

# ПРЕСОДИДАКТИКА ТА ПРЕСОЛІНГВОДИДАКТИКА У НАВЧАННІ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ

Г. В. Онкович, І. М. Чемерис

*В статье затрагивается проблема обучения иностранному языку для специальных целей, в частности для таких новых лингвометодических подразделений, как прессодидактика и прессолингводидактика.*

**Ключевые слова:** прессодидактика, прессолингводидактика, мультимедийные материалы

*У статті встановлено проблему навчання іноземній мові для спеціальних цілей, зокрема для таких нових лингвометодичних відгалужень, як прессодидактика і прессолингводидактика.*

**Ключові слова:** прессодидактика, прессолингводидактика, мультимедійні матеріали

*The article deals the problem of teaching a foreign language for specific purposes, in particular for such new linguomethodical subdivisions, as mass media didacticts and mass media linguodidacticts.*

**Key words:** mass media didacticts, mass media linguodidacticts, multimedia materials

Сьогодні все **актуальнішою** постає проблема навчання іноземної мови для спеціальних цілей. Розробки таких навчальних матеріалів та посібників уже з'являються в Україні, хоча їх коло досить обмежене („Ділове мовлення” для юристів, бізнесменів, медиків, психологів тощо). Професійно-орієнтованій підготовці фахівців присвячено праці українських (С.В. Мірошніченко – для економістів, Л.Б. Котлярова – для юристів, О.П. Петрашук – для медиків, М.А. Задорожна – для фармацевтів і т.ін.) та зарубіжних лінгводидактів (В.П. Бонев, А.В. Єнєва – туризм, І.Б. Авдєєва, Т.В. Васильєва – інженерія, Є.В. Кишкевич, В.А. Сидоренко – біологія, Р. Адамович, Р. Парцевич – економіка та ін.). Проте перелік спеціальностей, не забезпечених необхідною методичною літературою з вивчення мови, значно ширший. І тут мають прислужитися галузеві видання, зокрема періодична преса, мовою, що вивчається.

Нині дослідники розрізняють три рівні суспільної комунікаційної культури (СКС) як **частини упредметненої культури**, що забезпечує рух культурних смислів у соціальному просторі і часі: **словесність, книжність, мультимедійність**. Іншими словами, СКС у цілому та її елементи – це упредметнена комунікаційна культура в різні історичні епохи. Словесність – такий рівень, коли *всі* культурні смисли передаються в соціальному просторі і часі через усну комунікацію. Книжність – коли *основні* (не всі!) культурні смисли передаються через документну комунікацію. Мультимедійність досягається тоді, коли *основні* культурні смисли передаються через електронну комунікацію. Отже, робота з мультимедійними матеріалами потребує інших підходів, що засвідчують нові лінгвометодичні відгалуження **прессодидактика і прессолингводидактика** [4]. Зрозуміло, що використання матеріалів засобів масової інформації (ЗМІ) в аудиторії майбутніх перекладачів переслідує одну мету, менеджерів зовнішньоекономічної діяльності – іншу, філологів – третю, нефілологів – четверту...

У вищих навчальних закладах України спеціальності „журналіст”, „редактор”, „документознавець”, „менеджер” набувають стрімкого поширення лише зараз, тому існує гостра потреба в розробці необхідної науково-методичної та навчальної літератури для студентів цих спеціальностей. Проте, розглядаючи підходи до навчання іноземної мови, слід визначитись із сферами її використання саме майбутніми працівниками засобів масової інформації. Діяльність журналіста підрозділяється на: редакторську (забезпечення ідейної направленості видання чи передачі, тематики, проблематики, правка матеріалів тощо); організаторську (масова робота, ділові стосунки, пошук рекламодавця тощо); авторську (написання текстів, макетування газетних сторінок, створення сюжетів радіо- чи телепередач тощо), коректорську (післяредакторська робота з текстами).

Авторська діяльність допомагає читачеві (глядачеві) сформуванню думки щодо обговорюваної проблеми (публіцистичний тип творчості), уявити образну картину суспільства, світу (художній тип), отримати наукові знання (науковий тип). Слід зазначити, що для визначення мотиваційних збудників у вивченні іноземної мови майбутнім журналістом доцільно провести опитування як самих студентів, так і професійних журналістів. Анкетні побажання допоможуть визначитись з проблемою надання пріоритетів у навчанні усному чи письмовому мовленню, говорінню чи аудіюванню. Крім того, опитування працівників засобів масової інформації (як преси, так і радіо і телебачення) окреслять межі потреб журналістів у використанні іноземної мови, врахують їхні рекомендації щодо проблем „підручник та професія”, „підручник та викладач”, „підручник та життя”.

Заняття за матеріалами періодики, як і за матеріалами інших засобів масової інформації, мають розпочинатися з перших днів вивчення мови, забезпечувати при цьому вирішення лінгвометодичного завдання початкового етапу навчання. Цьому сприяє весь масив масовокомунікаційного джерела. Викладач завжди може використати канал масової інформації з певною навчально-виховною метою. Та найкраще ЗМІ залучати в процес навчання мови для спілкування, комунікації з певної теми, обрати для цього той чи інший вербальний чи невербальний матеріал, ту чи іншу тему. Технології опрацювання масовокомунікаційних

текстів різні, проте матеріали, дібрані з задалегідь визначеною метою й донесені до студентів, мають спонукати до мовлення. Завдяки ним можна сперечатися про справедливість тієї чи іншої версії, пропонувати власні, підтримувати або відкидати ту або іншу точку зору і т.ін. До того ж в уяві народів світу є чимало знаків власної національної культури, з походженням яких пов'язано чимало народних переказів, вірувань, легенд. Інтерес до культурологічних знань можна заохочувати, й тоді студенти не тільки дізнаються про версії появи певного символу, а й намагатимуться побачити й “прочитати” зміст інших символів, понять. Ознайомивши з версіями “прочитання” того чи іншого символу, варто запропонувати присутнім висловити думку про ту, яка найбільше імпує їхнім уявленням, аргументувати її, запропонувати збільшити кількість версій за рахунок таких, про які на занятті не йшлося (це може бути завданням додому). Розмова, наприклад, про символіку геральдичних знаків різних країн, певних місцевостей, міст може перерости у цікаву бесіду-диспут, коли національні символи як невербальні знаки національної культури виступають надзвичайно ефективними мовленнєвими стимуляторами. Донесення їх вартісної інформації значно підвищує рівень культурної пам'яті.

Вище ми зупинилися на кількох прикладах, як за допомогою *пресодидактики* можна ширити культурну пам'ять тих, хто вчиться, стимулюючи при цьому розвиток мовлення. Однак засоби масової інформації з успіхом можна використовувати на заняттях з мови. Така навчальна робота є більш звичною. Використання матеріалів ЗМІ, для закріплення мовних явищ творчому викладачеві допомагає знайти надзвичайно багато цікавого. Спостереження за мовою засобів масової інформації залучає студентів до творчої роботи, адже засоби журналістики віддзеркалюють мовний смак епохи. Звернення до ЗМІ з метою формування мовної компетенції тих, хто навчається, є завданням *пресолінгводидактики*.

Сам об'єкт вивчення – мова – на сьогодні надзвичайно цікавий, змінюваний, різноплановий предмет, в якому відображаються всі процеси, що відбуваються в сучасному суспільстві. Як зазначає Я.Н.Засурський, „глобалізація спілкування сприяє виникненню універсального мовлення: це аудіовізуальний варіант сюжетів новин – катастрофи, війни, спортивні перемоги і поразки, конкурси краси, рекламні ролики, кліпи, шлагери. Французькі, англійські, американські, німецькі, російські. Все це поєднується поняттям „аромат епохи”. З іншого боку, глобалізація спілкування дозволяє зберігати розділені простором різномірні мовні спільності – багатомільйонні діаспори французів, німців, росіян... У той же час виявляються і загальні тенденції сучасної мовної культури. Їх визначає перш за все задіяність в процесі масової комунікації. Взаємодія універсалізму, що посилюється, у поєднанні із загальними процесами мовного розвитку при збереженні множинності індивідуальних мовних культур визначає багатогранність існування мови масової комунікації”.

На початку XXI сторіччя у мові відображаються ті потрясіння, які відбулися у світі в кінці XX сторіччя і якими відкривалось нове сторіччя. Вони торкалися всіх сторін життя і відтворились у мовній культурі. Своєрідність часу – це проблема розвитку мови в умовах глобальних соціальних, політичних, технологічних і комунікативних потрясінь. Сьогодні можна миттєво зв'язатись із будь-якою точкою земної кулі, надіслати з мобільного телефону текст електронною поштою... Мова присутня не тільки на традиційних носіях – на папері, телевізійному екрані або в радіофері, вона живе в комп'ютері, що дозволяє розглядати її в кількох вимірах: текст друкований, текст, що відтворюється голосом, і текст, який звучить одночасно із зображенням, що рухається. Отже, йдеться про багатомірність мовлення, і така його якість суттєво впливає і на його розвиток.

Аналіз саме мовного середовища ЗМІ, зокрема лексичного, з його Інтернет-абревіатурами, „інноваціями” – мовними чи мовленнєвими одиницями, що володіють новизною змісту чи форми або і змісту, і форми – предмет зацікавленнь багатьох сучасних дослідників. Такі інновації можна простежити як в англійській, так і в німецькій, українській, російській періодиці. Сучасна мова ЗМІ – надзвичайно цікавий предмет для дослідження, оскільки відтворює “мовний смак епохи” (В.Г. Костомаров), є естетичним виразником часу (О.Я. Сербенська). Оскільки ЗМІ є доступними й унікальними джерелами інформації, вони також можуть бути залученими в процес навчання іноземної мови як мовленнєві стимулятори, за допомогою яких можна досягати необхідної комунікативної компетенції.

І предметом, і засобом викладання іноземної мови для журналіста є мова, тому в процесі її навчання можливо і слід навчати й самого фаху. На початковому етапі це можуть бути перші журналістські дописи у різних інформаційних жанрах на різноманітну тематику; надалі вони вчитимуться створювати власні радіопрограми з різноманітними конкурсами, телепрограми чи невеличкі передачі у найрізноманітніших жанрах. Тобто все розмаїття такої тематично багатой і дуже комплексної професії, як журналіст, з її жанровим різноголоссям і новими технологіями та засобами поширення масово-комунікаційної інформації можна використовувати і при навчанні мови, яка вивчається. Предметом навчання майбутніх фахівців у галузі ЗМІ стає і безпосередньо сучасна мова ЗМІ.

Обмін соціальною інформацією через засоби журналістики деякі дослідники справедливо вважають духовним спілкуванням, особливим соціальним процесом, який виникає на певному ступені розвитку людства. Наголошуємо саме на цьому, оскільки засобам масової інформації (ЗМІ) у навчальному процесі приділяється надто мало уваги. Вони ж – як мовні знаки національної культури – мають здатність привертати увагу до себе. І сьогодні їм належить чільне місце у формуванні особистості, оскільки, з одного

боку, ЗМІ – об'єкти національної культури, з іншого – джерело інформації, про актуальність якої годі й говорити. Навряд чи найближчим часом ми будемо мати інші об'єкти для “духовного спілкування”. Проблему якості навчання іноземної мови у системі університетської освіти неможливо розв'язати без використання нових методологій і технологій навчання.

Сучасна дидактика повинна орієнтувати викладачів не на універсалізацію тих чи інших нових методів, а на пошуки оптимального поєднання переваг кожного з них: як традиційних, так і інноваційних. Викладач має бути скоріше радником і помічником, аніж таким традиційним для нас „контролюючим органом”. Існує потреба наукового дослідження запитів студентства в сфері іноземних мов. Важливою також є проблема навчальних матеріалів, без яких неможлива практична дидактика. Сучасні технології навчання можуть бути реалізовані за допомогою відповідних засобів передавання інформації. Одним із таких інноваційних методів і є лінгвопресодидактичний підхід, використання якого сприяє поліпшенню якості навчання, підвищує рівень комунікаційної культури суспільства.

#### **Література:**

1. Адамович Р., Парцевич Р., Шадько С. Новый подход к обучению русскому языку в Главной коммерческой школе в Варшаве // Русское слово в мировой культуре. Методика преподавания русского языка: традиции и перспективы. Т. II. – С.-Пб., 2003. – С. 18-22.
2. Морська Л.І. Сучасні тенденції у викладанні іноземних мов для спеціальних цілей // Іноземні мови. – 2002. – № 2.
3. Онкович Г.В. Прессодидактика и прессолингводидактика // Журналистика в 1992 году. СМИ в условиях информационного рынка. – Ч. III. – М., 1993. – С. 38-39.
4. Скуовски В., Корейво З. Актуальные проблемы формирования коммуникативной компетенции студентов-нефилологов в процессе обучения русскому языку как иностранному в системе университетского образования, с учетом межкультурной коммуникации // Русское слово в мировой культуре. Методика преподавания русского языка: традиции и перспективы. – Т. II. – СПб., 2003. – С. 231-235.