 года**

состоится

**III Международная научно-практическая конференция**

# «Современные коммуникативные практики: перспективы развития теоретических и прикладных исследований»

**Цель конференции:** создать научную площадку для обсуждения актуальных проблем, складывающихся в контексте стремительно меняющегося коммуникативного ландшафта российского общества в связи с преобразованием традиционных моделей коммуникации на разных ее уровнях.

Организатором конференции является кафедра иностранных языков Института филологии, иностранных языков и медиакоммуникаций Кемеровского государственного университета.

Организаторы конференции приглашают как сложившихся, так и молодых исследователей, аспирантов, магистрантов, а также практиков в сфере образования поделиться опытом организации учебной коммуникации в условиях цифровизации и экспорта российского образования.

**Направления** работы конференции:

1. Коммуникативные практики в эпоху трансформации цифрового ландшафта и экспорта российского образования.
2. Традиционные и инновационные подходы в профессиональной коммуникации.
3. Лингвистические и лингводидактические проблемы коммуникации: полисемиотические и мультимодальные методы исследования дискурса и текста.
4. Коммуникация в эпоху взаимодействия человека и искусственного интеллекта.

Конференция проводится в *очном* и *дистанционном* форматах. Для онлайн-докладов планируется применение технологий Яндекс.

**Место и время проведения конференции – Кемеровский государственный университет, Кемерово, ул. Красная, 6.**

*Начало – 6 июня 2025 года, в 10.00 (Главный корпус КемГУ).*

**Форматы участия в конференции:**

- очное участие с докладом (с публикацией статьи / без публикации);
- дистанционное участие с докладом (с публикацией статьи / без публикации);
- заочное участие (публикация).

**Заявки** принимаются **до 20 мая 2025.**
**Статьи** принимаются **до 1 сентября 2025**
**на электронный адрес:** sav.irwina@yandex.ru

По итогам работы конференции планируется **издание электронного сборника научных трудов** с размещением в **РИНЦ постатейно**. Публикация бесплатная. Требования к оформлению публикации изложены ниже.

Контактное лицо: ***Савельева Ирина Викторовна***, д.ф.н., профессор кафедры иностранных языков КемГУ; эл почта sav.irwina@yandex.ru; сот. телефон: 8-951-161-77-87.

# ЗАЯВКА

| | |
|---|---|
| ФИО участника* | |
| уч. степень, уч. звание | |
| Место работы или учёбы (вуз, институт, кафедра), должность/статус | |
| Адрес электронной почты* | |
| Название доклада* | |
| ФИО науч. руководителя (для магистрантов и аспирантов) | |
| Форма участия (очная/дистанционная/заочная/слушатель) | |

*Обязательное поле для заполнения

## ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ СТАТЕЙ

**ТРЕБОВАНИЯ К ОРИГИНАЛЬНОСТИ**

Статья должна быть выполнена на актуальную тему и содержать результаты глубокого самостоятельного исследования. Оригинальность – не менее **70%.**

**ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ**

⇒Объем: 6-8 страниц машинописного текста;
⇒Формат страницы: А4, ориентация книжная;
⇒Поля (верхнее, нижнее, левое, правое): 20 мм;
⇒Шрифт: Times New Roman; размер 14;
⇒Абзацный отступ: 1,25 см;
⇒Межстрочный интервал: полуторный;
⇒Выравнивание текста: по ширине.

## СТРУКТУРА СТАТЬИ

**Индекс УДК** (Универсальной десятичной классификации). Располагают индекс отдельной строкой слева от нулевой позиции.

**Сведения об авторе** (авторах):

- ⇒имя, отчество, фамилию автора (инициалы и фамилия автора строчными буквами);
- ⇒ученое звание, ученая степень; должность, роль в написании статьи.
  (При публикации статей магистрантов после инициалов и фамилий пишут ‘магистрант 1 (2) курса’, инициалов и фамилий их руководителей – их ученые звания и степени (канд. филол. наук, доцент), роль в написании статьи – научный руководитель).
- ⇒наименование организации (учреждения), ее подразделения, где работает или учится автор (без обозначения организационно-правовой формы юридического лица: ФГБУН, ФГБОУ ВО, ПАО, АО и т.п.);
- ⇒адрес организации, ее подразделения, где работает или учится автор (город и страна);
- ⇒электронный адрес автора (приводят без слова "e-mail", после электронного адреса точку не ставят). В случае, когда автор работает (учится) в нескольких организациях, сведения о каждом месте работы (учебы) указывают после имени автора на разных строках и связывают с именем с помощью надстрочных цифровых обозначений.

*В случае, когда автор работает (учится) в нескольких организациях, сведения о каждом месте работы (учебы) указывают после имени автора на разных строках и связывают с именем с помощью надстрочных цифровых обозначений. Пример – Иванов Петр Сергеевич[1,2]*

*1. Национальный исследовательский центр эпидемиологии и микробиологии имени почетного академика Н. Ф. Гамалеи, Москва, Россия*

*2. Кемеровский государственный университет, Кемерово, Россия*

*Если у статьи несколько авторов, то сведения о них приводят в принятой ими последовательности. Сведения о месте работы (учебы) указывают после имен авторов на разных строках и связывают с именами с помощью надстрочных цифровых обозначений*

*Пример - Петр Иванович Сидоров[1], Алексей Олегович Комов[2]*

*1 Поволжский государственный технологический университет, Йошкар-Ола, Россия*

*1,2 Институт фундаментальных наук, Кемеровский государственный университет, Кемерово, Россия*

**ЗАГЛАВИЕ** публикуемого материала оформляется прописными буквами. При наборе заголовка, состоящего из двух-трех строк, необходимо помнить, что в нем недопустимы переносы и нельзя оставлять на предыдущей строке предлог или союз.

**Аннотация.** Аннотация включает характеристику основной темы, проблемы объекта, цели работы и ее результаты. Перед аннотацией приводят слово "Аннотация" ("Abstract").

**Ключевые слова.** Ключевые слова помещают отдельной строкой после аннотации, перед текстом статьи. Количество ключевых слов (словосочетаний): 5 – 7. Их приводят, предваряя словами "Ключевые слова:" ("Keywords:"), и отделяют друг от друга запятыми. После ключевых слов точку не ставят!

**Основной текст.** Не допускается выравнивание с помощью пробелов, табуляций и символов конца абзаца. Не допускается переносить слова с помощью дефисов.

**Сведения о финансировании** исследования, подготовки и публикации статьи приводятся отдельно с предшествующим словом "Финансирование:" ("Funding:")

**Перечень пристатейных библиографических ссылок** помещают после основного текста статьи с предшествующими словами "Список источников". Использование слов "Библиографический список", "Библиография" не рекомендуется. Список литературы располагается в алфавитном порядке. Литература на иностранных языках помещается в конце списка литературы на русском языке в сплошной нумерации. В перечень библиографических ссылок включают записи только на ресурсы, которые упомянуты или цитируются в основном тексте статьи. Библиографическую запись для перечня библиографических ссылок составляют по ГОСТ Р 7.0.5-2008. Библиографическая ссылка.

Заглавие, сведения об авторах, аннотацию и ключевые слова также составляют на английском языке.

# ПРИМЕР ОФОРМЛЕНИЯ СТАТЬИ

## АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ КОММУНИКАТИВНОЙ ЛИНГВИСТИКИ

**УДК 811.161.1'38**

### СПЕЦИФИКА ПРЕДСТАВЛЕНИЯ НЕГАТИВНОЙ ИНФОРМАЦИИ В ВИДЕОСЮЖЕТАХ

*БОРОДАЙ Е.А. студентка,* elena_boroday@mail.ru
*ДУДАРЕВА Я.А. канд. филол. наук, доцент, научный руководитель*
*Кемеровский государственный университет, Кемерово, Россия*

***Аннотация:*** В данной статье произведена попытка выявить особенности представления негативной информации в видеосюжетах. Материалом исследования выступает фрагмент телепередачи «Контрольная закупка» (выпуск от 04.02.2015 года), который транслируется по «Первому каналу». Целью названной телевизионной программы является разоблачение производителей, сообщение телезрителю точных данных о качестве определенной продукции и вытекающие в связи с этим рекомендации по приобретению/неприобретению определенных товаров, то контент каждого выпуска этих программ является потенциально, а в ряде случаев реально конфликтным. Перед экспертом был поставлен ряд вопросов, ответ на которые позволил определить характер информации, содержащейся в спорных фрагментах. С помощью проведения лингвоюридического анализа спорных фраз были выявлены особенности представления негативной информации в видеосюжете, которые не характерны для текста.

***Ключевые слова:*** лингвистическая экспертиза, порочащая информация, телепередача, негативная информация, невербальный компонент, вербальный компонент.

### THE SPECIFICS OF PRESENTING NEGATIVE INFORMATION IN VIDEOS

*BORODAJ E.A. student*
*DUDAREVA YA.A. Candidate of Philology, associate professor, scientific supervisor*
*Kemerovo State University, Kemerovo, Russia*

***Abstract:*** In this article, an attempt is made to identify the features of the presentation of negative information in videos. The research material is a fragment of the TV program "Control Purchase" (issue dated 04.02.2015), which is broadcast on Channel One. The purpose of this television program is to expose manufacturers, to inform the viewer of accurate data on the quality of certain products and the resulting recommendations for the purchase / non-acquisition of certain goods, then the content of each issue of these programs is potentially, and in some cases really conflicting. The expert was asked a number of questions, the answer to which allowed to determine the nature of the information contained in the disputed fragments. With the help of a linguo–legal analysis of controversial phrases, the features of the presentation of negative information in the video, which are not characteristic of the text, were revealed.

***Keywords:*** linguistic expertise, defamatory information, TV show, negative information, non-verbal component, verbal component.

Передача информации на телевидении имеет свою специфику, связанную с соотношением вербальных и невербальных компонентов. При проведении лингвистической экспертизы фрагмента из телепередачи учитывается не только вербальная передача информации, но и образы, вещающие о качестве продукции фирм, а также предметы, которые показывают крупным планом при сообщении о качестве продуктов.

Зачастую используя авторитетные для телезрителей лица, СМИ искажают реальность, могут контролировать мнение и поведение людей.

# ОФОРМЛЕНИЕ БИБЛИОГРАФИЧЕСКОГО СПИСКА

## Библиографический список


1. Дейк, ван Т. А. Дискурс и власть: репрезентация доминирования в языке и коммуникации / Т. А. ван Дейк / Пер. с англ. – М.: Либроком, 2013. – 344 с.
2. Домышева, С. А. Политический дискурс в пространстве дискурса реагирования: на материале британской и американской прессы за 2000-2007 гг.: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Домышева Светлана Аркадьевна. – Иркутск, 2008. – 188 с.
3. Дубровская, Т. В. Дискурс межнациональных отношений: конструктивистская парадигма / Т. В. Дубровская, Е. А. Кожемякин // Дискурс-Пи. – 2017. – № 3–4 (28–29). – С. 31–44.
4. Евпак, Е. В. Лингвоперсонологическая вариативность философских текстов русских эмигрантов Н. О. Лосского и Л. П. Карсавина / Е. В. Евпак // Языковая личность: моделирование, типология, портретирование. Сибирская лингвоперсонология. Ч. 2: коллективная монография / под ред. Н. Д. Голева, Н. В. Мельник и С. В. Оленева. – М.: ЛЕНАНД, 2015. – С. 262–270.
5. Земская, Ю. Н. Основы теории текста: учебное пособие / Ю. Н. Земская, И. Ю. Качесова, Л. М. Комиссарова, Н. В. Панченко, С. Н. Пешкова, А. А. Чувакин / Под общ. ред. А. А. Чувакина. – Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 2003. – 140 с.
6. Кибрик, А. А. Дискурс / А. А. Кибрик, П. Б. Паршин // Энциклопедия «Кругосвет» [Электронный ресурс]. – 2021. – Режим доступа: https://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye_nauki/lingvistika/DISKURS.html (дата обращения: 28.12.2024).
7. Клушина, Н. И. Интенциональные категории публицистического текста (на материале периодических изданий 2000 - 2008 гг.): автореф. дис. ... д-ра филол. наук: 10.01.10 / Клушина Наталья Ивановна. – Москва, 2008. – 57 с.
8. Levinson, S. C. Pragmatics / S. C. Levinson. – Cambridge: Cambridge University Press, 1983. – 420 p.
9. O’Sullivan, P. B. Masspersonal communication: A model bridging the mass-interpersonal divide / P. B. O’Sullivan, C. T. Carr // New Media & Society. – 2018. – № 20 (3). – P. 1161–1180. – DOI:10.1177/1461444816686104