

RU

## Методические принципы отбора иноязычных медиатекстов как дополнительного средства обучения на языковых факультетах

Хачатрян Г. С.

**Аннотация.** Цель исследования заключается в выявлении принципов отбора медиатекста как дополнительного средства обучения в контексте иноязычного образования на языковых факультетах. Несмотря на отсутствие единого набора принципов для отбора медиатекстов, приемлемых в контексте иноязычного образования, в ходе исследования удалось выделить перечень оптимальных рекомендаций по отбору текстов средств массовой информации, применимых в рамках системы иноязычного образования на языковых факультетах. Научная новизна данного исследования заключается в представлении апробированного методического плана реализации учебного процесса с применением медиатекстов в качестве дополнительного средства обучения, отобранных с учетом выявленных в работе рекомендаций. В результате данного исследования было доказано, что учет ряда принципов отбора медиатекста может способствовать более эффективной и целесообразной организации учебного процесса при условии, что медиатекст используется в качестве дополнительного материала обучения и его тематика коррелирует с учебной программой.

EN

## Methodological principles for selecting foreign language media texts as a supplementary learning tool at language faculties

G. S. Khachatryan

**Abstract.** The study aims to identify the principles for selecting media texts as a supplementary learning tool in the context of foreign language education at language faculties. Despite the lack of a unified set of principles for selecting media texts suitable for foreign language education, the study was able to identify a list of optimal recommendations for selecting mass media texts applicable within the foreign language education system at language faculties. The scientific novelty of the work lies in presenting a tested methodological plan for implementing the educational process using media texts as a supplementary learning tool, selected according to the recommendations identified in the study. The results of this study prove that taking into account a number of media text selection principles can contribute to a more effective and purposeful organization of the educational process, provided that the media text is used as a supplementary learning material and its theme correlates with the curriculum.

### Введение

На сегодняшний день существует широкий спектр аутентичных средств массовой информации, доступных и актуальных для использования в языковом образовании. В связи с тем, что интерес к подобным источникам растет среди академического сообщества, о чем свидетельствуют многочисленные публикации на данную тему за последнее годы (Болотнова, 2019; Водоватова, 2020; Василенко, 2021; Казимирова, 2021; Багуза, 2016; Захарова, Бахтиозина, 2023; The Handbook of Informal Language Learning, 2020), – существует острая необходимость в практических рекомендациях по отбору данных средств с целью их применения в иноязычном образовании. Несмотря на большое количество научных трудов, посвященных текстам средств массовой информации (далее – медиатекст) и их дидактическим способностям, на данный момент не существует единой теории, в равной степени применимой к их отбору во всех контекстах обучения иностранному языку, что и определяет важность и актуальность данного исследования.

Перед тем как непосредственно обратиться к вопросу отбора интересующих нас медиатекстов, важным представляется определение ключевых для данного исследования терминов, а именно: текст, медиатекст и медиадискурс. Вслед за Т. Г. Добросклонской (2009) под термином «медиатекст» мы понимаем «сообщение плюс канал», где текст – это сообщение, а медиатекст предполагает учет источника информации в совокупности

со смысловой нагрузкой транслируемого сообщения. Возвращаясь к вопросу отбора медиатекстов, справедливо будет заметить, что некоторые обобщения в теории и методике преподавания относительно поиска дополнительных средств и материалов и их внедрения в учебный процесс с учетом образовательных целей все же существуют, но универсальными их назвать нельзя. Проанализировав ряд исследований (DeCecco, Crawford, 1997; Romiszowski, 1988; Bates, 1995; Todds, 1986) в области отбора медиаресурсов с целью их дальнейшего использования в образовательной среде (важно отметить, что зачастую авторы не ограничивают свое исследование одним учебным предметом), нам удалось выделить утверждение, которое ученые поддерживают в той или иной мере, а именно: любое средство, материал или источник информации может быть эффективно использован для реализации образовательного процесса любой дисциплины, так как применение дополнительных средств обучения способствует повышению мотивации у студентов и как следствие обеспечивает большую вовлеченность в учебный процесс, если они высоко мотивированы и обстоятельства благоприятны (Todds, 1986). С данным утверждением согласиться довольно сложно, поскольку зачастую мотивация студентов зависит от отобранного материала. Мы не можем утверждать, что, к примеру, использование видеоматериала в одинаковой степени эффективно для преподавания английского языка и точных наук. Существуют определенные факторы, учет которых необходим при отборе медиаисточников. Данное исследование нацелено на изучение научных трудов по теме отбора медиатекстов с целью их дальнейшего использования в языковом образовании.

Для достижения поставленной цели данного исследования необходимо решение следующих задач:

- рассмотреть и проанализировать основные классификации принципов отбора аутентичных медиатекстов для их использования в обучении иностранному языку в высшей школе;
- разработать методический план реализации учебного процесса для обучающихся в вузе с применением медиатекстов, подобранных на основе выделенных рекомендаций и принципов отбора медиатекстов.

Методы исследования: обобщение и анализ зарубежных и отечественных работ в области применения медиатекста в иноязычном образовании в качестве дополнительного средства обучения, сравнительно-сопоставительный анализ медиатекстов с целью выявления критериев их отбора для реализации образовательного процесса в рамках иноязычного образования; анализ нормативной и нормативно-правовой баз в области языкового образования в высшей школе.

Теоретическую базу исследования составляют фундаментальные и научно-публицистические работы, предметом которых является изучение медиатекста в качестве лингвистического феномена и методического материала. Так, особый интерес вызывают работы ученых, рассматривающих медиатекст как лингвистический и методический феномен (Добросклонская, 2009; 2020а; 2020b; Солганик, 2005; Кибрик, 2010; DeCecco, Crawford, 1997; *The Handbook of Informal Language Learning*, 2020; Romiszowski, 1988; Todds, 1986; Bates, 1995).

Практическая значимость данной работы заключается в определении принципов отбора медиатекстов, которые могут быть применимы в рамках организации иноязычного образования в высшей школе с целью оптимизации и внесения разнообразия в существующие учебно-методические комплексы и программы. Материалы исследования также могут быть использованы в рамках теоретических курсов по теории и методике преподавания иностранных языков.

## Обсуждение и результаты

Большинство медиатекстов, размещенных в сети Интернет, представляют собой источник с разнообразными каналами передачи информации: текст, визуальная составляющая (фотографии, графики, схемы и т. д.), видеоматериал и другие. Такое разнообразие всевозможных источников передачи информации определяет повышенный интерес к подобным ресурсам в языковом образовании. Тем не менее при использовании медиатекстов в образовательной среде важно регламентировать их отбор и ситуации применения. Данное суждение сподвигло нас на исследование и анализ ряда работ, посвященных отбору медиатекстов, которые могут быть использованы в образовательных целях.

Рассмотрим труды, посвященные отбору текстов средств массовой информации с целью их применения в образовательной среде нескольких западных коллег. Так, Дж. П. Дечекко и У. Кроуфорд (DeCecco, Crawford, 1997) предложили три основания для выбора и использования медиаресурсов в системе обучения:

- доступность средств массовой информации;
- анализ и разработка системы обучения с полным использованием широкого спектра средств массовой информации;
- учет результатов исследований эффективности использования средств массовой информации в образовательных учреждениях.

Таким образом, авторы попытались обобщить основания выбора подходящих источников средств массовой информации для их использования в учебных целях.

Изучив исследования еще одного западного коллеги в области отбора медиатекстов с целью их применения в образовательном процессе (Romiszowski, 1988), нам удалось выделить следующие категории, которые, согласно автору, необходимо учитывать для успешного внедрения медиатекстов в учебный процесс:

- типы учебных задач (т. е. цели, которые должны быть достигнуты);
- характеристики обучающихся (уровень, возраст и т. д.);
- особенности знаний, умений и навыков, которые должны быть приобретены обучающимися;
- особенности места обучения (освещение, пространство и т. д.);

- практические ограничения (производственные ресурсы, финансирование, доступное время и т. д.);
- изучаемый предмет и требуемая успеваемость обучающихся.

Приведем еще один способ отбора медиатекстов для образовательных целей (Bates, 1995), который, на наш взгляд, заслуживает внимания. Автор модели отбора медиаматериалов под названием “Sections” (Sections: Students, Ease of use, Cost, Teaching functions, including pedagogical affordances of media, Interaction, Organizational issues, Networking, Security and privacy) выделил следующие составляющие:

- обучающиеся (учет целевой аудитории и их потребностей);
- простота использования отобранных материалов для обучающихся;
- дидактический потенциал отобранного материала, основанный на нуждах и уровне целевой аудитории;
- расходы, связанные с использованием и распространением отобранных материалов;
- учет взаимодействия обучающего с обучающимися, обучающихся с медиаматериалами и наоборот;
- организационные вопросы;
- наличие стабильного интернет-соединения;
- безопасность и конфиденциальность личной информации обучающихся.

По мнению исследователя (Bates, 1995), учет вышеперечисленных составляющих модели отбора медиаматериалов может способствовать эффективной реализации образовательного процесса в контексте любого предмета с использованием медиаисточников и медиаматериалов.

Отметим, что в проанализированных работах западные исследователи, приводя критерии отбора медиатекстов, не акцентируют свое внимание на отдельной области знания, где выявленные критерии могут быть использованы в качестве ориентиров для отбора материала, а говорят больше об универсальных рекомендациях, приемлемых к отбору медиатекстов для разных специальностей.

Анализируя вышеприведенные факторы отбора медиатекстов можно разделить их на три основные группы, а именно: организационные особенности реализации образовательного процесса с использованием медиатекстов (инфраструктура, финансовое положение, человеческие ресурсы, учебное обеспечение и т. д.); целевая аудитория обучающихся (цели обучения, условия обучения, уровень готовности/мотивации, личность и т. д.); технические особенности образовательного пространства (доступность медиаматериалов, совместимость медиаматериалов с образовательными целями и т. д.).

В современных отечественных исследованиях в области методики обучения иностранным языкам (Сафонова, 2016; Титова, 2017; Добросклонская, 2020а; 2020б; Шеваршинова, 2014; 2018) выделяют такие критерии отбора профессионально-ориентированных текстов для подготовки студентов, как:

- аутентичность источников;
- профессиональная направленность информации: отражение сфер деятельности (производственной и научной), ситуации профессионального общения, профессионально значимой тематики;
- наличие в материалах социокультурных и страноведческих знаний (социокультурная ценность);
- учет уровня профессиональной и языковой подготовки обучаемых;
- позитивное социализирующее воздействие отобранного материала на обучающегося;
- коммуникативная ценность отобранного материала;
- определенная степень новизны отобранного материала с целью повышения мотивации обучающихся к предмету;
- соответствие отобранного материала программе обучения.

Более того, ученые также обращают внимание на учет количественных показателей при отборе аудиоматериалов:

- объем высказываний;
- темп речи говорящего/говорящих;
- длительность звучания речевых высказываний.

Важно также отметить, что при использовании аудиоматериала с ориентацией на постепенную подготовку к межкультурному общению необходимо учитывать такие факторы, как:

- коммуникативная ценность аудиоматериала и степень его аутентичности;
- информационно-образовательная и социокультурная ценность, а также типы передаваемой информации;
- дидактическая целесообразность выбора аудиоматериала.

Принимая во внимание вышеперечисленные принципы и критерии отбора медиатекста с целью его дальнейшего использования в образовательной среде, сузив целевую аудиторию до определенной категории обучающихся (студенты второго курса языкового факультета), а также опираясь на федеральный государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования по направлению подготовки «Лингвистика» (Приказ Министерства науки и высшего образования РФ от 12 августа 2020 г. № 969. <https://fgos.ru/fgos/fgos-45-03-02-lingvistika-969/>; далее – ФГОС ВО 45.03.02 Лингвистика) и образовательный стандарт, самостоятельно устанавливаемый Московским государственным университетом имени М. В. Ломоносова для реализуемых образовательных программ высшего профессионального образования по направлению подготовки бакалавров «Лингвистика» (2016. <https://msu.ru/sveden/eduStandarts/import/docs/45.03.02,%2045.04.02.pdf?clckid=9eb1a156>), представим методический план реализации учебного процесса занятия по английскому языку с применением медиатекста в качестве дополнительного средства для обучающихся в высшем учебном заведении.

Реализация образовательного процесса по направлению подготовки «Лингвистика» с помощью медиатекста, как и использование любого другого учебного материала, предполагает определенные структурные (композиционные) составляющие. Так как предполагается, что тематика медиатекста коррелирует с программой

учебного курса, обучающиеся уже обладают определенными знаниями в области, которая раскрывается в подобранном медиатексте. Приведенный далее в данной статье материал может быть использован в курсе «Практический курс 1 иностранного языка» (английский) для студентов 2 курса. Одним из основных материалов обучения для студентов по направлению подготовки «Лингвистика» на 2 курсе, согласно опубликованным учебным программам на официальном сайте факультета иностранных языков и регионоведения Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова (<http://www.ffl.msu.ru/students/courses/fl-teaching/index.php>), является учебно-методический комплекс “New Progress to Proficiency” (Leo Jones).

Принимая во внимание упоминаемые выше учебные программы факультета иностранных языков и регионоведения Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова, а также нормативные и рекомендательные документы (ФГОС ВО 45.03.02 Лингвистика; Об утверждении образовательных стандартов МГУ им. М. В. Ломоносова: приказ от 30 декабря 2020 г. № 1375. <https://msu.am/wp-content/uploads/docs/OS-Ling-3plusplus-MSU-2020-prikaz.pdf>) вместе с проанализированными ранее в статье принципами отбора медиатекста, в качестве примера дополнительного материала для реализации учебного процесса по направлению подготовки «Лингвистика» приведем несколько медиатекстов, которые можно использовать при обсуждении таких тем, как «Исчезающие языки», «Языковое и культурное разнообразие», «Мертвые языки» и другие, в рамках установленной нами целевой аудитории: “The Race to Save the World’s Disappearing Languages” (<https://www.nationalgeographic.com/culture/article/saving-dying-disappearing-languages-wikitongues-culture/>); “Half of Living Languages Face Extinction” (<https://www.theguardian.com/education/2011/feb/21/endangered-languages-research-project/>); “Most Native Tongues of the West are All But Lost” (<https://www.hcn.org/issues/47.4/most-native-tongues-of-the-west-are-all-but-lost/>). Приведенные медиатексты включают в себя как письменный текст, так и звучащий, фотографии, графики, карты, гиперссылки для более детализированного изучения темы и другие источники передачи информации (схемы, изображения).

На этапе подготовки обучающихся к разбору данного материала можно использовать такие виды деятельности, как наводящие вопросы, обсуждение ключевых аспектов темы в маленьких группах из 2-3 студентов, разбор тематической лексики, в том числе той, которая содержится в медиатекстах. Далее при более глубоком изучении темы обучающимся можно предложить ознакомиться с текстовым материалом, разобрать лексику, которая затрудняет понимание, изложить или передать содержание прочитанного текста. Таким же образом можно поступить с аудиоматериалом, а также попросить студентов охарактеризовать невербальные аспекты, присутствовавшие в просмотренных видеороликах. Равно как и видеоматериал, фото и любой другой иллюстрационный материал несет в себе богатую социокультурную информацию, которую можно изучать, описывать и обсуждать с обучающимися. Финальным заданием по данной теме может послужить проектная деятельность в небольших группах, которая будет заключаться в выборе исчезающего или уже мертвого языка и в изучении его истории, культуры, особенностей и других аспектов. Представление презентации по подготовленным критериям самооценивания (Таблица 1) и взаимного оценивания (Таблица 2) поможет студентам в оценке проектных работ и поспособствует более глубокому погружению в темы докладов одноклассников.

**Таблица 1.** Критерии самооценивания проектной деятельности

Критерии самооценивания финального проекта			
SELF ASSESSMENT CRITERIA			
Aspects	DISAGREE	AGREE	STRONGLY AGREE
I can easily follow the structure that is recommended for business project presentations.			
I can you briefly introduce myself during business meeting in intercultural environment.			
I can briefly tell about my goals and interests which are connected with my business.			
I can pay attention to my interlocutors' nationality when I communicate with them.			
I know that different cultures may have different practices and norms, and that actions may be perceived differently by people belonging to other cultures.			

**Таблица 2.** Критерии взаимного оценивания проектной деятельности

Критерии взаимного оценивания финального проекта			
MUTUAL ASSESSMENT CRITERIA			
Aspects	DISAGREE	AGREE	STRONGLY AGREE
The student can easily follow the structure that is recommended for business project presentations.			
The student can briefly introduce himself/herself during business meeting in intercultural environment.			
The student can briefly tell about his/her goals and interests which are connected with his/her business.			
The student can pay attention to his/her interlocutors' nationality when he/she communicates with them.			
The student knows that different cultures may have different practices and norms, and that actions may be perceived differently by people belonging to other cultures.			

## Заключение

Медиатекст является многоканальным способом передачи информации и его использование в языковом образовании способствует более полному погружению в языковую среду, так как обучающиеся осваивают материал не только при помощи зрительного канала восприятия (посредством текста, фото, графиков), но и слухового (аудио и видео). Это в свою очередь приводит к более эффективному и плодотворному освоению лингвистического материала и социокультурной информации, изучению межкультурных особенностей, расширению кругозора, развитию критического мышления.

Ход исследования позволил нам сделать ряд умозаключений относительно процедуры отбора медиатекстов для образовательных целей. Так, сомнению не подвергается тот факт, что грамотный подбор медиатекста является неотъемлемой частью систематического процесса разработки учебных материалов. Другими словами, отобранный медиатекст должен коррелировать с учебной программой направления подготовки и содержать актуальную на момент его использования информацию, что впоследствии будет способствовать повышению эффективности обучения иностранному языку для отдельной целевой аудитории. Анализируя размещенные в Сети различные ресурсы, которые при должной обработке в перспективе могут быть использованы в качестве дополнительного средства обучения иностранному языку, необходимо понимать, что на данный момент нет единых критериев, на основе которых можно было бы осуществлять отбор медиатекстов. Учитываться должны различные факторы, связанные с целевой аудиторией, характером содержательного контента медиатекстов, техническим обеспечением, связанным с использованием медиатекстов, учетом учебной программы образовательного учреждения и т. д. Таким образом, на наш взгляд, при отборе медиатекстов в качестве дополнительного материала для студентов высших учебных заведений по направлению подготовки «Лингвистика» важно учитывать следующие принципы.

Содержательные:

- соответствие отобранного материала эмоциональному и интеллектуальному развитию обучающихся;
- корреляция материала с тематикой учебного курса;
- наличие в отобранном материале социокультурной составляющей;
- наличие многоканальной системы передачи информации (текст, аудио, визуальные составляющие, графики и т. д.).

Технические:

- наличие технического оснащения для реализации образовательного процесса с использованием видео- и аудиоматериалов;
- доступность материалов для использования в образовательных целях.

Проведенная апробация разработанного в ходе исследования методического плана реализации учебного процесса с применением в качестве дополнительного средства обучения медиатекстов, отобранных на основе выделенных в статье рекомендаций и принципов отбора медиатекста, показала положительную динамику в освоении материала, которую отметили в том числе и студенты. Наглядное восприятие социологических особенностей, изучение текстового и графического материала, а также видео- и аудиоматериалы помогли обучающимся глубже погрузиться в тему занятия и впоследствии использовать полученные знания в различных языковых ситуациях.

Перспективой данного исследования является разработка рабочей программы на базе методического плана реализации учебного процесса с применением медиатекста в качестве дополнительного средства обучения с соответствующей системой упражнений, коррелирующих с установленными в программе определенными направлениями подготовки учебными целями и задачами.

## Источники | References

1. Багуза В. М. Принципы отбора сетевых медиатекстов для формирования медиакомпетенции у студентов языкового вуза // Ученые записки Забайкальского государственного университета. Серия: Профессиональное образование, теория и методика обучения. 2016. Т. 11. № 6.
2. Болотнова Н. С. Методики смыслового и лингвопрагматического анализа медиатекста. М.: Флинта, 2019.
3. Василенко Т. С. Проблема психологического воздействия современного англоязычного медиатекста // Мир науки. Социология, филология, культурология. 2021. Т. 12. № 1.
4. Водоватова Т. Е. Медиатекст в социолингвистическом аспекте (на материале современных англоязычных политических медиатекстов) // Вестник Самарского муниципального института управления. 2020. № 2.
5. Добросклонская Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов. Опыт исследования современной английской медиаречи. М.: URSS, 2009.
6. Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: актуальные направления изучения медиаречи // Вестник Московского университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2020а. № 4.
7. Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: теория, методы, направления: монография. М.: КДУ; Добросвет, 2020б. <https://doi.org/10.31453/kdu.ru.91304.0107>

8. Захарова Д. С., Бахтиозина М. Г. Лингводидактические принципы отбора медиатекстов в рамках курса английского языка делового общения при работе с китайскими студентами-бакалаврами (языковой профиль) // Педагогический журнал. 2023. Т. 13. № 8А. <https://doi.org/10.34670/AR.2023.24.16.039>
9. Казиминова О. В. Вариативность речевого поведения говорящего в дискурсивном пространстве англо-язычного медиатекста // Вестник Минского государственного лингвистического университета. Серия 1: Филология. 2021. № 1.
10. Кибрик А. А. Мультимодальная лингвистика // Когнитивные исследования. 2010. № 4.
11. Сафонова В. В. Развитие культуры восприятия устного текста: методическое пособие по аудированию для преподавателя РКИ. Изд-е 4-е, стер. М.: Еврошкола, 2016.
12. Солганик Г. Я. К определению понятий «текст» и «медиатекст» // Вестник Московского университета. Серия: Журналистика. 2005. № 2.
13. Титова С. В. Цифровые технологии в цифровом обучении: теория и практика. М.: Эдитус, 2017.
14. Шеваршинова Е. И. Методика отбора медиатекстов для формирования межкультурной компетенции студентов на занятиях по иностранному языку // Преподаватель – XXI век. 2014. № 1.
15. Шеваршинова Е. И. Принципы и критерии отбора иноязычных медиатекстов с целью их применения на занятиях со студентами-лингвистами // Научные труды Калужского государственного университета им. К. Э. Циолковского. Материалы докладов гуманитарных секций региональной университетской научно-практической конференции. Серия: Гуманитарные науки. Калуга, 2018.
16. Bates A. Teaching, Open Learning and Distance Education. L. – N. Y.: Routledge, 1995.
17. DeCecco J. P., Crawford W. The Psychology of Learning and Instruction. New Delhi: Prentice Hall of India Pvt. Ltd., 1997.
18. Romiszowski A. J. The Selection and Use of Instructional Media. L.: Kogan Page, 1988.
19. The Handbook of Informal Language Learning / ed. by M. Dressman, R. W. Sadler. Hoboken: Wiley-Blackwell, 2020.
20. Todds T. Administration of Distance Teaching Institutions: A Manual. Cambridge: International Extension College, 1986.

#### Информация об авторах | Author information



Хачатрян Гаяне Самвеловна<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова



Gaiane Samvelovna Khachatryan<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Lomonosov Moscow State University

<sup>1</sup> [gaiane\\_samvelovna@mail.ru](mailto:gaiane_samvelovna@mail.ru)

#### Информация о статье | About this article

Дата поступления рукописи (received): 28.10.2022; опубликовано online (published online): 19.08.2024.

**Ключевые слова (keywords):** языковое образование; критерии отбора аутентичных медиатекстов; аутентичные медиатексты как дополнительное средство обучения; обучение иностранному языку; language education; criteria for selecting authentic media texts; authentic media texts as a supplementary learning tool; foreign language learning.