

Секция «Лингводидактика: актуальные проблемы обучения иностранным языкам в ВУЗе»

Лингвистические и методические аспекты использования экономических и бизнес медиатекстов в модульном курсе «Язык средств массовой информации» (для студентов бакалавриата языковых факультетов)

Научный руководитель – Бахтиозина Марина Георгиевна

Кубасова Светлана Сергеевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет иностранных языков и регионоведения, Кафедра теории преподавания иностранных языков, Москва, Россия
E-mail: skubasov@mail.ru

Настоящее исследование посвящено изучению англоязычных деловых медиатекстов с точки зрения лингводидактики. Медиатексты деловых СМИ являются полезными источниками информации, которые можно использовать на занятиях по иностранному языку.

Основным средством обучения иностранному языку является УМК (учебно-методический комплекс), однако не стоит забывать, что достаточно актуальным представляется использование аутентичных текстов, которыми и являются медиатексты. Особая роль аутентичных медиа в методике преподавания иностранных языков заключается в том, что они максимально приближают студентов к реальным источникам информации и погружают в мир текущих событий.

Методика обучения иностранным языкам предполагает использование массмедийных текстов в учебном процессе как эффективного средства обучения устной и письменной иноязычной коммуникации. Медиатекст рассматривается как совокупность вербальных и медийных признаков. Под медиатекстом подразумевается «последовательность любых, а не только вербальных единиц», что подтверждает мультимодальность медиатекстов [1]. Мультимодальный текст или текст-изображение - это тип текста, характерный для эры мультимедиа технологий, передающий информацию посредством целого набора модальностей: визуальные образы, дизайн, вербальные компоненты письменного языка и другие семиотические средства [2]. Определение медиатекста включают в себя использование речи, музыки, звуковых эффектов, изображений и т.д.

В Федеральном Государственном Образовательном Стандарте Высшего Образования (ФГОС ВО) по направлению «Лингвистика» указано, что выпускники-бакалавры должны владеть международным этикетом и правилами поведения в различных ситуациях; должны разбираться в особенностях официального, нейтрального и неофициального регистров общения; должны преодолевать влияние стереотипов и осуществлять межкультурный диалог в общей и профессиональной сферах общения, должны владеть основами современной информационной и библиографической культуры [3]. Многие из этих аспектов входят в программу обучения студентов-бакалавров. Так, например, на 3 курсе предполагается изучение таких аспектов, как СМИ и деловой английский. По нашему мнению, внедрение бизнес медиатекстов в аспект СМИ может помочь развить межпредметные связи, именно поэтому наше исследование мы решили посвятить анализу англоязычных бизнес медиатекстов.

Тексты и медиатексты публицистических СМИ давно используются в преподавании иностранных языков, однако, малое внимание уделено именно текстам бизнес СМИ. Работая с текстами деловых СМИ, можно наблюдать за развитием сферы бизнеса, изучать

деловые отношения, учиться анализировать информацию, а также поведение людей различных культур, изучать регистры общения (официальный и неофициальный) и разные жанры текстов и т.д. В настоящее время наблюдается возросший интерес к деловой публицистике в образовательном процессе, многие выпускники хотят работать в сфере бизнеса, и именно этим объясняется необходимость обучения студентов английскому языку с использованием медиатекстов деловых СМИ. На сегодняшний день существует мало разработок и учебных курсов, использующих медиатексты деловых СМИ, из чего следует **актуальность** данного исследования, которая заключается в теоретическом анализе и практической возможности использования массмедийных бизнес-текстов в обучении студентов-бакалавров лингвистических специальностей.

В докладе будут освещены следующие моменты:

- лингвистические особенности текстов деловой прессы;
- лингводидактический потенциал деловых медиатекстов;
- мультимодальность медиатекстов деловых СМИ и их восприятие;
- использование аутентичных материалов при обучении иностранному языку;
- критерии отбора медиатекстов деловых СМИ для обучения английскому языку;
- анализ медиатекстов из бизнес-таблоидов, деловых газет и журналов The Wall Street Journal а также новостей и телепрограмм Ted Talks, CNN, BBC programmes, BBC news, Euronews на предмет использования их в учебном процессе.

Использование деловых СМИ при обучении английскому языку соответствует принципам формирования и овладения коммуникативной компетенцией, которая является главной целью изучения иностранных языков. Коммуникативная компетенция включает в себя умение работать с информацией, преобразовывать ее, высказывать свое собственное мнение относительно того или иного вопроса. Деловые СМИ, в свою очередь, являются источником новой информации. Деловые медиатексты выступают как средство создания реальных ситуаций коммуникации. Также можно отметить тот факт, что деловые СМИ очень разнообразны, что соответствует принципам индивидуализации и новизны. Используя медиатексты деловых СМИ, студенты могут максимально приблизиться к действительности и понять, как функционирует язык в речи.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что при наличии базы звучащих и письменных текстов англоязычных деловых СМИ, можно создать целый курс, либо модуль, включенный в программу курса СМИ или курса бизнес-английского. Учитывая широкое распространение английского языка, изучение бизнес СМИ будет преимуществом для студентов, так как многие стремятся изучать английский язык и использовать его в своей профессиональной деятельности. Внедрение и использование материалов деловых СМИ будет полезно не только лингвистам, но и будущим преподавателям, и переводчикам.

Литература

1. Добросклонская Т.Г. Вопросы изучения медиатекстов (опыт исследования современной английской медиаречи). Изд. 2-е, стереотипное. М., 2005.
2. Kress G. Reading images: the grammar of visual design / G. Kress, van Leeuwen T. New York, 1996.
3. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования: http://fgosvo.ru/uploadfiles/FGOS%20VO%203++/Bak/450302_B_3_31082020.pdf