



DOI: 10.22363/2618-897X-2022-19-4-724-733

Научная статья

## Работа с медиатекстом в аудитории: кейс-методика

Л.П. Дианова

Московский государственный институт международных отношений (университет)  
Министерства иностранных дел РФ,  
Российская Федерация, 119454, Москва, пр. Вернадского, 76  
✉ [l.dianova56@mail.ru](mailto:l.dianova56@mail.ru)

**Аннотация.** В данной статье предлагается целостный подход к анализу текста как объекта лингвистического исследования и педагогического процесса. Дано определение понятия «текст», показаны его отличия от слова, словосочетания, предложения. Цель работы — продемонстрировать методику работы с текстовым целым, которая была бы универсальной как для обучающихся-иностранцев, так и для российских студентов. В рамках предложенной концепции выдвигаются такие понятия, как дискурс, медиатекст, креолизация, это свидетельствует о том, что образовательный процесс погружен сейчас в новую семиотическую реальность, которую нужно учитывать. Мы рассмотрели методику работы с медиатекстом в аудитории. Она носит универсальный характер и может быть применена на самом широком текстовом материале. Исследуя текст в его многоаспектности, мы даем обучающимся понять, насколько дискурсивна природа текста. Текст, как показывает наш кейс, не просто посредник между коммуникантами. Это синергетическая реальность, которую моделируют интенции одного коммуниканта и особенности восприятия другого. Наша главная задача состояла в том, чтобы ознакомить обучающихся с особенностями текста как элемента дискурса, а также научить их вдумчиво работать с его концептологическим полем. В качестве методов работы с текстом были рассмотрены SEO-анализ и составление когнитивных карт.

**Ключевые слова:** текст, медиатекст, креолизация, дискурс, контент-анализ

**История статьи:** поступила в редакцию 24.04.2022; принята к печати 04.10.2022

**Конфликт интересов:** отсутствует

**Для цитирования:** Дианова Л.П. Устойчивость знаний и навыков в процессе обучения второму языку // Полилингвильность и транскультурные практики. 2022. Т. 19. № 4. С. 724–733. DOI: 10.22363/2618-897X-2022-19-4-724-733

© Дианова Л.П., 2022



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License  
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

## Working with Media Text in the Audience: Case Method

Lyudmila P. Dianova

Moscow State Institute of International Relations (University)  
of the Ministry of Foreign Affairs of the Russian Federation,  
76, Vernadsky Ave., Moscow, 119454, Russian Federation  
✉ l.dianova56@mail.ru

**Abstract.** This article proposes a holistic approach to text analysis as an object of linguistic research and pedagogical process. The purpose of the work is to demonstrate a methodology for working with a textual whole, which would be universal for both foreign students and students of Russian universities. Within the framework of the proposed concept, such concepts as discourse, media text, creolization are put forward, which indicates that the educational process is now immersed in a new semiotic reality that needs to be taken into account. We examined the methodology of working with media text in the audience. It is universal in nature and can be applied to the widest textual material. By examining the text in its many aspects, we let students understand how discursive its nature is. The text, as our case shows, is not just an intermediary between communicants. This is a synergistic reality, which is modeled by the intentions of one communicator and the peculiarities of perception of another. Our main task was to acquaint students with the features of the text as an element of discourse, as well as to learn how to work thoughtfully with its conceptual field. SEO analysis and cognitive mapping were considered as methods of working with text.

**Key words:** text, media text, creolization, discourse, content analysis

**Article history:** received 24.04.2022; accepted 04.10.2022

**Conflict of interests:** none

**For citation:** Dianova, L.P. 2022. “Working with Media Text in the Audience: Case Method”. *Polylinguality and Transcultural Practices*, 19 (4), 724—733. DOI: 10.22363/2618-897X-2022-19-4-724-733

### Введение

Прежде чем приступить к обсуждению такого феномена, как медиатекст, зададимся вопросом: что такое текст? В чем его отличие от слова, словосочетания, предложения?

Текст — важнейшая единица коммуникации. Главное средство коммуникации между людьми — язык; тем не менее целесообразно разграничивать такие понятия, как «язык» и «речь». Это — одна из пяти базовых антиномий, которые были предложены Ф. де Соссюром. Язык — упорядоченная система лексически полнозначных и лексически неполнозначных элементов. Это своего рода матрица, колоссальный домен, в котором хранятся не только все «юниты», но и потенциальные конфигурации этих юнитов в требуемом контексте. Речь — это конкретная реализация языкового потенциала, которая становится возможна благодаря тому, что говорящий (пишущий) осуществляет выбор (селекцию) необходимых элементов, которые способны оформить его мысль определенным образом в соответствии с замыслом (намерением). Такая речь называется активной. В то же

время воспринимающее сознание адресата «распаковывает» послание, исходя из собственных базовых установок (слушание, чтение). Такая речь именуется пассивной. Между адресантом (тем, кто формирует сообщение) и адресатом (тем, кто его получает) находятся:

- собственно текст;
- канал передачи информации.

Формула «адресант — текст — адресат» была предложена Р. Якобсоном; впоследствии ее уточнил Г. Ласуэлл, добавив к триаде компонент «канал информации»<sup>1</sup>. Это существенное дополнение, так как от канала зависит и жанр, и формат моделируемого текста: в случае, если это телеграм-пост, мы воспользуемся определенными алгоритмами, помня о максиме количества и качества информации; если это колонка интернет-издания, имеющего печатную версию, требования к оформлению будут другими.

Наше послание — месседж — и будет текстом. Отсюда его главная дифференциальная черта: *коммуникативность*. Текст всегда направлен на коммуникацию. Он дискурсивен. И в этом случае неважно, насколько текст объемлен: коммуникативной (и полнозначно!) единицей может выступать и одно слово. Рассмотрим простой пример. Двое студентов беседуют. Один из них, показывая на окно, в котором виднеется осенний пейзаж, говорит: «Красота!» Одно это слово уже становится текстом: говорящий делится со слушающим своим отношением к действительности, характеризуя ее конкретным образом. Оценка говорящего соответствует реальному событию (не обязательно действию), к которому она отнесена. Соотнесенность текста с событием называется *пропозициональностью*. Более того, выражая свое отношение, говорящий, вероятно, задает импульс к тому, чтобы его собеседник поделился своим впечатлением. Так происходит диалогическое взаимодействие.

Однако зачастую текст не ограничен одним словом. Как правило, мы говорим о тексте, подразумевая два (и более) предложения, связанных между собой по смыслу и грамматически.

*Смысловая связь* подразумевает, что все компоненты текста (предложения) раскрывают некую общую тему. Это легко можно проверить, если попытаться подобрать к гипотетическому тексту *заголовок*.

*Грамматическая связь* осуществляется при помощи нескольких типов «сцепления» смысловых блоков. Рассмотрим типы связи подробнее:

- цепная связь (последовательная);
- параллельная связь;
- присоединительная связь.

*Цепная связь* в тексте осуществляется с помощью:

- лексического повтора (В комнату вошла *собака*. *Собака* была породистая и, судя по всему, хорошо обученная);

<sup>1</sup> Черняк М.А. Актуальная словесность XXI века. Приглашение к диалогу: учеб. пособие. 4-е изд., стер. Москва: ФЛИНТА, 2017; Маслова А.Ю. Введение в прагмалингвистику: учеб. пособие. 5-е изд., стер. Москва: ФЛИНТА, 2019; Хроленко А.Т. Введение в филологию: учеб. пособие. 3-е изд., стер. Москва: ФЛИНТА, 2017; Филология и коммуникативные науки: учеб. пособие / ред. А.А. Чувакин; А.А. Чувакин, С.В. Доронина, И.Ю. Качесова, А.И. Куляпин, Н.В. Панченко, Т.В. Чернышов. 3-е изд., стер. Москва: ФЛИНТА, 2020.

– местоименного повтора (В комнату вошла *собака*. Она была породистая и, судя по всему, хорошо обученная);

– синонимической замены (В комнату вошла *собака*. Животное было породистое и, судя по всему, хорошо обученное);

– образной замены (В комнату вошла *собака*. Волкодав был породистый и, судя по всему, хорошо обученный).

*Параллельная связь* осуществляется в том случае, если предложения, не вытекающие одно из другого, связаны общей темой (Осень. Дни стали холоднее. Деревья сбросили последние листья).

*Присоединительная связь* предполагает вставку добавочной информации к уже сказанному (Осень. Дни стали холоднее. Деревья сбросили последние листья. К тому же уже шел снег. Скоро зима).

### Вопросы и задания

1. Могут ли квалифицироваться как текст следующие единицы:

«Яблоко», «Дождь», «Осторожно!», «Не курить!», «Телефон спасения: XXX». Аргументируйте ваш ответ.

2. Рассмотрите предложения. Могут ли они считаться текстом?

Вода закипает при температуре 100 °С. Самое большое количество золота на нашей планете сконцентрировано в ядре Земли. Зимой высота Эйфелевой башни несколько меньше, чем летом.

3. Допишите к уже данным предложениям несколько дополнительных так, чтобы их единство представляло собой текст.

4. Развейте каждое из предложений до целостного (по смыслу и грамматически) фрагмента. Озаглавьте его. Используйте при этом все три типа связи.

### Обсуждение

Говоря о комплексной работе с текстом, мы неслучайно обращаемся к такому аспекту, как психология восприятия. Мы уже упоминали, что текст — сложный, синергетический феномен: его системность и коммуникативная направленность взаимообусловлены; его гибкость (флексibilität) подстраивается под канал передачи информации; его интерпретация зависит от базовых установок воспринимающего сознания и того информационного, культурного «фона», который наличествует в сознании каждого из нас.

В связи с этим нам важно усвоить два понятия:

– когнитивная база;

– базовые пресуппозиции.

Когнитивная база — термин, заимствованный нами из психолингвистики. Он был разработан В.В. Красных [1]. Это тот общеобязательный минимальный фонд знаний, который делает взаимопонимание между представителями одной языковой общности возможным.

На основании единства когнитивной базы мы можем понимать и обыгрывать различные языковые элементы, относящиеся к прецедентным. Такие тексты, как «Он же памятник!», «Все течет, ничего не меняется», и прочие хорошо знакомы

нам в силу того, что подвержены активной передаче между поколениями (интергенеративной трансмиссии). Благодаря общности когнитивной базы возможно взаимодействие между людьми. Однако пресуппозиции — те знания, которые мы уже имеем до вступления в диалог с потенциальным собеседником, — у нас разнятся и зависят от индивидуального опыта. Так, например, чтобы «расшифровать» сравнение «красивая, как Эйфелева башня», собеседнику необходимо хотя бы понимать, как выглядит это сооружение. В ином случае текст останется для него «пустым», а значит, и бессмысленным.

Согласно концепции современных исследователей [2], наше восприятие «высвечивает» только те участки текста и те его потенциальные интерпретации, которые соотносятся с нашим опытом. Каждый активный творец текста обладает *идиостилем* — аутентичным способом вербальной репрезентации действительности. Так, например, каждый из нас руководствуется определенным когнитивным стилем, таким как дифференциальная простота или дифференциальная сложность [3]. Благодаря этим когнитивным механизмам мы выделяем в объекте описания либо главные (типовые) черты, либо проявляем внимание к деталям. Мы также можем выбрать синтаксически простые или синтаксически сложные конструкции для реализации своего замысла. Следовательно, если наш автор — носитель стиля дифференциальной сложности, т.е. моделирует тексты путем сцепления ССЦ (сложное синтаксическое целое), нецелесообразно вторгаться в его вербальное конструирование: гораздо эффективнее учесть закономерности и подстроиться.

Мышление одних авторов образно, мышление других — пропозиционально в высшем, алеатическом (истинном) модусе. Главное условие, которое должно быть при этом соблюдено, — *конгруэнтность* (соответствие) стилю, жанру, направлению. Каждый элемент текста должен «работать». Так, избыток метафор не всегда приемлем для научного стиля речи, однако некоторые из них настолько уместны, экспрессивны и доходчивы, что обогащают сам *дискурс*; говоря о дискурсе, вспомним, что это «речь, погруженная в жизнь», как емко охарактеризовала этот феномен Н.Д. Арутюнова.

Остальные максимы хорошего текста укладываются в знаменитый кодекс речевой кооперации Грайса:

- максима качества информации. Информация должна быть истинной: таков главный критерий речевой кооперации;
- максима количества информации. Информации должно быть предоставлено не больше и не меньше, чем это необходимо для взаимопонимания;
- максима релевантности. Необходимо быть логичным и следовать заявленной теме (не отклоняться от нее);
- максима манеры. В выборе вербальных средств следует руководствоваться принципами уместности, вежливости, целесообразности [4].

В случае, если максимы речевой кооперации нарушены, целесообразно внести правки в исходный текст. Это может быть фактологическая проверка, стилистическая правка, изменение архитектоники текста в зависимости от конечной интенции всех участников процесса: автора, редактора, издателя.

### Задания

Мы приступаем к составлению когнитивных карт — формату так называемого выводного знания. Мозг человека — устройство, которое осуществляет оформление мыслительных операций нелинейно. Наше мышление неслучайно называют радиантным и ассоциативным. Технология составления когнитивной карты достаточно проста.

1. В тексте приведенной лекции найдите все терминологические и ключевые (по вашему мнению) единицы.

2. Расположите их на листе бумаги (экране компьютера) в произвольном порядке.

3. С помощью каузальных (причинных и следственных) цепочек обозначьте, в каких отношениях находятся между собой выявленные вами концепты. Например, «текст», «конгруэнтность»: «Одно из главных качеств текста — конгруэнтность».

4. Составьте предложения-описания к каждой каузальной цепочке.

5. Смоделируйте текст из полученных предложений.

В результате вы получите опорную схему и конспект лекции, который вы составите сами. Этот метод хорошо зарекомендовал себя в практической работе; применим его и мы.

### Медиатекст и работа с ним

«Кто ясно мыслит, ясно излагает» — этот принцип должен лежать в основе любого текста. Но прежде чем мы коснемся этой стороны редакторской работы, обратим внимание на наш объект. Мы уже установили, что такое текст. Пора сосредоточиться на его гипонимической вариации — медиатексте.

Начало XXI в. ознаменовалось стремительным развитием технологий. Человек оказался на пересечении информационных потоков, в толще семиотической системы небывалого размаха. Нас повсюду окружают знаки, и медиатекст — знак особого уровня сложности. Об этом говорит первая часть сложного слова — «медиа-», дефинируя «среду обитания» такого текста — цифровую реальность. В цифровой реальности тексты редко существуют изолированно от поддерживающих каналов — аудиального и визуального: как правило, они атрибутированы изображениями, звуковыми дорожками или представлены в виде роликов — анимированных и кинематографических. Текст, структура которого включает, помимо вербального компонента, компонент невербальный, называют *креолизованным*.

Как правило, мы будем работать в медиатекстами разных форматов: это телеграм-каналы, посты соцсетей, авторитетные интернет-медиа. Главным критерием качества всех этих текстов (независимо от того, в каком ключе — диктумном или модусном — они написаны) остается логичность, которая, в свою очередь, универсальна для всех типов текста — описания, рассуждения и повествования.

Организация текста может быть построена по принципу индукции — «от простого к сложному», от частных фактов к общим выводам. Она может быть дедуктивна, т.е. от общего «сужаться» к частному. На уровне архитектоники текст за-

кономерно рассматривать как комплекс взаимосвязанных компонентов: Заглавия, Эпиграфа (при наличии), Введения, Основной части, Заключения. Целесообразно использование гегелевской триады «тезис — антитезис — синтез»: она адаптирована к многим медиатекстам, и знать о ее логических блоках необходимо.

Релевантность — следование макротеме текста — также относится к логике изложения. Однако помимо композиционного и архитектурного уровней важно учитывать и другие связи, например, таксономические: входят ли «овнешняемые» языком объекты в определенные классы?

Помимо языковой нормы существует норма логическая. Но так как гносеологический процесс в индивидуальном сознании протекает по-своему, норма (несмотря на ее кодифицированность, общепринятость, универсальность) может «варьироваться от автора к автору. К слову, именно так появляются окказионализмы — языковые новообразования с неожиданной семантикой, нарушающие привычную логику, например: «Лунеет мрамор» (И. Северянин), «Пере- что хочешь!» (В. Ходасевич).

Зачастую логические ошибки рассматривают как разновидности информационных помех. На уровне языка они могут быть представлены в синтаксисе («Подъезжая к вокзалу, с меня слетела шляпа»), семантике (например, памятный сувенир) и др. Этими вопросами занимается практическая стилистика.

Проверить текст на логичность можно с помощью приема свертывания (редукции): если пересказать содержание текста просто, значит, он построен правильно.

Основные законы логически построенного текста:

— закон тождества (каждая мысль, выраженная суждением, должна повторять свое содержание при вариациях суждения);

— закон противоречия (не могут быть одновременно истинными противоположные мысли об одном и том же предмете, взятом в одно и то же время и в одном и том же отношении. Этот закон известен со времен Аристотеля, сформулировавшего его так: невозможно, чтобы противоположные утверждения были вместе истинными);

— закон истинного суждения.

Авторский материал может быть организован по нескольким композиционным принципам. Как мы уже упоминали, в основе любого текста (и медиатекста в том числе) лежит событие, или пропозиция. Это событие будет для нас ядром наррации — общей повествовательной структуры.

Двигателем наррации является мотив — повторяющаяся сюжетная схема, благодаря которой мы понимаем, вокруг какого события построено повествование. Композиция — та внешняя событийная канва, которая повествование упорядочивает. В зависимости от того, какую расстановку акцентов запланировал автор, мы можем получить разные типы композиции — классическую линейную, параллельную, зеркальную, инверсированную, комбинированную.

Главное — соответствие текста замыслу автора (интенциональный аспект). Второе условие текста — соответствие формату издания. Прежде чем отправить рукопись в редакцию (постов и телеграм-постов это не касается, так как это ин-

дивидуализированный тип дискурса), необходимо подробно ознакомиться с форматными требованиями издания, языковой нормой, предпочтительными жанрами.

Особую роль в формировании целостного читательского восприятия играет заголовок — этот уровень информации мы обозначим как метатекстовый, или описательный. Именно заголовок запускает процесс герменевтического круга — он очерчивает наш «горизонт ожидания», настраивает восприятие на декодировку определенных смыслов, акцентирует наиболее значимое, и в то же время все прочитанное подтверждается заголовком: круг замыкается.

Заголовок должен быть экспрессивным, насыщенным, емким и запоминающимся. Зачастую в заголовке обыгрывается тот или иной прецедентный текст — или текст, который известен широкому кругу читателей в силу его упоминания в литературном произведении, кинофильме и т.д., например: «А судьи кто?» (статья о вступивших в судебскую должность).

Особенности композиции во многом детерминированы стилем, который является для рассматриваемого типа коммуникации доминирующим. Нам предстоит работать с публицистическим стилем, поэтому его характеристики целесообразно изучить уже сейчас.

Литературный язык — это язык нормированный; он подвержен кодификации: его нормы закреплены на уровне нормативных актов и словарей. Литературный язык надтерриториален (в отличие от диалектов). Собственно диалекты и различные социолекты в него не входят, так же, как арго, жаргон, койне. Тем не менее цифровая реальность по природе своей диффузна. Элементы различных стилей проникают друг в друга. По меткой формулировке академика В.В. Колесова, «почва в языке просела»: место высокого стиля в узусе занял средний, а место среднего — низкий. Коммуникация в виртуальном контексте — это зачастую разговорная речь в письменной форме. Однако соблюдать нормы литературного языка по-прежнему необходимо, в частности, орфографические, орфоэпические, семантические, стилистические, контекстуальные.

В процессе работы над текстом обучающемуся предстоит не единожды прочесть текст. Первый этап чтения, когда текст осознается как целое, называют ознакомительным; второй этап — углубленное чтение.

Самый важный этап работы над текстом — второй. Студенту предстоит освоить технику внимательного и скрупулезного чтения текста, чтобы зафиксировать все нюансы, все оттенки смыслов, все стилистические погрешности и внешние шероховатости. Углубленному чтению текста немало способствует его контент-анализ. Целесообразно воспользоваться квантитативной методикой SEO, благодаря которой можно очертить семантическое поле текста, определив его ядро, центр, ближнюю и дальнюю периферию. SEO-анализ — это беспристрастный взгляд на то, о чем написан данный текст. Сопоставление полученных параметров с заголовочным комплексом и композиционной структурой текста способно дать нам понимание того, насколько автору удалось приблизиться к своей цели. Главная же цель — кооперация с целевой аудиторией (ЦА), параметры которой также необходимо учитывать в процессе работы над текстом.

Текст должен также соответствовать принципам тема-рематического членения, где тема — уже известная адресату информация, а рема — то новое знание, кото-



рое автор стремится сообщить, производя амплификацию (приращение) исходной информации.

Существует четыре вида текстовой обработки:

1) вычитка делится на корректорскую (строгое соответствие текста нормам литературного языка) и собственно редакторскую, или «сквозную», учитывающую точность фактического материала, уместность использования цитат, конгруэнтность частей текста и пр.;

2) сокращение базируется на максиме количества информации. Текст должен быть доведен до требуемого объема путем сохранения его семантики;

3) обработка — своего рода апгрейд текста, приведение его в соответствие требованиям издания;

4) реконфигурация — переписывание текста с сохранением его содержания. Широко применяется метод синтаксической синонимии.

### Заключение

Мы рассмотрели методику работы с медиатекстом в аудитории. Она носит универсальный характер и может быть применена на самом широком текстовом материале. Исследуя текст в его многоаспектности, мы даем обучающимся понять, насколько дискурсивна его природа. Текст, как показывает наш кейс, не просто посредник между коммуникантами. Это синергетическая реальность, которую моделируют интенции одного коммуниканта и особенности восприятия другого. Наша главная задача состояла в том, чтобы познакомить обучающихся с особенностями текста как элемента дискурса, а также научиться вдумчиво работать с его концептологическим полем. В качестве методов работы с текстом были рассмотрены SEO-анализ и составление когнитивных карт.

### Список литературы

1. Красных В.В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? М.: Гнозис, 2003.
2. Медина Дж. Правила мозга. М.: Манн, Иванов, Фербер, 2018.
3. Трошина Н.Н. О языковом аспекте когнитивного стиля // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2016. № 7 (746). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-yazykovom-aspekte-kognitivnogo-stilya> (дата обращения: 21.10.2022).
4. Grice H.P. Logic and Conversation. In: Syntax and Semantics, Vol. 3, Speech Acts, ed. by Peter Cole and Jerry L. Morgan. New York: Academic Press 1975. Pp. 41—58.

### References

1. Krasnyh, V.V. 2003. "Svoj" sredi "chuzhih": mif ili real'nost'? Moscow: Gnozis publ. Print. (In Russ.)
2. Medina, J. Pravila mozga. 2018. Moscow: Mann, Ivanov, Ferber publ. Print. (In Russ.)
3. Troshina, N.N. 2016. "O yazykovom aspekte kognitivnogo stilya". Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. Gumanitarnye nauki 7 (746). Web. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-yazykovom-aspekte-kognitivnogo-stilya> (data obrashcheniya: 21.04.2022).

4. Grice, H.P. 1975. “Logic and Conversation”. *Syntax and Semantics 3, Speech Acts*, ed. by Peter Cole and Jerry L. Morgan. New York: Academic Press. Pp. 41–58.

**Сведения об авторе**

*Дианова Людмила Павловна* — кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка для иностранных студентов Московского государственного института международных отношений (университета) Министерства иностранных дел Российской Федерации. E-mail: l.dianova56@mail.ru

**Bio Note**

*Ljudmila Pavlovna Dianova* is a Ph.D in Philology, Assistant Professor, Chair of the Russian Languages for Foreign Students of the Moscow State Institute of International Relations (University) of the Ministry of Foreign Affairs of the Russian Federation. E-mail: l.dianova56@mail.ru

ф. СП-1

ФГУП «ПОЧТА РОССИИ»

АБОНЕМЕНТ на журнал

**20830**

(индекс издания)

**«Полилингвильность  
и транскультурные  
практики»**

Количество  
комплектов:

на 2022 год по месяцам

|   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
|   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |

Куда

(почтовый индекс)

(адрес)

Кому

(фамилия, инициалы)

**ДОСТАВОЧНАЯ КАРТОЧКА**

на журнал

**20830**

(индекс издания)

|    |       |       |
|----|-------|-------|
|    |       |       |
| ПВ | место | литер |

**«Полилингвильность  
и транскультурные практики»**

|                |               |                      |                           |  |
|----------------|---------------|----------------------|---------------------------|--|
| Стои-<br>мость | подписки      | _____ руб. ____ коп. | Количество<br>комплектов: |  |
|                | переадресовки | _____ руб. ____ коп. |                           |  |

на 2022 год по месяцам

|   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
|   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |

Куда

(почтовый индекс)

(адрес)

Кому

(фамилия, инициалы)