

УДК 372.881.1

Колосовская Инна Геннадьевна

кандидат педагогических наук, доцент,
заведующий кафедрой лингводидактики
и методики обучения иностранным языкам

Минский государственный
лингвистический университет
г. Минск, Беларусь

Inna Kolosovskaya

Ph.D. in Pedagogy, Associate Professor,
Professor of the Department
of Linguodidactics and Methodology
of Teaching Foreign Languages

Minsk State Linguistic University
Minsk, Belarus
kolosovskayainna@gmail.com

МЕДИАТЕКСТ КАК СРЕДСТВО ФОРМИРОВАНИЯ
ФУНКЦИОНАЛЬНОЙ ГРАМОТНОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ
В ОБЛАСТИ КОММУНИКАЦИИ НА ИНОСТРАННОМ ЯЗЫКЕ

MEDIA TEXT AS A MEDIUM OF STUDENTS' FUNCTIONAL LITERACY
FORMATION OF COMMUNICATION IN A FOREIGN LANGUAGE

В статье описаны характеристики современного медиатекста как средства обучения иностранному языку. Рассматриваются особенности отбора аутентичных медиатекстов для формирования функциональной грамотности обучающихся в области коммуникации на иностранном языке.

К л ю ч е в ы е с л о в а: медиатекст; функциональная грамотность; коммуникация на иностранном языке; средство; гипертекстуальность; мультимедийность; интерактивность; эмоциональная насыщенность; виртуальность; мозаичность; коннотативность; синкретичность.

The article focuses on the characteristics of modern media text as a means of foreign language teaching. The features of authentic media texts selection for forming students' functional literacy of communication in a foreign language are considered.

К e y w o r d s: media text; functional literacy; communication in a foreign language; medium; hypertextuality; multimedia; interactivity; emotional intensity; virtuality; mosaicity; connotativity; syncretism.

Значительные изменения в современном обществе, политическая, экономическая и информационная деглобализация, а также масштабная цифровизация определяют траекторию трансформационных процессов в мировоззрении подрастающего поколения. Значимую роль в этих условиях приобретает своевременная, соответствующая актуальным запросам современного общества подготовка обучающихся к эффективному взаимодействию в различных обла-

стях деятельности и сферах жизни. *Функциональная грамотность* как степень образованности человека в поликультурном многоязычном мире определяет его способность к продуктивному использованию родного и иностранного языка для достижения личных, социальных, образовательных и профессиональных целей. Одной из обязательных составляющих функциональной грамотности в области коммуникации на иностранном языке является способность индивида извлекать информацию из оригинальных источников, правильно ее понимать, объективно оценивать и грамотно интерпретировать в условиях информационной перегруженности [1; 2].

В реальной жизни для получения информации человеку доступны многочисленные разножанровые печатные, аудио- и видеотексты на родном и иностранном языках, которые могут быть представлены как на бумажном носителе, так и в электронном формате. Однако наиболее востребованными оказываются цифровые источники и издания, поскольку, кроме очевидной пространственно-временной доступности, они обладают также комплексом конкурентно значимых характеристик, а именно: *сверхоперативностью, упорядоченностью, персонифицированностью, структурной нелинейностью, гипернаглядностью* [3]. Так, *сверхоперативность* обновления информации в цифровом формате позволяет получать актуальные данные в режиме реального времени с заданной пользователем индивидуальной периодичностью или в произвольном порядке. *Упорядоченность* информации гарантирует нахождение по запросу любых необходимых данных. *Персонифицированность* информации дает возможность настройки получения данных в соответствии с личными интересами и потребностями пользователя. *Структурная нелинейность* позволяет сузить либо расширить информационное поле реципиента в процессе чтения. *Гипернаглядность*, обусловленная неограниченным использованием разноформатных средств передачи информации, обеспечивает достижение максимальной степени доступности информации и ее надежного запоминания для реципиентов различных когнитивных стилей (аудиального, визуального, кинестетического и т.д.). В большинстве случаев текстовая информация в цифровом формате сопровождается схемами, диаграммами, изображениями, инфографикой, фотографиями, фотогалереями, гиф-анимацией, звуковыми и видеоэффектами.

Универсальные умения комплексного восприятия информации в разных форматах, параллельной обработки и интегрального понимания с привлечением декларативных, процедурных и управляющих знаний из различных областей [4] являются одними из базисных для успешного функционирования человека в современном информационном обществе.

В этой связи очевидна необходимость формирования у обучающихся умений грамотной интерпретации информации, воспринятой из аутентичных источников на иностранном языке. Решение данной задачи следует начинать

с отбора актуальных текстов, которые должны обладать культурологической, информативной, ситуативной, формальной и реактивной аутентичностью, а также демонстрировать особенности проявления национальной ментальности [5]. В современных учебно-методических комплексах (УМК) по иностранным языкам для учреждений общего среднего образования (УОСО) представлены в достаточном объеме несплошные (поликодовые) тексты, отвечающие возрастным интересам и возможностям учащихся. Однако в текстовых материалах УМК, рекомендуемых к использованию в образовательном процессе по иностранному языку в УОСО, в силу интенсивно изменяющейся социокультурной реальности в странах изучаемого иностранного языка не всегда успевают находить отражение актуальные вопросы и проблемы. Соответственно, учитель должен уметь оперативно найти и релевантно отобрать аутентичные тексты, максимально отвечающие потребностям образовательного процесса и интересам обучающихся, вызывающие у них эмоциональный, мыслительный и речевой отклик, формирующие представление о специфике другой культуры, раскрывающие социокультурные реалии стран изучаемого иностранного языка, включающие значимую для обучающихся информацию, соответствующую их возрастным особенностям, разъясняющие уместность или неуместность использования тех или иных речевых средств. Очевидно, что наиболее доступными источниками современной информации являются сетевые средства массовой информации и онлайн-репозитории аутентичных медиатекстов.

Медиатекст – это «интегративный многоуровневый знак, объединяющий в единое коммуникативное целое разные семиотические коды (вербальные, невербальные, медийные) и демонстрирующий принципиальную открытость текста на содержательно-смысловом, композиционно-структурном и знаковом уровнях» [6, с. 323]. Аутентичный медиатекст является важным источником актуальной информации о культуре и особенностях речевого и неречевого поведения носителей иностранного языка. При отборе медиатекстов в дидактических целях следует обращать внимание не только на актуальность раскрываемой тематики и проблематики, используемые языковые, речевые и социокультурные особенности, объем текста и доступность его содержания для обучающихся, но также и на социальное назначение информации (популярная, общеполитическая, специальная, элитарная и т.д.), сведения об авторе и времени публикации, характер и тип материала (новостной, аналитический, смешанный). Целесообразно отбирать следующие виды медиатекстов, в которых демонстрируются коммуникативные интенции автора:

- *информационно-справочные*, используемые для предъявления информации и удовлетворения познавательных потребностей реципиентов (статьи из онлайн-энциклопедий и словарей, информация новостных агентств);

- *директивные*, призванные мотивировать и побуждать к осуществлению действий (реклама, частные и коммерческие объявления);
- *коммуникативные*, удовлетворяющие потребности в общении и взаимодействии с учетом этикетных норм (чаты в соцсетях, электронные письма, новостные группы и сообщения на форумах);
- *репрезентативные*, служащие для самовыражения автора, его самопрезентации и представления своей деятельности (личная страница в соцсетях, веб-страница, блог).

Значимыми характеристиками медиатекста, позволяющими рассматривать его в качестве релевантного средства формирования у обучающихся функциональной грамотности в области коммуникации на иностранном языке и овладения содержанием обучения, является его *гипертекстуальность, мультимедийность, интерактивность и эмоциональная насыщенность*.

Г и п е р т е к с т у а л ь н о с т ь. Под *гипертекстом* понимается целостный текст, смысловое содержание которого полноценно раскрывается благодаря информации, полученной посредством активизации связи с другими текстами по внешним и внутренним ссылкам. Гипертекстовые связи (гиперссылки) расширяют контекст определенного содержательного элемента текста (слова, словосочетания, предложения, абзаца), что позволяет читателю правильно ориентироваться в информации и понимать ее, адекватно интерпретировать заложенный в тексте замысел. Если навигация осуществляется по *внутренним* гиперссылкам на дополнительные учебные материалы или материалы по смежным тематикам в репозитории, то подобная коммуникативная деятельность расширяет информационные возможности реципиента, однако не предоставляет достаточное количество альтернативных точек зрения. *Внешние* ссылки дают возможность ознакомиться с информацией из альтернативных источников Сети, привлечь тексты разных жанров и форматов, сформировать критичность в восприятии, анализе и оценке данных.

Доказательность гипертекста обеспечивается гипертекстовыми ссылками на авторитетные дополнительные источники информации (информационные сайты, энциклопедии и словари, архивы новостных агентств). В медиатексте гиперссылки могут выполнять роль функционального добавочного сообщения, разъяснения или авторской оценки. *Добавочная информация* позволяет расширить пространственные границы события или описания и предложить альтернативные источники информации по одному и тому же факту. Это необходимо для того, чтобы читатель располагал всей необходимой информацией и смог составить собственное мнение по определенной теме-проблеме. *Гиперссылка-разъяснение* используется для уточнения, толкования информации с целью воссоздания целостной картины события, более глубокого погружения в проблему. Гиперссылки с *авторской оценкой* предназначены для оказания прямого либо косвенного эмоционального воздействия на реципиента. Эмо-

циональность достигается при помощи прямого цитирования авторской оценки, которая придает тексту характеристики разговорного стиля и формирует доверительное отношение реципиента к воспринимаемой информации.

Также медиатекст интегрирует традиционную *статическую* визуальную информацию (текст и графику) и *динамическую*, представленную звучащей речью, музыкой, видеофрагментами, анимацией и т.п. *Мультимедийность* текста может выражаться *линейно*, когда все знаковые формы используются одновременно, или *нелинейно*, когда в структуре медиатекста присутствуют внешние и внутренние ссылки, направляющие к другим мультимедийным ресурсам.

Размещенный в Сети текст может быть прокомментирован, уточнен, дополнен или перепощен пользователем, что обеспечивает его *интерактивность* в дистантной иноязычной коммуникации.

Эмоциональная насыщенность медиатекста обеспечивается использованием графических вербальных средств (заглавные буквы, повторы, пунктуационные знаки, смайлики и т.д.) и специальных графических средств (эмотиконы). Эта особенность позволяет целенаправленно использовать медиатексты для формирования эмоционального интеллекта у обучающихся.

Вместе с тем отдельные характеристики современного медиатекста требуют особого рассмотрения. Так, *виртуальность* медиатекста интенсивно развивается с внедрением технологии искусственного интеллекта. На первый взгляд, тексты, им порождаемые, обладают всеми необходимыми качествами эталонного учебного текста, который можно использовать в обучении письменной либо устной монологической речи с опорой на образец: они логично структурированы, целостны и связны. Однако их языковое и социокультурное наполнение может в корне не удовлетворять критериям отбора текстового материала в учебных целях. Следующая характеристика современного медиатекста, *мозаичность*, требует от реципиента развитых умений анализировать и критически оценивать полученную информацию. В интернет-пространстве медиатекст может включать неограниченное количество гиперссылок, направляющих к множеству информационных источников, что превращает чтение в бесконечный творческий познавательный процесс. Выбирая свой индивидуальный путь изучения медиатекста на основе запроса, интереса или удобства, реципиент получает избыточное количество частичных знаний, случайных сведений и обрывочных мыслей, в результате чего лишается критического и вдумчивого осмысления и получает только мозаичное, клиповое представление об основном материале. *Коннотативность* и *синкретичность* современных медиатекстов делает проблематичным отбор в дидактических целях текстов традиционных жанров. Причиной этому являются новационные трансформации в структурно-содержательной морфологии

текста. Например, репортаж может включать фрагменты отчета, зарисовки, корреспонденции, элементы интерактивных форм, а жанр письма может выражаться в форме статьи, репортажа, очерка или эссе.

Таким образом, учет характеристик медиатекстов позволит преподавателям и автором учебно-методических пособий осуществлять целенаправленный отбор текстовых материалов в соответствии с решаемыми задачами формирования функциональной грамотности обучающихся в области коммуникации на иностранном языке.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Колосовская, И. Г.* Особенности формирования функциональной грамотности учащихся в области коммуникации на иностранном языке / И. Г. Колосовская // Тенденции развития языкового образования в современном мире – 2021 : сб. ст. Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 25–26 нояб. 2021 г. / редкол.: И. Г. Колосовская (отв. ред.) [и др.]. – Минск, 2022. – С. 228–233.
2. Методические рекомендации по разработке дидактических материалов для формирования функциональной грамотности учащихся 5–11 классов на уроках иностранного языка / И. Г. Колосовская [и др.] // *Замежные мовы.* – 2022. – № 1. – С. 20–26.
3. *Вуль, В. А.* Электронные издания : учебник / В. А. Вуль. – М. ; СПб. : Изд-во «Петерб. ин-т печати», 2001. – 308 с.
4. *Грановская, Р. М.* Интуиция и искусственный интеллект / Р. М. Грановская, И. Я. Березная. – Харьков : Изд-во «Гуманит. Центр», 2020. – 324 с.
5. *Носонович, Е. В.* Критерии содержательной аутентичности учебного текста / Е. В. Носонович, Р. П. Мильруд // *ИЯШ.* – 1999. – № 2. – С. 6–12.
6. *Казак, М. Ю.* Специфика современного медиатекста / М. Ю. Казак // *Лингвистика речи. Медиастилистика : кол. моногр., посвящ. 80-летию проф. Г. Я. Солганика.* – М., 2012. – С. 320–334.

Поступила в редакцию 30.11.2023