

Великова Людмила Николаевна

"ПОДВОДНЫЕ КАМНИ" ИСПОЛЬЗОВАНИЯ НОВОСТНЫХ МЕДИАРЕСУРСОВ В ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ

В статье рассматриваются явления, происходящие в современной медиасреде (идеологизация медиaprостранства, троллинг и т.п.), языке СМИ, и связанная с этим проблема выбора новостных медиаресурсов для использования в дидактических целях. Анализируются понятия, активно используемые в русскоязычном и англоязычном медийном дискурсе, раскрывается специфика их употребления в зависимости от идеологической направленности конкретного медиаресурса. Акцентируется особая роль преподавателя иностранного языка в формировании мировоззренческих ориентиров студенческой аудитории.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2017/3-1/56.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2017. № 3(69): в 3-х ч. Ч. 1. С. 186-188. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2017/3-1/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: phil@gramota.net

УДК 372.881.111.1

В статье рассматриваются явления, происходящие в современной медиасреде (идеологизация медиaproстранства, троллинг и т.п.), языке СМИ, и связанная с этим проблема выбора новостных медиаресурсов для использования в дидактических целях. Анализируются понятия, активно используемые в русскоязычном и англоязычном медийном дискурсе, раскрывается специфика их употребления в зависимости от идеологической направленности конкретного медиаресурса. Акцентируется особая роль преподавателя иностранного языка в формировании мировоззренческих ориентиров студенческой аудитории.

Ключевые слова и фразы: образовательный континуум; язык СМИ; медиаресурс; медиaproстранство; медиадискурс; медиатекст.

Великова Людмила Николаевна, к. филол. н., доцент
Российская таможенная академия, г. Люберцы
milavel@mail.ru

«ПОДВОДНЫЕ КАМНИ» ИСПОЛЬЗОВАНИЯ НОВОСТНЫХ МЕДИАРЕСУРСОВ В ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ

В сегодняшнем «образовательном континууме» [1] как никогда остро стоит проблема формирования лингвокультурной грамотности и мировоззренческой зрелости студенческой аудитории. Высшая школа в целом и неязыковые вузы в частности сталкиваются с современными вызовами, предполагающими решение не только задач профессиональной подготовки конкурентоспособных специалистов в различных областях экономики, но и задач гуманитарного развития, формирования актуального мировоззренческого знания.

К важнейшим нуждам человека относится потребность в информации и взаимодействии с другими людьми, что мотивировано особенностями сознания индивида, настроенного на «диалоговые механизмы постижения закономерностей бытия» и, следовательно, на непрерывное оперирование информацией и на включение полученной информации в общее, обязательное для всех социально-коммуникативное пространство [5, с. 18].

С одной стороны, современная молодежь обладает почти неограниченной возможностью черпать информацию из различных, в том числе медийных, источников; с другой стороны, молодые люди не всегда могут отличить качественную информацию от тенденциозной и откровенно лживой. Не располагая собственным опытом оценки происходящих в мире событий, они вынуждены строить свое знание об окружающей действительности на медиареконструкциях и интерпретациях, которые в силу самой своей природы идеологичны и культуроспецифичны [2, с. 22].

Как справедливо указывает Т. Г. Добросклонская, наряду с вербальным и медийным уровнем важнейшей составляющей языка СМИ является уровень концептуальный, или когнитивно-идеологический, причем подтверждением когнитивно-идеологической природы этого языка может служить формирование и распространение новых слов и понятий, которые отражают концептуальные различия в национально-культурных и политических медиадискурсах [Там же, с. 22-23]. Так, относительно недавно в отечественных и зарубежных, особенно англоязычных, СМИ стало активно использоваться понятие «гибридная война» (англ. *proxy war*), которая ведется не только и не столько с помощью оружия, сколько силами политической пропаганды, террора, дезинформации и экономического давления на противника. Гибридная война также включает подрывную деятельность спецслужб на территории противника и различные техники искажения информации. Яркие примеры гибридных войн – конфликты в Украине и Сирии, а также потоки кибердиффамации в отношении России, связанные с ее предполагаемыми «кибератаками» в отношении кандидата-участника президентской кампании в США Хиллари Клинтон. На медиаресурсах *edition.cnn.com* и *cnn.studentnews.com* можно получить следующую информацию: *Russian President Vladimir Putin ordered an influence campaign in 2016 aimed at the US presidential election. Putin and the Russian government developed a clear preference for President-elect Trump over his rival Hillary Clinton.* / Президент России Владимир Путин распорядился провести кампанию в 2016 году с целью повлиять на исход президентских выборов в США. Путин и российское правительство выказало явное предпочтение избранному Президенту Трампу перед его соперницей Хиллари Клинтон. (Здесь и далее перевод автора статьи – Л. В.)

Еще одним часто употребляемым словом в новостных передачах и заметках является английское слово *rebel* (*повстанец, мятежник, бунтарь*), причем его коннотация может быть диаметрально противоположной – от положительной до резко отрицательной – в зависимости от идеологического или политического контекста публикуемой информации. Так, ресурс *www.rt.com* часто использует это слово применительно к жителям ДНР и ЛНР, противостоящим регулярной армии Украины. В украинских и «прозападных» СМИ то же население Донбасса, как правило, называют «сепаратистами» (англ. *separatists*).

Примечательно также смысловое наполнение слова «террористы» (англ. *terrorists*), которых сегодня зачастую делят на плохих («чужих») и хороших («своих»). К категории террористов в интерпретации украинских СМИ могут быть отнесены те, кто воюет на стороне ДНР и ЛНР. «Разные» террористы встречаются и среди суннитского или шиитского населения стран Ближнего Востока в зависимости от того, какова их политическая ориентация и роль в поддержании существующего «миропорядка» (англ. *world order*).

Таким образом, эпоха, в которую вступил современный человек, придала информации особый статус, превратив ее в важнейший стратегический ресурс [5, с. 19]. Медиа сегодня стали мощным оружием влияния на человека, проникающим в его мировоззрение и меняющим его в зависимости от поставленных целей.

Вместе с тем в обществе растет недоверие к публикуемой в СМИ информации, что выражается в таких словосочетаниях с негативной окраской, как *fake news* (*лживые новости*), *official narrative* (*официальное, т.е. неправдивое или приукрашенное, изложение событий*), *talking heads* (*говорящие головы*) (метонимический жаргонизм, выражающий нелестное мнение о журналистах, дикторах или представителях государственных органов власти, озвучивающих ту или иную официальную точку зрения) и др.

К относительно новым лингвареалиям интернета можно отнести однокоренные слова *troll* (*троль; троллить*) и *trolling* (*троллинг*). Феномен троллинга трактуется как процесс размещения на виртуальных коммуникативных ресурсах провокационных сообщений с целью нагнетания конфликтной обстановки путем нарушения правил этического кодекса интернет-взаимодействия.

Как умышленно вредоносную ложь определяет троллинг в своей работе «Идентичность и вымысел в виртуальном сообществе» Дж. С. Донат [7], которая считает, что троллинг вызывает быстрое снижение доверия и терпимости к чужакам. Другие исследователи троллинга (см., например: [6]) утверждают, что он широко используется в качестве PR-технологии в коммерческой и политической сфере. Применение этой технологии позволяет создавать ложные эффекты массовости и общественного мнения, повышать доверие к источнику информации, а также увеличивать аудиторию получателей информации. Существуют прогнозы, что троллинг может превратиться в специализацию для представителей таких профессиональных областей, как журналистика, мировая политика, международная экономика и др.

Логично, что центром внимания при изучении медийной речи является медиатекст, определяемый как форма речевой деятельности, в которой выражаются принятые в профессиональной медийной среде правила речевого поведения, утвердившиеся стереотипы текстовой организации [3, с. 11]. Находясь в постоянном взаимодействии и непосредственной временной и пространственной близости, основные типы медиатекстов, к которым относят новости, информационную аналитику (*comment and analysis*), публицистику (*features*) и рекламу (*advertisements / commercials*), оказывают влияние друг на друга, что приводит к появлению новых жанрово-стилистических гибридов типа «инфотейнмент» (*infotainment ← information + entertainment*), т.е. включение в новостные материалы развлекательного компонента, или «инфомерция» (*infomercial ← information + commercial*), т.е. наличие рекламы в новостях, что обусловлено желанием привлечь массовую аудиторию [2, с. 15].

В связи с вышеизложенным как никогда ответственной и важной представляется роль преподавателя иностранного языка, который на занятии знакомит студентов с иноязычными медийными источниками (новостными видеосоюжетами и видеороликами, интернет-статьями из различных областей знания и т.п.). Практически невозможно представить себе современное занятие по иностранному языку без использования подобных медиаресурсов.

На плечи преподавателя иностранного языка ложится задача тщательного отбора медийного материала, над которым предстоит работать в студенческой аудитории. Он вынужден исполнять роль своеобразного цензора, определяющего полезность либо пагубность воздействия информации, которая поступает из медиасреды. Вместе с тем для того, чтобы сформировать устойчивые мировоззренческие представления и идеалы у обучаемых, преподаватель может использовать некоторые медиаисточники с ярко выраженной идеологической направленностью, которые идут вразрез с принятыми в России идеологемами.

Как справедливо полагает Е. Г. Малышева, роль идеологии в XX и начале XXI века трудно переоценить: идеологизации и политизации подвергались и продолжают подвергаться те области и сферы человеческой деятельности, которые не должны были быть втянуты в «идеологический круг». Даже феномены, ни прямо, ни косвенно не имеющие отношения к сферам политики, государства, власти, идеологии, в тот или иной временной промежуток оказываются идеологизированными [4, с. 33].

Обучение в такой ситуации должно быть посвящено обсуждению разных, зачастую полярных точек зрения на то или иное событие или проблему, освещаемую в СМИ. Дискуссионный подход к подаче новостной информации, разнообразие в выборе медиаресурсов позволяют преподавателю дать студентам представление о сложности происходящих в современном мире процессов, побуждают их осознанно и серьезно работать над формированием собственной точки зрения, основанной на аргументированном и критическом анализе получаемой информации.

Культуро-информационное медиапространство России продолжает оставаться достаточно открытым, и мастерство преподавателя иностранного языка во многом определяет то, насколько устойчивы мировоззренческие принципы студентов, какова их гражданская позиция.

Чтобы воплотить в тексте и в медиатексте (в широком смысле) в качестве основного поведенческий компонент интенции – призвать к гражданской активности в решении важной общественной проблемы, – необходимо осуществить когнитивное (добиться понимания события, сформулировать проблему) и оценочное воздействие [3, с. 13]. Задача преподавателя – уловить и определить, по возможности, эти разнообразные интенции с тем, чтобы наиболее эффективно использовать их в дидактических целях. Это становится особенно актуально в связи с все более осязаемым «разворотом» академической и образовательной парадигмы к осмыслению того, что некоторое пренебрежение к воспитательной проблематике и гуманизации высшей школы, наблюдавшееся в последнее время, требует значительной корректировки.

Невозможно считать миссию педагога выполненной, если его деятельность не направлена на формирование у студентов социальной активности, в том числе в рамках тех возможностей, которые у него имеются.

Список литературы

1. **Бакулина Ю. Б.** Современный образовательный континуум как поликультурное пространство: некоторые подходы к осмыслению понятия // Актуальные задачи педагогики: мат-лы V междунар. науч. конф. (г. Чита, апрель 2014 г.). Чита: Молодой ученый, 2014. С. 91-92.
2. **Добросклонская Т. Г.** Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ [Электронный ресурс]. М., 2008. 203 с. URL: <http://www.ffl.msu.ru/research/publications/dobrosklonskaya/dobrosklonskaya-medialingvistika.pdf> (дата обращения: 09.01.2017).
3. **Дускаева Л. Р.** Интенциональность медиаречи: онтология и структура // Медiateкст как полиинтенциональная система: сб. ст. / отв. ред. Л. Р. Дускаева, Н. С. Цветова. СПб.: Изд-во С.-Петербург. ун-та, 2012. С. 10-16.
4. **Мальшева Е. Г.** Идеологема как лингвокогнитивный феномен: определение и классификация // Политическая лингвистика. Екатеринбург: Изд-во Ур. гос. пед. ун-та, 2009. № 4 (30). С. 32-40.
5. **Полонский А. В.** Медиа и их текстовая реальность // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. 2015. Т. 27. № 18 (215). С. 17-24.
6. **Семенов Д. И., Шушарина Г. А.** Сетевой троллинг как вид коммуникативной деятельности // Международный журнал экспериментального образования. 2011. № 8. С. 135-136.
7. **Donath J. S.** Identity and Deception in the Virtual Community // Communities in Cyberspace / ed. by P. Kollock & M. Smith. London: Routledge, 1998. P. 29-59.

“HIDDEN REEFS” OF USING NEWS MEDIA RESOURCES IN TEACHING FOREIGN LANGUAGES

Velikova Lyudmila Nikolaevna, Ph. D. in Philology, Associate Professor
Russian Customs Academy, Lyubertsy
milavel@mail.ru

The article deals with the phenomena occurring in the modern media environment (ideologization of media space, trolling, etc.), the language of mass media and the related problem of the choice of news media resources in order to use them for didactic purposes. The paper analyzes the notions actively used in the Russian and English media discourse, and reveals the specificity of their use depending on the ideological orientation of a particular media resource. The author emphasizes the special role of a foreign language teacher in the formation of students' ideological orientations.

Key words and phrases: educational continuum; mass media language; media resource; media space; media discourse; media text.

УДК 378.147

Статья посвящена проблеме формирования навыков реферирования профессионально ориентированных текстов на иностранном языке у студентов неязыкового вуза. Описан опыт обучения реферированию англоязычных общественно-политических статей будущих бакалавров направлений подготовки «Зарубежное регионоведение» и «Международные отношения». Приведен пример выявления основной идеи текста при реферировании статьи на английском языке.

Ключевые слова и фразы: обучение иностранному языку; реферирование; общественно-политическая статья; интенция; декодирование; прагматический эффект; главная идея.

Григорьева Елена Геннадиевна, к. филол. н., доцент
Карпова Людмила Ивановна, к. пед. н., доцент
Щеколдина Анна Викторовна, к. пед. н., доцент
Волгоградский государственный университет
larelenagen@mail.ru; lucy_k@list.ru; anvicvolgu@gmail.com

ОПЫТ ОБУЧЕНИЯ БУДУЩИХ БАКАЛАВРОВ ЗАРУБЕЖНОГО РЕГИОНОВЕДЕНИЯ И МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ РЕФЕРИРОВАНИЮ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКИХ СТАТЕЙ

При подготовке бакалавров зарубежного регионоведения и международных отношений в рамках преподавания дисциплины «Основы профессионально ориентированного перевода» в Волгоградском государственном университете большое внимание уделяется обучению основам реферирования англоязычного текста, в ходе которого формируются умения и навыки, используемые на более продвинутом этапе в процессе реферированного перевода текстов профессиональной направленности с русского языка на английский. Владение навыками и умениями реферированного перевода проверяется в ходе итоговой аттестации выпускников, поэтому так важно обучить студентов алгоритму работы над реферированием текста.

При обучении студентов реферированию профессионально ориентированных текстов следует учитывать требования, предъявляемые к любому типу реферата. С точки зрения структуры реферат должен содержать указание предметной области знания, тему, выходные данные источника; формулировку главной мысли реферлируемого материала, изложение содержания, выводы автора [4]. М. Р. Кармова считает необходимым выражать оценочную позицию по отношению к прочитанному – актуальность статьи, собственное мнение реферлирующего [5]. Таким образом, под реферированием понимается творческий процесс, представляющий