

УДК 378

DOI: 10.26140/bgз3-2021-1001-0044

**СОВРЕМЕННЫЙ ИНОЯЗЫЧНЫЙ МЕДИАТЕКСТ КАК ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ
ИНОЯЗЫЧНОЙ НАЦИОНАЛЬНОЙ И ЭТНИЧЕСКОЙ МЕДИАКОМПЕТЕНТНОСТИ
СТУДЕНТОВ МНОГОПРОФИЛЬНОГО ВУЗА**

© Автор(ы) 2021

AuthorID: 636992

SPIN: 8316-0385

ОДИНОКАЯ Мария Александровна, кандидат педагогических наук, доцент высшей школы
лингводидактики и перевода гуманитарного института

AuthorID: 845259

SPIN: 1606-9656

КОЛЛЕРОВА Мария Владимировна, старший преподаватель кафедры иностранных языков
Санкт-Петербургский Политехнический Университет Петра Великого
(195251, Россия, Санкт-Петербург, ул. Политехническая, д.29, e-mail: lingua@mail.spbstu.ru)

Аннотация. В статье подчеркивается целесообразность использования в учебном процессе национальных и этнических медиатекстов предназначенных для расширения лингвистических знаний студентов инженерного профиля и приобретения ими экстралингвистических знаний об национальной и этнической медиа. Авторами предлагается интерактивная технология работы с текстами иноязычной национальной и этнической медиакультуры, способствующая формированию иноязычной национальной и этнической медиакомпетентности. Предпринята попытка определить практическую ценность использования в учебном процессе национальных и этнических медиатекстов в многопрофильном вузе. Его содержание изоморфно видам предстоящей профессиональной деятельности, что, в свою очередь, может способствовать развитию у студентов инженерного профиля как навыков практического владения иностранным языком, так и навыков самостоятельного приобретения и использования в практической деятельности новых знаний и умений при помощи средств ИКТ.

Ключевые слова: иноязычный национальный и этнический медиатекст, иноязычная национальная и этническая медиакомпетентность, студент многопрофильного вуза.

**MODERN FOREIGN LANGUAGE MEDIATEXT AS A TOOL FOR FORMING THE FOREIGN
LANGUAGE NATIONAL AND ETHNIC MEDIA COMPETENCE OF STUDENTS
OF MULTIPLE PROFILE UNIVERSITY**

© The Author(s) 2021

ODINOKAYA Maria Aleksandrovna, PhD, Associate Professor

KOLLEROVA Maria Vladimirovna, Senior Tutor

Peter the Great Saint-Petersburg Polytechnic University

(195251, Russia, Saint-Petersburg, Polytechnicheskaya st. 29, e-mail: lingua@mail.spbstu.ru)

Abstract. The article emphasizes the expediency of using national and ethnic media texts in the educational process intended to expand the linguistic knowledge of engineering students and acquire extra-linguistic knowledge about national and ethnic media. The authors propose an interactive technology for working with texts of foreign language national and ethnic media culture, contributing to the formation of foreign language national and ethnic media competence. An attempt has been made to determine the practical value of using national and ethnic media texts in the educational process in a multidisciplinary university. Its content is isomorphic to the types of upcoming professional activity, which, in turn, can contribute to the development of engineering students both the skills of practical knowledge of a foreign language and the skills of independent acquisition and use of new knowledge and skills in practice using ICT tools.

Keywords: foreign language national and ethnic media text, foreign language national and ethnic media competence, student of a multidisciplinary university.

ВВЕДЕНИЕ.

Трансформация иноязычного национального и этнического медиаконтента (совокупность всех медиатекстов), способствующая изменению восприятия мира, который заметно и необратимо меняет само существование человека, диктуют необходимость приобретения лингвистических знаний студентов и экстралингвистических знаний об национальной и этнической медиа с целью способствованию укреплению межнационального единства (способность замечать сходство, а не различия) в молодежной среде. Структурным элементом медиаконтента является медиатекст. Под медиатекстом понимается сообщение, текст любого медийного вида, связанные с кинематографом (фильм, видеоклип и т.д.), радио, телевидением, видео, сетью Интернет (интернет-ресурс), мобильными телефонами и т.д. Медиатекст является своего рода элементом в воссоздании картины мира, имеющий свою предысторию и перспективу, и являющегося частью общего глобального процесса коммуникации. Медиатекст, как правило, состоит из двух частей: словесной (речь) и образной (изображение). Медиатекст представляет собой показ динамики и среза рукотворной действительности, обусловленную техническими возможностями и эстетическим наполнением, порождаемое социумом или индивидом или социумом и индивидом.

Используя современные иноязычные национальные

и этнические медиатексты, студенты пробуждают внутри себя собственное обретенное видение (замысел, идею) смысл представленной информации, изначально просто допустив его (видение смысла) существование; выражать позицию автора и собственную позицию в сообщениях, создавая новую реальность, которая делает существующую - устаревшей (преображение информации в виде своего собственного жизненного пазла), взяв за это ответственность; осознанно выбирать, как реагировать в конкретной ситуации; быть открытым для обратной связи; овладевать медийным тезаурусом что, в свою очередь, способствует формированию иноязычной национальной и этнической медиакомпетентности.

Под этнической (народной) медиакультурой понимается определенный набор поведения участников конкретного этноса (или нескольких этносов), составляющих основу национальной культуры общества и находящую свое определение через совокупность интерактивных средств (теле, радио, интернет вещание). Понятие этнической медиакультуры неразрывно связано с понятием медиаэтноса, принадлежность к которому определяется наследием предков, общим языком, внешним видом, народным творчеством.

Под иноязычной национальной и этнической медиакультурой нами понимается уникальная языковая картина мира у народа, а также создание его собственных выразительных средств речи, находящая свое определение

через определение через совокупность интерактивных средств (теле, радио, интернет-вещание).

В ходе изучения дисциплины «Иностранный язык в профессиональной коммуникации» у студентов формируются умение и навыки пользоваться чужим языком, являющимся наиболее полным показателем культуры [1], способствуя формированию этнокультурной личности средствами иностранного языка [2].

Необходимо, чтобы студенты могли рассказать о национальной самобытности, принимая во внимание жизненно дезориентирующие дилеммы, с которыми сталкивается определенная нация, а также рассматривая их сквозь призму мировой культуры средствами иностранного языка в терминах, понятных мировому (международному) сообществу [3]. Использование иноязычных национальных и этнических медиатекстов может стать отправной точкой в расширении мировоззрения обучающегося, проявляющегося в том, что студенты начинают смотреть по-другому и на родной язык [4], расширяя осознание и соединяя полученные представления в гармоничную картину национального и этнического бытия.

В технологии формирования иноязычной национальной и этнической медиакомпетентности можно условно выделить три этапа: начальный, основной и завершающий.

Осуществление проверки уровня владения иностранным языком при помощи электронного ресурса Test Your English (Cambridge English) проводится на начальном этапе. Также осуществляется педагогическое сопровождение, направленное на выявление затруднений студентов, возникающих в ходе аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы, способствующее раскрытию потенциала студента в наиболее полной мере [5].

На основном этапе происходит обогащение содержания дисциплины «Иностранный язык в профессиональной коммуникации» посредством выбора аутентичного материала в виде иноязычных национальных и этнических медиатекстов, а также освоение их содержания за счет использования интерактивных игр, проектной работы, создания временного профиля на социальном интернет-сервисе Tumblr (портал микроблогов), создания плей-листа на Spotify, для подбора вдохновляющих цитат по данной теме, интересов на Pinterest, Instagram, создание чата в Slack или WhatsApp, посвященного учебной теме «Профессиональная деятельность как феномен культуры».

На завершающем этапе проводится диагностика, осуществляющаяся при помощи анкетирования «Профессиональная деятельность как феномен культуры», включающего следующие вопросы:

Какие интерактивные ресурсы, содержащие иноязычные национальные и этнические медиатексты Вы используете в учебном процессе?

Позволяют ли интерактивные ресурсы, содержащие иноязычные национальные и этнические медиатексты полностью выполнить учебное задание по дисциплине «Иностранный язык в профессиональной коммуникации»?

Что является ведущим мотивом у Вас по использованию иноязычных национальных и этнических медиатекстов?

Какие интерактивные ресурсы, содержащие иноязычные национальные и этнические медиатексты необходимо использовать, чтобы усилить интерес к иностранному языку?

Обладаете ли Вы навыками работы с интерактивными ресурсами, содержащими иноязычные национальные и этнические медиатексты?

Используете ли Вы интерактивные ресурсы, содержащие иноязычные национальные и этнические медиатексты по дисциплине «Иностранный язык в профессиональной коммуникации»?

Как часто Вы используете интерактивные ресурсы, содержащие иноязычные национальные и этнические

медиатексты?

Какие интерактивные ресурсы, содержащие иноязычные национальные и этнические медиатексты по дисциплине «Иностранный язык в профессиональной коммуникации» являются, на Ваш взгляд, наиболее доступными и относительно легкими в использовании?

Следует ответить, что ответы должны быть простыми: слово или словосочетание и т.д.

Подводятся результаты выполнения серий учебных заданий, содержащих иноязычные национальные и этнические медиатексты, происходит рефлексивное осмысление результатов обучения дисциплине «Иностранный язык в профессиональной коммуникации»; подводятся итоговая оценка и самооценка результатов. Уровень сформированности иноязычной национальной и этнической медиакомпетентности определяется по 100-балльной шкале: высокий (выше 80 баллов); средний (60-80 баллов); низкий (ниже 60 баллов). Для диагностики уровней используются следующие методы: тестирование, анкетирование, проектная работа.

Выделены следующие критерии сформированности иноязычной национальной и этнической медиакомпетентности:

- мотивационный определяет формирование широты, глубины и значимости отношений; мотивов; готовности к работе с текстами иноязычной национальной и этнической медиакультуры [6];

- когнитивный проявляется во владении терминологией, связанной с иноязычной национальной и этнической медиакультурой; знакомство с методами анализа национального и этнического медиатекста;

- технологический подразумевает под собой умение ориентироваться в источниках иноязычных национальных и этнических медиатекстов; умении воспринимать и анализировать содержательное наполнение иноязычных национальных и этнических медиатекстов в аспекте их функционального назначения; понимать позицию автора; интерпретировать, оценивать, критически анализировать иноязычный национальный и этнический медиатекст, авторскую позицию, формировать импульс для ценностного переосмысления приобретенного знания, ценности, распространяемые национальные и этнические медиа; передавать, получать национальные и этнические медиа сообщения на иностранном языке;

- рефлексивный - умения и навыки самоанализа, самообразования в национальной и этнической медийной сфере; умение создавать собственные иноязычные национальные и этнические медиатексты на иностранном языке; умение выражать собственную позицию по отношению к национальному и этническому медиа-событию.

РЕЗУЛЬТАТЫ.

Результаты исследования, проведенного в 2019-2020гг. на базе Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого, подтверждают эффективность предлагаемой модели формирования иноязычной национальной и этнической медиакомпетентности при соблюдении комплекса выявленных организационно-педагогических условий: применения широкого национального и этнического медийного спектра в процессе обучения; внедрения интерактивной технологии формирования иноязычной национальной и этнической медиакомпетентности студентов университета.

Были выбраны две группы - контрольная и экспериментальная. В обеих группах было 17 студентов от 25-35 лет, одного направления подготовки, изучали одну и ту же дисциплину - «Иностранный язык в профессиональной коммуникации». В экспериментальной группе студенты использовали интерактивные ресурсы, содержащие иноязычные национальные и этнические медиатексты такие как, YouTube, Instagram, и только 13% используют социальный интернет-сервис Tumblr (портал микроблогов), в контрольной группе - процесс обучения был организован в традиционном формате.

Сравнительный анализ ответов опрошенных респон-

дентов контрольной и экспериментальной группы позволил выявить следующие результаты:

- на первый вопрос «Какие интерактивные ресурсы, содержащие иноязычные национальные и этнические медиатексты Вы используете в учебном процессе?», ответы обеих групп фактически совпали. Большинство (98%) ответили, что в учебном процессе они используют интерактивные ресурсы, содержащие иноязычные национальные и этнические медиатексты такие как, YouTube, Instagram, и только 3% используют социальный интернет-сервис Tumblr (портал микроблогов), Flipboard.

- на второй вопрос «Позволяют ли интерактивные ресурсы, содержащие иноязычные национальные и этнические медиатексты в полной мере выполнить учебное задание по дисциплине «Иностранный язык в профессиональной коммуникации»?» результаты анализа ответов респондентов контрольной и экспериментальной групп, позволили нам прийти к заключению, что традиционный формат обучения не всегда позволяет в полной мере выполнить учебное задание; использование интерактивных ресурсов, содержащих иноязычные национальные и этнические медиатексты также не всегда возможно. Это происходит из-за технической стороны вопроса, недостатка владения компьютерной грамотностью и способностью осуществлять работу в группе или в парной работе.

- на третий вопрос «Что является ведущим мотивом у Вас по использованию иноязычных национальных и этнических медиатекстов?» практически половина респондентов (47%) верят, что использование иноязычных национальных и этнических медиатекстов позволяет им осознать необходимость владения иностранным языком в их будущей профессиональной сфере; (24%) необходимость владения иностранным языком, чтобы расширить собственный круг общения; (19%) овладения новыми знаниями, расширения кругозора в профессиональной сфере, также 10% респондентов отметили наличие страха потерпеть неудачу в академическом плане или не оправдать ожидания родителей.

- на четвертый вопрос «Какие интерактивные ресурсы, содержащие иноязычные национальные и этнические медиатексты необходимо использовать, чтобы усилить интерес к иностранному языку?» подавляющее большинство респондентов (71%) отметили, что необходимо использовать мультимедийные учебные презентации, образовательные фильмы, интернет-ресурсы, электронные учебные пособия), оставшаяся часть респондентов - 29% , что возможно использование интерактивных ресурсов (парная и групповая работа, проектная работа).

- вопросы с пятого по восьмой («Обладаете ли Вы навыками работы с интерактивными ресурсами, содержащими иноязычные национальные и этнические медиатексты?», «Используете ли Вы интерактивные ресурсы, содержащие иноязычные национальные и этнические медиатексты по дисциплине «Иностранный язык в профессиональной коммуникации»?», «Как часто Вы используете интерактивные ресурсы, содержащие иноязычные национальные и этнические медиатексты?», «Какие интерактивные ресурсы, содержащие иноязычные национальные и этнические медиатексты по дисциплине «Иностранный язык в профессиональной коммуникации» являются, на Ваш взгляд, наиболее доступными и относительно легкими в использовании?» были направлены на выяснение уровня компьютерной грамотности респондентов, а также с какими сложностями сталкиваются респонденты при работе с интерактивными ресурсами, содержащими иноязычные национальные и этнические медиатексты. Половина респондентов (50%) не обладает достаточными навыками для того, чтобы на регулярной основе использовать интерактивные ресурсы, содержащие иноязычные национальные и этнические медиатексты. Менее трети респондентов

(20%) испытывают трудности в использовании интерактивных технологий по техническим причинам, и только 30% успешно используют интерактивные ресурсы, содержащие иноязычные национальные и этнические медиатексты.

ВЫВОДЫ

Основываясь на практике иноязычной подготовки студентов многопрофильного вуза, мы пришли к следующим выводам: иноязычные национальные и этнические медиатексты способствуют развитию навыков практического владения английским языком. Таким образом, предлагаемая нами модель формирования иноязычной национальной и этнической медиакомпетентности студентов университета может способствовать проявлению профессионального совместного видения студентов, непоколебимой профессионально-личностную самореализации, студентов, что приобретает особую актуальность в современной действительности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Рубцова А. В., Алмазова Н. И. Стратегия развития профессионально ориентированного иноязычного образования в высшей школе // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Гуманитарные и общественные науки. - 2017. - Т. 8. - №. 2.
2. Федорова М. Л. Значение этнокультурного компонента на занятиях по иностранному языку в ВУЗе / М. Л. Федорова. - Текст : непосредственный // Теория и практика образования в современном мире : материалы I Междунар. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, февраль 2012 г.). - Т. 2. - Санкт-Петербург : Реноме, 2012. - С. 378-380. - URL: <https://moluch.ru/conf/ped/archive/21/1737/> (дата обращения: 08.01.2021).
3. Одинокая М. А., Пятницкий А. Н. Интерактивная технология формирования универсальных гуманистических ценностей в техническом вузе (на примере языка хинди) // Успехи современной науки и образования. - 2017. - Т. 2. - №. 4. - С. 213-219.
4. Кажигалиева Г. А. Культурологический аспект в работе над художественным текстом // Алматы: Айкос. - 2000. - С. 139.
5. Одинокая М. А. Роль и функции современного преподавателя в обеспечении качества профессиональной подготовки выпускников вуза в условиях компетентностного подхода // Азимут научных исследований: педагогика и психология. - 2019. - Т. 8. - №. 1 (26).
6. Лакьяни Вишен Будда и бунтарь; тайное искусство успешных людей / Вишен Лакьяни; [перевод с английского П. Ермиловой]. - Москва : Эксмо, 2021. - 336 с.

Статья поступила в редакцию 29.12.2020

Статья принята к публикации 27.02.2021