

**СРЕДСТВА МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ
В ПРЕПОДАВАНИИ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА
В УЧРЕЖДЕНИЯХ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

В статье рассматриваются вопросы использования средств массовой коммуникации в обучении иностранному языку, в частности, разным видам речевой деятельности. Описываются преимущества работы с медиатекстами онлайн-изданий для обучения иноязычной устной и письменной коммуникации. Предлагаются некоторые виды упражнений, которые можно применять при работе со студентами.

Ключевые слова: средства массовой коммуникации; медиатекст; обучение иностранному языку; студенты; виды речевой деятельности.

The article discusses the use of online media in teaching a foreign language, particularly, different types of speech activity. The advantages of media texts from online editions use for teaching oral as well as written foreign communication are described. Some types of exercises which can be used while working with the students are suggested.

Key words: online media; media text; teaching a foreign language; students; types of speech activity.

Сегодня средства массовой коммуникации (далее – СМК) являются важным социальным институтом, поскольку они комплексно формируют общественное мнение, оказывают влияние на взгляды и представления человека о мире в целом и о конкретной ментальной картине отдельной страны. Кроме того, СМК несут в себе образовательный и воспитательный потенциал, воздействуют на нормы поведения субъекта в том или ином обществе или социальной группе, а также транслируют и формируют духовные ценности.

В данной статье внимание сфокусировано именно на СМК, а не на средствах массовой информации (СМИ), так как для первых характерна двусторонняя модель коммуникации, в отличие от последних, в рамках которых коммуникация носит преимущественно однонаправленный характер взаимодействия между коммуникантами – адресатом и адресантом, например, печатные СМИ.

Современные СМК функционируют в пространстве Интернета и, благодаря развитию информационных технологий, имеют возможность объединять в себе разные каналы передачи информации: видео- и аудиотрансляцию контента наряду с текстовой информацией. В данном случае речь идет о явлении *конвергенции*, являющейся основной характеристикой интернет-или онлайн-изданий. Конвергенция как слияние, интеграция информационных и коммуникативных технологий в единый информационный ресурс позволяет получить новый *мультимедийный коммуникативный продукт*, объединяющий в себе текст, аудио- и видеоматериалы, иллюстративный материал, ссылки на другие источники информации, которые сразу же можно изучить. Таким образом, медиатексты в онлайн-изданиях – это уже не только линейная последовательность вербальных знаков, а семиотически усложненный, креолизованный мультимедийный продукт коммуникации, который, наряду с классическими характеристиками, функциями и свойствами текста, приобретает новые качества и форматы, особенности содержания и воспринимается аудиторией по-другому за счет конвергенции. Это не просто сукцессивное восприятие информации, а многомерное, многовекторное, симультанное. Поэтому при работе с медиатекстами на иностранном языке представляется возможным использовать разные их стороны, аспекты и характеристики, что имеет много преимуществ и позволяет преподавателям разрабатывать и предлагать задания и упражнения для обучения студентов разным видам речевой деятельности, в том числе в пределах одного сообщения.

Остановимся на некоторых характеристиках медиатекстов, представляющих преимущества для их применения в образовательном процессе со студентами:

1. *Актуальность и новизна информации.* Медиатексты содержат актуальную информацию об особенностях картины мира носителей страны изучаемого языка: их системе ценностей, традициях, нормах и моделях поведения и многое другое. По-другому, они передают культурологическую

информацию. Кроме того, содержание материалов в онлайн-изданиях обновляется очень быстро и дополняется новыми фактами при необходимости. Медиатексты таких изданий содержат информацию, актуальную на момент их публикации, однако, могут освещать факты или события, которые являются актуальными для разного периода времени (если в них представлены исторические события, обсуждаются ценности того или иного общества и др.). При изучении определенной темы, предусмотренной учебной программой по соответствующей дисциплине, для каждого занятия всегда можно подобрать материал из СМК, совпадающий с тематикой занятия и содержащий что-то новое и интересное. Такой подход будет также способствовать поддержанию мотивации у обучающихся, развитию их эрудиции и приобретению новых знаний.

2. *Поддержание интереса к изучаемому материалу.* Медиатексты отражают реальность, различные вопросы, стороны или проблемы, существующие в обществе. Работа с медиатекстами всегда представляется интересной для студентов, поскольку они содержат достоверную и актуальную информацию, описывают реальные события, явления и факты, и у студентов есть возможность критически оценить ее, обсудить, а, кроме того, быть в курсе многих текущих событий. Кроме того, медиатексты, функционирующие в пространстве онлайн-изданий, создаются носителями языка и являются аутентичными, отражающими не только картину мира того или иного общества, но и современное состояние языка, определенные тенденции в развитии его лексического состава и грамматической структуры и, таким образом, демонстрируют использование этого языка в различных коммуникативных ситуациях.

3. *Использование разных каналов передачи информации (конвергенция) в содержании медиатекстов.* Наличие видео- и аудиоинформации в содержании медиатекстов дает возможность преподавателю в комплексе обучать нескольким видам речевой деятельности на основе одного текста, разрабатывая задания или упражнения в привязке к одной теме.

4. *Наличие гиперссылок в содержании медиатекстов.* Медиатекст в конвергентных СМК представляет собой *гипертекст*, объединяющий множество разных текстов, имеющих гиперссылки (внутренние и внешние), выводящие читателя в огромное информационное пространство. По-другому, это взаимосвязь основного сообщения с другими текстами, видео- или фотоматериалами, реализующаяся при помощи гиперссылок. Данная характеристика медиатекста позволяет преподавателю применять разные формы работы с ним – индивидуальную или групповую.

5. *Разнообразие тематики.* Информация, которая находит отражение в СМК, затрагивает все стороны общественной жизни: политику, экономику, культуру, социальную сферу, науку и др. Разнообразие рубрикаций в онлайн-изданиях предоставляет широкие возможности преподавателю находить нужный тематический текст в привязке к изучаемой теме того или иного занятия.

6. *Удобство в работе с медиатекстами.* Проявляется в том, что преподавателю нет необходимости распечатывать нужный материал для работы. С учетом развития информационных технологий сегодня студенты могут работать с нужной информацией, находить ее оперативно в сети Интернет сразу же на занятии (при условии свободного доступа к ней).

Итак, при работе с информацией медиатекстов для развития навыков и умений устной коммуникации студентам можно предлагать задания на предвосхищение смысла содержания материала на основе заголовочного комплекса, а также иных невербальных компонентов, имеющих в содержании публикации – фотографий, диаграмм, графиков и др. Кроме того, обучающиеся могут обсудить актуальность и значимость новости для каждого человека, для определенной группы людей или вообще, для мира в целом (зависит от сути освещаемого события).

Для развития умений выделять ключевую информацию из большого потока разных фактов можно использовать рубрики (секции) изданий. В данном случае преподаватель может практиковать групповую форму работы, когда каждой группе предлагается соответствующая секция с установкой изучить первые 8–10 (на усмотрение преподавателя) медиатекстов и затем в письменном виде представить дайджест событий по каждой рубрике. После этого студентам можно предложить зачитать их и сравнить полученные анонсы, выявив наиболее подходящий вариант. В этом случае развиваются навыки и умения в нескольких видах речевой деятельности: чтении, письменной речи и устной коммуникации.

Так как в мультимедийных сообщениях содержится достаточное количество гиперссылок, то обучающихся можно разделить на несколько групп и предложить им поработать с разными гиперссылками. Напомним, что каждая из них – это отдельный текст, тематически связанный с текущим сообщением. Далее студентам предлагается расширить содержание исходной информации, добавив новые факты, которые та или иная группа выявила, поработав с содержанием других текстов. В данном случае студенты устно дополняют информацию исходного текста за счет изученной гипертекстовой части.

Как уже отмечалось, в медиатекстах онлайн-изданий используются разные каналы передачи информации. Соответственно, данное преимущество можно рассматривать и для развития навыков и умений восприятия иноязычной речи на слух. Если в исходном сообщении представлена видеoinформация, предваряющая текстовую часть, студентам предлагается ее просмотреть и попытаться догадаться, о чем далее повествует медиатекст. После прочтения материала, обучающимся можно порассуждать, насколько представленный видеофрагмент соотносится с темой публикации, вписывается в контекст или нет, обосновав свой ответ. На основе представленной видеoinформации в медиатексте преподаватель может предлагать разные задания, исходя из поставленной цели занятия и обозначенных задач.

Что касается письменной коммуникации, то и в этом случае преподаватель проявляет свое творчество и реализует методическую компетенцию в разработке упражнений. Например, для развития навыков и умений реферирования студентам можно предложить прочитать аналитическую статью и затем трансформировать ее в информационное сообщение.

Как известно, для медиатекстов в онлайн-изданиях характерна интерактивность, проявляющаяся в наличии активированных опций для написания электронного письма журналисту или в редакцию издания, либо просто опция «оставить комментарий». В этой связи обучающимся можно предложить написать свой комментарий по поводу прочитанного, тем самым имитировав реальную ситуацию.

Для развития умений письменной речи интересным для студентов может быть следующее задание: преподаватель выбирает материал (с учетом тематики занятия), рассчитанный на массовую аудиторию, и просит студентов переписать его таким образом, чтобы текст был ориентирован на какую-то другую аудиторию, например, студенческую, на учителей и др.

По сути, работа с медиатекстами так или иначе предполагает взаимосвязанное обучение всем видам речевой деятельности. Можно и далее приводить примеры разнообразных видов упражнений, но у каждого преподавателя есть свой творческий потенциал, который позволяет делать занятия интересными, коммуникативно ориентированными и полезными для обучающихся.

Таким образом, использование конвергентных, или мультимедийных, медиатекстов в обучении иностранным языкам имеет много преимуществ по сравнению с использованием просто печатных текстов и позволяет преподавателю решать поставленные задачи, проявляя творческий подход в разработке разных видов заданий и упражнений. Для студентов же работа с медиатекстами способствует более эффективному изучению иностранного языка, формированию не только коммуникативной компетенции, но и межкультурной в том числе посредством приобретения знаний о культуре страны изучаемого языка.