

Т.Н. Тадеуш

АНГЛОЯЗЫЧНЫЕ МЕДИАТЕКСТЫ В КОНТЕКСТЕ ИНТЕРАКТИВНЫХ ПРИЕМОВ ОБУЧЕНИЯ

Мировой интеграционный процесс и новые информационные технологии привели к формированию качественно нового уровня культурно-коммуникативного пространства. Изменившиеся условия диктуют обновленные подходы к цели образовательной политики. Перед системой образования встают задачи, связанные с удовлетворением текущих потребностей страны в подготовке всесторонне образованного человека, хорошо владеющего избранной специальностью и умеющего использовать иностранный язык как средство общения.

В последнее время СМИ стали играть одну из ведущих ролей в жизни современного общества, влияя прямо или опосредованно на все происходящие процессы, в том числе и на сферу образования. Если раньше система образования оказывала определяющее воздействие на учащихся, то теперь учебные заведения постепенно утрачивают свое монопольное право на передачу новым поколениям накопленного опыта в виде знаний и способов деятельности, а СМИ все активнее берут на себя выполнение просветительских и воспитательных функций. Образование сталкивается с необходимостью закрепить за собой лидирующее положение в формировании у учащихся целостной картины мира.

Установление успешного контакта в языковом и содержательном плане, создание положительного эмоционального настроя и естественных ситуаций общения в учебном процессе при обращении к источнику СМИ возможно при условии его авторитетности. Исследования в области социальной психологии подтверждают, что такие значимые для коммуникативного воздействия характеристики источника информации, как престиж, адекватное знание действительности и компетентность, обеспечивают эффективность коммуникации. Британские качественные газеты ("Times", "Guardian", "Daily Telegraph", "Financial Times", "Independent", "Sunday Times", "Observer", "Sunday Telegraph", "Independent on Sunday") – авторитетные универсально-тематические издания, занимающие почетное место в журналистской практике. Они ориентированы на читателей, которые хотят получить информацию о важных новостях и проявляют интерес к статьям проблемного и дискуссионного характера.

Изучением особенностей текстов СМИ занимается отдельное направление в языкознании – медиалингвистика, дающая целостное, внутренне структурированное представление о медиатекстах. Медиалингвистика рассматривает медиатекст как многослойное, многоуровневое семиотическое явление, реализующееся в диалогическом единстве языковых и медийных признаков. С позиции медиалингвистики разработана классификация основных типов медиатекстов, к которым относятся новости (news stories, news in brief), аналитика в рубрике (analysis, opinion-comment, debate), статьи очеркового характера (features) и реклама (advertisements).

Под типами текстов понимаются классы текстов, характеризующиеся устойчивым набором языковых, содержательных и форматных свойств. Например, новостные тексты на уровне формата представлены краткими сообщениями и цельнооформленными текстами, на уровне языка в них преобладают прилагательные и существительные с нулевой экспрессивной оценкой, клишированные словосочетания, соотношенные с основными устойчивыми медиатопиками и др.

Газетный текст в данной статье рассматривается не только как медиалингвистический объект иной культуры. С позиции лингводидактики медиалингвистические характеристики и требования к организации процесса обучения оказываются в отношении взаимозависимости. Опора на данную классификацию позволяет разграничить при разработке методического обеспечения понятия *news – comment* –

feature, объединенные общим понятием *article* как газетная статья. Медиалингвистические исследования свидетельствуют о том, что базовыми текстами являются новостные.

В методике преподавания иностранных языков актуальным становится использование интерактивных приемов обучения в условиях коллективного взаимодействия (*interactive group techniques*): обучающие игры (*games*), ролевые и имитационные игры (*role-play and simulations*), драматизация (*drama*), проекты (*projects*), интервью (*interviews*), мозговой штурм (*brainstorming*), составление семантической карты (*mind-mapping*), информационный пробел (*information gap*), упражнение по типу "мозаики" (*jigsaw*), решение проблемных задач (*problem solving and decision making*), обмен мнениями (*opinion exchange*). Под интерактивностью в обучении понимается взаимодействие и общение субъектов процесса обучения друг с другом, осуществляемые в сотрудничестве и имеющие преобразующий характер. Н.В. Чичерина к интерактивным методам обучения, которые могут с наибольшей эффективностью использоваться в условиях интеграции языкового и медиаобразования, относит методы иноязычного полилогического общения, метод кейсов/анализ практических ситуаций, методы проблемно-проектного обучения.

Литература

1. Добросклонская, Т.Г. Вопросы изучения медиатекстов / Т.Г. Добросклонская. – М., 2000.
2. Чичерина, Н.В. Медиатекст как средство формирования медиаграмотности у студентов языковых факультетов / Н.В. Чичерина. – М., 2008.