емые со стороны системы образования средств массовой информации, видеорынка и интернета. В данной работе поставлены следующие задачи: проанализировать влияние информационного потока, неконтролируемого со стороны государства, на подрастающее поколение и определить необходимые мероприятия по защите подрастающего поколения от влияния вредной информации. Сегодня в развитии информационного пространства детства в России наметились кардинальные перемены. Общество постоянно должно уделять этому огромное внимание, в связи с тем, что пагубная информация в первую очередь влияет на дальнейшее определение ребенка как личности в этом обществе, и если обществу не все равно, какое у него будет будущее поколение, оно будет постоянно заниматься этой проблемой.

EXPOSURE AND INFLUENCE ON THE YOUNGER GENERATION OF INFORMATION FLOWS, INCLUDING UNCONTROLLED EDUCATIONAL SYSTEM BY THE MEDIA, AND THE INTERNET VIDEO MARKET

Rodionov P.V., Pavlov A.S., Piskun A.A.

GOU VPO "Yurginskiy Technological Institute (branch) of the National Research Tomsk Polytechnic University" Yurga Russia (652050, Jurga str. Leningrad, 26), e-mail: rodik-1972@yandex.ru

The article marked the most pressing problems for the protection of the younger generation of children and young people from the impact and influence on the younger generation of information flow, including uncontrolled by the education system of the media, and the Internet video market. In this paper, the following objectives: to analyze the influence of the information flow, uncontrolled by the state on the younger generation and identify the necessary measures to protect the younger generation from the influence of harmful information. Today, in the information space of childhood in Russia there have been dramatic changes. Society constantly must pay great attention to this, due to the fact that harmful information is primarily affects the further definition of the child as an individual in this society, and if society does not care what it is the next generation, it will constantly deal with this problem.

ЖАНРОВО-СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПРЕСС-РЕЛИЗА И ПРАГМАТИКА ОБУЧЕНИЯ ЕГО СОСТАВЛЕНИЮ НА ЗАНЯТИЯХ ПО РУССКОМУ ЯЗЫКУ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ В ИНОСТРАННОЙ АУДИТОРИИ

Роляк И.Л.

Университет Яна Кохановского в г. Кельце (Польша), Институт иностранной филологии ul. Świętokrzyska 21D, 25-406 Kielce (Polska), Instytut Filologii Obcych UJK, irene41@rambler.ru

В статье проведен анализ жанрово-стилистических особенностей пресс-релиза как одной из разновидностей делового дискурса, а также показана прагматика обучения составлению текстов данного жанра. Прессрелиз относится к ПР-коммуникациям, он сочетает в себе деловой и публицистический стили, основными целями которых являются информирование и воздействие. Однако соотношение целей, а также целевая аудитория в том или ином типе пресс-релиза могут варьироваться в зависимости от коммуникативной ситуации, и это определяет отбор материала для его составления, а что идет вслед за этим — отбор материала, необходимого и достаточного для обучения иностранных учащихся составлению делового дискурса такого типа. При этом в речевом сознании обучаемых создается некоторый образец, модель, по которой они будут в дальнейшем воспроизводить подобные тексты. Это определяет специфику обучения иностранных учащихся, в котором важными составляющими являются прагматика высказывания, форма коммуникации, содержание, жанровые и стилистические особенности продуцируемого текста, что показано на примере.

GENRE-STYLISTIC PECULIARITIES OF PRESS-RELEASE AND PRAGMATICS OF TEACHING ITS WRITING DURING THE LESSONS IN BUSINESS RUSSIAN FOR FOREIGN STUDENTS

Rolak I.L.

Institute of Foreign Languages, The Jan Kochanowski University in Kielce Świętokrzyska street 21D, 25-406 Kielce (Poland), irene41@rambler.ru

The paper presents an analysis of genre-stylistic peculiarities of the press-release as one of the varieties of business discourse and shows the pragmatics of teaching how to write texts of such genre. The press-release belongs to PR-communication types, it integrates the business and journalistic styles, the main aims of which are informing and influencing. However, the interrelation of aims and target audience in different types of press-release may vary dependently on the situation of communication. This predetermines the selection of teaching material for press-release writing that is essential and satisfactory to foreign students in order to form a business discourse of such type. At this, some template, a model is being formed in students' lingual consciousness according to which they would further reproduce such texts. This determines the specifics of the process of teaching to foreign students, in which very important components are pragmatics of utterance, communication form, content, genre and stylistic peculiarities of the text being produced. It is shown on the basis of examples.