

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2019.2.58>

Наволочная Юлия Вадимовна

### **ПРИМЕНЕНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В ПРАКТИКЕ ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ**

В статье затрагиваются вопросы, связанные с процессом формирования иноязычной информационной компетенции с помощью социальных сетей. Автор приводит фрагмент исследования, проведенного среди студентов и преподавателей иностранного языка. Студенты, принявшие участие в исследовании, обучаются по направлению "Педагогическое образование", профиль "Иностранный язык". Данная работа была направлена на выявление готовности обучающихся и педагогов к включению социальных сетей в образовательный процесс. Изучение проводилось методом анкетирования. Рассматриваются и анализируются мнения и ожидания преподавателей и обучающихся касательно применения социальных сетей в практике обучения иностранному языку в рамках смешанного обучения. Приводится анализ мнений по вопросу эффективности применения социальных сетей для развития различных видов речевой деятельности. Представленное исследование позволяет оценить педагогическую применимость социальных сетей в практике обучения иностранному языку.

Адрес статьи: [www.gramota.net/materials/2/2019/2/58.html](http://www.gramota.net/materials/2/2019/2/58.html)

Источник

### **Филологические науки. Вопросы теории и практики**

Тамбов: Грамота, 2019. Том 12. Выпуск 2. С. 267-272. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: [www.gramota.net/editions/2.html](http://www.gramota.net/editions/2.html)

Содержание данного номера журнала: [www.gramota.net/materials/2/2019/2/](http://www.gramota.net/materials/2/2019/2/)

### **© Издательство "Грамота"**

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: [www.gramota.net](http://www.gramota.net)

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: [phil@gramota.net](mailto:phil@gramota.net)

8. **Закирьянова А. Х.** Интеграция интерактивных образовательных технологий в обучение русскому языку как иностранному // Педагогическое образование в России. 2016. № 11. С. 42-46.
9. **Ильченко Е.** Использование видеозаписи на уроках английского языка // Первое сентября. Английский язык. 2003. № 9. С. 7-9.
10. **Курьянович А. В.** Современные технологии в обучении русскому языку как родному, неродному и иностранному: из опыта педагогической практики // Проблемы современного педагогического образования. 2016. № 52. Ч. 3. С. 122-134.
11. **Московкин Л. В., Шамонина Г. Н.** Продуктивные инновационные технологии в обучении русскому языку как иностранному. М.: Русский язык. Курсы, 2017. 144 с.
12. **Низовая И. Ю.** Основные направления развития электронных образовательных ресурсов по русскому языку как иностранному // Преподаватель XXI век. 2015. № 4. Ч. 1. С. 134-140.
13. **Раицкая Л. К.** Интернет-ресурсы в преподавании английского языка в высшей школе: классификация, критерии оценки, методика использования. М.: МГИМО-Университет, 2007. 190 с.
14. **Шульгина Н. П., Комарова И. А.** Совершенствование системы и инновационные подходы к преподаванию лексики при обучении русскому языку как иностранному // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия «Лингвистика и педагогика». 2016. № 1 (18). С. 78-89.

#### LINGUISTIC-COMMUNICATIVE MODEL OF THE RUSSIAN CASE SYSTEM TEACHING TO FOREIGN STUDENTS USING VIDEO TECHNOLOGIES

**Morozovska Miroslava Pavlovna**  
Moscow State University of Education  
mp.morozovska@gmail.com

In the article, the theoretical and methodological foundations for the introduction of multimedia technologies in educational process are considered, and a linguistic-communicative model developed by the author for the Russian language case system teaching to foreign students with the use of video visualisation tools is presented. The video materials created by the author and used for teaching the case system of the Russian language, the process of their approbation and implementation in real educational process at the department of the Russian language for foreign citizens are described. On the basis of the experimental material, the effectiveness of the time-tested model of teaching the grammar of the Russian language is proved taking into account the peculiarities of the specific linguistic material.

*Key words and phrases:* linguodidactics; multimedia technologies; innovations in education; innovative educational technologies; new technologies in education; video visualization; Russian as a foreign language; Russian grammar; grammar teaching; intensification; informatization of education.

УДК 372.881.111.1

Дата поступления рукописи: 26.01.2018

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2019.2.58>

*В статье затрагиваются вопросы, связанные с процессом формирования иноязычной информационной компетенции с помощью социальных сетей. Автор приводит фрагмент исследования, проведенного среди студентов и преподавателей иностранного языка. Студенты, принявшие участие в исследовании, обучаются по направлению «Педагогическое образование», профиль «Иностранный язык». Данная работа была направлена на выявление готовности обучающихся и педагогов к включению социальных сетей в образовательный процесс. Изучение проводилось методом анкетирования. Рассматриваются и анализируются мнения и ожидания преподавателей и обучающихся касательно применения социальных сетей в практике обучения иностранному языку в рамках смешанного обучения. Приводится анализ мнений по вопросу эффективности применения социальных сетей для развития различных видов речевой деятельности. Представленное исследование позволяет оценить педагогическую применимость социальных сетей в практике обучения иностранному языку.*

*Ключевые слова и фразы:* информационные и коммуникационные технологии; социальные сети; иноязычная информационная компетенция; смешанное обучение; техническая применимость социальных сетей; педагогическая применимость социальных сетей; субъективный опыт.

**Наволочная Юлия Вадимовна**

Московский педагогический государственный университет  
yuv.navolchnaya@mpgu.edu

#### ПРИМЕНЕНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В ПРАКТИКЕ ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ

Перед преподавателями высшей школы стоит задача подготовить специалиста, владеющего методами и приемами работы с информацией и умеющего «рационально использовать информацию и информационные технологии для поддержания и развития своего интеллектуального и творческого потенциала» [4].

Применительно к обучению иностранному языку данная задача означает важность формирования и развития информационной компетенции обучающихся совместно с их иноязычной коммуникативной

компетенцией. Сегодня исследователи [7, с. 31; 10] говорят о синтезе этих двух компетенций в методике обучения иностранному языку, что приводит к появлению иноязычной информационной компетенции (ИИК) (термин Л. К. Раицкой). Данная компетенция заключается во владении студентом умениями, знаниями, навыками и действиями, позволяющими учащемуся ориентироваться в информационной среде и работать с иноязычной информацией, как на традиционных носителях, так и в сети Интернет [7, с. 31].

Среди условий формирования иноязычной информационной компетенции выделяют:

1. Высокий уровень сформированности иноязычной коммуникативной компетенции (не ниже уровня B2 по Общеввропейской классификации).

2. Систематическое развитие умений и навыков:

а) знание о существовании различных видов информации и информационных ресурсах на иностранном языке;

б) умение ориентироваться в информации на иностранном языке, представленной в сети Интернет;

в) умение искать и отбирать релевантную информацию на иностранном языке, представленную в сети Интернет;

г) умение письменно излагать информацию на иностранном языке в соответствии с коммуникативной ситуацией;

д) знание особенностей различных стилей письменной речи на иностранном языке;

е) умение работать с онлайн-библиотеками, электронными каталогами и другими подобными ресурсами на иностранном языке [Там же, с. 32-33].

В современном мире человек находится под воздействием очень интенсивного потока информации, в том числе и на иностранном языке. Значительную часть информации люди получают посредством информационно-коммуникационных технологий, которые пронизывают все сферы деятельности человека. От умения человека ориентироваться в информационных потоках как на родном, так и на иностранном языках зависит его успешность и конкурентоспособность как специалиста [1, с. 53]. Все это обуславливает становление иноязычной информационной компетенции как цели иноязычного образования и предопределяет поиск путей ее эффективного формирования и развития.

Одним из средств развития данной компетенции в практике обучения иностранным языкам являются социальные сети, применяемые в рамках технологии смешанного обучения (blended learning).

Социальные сети не являются образовательными ресурсами, а создавались с целью общения. Само название «социальная сеть» было введено Д. Барнсом в 1954 году, первоначально сферу применения данного термина составляла социология [9, с. 13]. Позднее данное понятие начинает использоваться и в других отраслях. Исследователи [2; 6; 9] считают прообразами социальных сетей гостевые книги, форумы, блоги. В настоящее время социальные сети определяются по-разному, мы будем опираться на определение В. М. Сазанова: ученый понимает социальные сети как средство массовой коммуникации и передачи знаний [8].

Существует большое количество социальных сетей, которые Е. Д. Патаракин объединяет в две группы на основании критерия доступа к ним:

– общедоступные социальные сети, для которых не важны профессиональные, возрастные и гендерные особенности участников. Примерами подобных сетей могут служить: *FaceBook*, *MySpace*, *ВКонтакте*, *МойКруг* и многие другие;

– специальные сети, которые создаются для участников, объединенных по определенному признаку. Как правило, участниками таких социальных сетей становятся по приглашению (т.е. они являются закрытыми) [6, с. 131].

Обращает на себя внимание тот факт, что среди преподавателей нет однозначного отношения к применению социальных сетей в практике обучения. О. А. Клименко отмечает, что социальная сеть *Facebook* уже давно признается одним из наиболее популярных инструментов обучения и развития и позволяет преподавателям университетов создавать курсы для студентов [3, с. 406]. Тем не менее отношение ученых можно охарактеризовать как настороженное: согласно их мнению, применение социальных сетей в обучении требует тщательной подготовки со стороны преподавателя, а также хорошо обоснованной и проработанной методики работы с социальными сетями в процессе обучения [11, р. 124-126].

Моделируя процесс обучения иностранному языку с применением общедоступных социальных сетей, необходимо оценить удобство их использования с технической точки зрения и полезность применения социальных сетей с точки зрения обучения [14].

Переходя непосредственно к нашему исследованию, отметим, что в данной работе представлена часть результатов анкетирования студентов и преподавателей иностранного языка университета.

Анкетирование проводилось перед началом работы студентов с социальными сетями в рамках смешанного обучения. Представленная часть анкетирования состояла из вопросов как открытого характера, так и закрытого и была нацелена на выявление субъективного опыта обучающихся и преподавателей касательно использования социальных сетей, мнения студентов и педагогов и их ожидания от интеграции социальных сетей в практику обучения.

Первоначально приведем результаты **анкетирования студентов 2-4 курсов очного, очно-заочного и заочного отделений, обучающихся по направлению «Педагогическое образование», профиль «Иностранный язык» (уровень владения иностранным языком В1-С1)**.

Целью первого вопроса было выявить наиболее используемые социальные сети среди студентов. Результаты анкетирования показали, что все студенты имеют страницы в нескольких социальных сетях; лидером

является социальная сеть *ВКонтакте*, данную сеть используют все опрошенные студенты, второе место по данным опроса занимает *Instagram* и третье – *Facebook*, затем следует *Twitter*.

Отвечая на вопрос о целях применения социальных сетей, студенты отмечали:

- 50% – общение с друзьями;
- 30% – для развлечения;
- 16% – для обучения;
- 4% – другие возможности использования социальных сетей.

Касательно времени, затрачиваемого на социальные сети, ответы распределились следующим образом:

- 30% студентов время от времени проверяют свои страницы в социальных сетях;
- 32% проводят в социальных сетях менее часа в день;
- 20% – больше часа в день;
- 18% опрошенных проводят в социальных сетях весь день.

Полученные результаты по этим вопросам свидетельствуют о высокой популярности социальных сетей среди студентов и в то же самое время демонстрируют недостаточное понимание их образовательного потенциала студентами. Что, в свою очередь, подтверждает мнение исследователей [12; 13] о том, что современные студенты хоть и являются «цифровыми аборигенами», часто не имеют представления, как можно использовать ИКТ для обучения.

На вопрос о возможности применения социальных сетей в обучении иностранному языку подавляющее большинство студентов, принявших участие в опросе, высказалось «за» (89,8%), и только 10,2% высказались «против» (Рис. 1).



**Рисунок 1.** Мнение студентов касательно применения социальных сетей в обучении иностранному языку

Полученные результаты показывают готовность и желание студентов включить социальные сети в практику обучения.

При анализе ответов студентов об эффективности применения социальных сетей для развития видов речевой деятельности нами было установлено, что:

- 35% опрошенных студентов отмечают наибольшую эффективность применения социальных сетей для развития чтения;
- 32% – письма;
- 18% – говорения;
- 15% – аудирования.

Все студенты отмечали несколько вариантов ответа в данном вопросе (Рис. 2).



**Рисунок 2.** Оценка эффективности социальных сетей для развития различных видов речевой деятельности

Таким образом, проведенное исследование среди студентов говорит о популярности социальных сетей. В результате анкетирования было установлено, что большинство учащихся поддерживают интеграцию социальных сетей в обучение иностранному языку и видят наибольшую эффективность их применения для обучения чтению и письму.

Следующим шагом стало **анкетирование преподавателей**.

Большинство опрошенных преподавателей используют социальные сети (84,4%), 15,6% не используют социальные сети. Среди самых популярных социальных сетей среди преподавателей на первом месте находится *ВКонтакте* (62%), на втором месте – *Facebook* (27%), затем *Instagram* (7%). 4% преподавателей указали, что используют другие социальные сети.

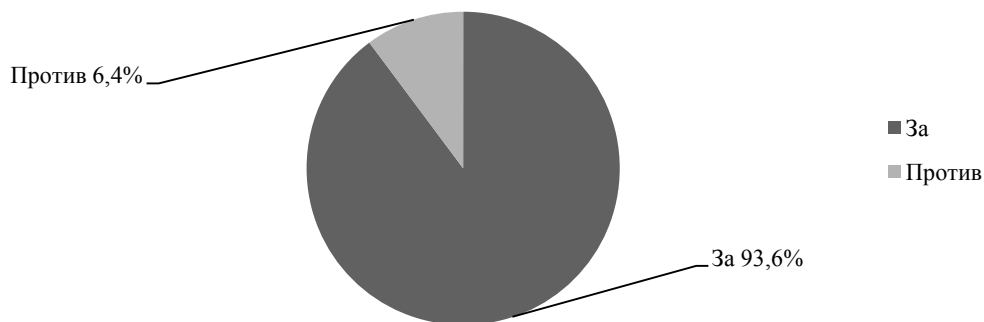
Относительно времени, затрачиваемого в социальных сетях, были получены следующие данные:

- 40% опрошенных преподавателей тратят на проверку своих страниц в социальных сетях меньше часа в день;
- 50% проверяют свои страницы в социальных сетях время от времени;
- больше часа в день на социальные сети затрачивают 6,8%;
- 3,2% не пользуются социальными сетями.

Большинство преподавателей применяют социальные сети для отдыха (43,8%); для общения со студентами (34,4%); для обучения (18,6%); ответ «другое» отметили 3,2% (в комментариях к вопросу было указано, что в данном случае социальные сети используются для общения с коллегами).

В поддержку использования социальных сетей в практике обучения иностранному языку высказались 93,6% преподавателей, участвующих в анкетировании. Против их применения высказались 6,4% (Рис. 3).

**Использование социальных сетей  
в практике обучения иностранному языку (мнение преподавателей)**



**Рисунок 3.** Мнение преподавателей касательно применения социальных сетей в обучении иностранному языку

Отмечая, для каких видов речевой деятельности использование социальных сетей наиболее эффективно, преподаватели подчеркнули наибольшую эффективность их использования:

- для развития навыков письма (37%);
- чтение (35%);
- аудирование и говорение получили по 14% (Рис. 4).

**Эффективность использования социальных сетей  
для развития видов речевой деятельности**



**Рисунок 4.** Целесообразность использования социальных сетей для развития различных видов речевой деятельности (опыт преподавателей)

Стоит обратить внимание, что при ответе на данный вопрос преподаватели подчеркивали несколько ответов, градуируя их по степени вероятности (какой из перечисленных видов речевой деятельности, по их мнению, будет более эффективно развиваться при применении социальных сетей, а для развития каких видов речевой деятельности степень эффективности применения социальных сетей меньше).

Выдвижение письма и чтения на первые позиции по критерию эффективности развития в социальных сетях обусловлено тем, что в социальных сетях коммуникация в основном носит письменный характер, делая их удобным средством развития умений и навыков именно этих видов речевой деятельности.

Основываясь на комментариях, данных преподавателями, можно сделать вывод, что социальные сети представляют хорошую площадку, которая наряду с возможностями для развития коммуникативной компетенции предоставляет возможности для решения ряда образовательных задач:

1. Управлять процессом обучения. Социальные сети являются эффективным средством, помогающим преподавателю и студентам постоянно находиться на связи, в группе в социальных сетях может быть опубликована информация об отмене, переносе занятий, проведении конференции и т.д.

2. Индивидуализировать процесс обучения. Социальные сети позволяют студентам выполнять задания в любом месте, в любое время. Преподавателю социальные сети дают возможность узнать интересы, увлечения студентов и учитывать их при планировании учебного процесса.

3. Организовывать процесс обучения. В группе в социальных сетях можно продолжить начавшееся на занятии обсуждение, опубликовать задания для студентов.

4. Задействовать в обсуждениях неактивных или мало активных на занятиях студентов.

5. Повысить мотивацию к изучению иностранного языка. Социальные сети можно использовать в качестве платформы для подготовки и проведения проектов, организации викторин и конкурсов, проведения опросов.

В целом, суммируя результаты анкетирования студентов и преподавателей, можно заключить, что большинство студентов и преподавателей зарегистрированы в социальных сетях, это позволяет снять трудности с адаптацией и освоением нового интерфейса, которые могут возникнуть при работе со специализированными обучающими программами. Что подтверждает выводы Г. В. Можяевой, А. В. Фещенко о том, что применение социальных сетей нивелирует трудности, связанные с адаптацией к новому коммуникационному пространству, которые могут возникнуть в процессе работы со специальными обучающими программами и платформами [5, с. 174].

Таким образом, проведенное исследование, часть которого представлена в данной статье, свидетельствует об эффективности применения социальных сетей в практике обучения иностранному языку студентов, так как их использование способствует реализации личностно-деятельностного подхода, принципа индивидуальности, повышению мотивации к изучению иностранного языка, а также снижению стресса из-за боязни допустить ошибку.

#### Список источников

1. **Аксенова И. Н.** Самостоятельная работа в сети Интернет при изучении иностранного языка бакалаврами журналистами на курсе «Иностранный язык для специальных целей» // Современное языковое образование: инновации, проблемы, решения: сборник научных трудов. М.: Московский государственный гуманитарный университет им. М. А. Шолохова, 2015. Вып. 2. С. 53-55.
2. **Кечин М.** Что такое социальные сети. История создания социальных сетей [Электронный ресурс]. URL: <http://mkechinov.ru/article.social.html> (дата обращения: 12.02.2018).
3. **Клименко О. А.** Социальные сети как средство обучения и взаимодействия участников образовательного процесса // Теория и практика образования в современном мире: материалы Международной заочной научной конференции. СПб.: Реном, 2012. С. 405-407.
4. **Малинина И. А.** Применение технологий смешанного обучения иностранному языку в высшей школе [Электронный ресурс] // Современные научные исследования и инновации. 2013. № 10. URL: <http://web.snauka.ru/issues/2013/10/27936> (дата обращения: 03.01.2018).
5. **Можяева Г. В., Фещенко А. В.** Использование виртуальных социальных сетей в обучении студентов-гуманитариев // Информационный бюллетень ассоциации «История и компьютер». 2010. № 36. С. 174-175.
6. **Патаракин Е. Д.** Социальные взаимодействия и сетевое обучение 2.0. М.: НП «Современные технологии в образовании и культуре», 2009. 176 с.
7. **Раицкая Л. К.** Сущность и формирование иноязычной информационной компетенции в высшей школе // Вестник Московского университета. Серия 20. Педагогическое образование. 2010. № 2. С. 28-35.
8. **Сазанов В. М.** Социальные сети – анализ и перспективы [Электронный ресурс] // Сайт С. П. Курдюмова. URL: <http://spkurdyumov.ru/biology/socialnye-seti-analiz-i-perspektivy/> (дата обращения: 12.02.2018).
9. **Сазанов В. М.** Социальные сети – публичная сфера: в 2-х т. М.: Лаборатория СВМ, 2012. Т. 1. 220 с.
10. **Титова С. В.** Социальные сервисы в преподавании иностранных языков: перспективы использования [Электронный ресурс]. URL: <http://lib2.znate.ru/docs/index-348528.html> (дата обращения: 05.01.2018).
11. **Chin-His L., Warschauer M., Blake R.** Language learning through social networks: perceptions and reality // Language Learning & Technology. 2016. Vol. 20. № 1. P. 124-143.
12. **Crystal D.** Texts and Tweets: Myths and Realities [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Boj8VYzDAy8> (дата обращения: 24.12.2017).
13. **McBride K.** Social-Networking Sites in Foreign Language Classes: Opportunities for Re-creation [Электронный ресурс]. URL: [http://www.slu.edu/~kmcbrid8/McBride09\\_SNS.pdf](http://www.slu.edu/~kmcbrid8/McBride09_SNS.pdf) (дата обращения: 06.01.2018).
14. **Stevenson M. P., Liu M.** Learning a Language with Web 2.0: Exploring the Use of Social Networking Features of Foreign Language Learning Websites [Электронный ресурс] // Calico Journal. 2010. Vol. 27. № 2. URL: <https://journals.equinoxpub.com/index.php/CALICO/article/view/23033> (дата обращения: 12.12.2017).

## SOCIAL NETWORKS USE IN FOREIGN LANGUAGE TEACHING PRACTICE

**Navolochnaya Yuliya Vadimovna**  
Moscow State University of Education  
yuv.navolochnaya@mpgu.edu

The article deals with the issues related to the process of the formation of foreign-language information competence through social networks. The author cites a fragment of the research conducted among students and foreign language teachers. Students, who participated in the research, are of the direction "Pedagogical Education", the specialisation – "Foreign Language". This research was aimed at identifying the readiness of students and teachers to social networks inclusion in educational process. The study was carried out by the method of questioning. The opinions and expectations of teachers and students regarding social networks use in foreign language teaching practice within blended learning are considered and analysed. The analysis of opinions on the issue of the effectiveness of social networks use for the development of various types of speech activity is conducted. The presented research allows evaluating the pedagogical applicability of social networks in foreign language teaching practice.

*Key words and phrases:* information and communication technologies; social networks; foreign-language information competence; blended learning; technical applicability of social networks; pedagogical applicability of social networks; subjective experience.

УДК 372.881.1

Дата поступления рукописи: 30.11.2018

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2019.2.59>

*В статье выявлен лингводидактический потенциал текстов социальной рекламы при обучении французскому языку как иностранному и обоснована целесообразность их применения как одного из наиболее эффективных средств формирования коммуникативной компетенции, творческого мышления, информационных и аналитических умений студентов, а также ценностных ориентаций и поведенческих стереотипов современной студенческой молодежи в языковом вузе. В работе приводятся примеры использования рекламных текстов социально-ориентированной направленности на практических занятиях по французскому языку.*

*Ключевые слова и фразы:* социальная реклама; лингводидактический потенциал; иноязычная коммуникативная компетенция; обучение французскому языку; ценностные ориентации.

**Остроумова Ольга Федоровна**, к. пед. н., доцент  
Казанский (Приволжский) федеральный университет  
ofostroumova@mail.ru

### ЛИНГВОДИДАКТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТОВ СОЦИАЛЬНОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ В ОБУЧЕНИИ ФРАНЦУЗСКОМУ ЯЗЫКУ СТУДЕНТОВ ЯЗЫКОВЫХ ВУЗОВ

В настоящей статье, которая является продолжением исследования, посвященного выявлению лингводидактического потенциала рекламы в преподавании французского языка в языковом вузе [9], речь пойдет об использовании социально-ориентированной рекламы на занятиях по французскому языку как средства формирования и совершенствования коммуникативной компетенции студентов в условиях организации креативного учебного процесса, для которого характерны динамичность, творчество и инновационность.

Анализ научно-методических исследований свидетельствует о том, что рекламные материалы социальной направленности не находят должного применения в процессе обучения иностранным языкам.

Вместе с тем среди факторов, которые свидетельствуют в пользу использования текстов социальной рекламы в качестве средства обучения иностранным языкам (французскому языку), можно выделить: высокую степень доступности данных рекламных материалов благодаря сети Интернет; актуальность и аутентичность материала, в котором находят отражение новые языковые тенденции и насущные проблемы французского общества и всего человечества; яркую образность и эмоциональную насыщенность рекламных материалов; возможность погружения учащихся в естественную языковую среду и социально-культурную реальность. Поскольку реклама как средство коммуникации хорошо знакома современной молодежи, ее применение на занятиях по французскому языку вполне обоснованно, так как она может способствовать повышению интереса и мотивации студентов к обучению. Авторы статьи «Риторика социальной рекламы» утверждают, что к двадцати годам современная молодежь просматривает большое число рекламных роликов и именно реклама вместе с медиа вообще (в отсутствии интереса к художественной литературе) является сегодня важным источником влияния [3, с. 66].

Необходимо отметить, что социальная реклама обладает высоким воспитательным потенциалом, так как это особый «вид коммуникации, ориентированный на привлечение внимания к самым актуальным проблемам общества, и к его нравственным ценностям. Предназначение социальной рекламы – гуманизация общества, формирование моральных ценностей» [8, с. 9]. Социальная реклама, по сути, не является разновидностью коммерческой рекламы в общепринятом понимании слова, а рассматривается как особый вид информации, который имеет особые цели и задачи [6]. Таким образом, использование социально-