

УДК [378.147+070]:[811:371.212-057.875:070.1]

**Луцинская Ольга Владимировна**

*доктор филологических наук, доцент,  
проректор по научной работе*

*Минский государственный лингвистический  
университет*

*г. Минск, Беларусь*

**Olga Luschinskaya**

*Habilitated Doctor of Philology,  
Associate Professor*

*Minsk State Linguistic University*

*Minsk, Belarus*

*e-mail: olgalu805@gmail.com*

РОЛЬ И МЕСТО МЕДИАТЕКСТОВ  
В ОБУЧЕНИИ ИНОЯЗЫЧНОЙ ПИСЬМЕННОЙ КОММУНИКАЦИИ  
СТУДЕНТОВ-ЖУРНАЛИСТОВ

THE ROLE AND PLACE OF MEDIA TEXTS  
IN TEACHING FOREIGN LANGUAGE WRITTEN COMMUNICATION  
TO STUDENTS-JOURNALISTS

В статье внимание сфокусировано на предтекстовом этапе в процессе обучения иноязычной письменной коммуникации будущих специалистов в области журналистики. В качестве образцов предлагается использовать оригинальные материалы, взятые из иноязычных медиа, функционирующих в онлайн-среде. Описывается ряд преимуществ медиатекстов, которые представляют собой мультимедийные коммуникативные продукты. Отмечается, что они содержат информацию о картине мира другого сообщества, демонстрируют употребление языковых средств в соответствующем контексте в единстве с внеязыковыми особенностями. Предлагается использовать авторскую интегративную методику дискурсного анализа для изучения и интерпретации содержания оригинальных медиатекстов.

*Ключевые слова: обучение иноязычной письменной коммуникации; онлайн-издания; медиатексты; мультимедийный коммуникативный продукт; предтекстовый этап; интегративная методика дискурсного анализа; студенты-журналисты.*

In the article the attention is paid to the initial, the so-called, pre-text stage in the process of teaching future specialists in journalism written communication in a foreign language. It is suggested to use the original articles taken from foreign media which exist in online environment as samples. There are some advantages of media texts which are multimedia communicative products by their nature. In particular, it is stated that they contain information about the worldview of a different society, demonstrate the use of linguistic means in a particular context together with the unity of extralinguistic features. It is suggested to use the author's integrative methods of discourse analysis for analysis and interpretation of the content of original media texts.

*Key words: teaching written communication in a foreign language; online editions; media texts; multimedia communicative products; pre-text stage; integrative methods of discourse analysis; students-journalists.*

Письменная коммуникация как один из видов речевого общения является важной составляющей в обучении иностранному языку будущих специалистов в области журналистики. Данный вид деятельности позволяет обучающимся развивать, с одной стороны, профессиональные навыки и умения письменного общения на иностранном языке, с другой стороны, реализует их творческий потенциал, способность мыслить на ином языке и передавать информацию средствами этого языка с учетом предполагаемой аудитории.

Для овладения умениями иноязычного письменного общения уже разработаны разные комплексы упражнений и заданий, которые способствуют достижению определенных результатов в этой деятельности. В то же время преподаватели-практики, исследователи письменной речи продолжают поиск новых, наиболее оптимальных и эффективных методик и подходов к обучению данному виду речевой деятельности. Отметим, что значимое место в обучении письменной коммуникации играет *предтекстовый этап*, на котором обучающиеся работают с оригинальными текстами, выступающими в качестве образцов, анализируют их с точки зрения содержательной составляющей и способов отражения коммуникативной ситуации с помощью языковых средств.

В настоящей статье внимание сфокусировано на обучении профессиональной письменной коммуникации на иностранном языке будущих журналистов, а точнее, на предтекстовом этапе. Будут предложены отдельные виды аналитических заданий и упражнений для анализа и интерпретации описанного события в медиатексте с учетом его экстралингвистических и интралингвистических параметров.

Подчеркнем, что оригинальные медиатексты содержат в себе информацию о другой картине мира, о культурных особенностях страны изучаемого языка, ее ценностях, традициях. Кроме того, они демонстрируют употребление языковых средств в соответствующем контексте в единстве с внеязыковыми особенностями и др.

Поскольку речь идет об обучении иноязычному письменному общению будущих журналистов, то именно медиатексты, взятые из оригинальных источников, представляются необходимыми, важными и полезными для использования и работы на занятиях по иностранному языку. Сегодня большинство медиа функционируют в интернет-среде, и это дает огромные возможности преподавателям для подбора необходимого материала для своих занятий с учетом их тематики и разработки ряда заданий и упражнений на основе отобранных публикаций.

Кратко рассмотрим некоторые преимущества оригинальных текстов из интернет-изданий в образовательном процессе. Прежде всего отметим, что медиатексты несут в себе образовательный и воспитательный потенциал, оказывают влияние на нормы поведения субъектов в обществе, транслируют и формируют духовные ценности, демонстрируют способы взаимодействия субъектов в разных коммуникативных ситуациях. Подчеркнем также, что медиатексты в онлайн-изданиях представляют собой мультимедийные коммуникативные продукты, поскольку функционируют в сети Интернет и могут объединять в себе разные каналы передачи информации (видео- и аудиоинформацию, инфографику, слайд-шоу и др.), что также является одним из их преимуществ по сравнению с другими учебными текстами.

Как известно, мотивация играет важную роль в обучении разным видам речевой деятельности. В этой связи использование медиатекстов как раз позволяет постоянно поддерживать интерес у студентов к выполняемой работе и сохранять у них мотивацию, так как обучающиеся имеют дело с актуальной, «свежей» информацией, текущими реальными событиями.

Еще одним важным преимуществом применения медиатекстов в обучении является то, что они способствуют развитию профессиональной компетенции будущих специалистов: знакомят с медиасистемой другой культуры, иными журналистскими традициями, что предполагает сравнение разных подходов к созданию текстов различных жанров. По-другому, будущие медиаспециалисты приобретают знания об иной, отличной от отечественной, жанровой классификации, а это, в свою очередь, дает возможность выявлять более эффективные стороны журналистской работы и переносить положительный опыт уже в свою профессиональную деятельность.

В процессе работы с оригинальными иноязычными материалами мы предлагаем использовать авторскую *интегративную методику дискурсного анализа*, которая позволяет, с одной стороны, изучать формальные характеристики медиатекста, с другой – рассматривать ситуационный контекст определенного события (культурный, когнитивный, социальный, идеологический), выявлять его особенности, определять участников коммуникации и анализировать их взаимодействие в каждом конкретном случае. Все характеристики и специфика коммуникативной ситуации реализуются языковыми средствами, анализ которых является значимой составляющей предлагаемой методики. Такая аналитическая работа представляется необходимой для студентов-журналистов, поскольку будет способствовать развитию навыков и умений продуцирования собственных письменных сообщений с учетом приобретенных знаний на предтекстовом этапе.

В рамках разработанной методики мы выделяем четыре группы критериев. Первую группу составляют **формальные критерии**, которые подразделяются на несколько подгрупп. Одна из них – *организационная струк-*

*тура* – дает возможность студентам определить, в каком типе онлайн-издания опубликовано сообщение, время его выхода, авторство; рассмотреть тематическую рубрику и определить тему непосредственно самого медиатекста, его жанр и формат. Изучая структуру и композицию медиатекста, обучающиеся также определяют, есть ли ссылки на электронный адрес журналиста или редакции, ссылка «поделиться информацией» с другими пользователями через активные иконки социальных сетей и мессенджеров, и где они размещаются.

Поскольку речь идет о коммуникативных продуктах онлайн-изданий, то во внимание принимаются также *критерии дизайна*, а именно визуализация публикации – степень ее креолизации, предполагающая рассмотрение соотношения вербальной и невербальной информации. Кроме того, внимание обращается на использование цвета в оформлении, разных размеров и типов шрифтов, иные дизайнерские способы предъявления информации.

*Количественные критерии* дают возможность посмотреть на периодичность обновления информации в медиатексте; на количество просмотров материала, что позволит проанализировать его популярность и востребованность освещаемой информации для той или иной аудитории. Это также наличие активной опции «комментарий» и количество оставленных комментариев читателями издания.

Приведем примеры заданий, которые можно использовать для анализа формальных критериев медиатекста.

(1) *Прочитайте медиатекст <...> и определите, соответствует ли он заявленной рубрике издания, сформулируйте его тему. Назовите жанр материала, обосновав свой ответ, почему Вы так думаете. Охарактеризуйте структурно-композиционное построение медиатекста.*

(2) *Обратите внимание на фотографию(-ии), содержащуюся в тексте сообщения. Определите целесообразность ее(их) включения в материал. Способствует ли невербальная информация более точной и полной передаче и пониманию сообщения? Определите степень креолизации медиатекста: нулевая, частичная, полная.*

(3) *Охарактеризуйте дизайнерские приемы, используемые журналистом в медиатексте. Как они способствуют восприятию и пониманию содержания описанного события? Если бы Вы были автором текста, Вы бы оформили его таким же образом? Поясните свой ответ.*

(4) *Просмотрите предлагаемый материал <...>. Проанализируйте частотность обновления в нем информации; обратите внимание на количество просмотров медиатекста, что Вы можете сказать о его популярности, насколько он интересен аудитории и почему. Просмотрите комментарии, их количество, содержание, какие выводы Вы можете сделать после анализа этих комментариев?*

Предлагаемые обучающимся задания с учетом формальных критериев нацелены на то, чтобы они смогли научиться давать общую характеристи-

ку медиатекста, интерпретировать его оформление, высказывая собственное мнение, критически оценивать организацию сообщения, что способствует еще и развитию умений устного общения на иностранном языке в условиях реальной коммуникативной ситуации.

Вторую группу в рамках предлагаемой методики составляют **критерии мультимедийных технологий**, нацеленные на анализ использования информационно-коммуникационных технологий в медиатексте как мультимедийном продукте: включение видеоинформации в его содержание, элементов слайд-шоу; использование аудиоматериалов в сообщении; наличие гиперссылок в тексте; присутствие других уникальных мультимедийных технологий (при условии их наличия).

В качестве примеров упражнений для студентов можно предложить следующие.

(1) *Проанализируйте видеоинформацию / аудиоинформацию в медиатексте <...> и прокомментируйте целесообразность ее включения в содержание сообщения. Насколько она способствует раскрытию описываемого события и его лучшему пониманию, достаточно ли этой информации или Вы бы дополнили текст еще какими-то видео (аудио)?*

(2) *Проанализируйте гиперссылки в медиатексте <...>, оцените их функцию (информирование, убеждение, др.). Достаточно ли полно представленные гиперссылки раскрывают описанное событие? Нужно ли было еще сделать какую-то информацию в медиатексте активированной для более глубокого понимания сути сообщения?*

(3) *Обратите внимание на гиперссылки в сообщении <...>, каково соотношение внутренних и внешних ссылок? Какие из них преобладают в тексте, как Вы думаете, почему?*

(4) *Разделитесь на две группы. Первая группа изучает внутренние ссылки, вторая – внешние в анализируемом медиатексте. Выберите основную информацию из полученных источников, которая непосредственно способствует более полному раскрытию содержания новости (описанного события). Оцените целесообразность и достаточность представленных гиперссылок в медиатексте.*

Третья группа представлена **экстралингвистическими критериями**, которые применяются для анализа содержания сообщения посредством реконструкции ряда дискурс-категорий из текста. К таким дискурс-категориям относятся: аудитория; коммуникативная установка медиатекста; «самоидентификация», связанная с репрезентацией автора в сообщении; время (с учетом таких субкатегорий, как периодичность, регулярность, оперативность); пространство (локальность материалов); интертекстуальность (способы ее реализации в медиатексте); интересобытийность (связь основного события с другими событиями, вписанными автором в текст сообщения); интересубъектность (взаимодействие субъектов коммуникации).

Анализ и интерпретация информации на основе перечисленных дискурс-категорий позволит выявить и охарактеризовать способы взаимодействия коммуникантов, их отношение друг к другу и к окружающей действительности в целом, принятие на себя разных ролей в зависимости от описываемого события, тональность общения.

Студентам предлагаются следующие задания.

(1) *На основе изученной информации в медиатексте <...> составьте портрет предполагаемой аудитории, поясните, почему Вы так думаете, какая информация (эксплицитная и имплицитная) в тексте позволяет Вам так полагать.*

(2) *Определите авторское отношение и его видение самого события, в том числе с учетом репрезентированного пространственно-временного и социального контекстов. Что Вы можете сказать об авторе сообщения, можно ли реконструировать его портрет из содержания текста?*

(3) *Определите, какие сопутствующие события дополнительно отражены в медиатексте, насколько целесообразно их упоминать в отношении основного события, как они способствуют более полному восприятию и пониманию информации?*

(4) *Проанализируйте, на какие другие тексты ссылается автор, мнение каких экспертов он учитывает и почему; насколько представленные цитаты в тексте обоснованы, актуальны и непредвзяты; является ли достаточным количество использованных цитат в сообщении, с Вашей точки зрения?*

(5) *Определите пространственно-временной контекст описываемого события в медиатексте <...>. Как это реализовано в сообщении при помощи лексических маркеров, видовременных форм глаголов и соответствующих грамматических конструкций?*

Четвертая группа – это **интралингвистические критерии**, которые применяются для анализа языковой, или лингвистической, реализации описываемого события в медиатексте. Данная группа представлена одной категорией – «стилистический диапазон». Однако она имеет достаточно широкое содержательное наполнение и отражает

- ◆ языковые средства, использованные автором в медиатексте;
- ◆ целостность сообщения, выраженную смысловым единством и логическим развертыванием информации в нем;
- ◆ связность, представленную лексическими, грамматическими, стилистическими и композиционными средствами. С учетом того, что речь идет о конвергентных (онлайн) медиа, то, наряду с традиционными средствами связи, используются и гипертекстовые средства, такие, как цвет, подчеркивание, ссылки, иконические вставки и др., т. е. визуальные средства связи.
- ◆ системность, которая предполагает определенную схему следования элементов в медиатексте;

♦ завершенность, связанную с формированием целостного образа содержания.

Лингвистические средства, использованные в сообщении, обусловлены, в первую очередь, соответствующим социокультурным контекстом и позволяют анализировать иные типы контекстов (исторический, идеологический, когнитивный), репрезентированные в медиатекстах; авторское отношение к освещаемому событию в целом; определять картину мира в журналистской традиции той или иной страны.

Будущим специалистам в области журналистики предлагаются следующие задания и упражнения.

(1) *Проанализируйте языковые особенности в рассматриваемом медиатексте <...>: какие конструкции в нем преобладают, о чем это свидетельствует?*

(2) *Определите в медиатексте <...> ключевые слова, которые раскрывают тематику сообщения.*

(3) *Определите лингвистические маркеры, способствующие обеспечению связности текста.*

(4) *Является ли текст целостным и завершенным коммуникативным продуктом? На основании чего Вы можете об этом судить? Какие лингвистические средства способствуют этому?*

Поскольку анализ медиатекста осуществляется на иностранном языке и с учетом всех описанных критериев, то в данном случае у обучающихся попутно развиваются навыки и умения устной коммуникации, а также умения критического анализа представленной информации, интерпретации данных, умения прокомментировать ту или иную информацию, сделать собственные выводы.

Таким образом, описанная аналитическая работа с содержанием медиатекстов иноязычных онлайн-изданий с применением интегративной методики дискурсного анализа является одним из способов организации образовательного процесса на начальном, предтекстовом, этапе при обучении письменному общению будущих специалистов в сфере массовой коммуникации. Такая работа будет способствовать приобретению профессиональных знаний в области письменной медиакоммуникации, чтобы в дальнейшем студенты-журналисты смогли научиться создавать собственные медийные продукты с учетом всех составляющих коммуникативной ситуации.

*Поступила в редакцию 25.02.2025*