

**МЕДИАТЕКСТ КАК СРЕДСТВО ПОВЫШЕНИЯ МОТИВАЦИИ
В ОБУЧЕНИИ АНГЛИЙСКОМУ ЯЗЫКУ
(из опыта преподавания английского языка
студентам II ступени высшего образования)**

Тадеуш Татьяна Николаевна

Могилевский государственный университет имени А.А.Кулешова
(г. Могилев, Беларусь)

В статье рассматриваются особенности текстов СМИ в обучении иностранным языкам, так как они играют важную роль в жизни современного общества, в том числе и в сфере образования.

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 студентов, 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 студентов целостной картины мира.

Установление успешного контакта в языковом и содержательном плане, создание положительного эмоционального настроения и естественных ситуаций общения в учебном процессе при обращении к источнику СМИ возможно при условии его авторитетности. 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 текстами понимаются классы текстов, характеризующиеся устойчивым набором языковых, содержательных и форматных свойств. Например, новостные тексты на уровне формата представлены краткими сообщениями и цельноформленными 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), решение проблемных задач (problem solving and decision making), обмен мнениями (opinion exchange). Под интерактивностью в обучении понимается взаимодействие и общение субъектов про-

цесса 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. Чичерина, Н.В. Медiateкст как средство формирования медиаграмотности у студентов языковых факультетов / Н.В. Чичерина – Москва, 2008. – 93 с.