

Из вышесказанного следует, что лекция как форма проведения занятий в учебном процессе современного вуза является активно используемой формой обучения. Можно сказать, что педагогический потенциал лекции еще не в полной мере исчерпан, существуют новые горизонты развития данной формы обучения.

Развитие системы высшего образования, ориентация на личность обучающегося, реализацию его творческих и креативных способностей, внедрение новых образовательных и компьютерных технологий обусловили разработку и появление новых лекционных форм обучения, а именно: классической, проблемной (при проведении которой преподаватель включает серию проблемных вопросов в канву своей лекции); монографической (цель проведения которой состоит в раскрытии определенной темы по одной монографии фундаментального характера); лекции-дискуссии, бинарной лекции (проведение лекции с приглашением экспертов); лекции-провокации, или лекция с запланированными ошибками; лекции-аудиовизуализации; лекции-пресс-конференции.

### **Литература**

1. Формирование учебной деятельности студентов / под ред. В. Л. Ляудис – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1989 г. – 240 с.
2. Алексеев, А. Д. Лекционный метод обучения и пути его совершенствования / А. Д. Алексеев – М., 1995. – 72 с.
3. Педагогические основы самостоятельной работы студентов / под ред. Жук О. Л. – Мн.: РИВШ, 2005 г. – 112 с.

**УДК 37.02:316.77:001.8:811**

**О. А. Лиденкова, Т. Н. Полевая**

### **СПЕЦИФИКА ПРЕПОДАВАНИЯ КУРСА «СРЕДСТВА МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ»**

*В статье рассматриваются вопросы эффективного преподавания курса «Средства массовой коммуникации» в языковых ВУЗах и на факультетах иностранных языков. В свете основных целей дисциплины предлагаются рекомендации по отбору практического материала и организации семинарских занятий.*

В настоящее время значительную роль в современной научной парадигме начинает играть понятие лингвокультурной компетенции.

Это неизбежно вызывает значительные изменения в системе и структуре преподавания иностранного языка (ИЯ) в высших учебных заведениях. Меняются и расширяются учебные программы, вводятся новые курсы, ведется постоянный поиск и реализация новых подходов к обучению ИЯ.

Необходимость таких изменений объясняется не только запросами современного общества к подготовке специалиста в области ИЯ, но и существующими проблемами преподавания. В частности, определенные сферы социального общения и соответствующие области лексики не всегда полно отражены в учебном материале (например, сленговые единицы, профессиональная лексика, неологизмы из постоянно развивающихся сфер СМИ и информационных технологий). Недостаточное внимание уделяется формированию коммуникативных навыков с учетом цели общения, социального и культурного уровня адресатов.

Практика подтверждает, что эффективное иноязычное общение невозможно без владения большим объемом фоновых знаний, которые включают в себя не только основные факты истории и культуры, но и так называемые *catch phrases* и *buzz-words* – цитаты из популярных книг, фильмов, песен, рекламных текстов, теле- и радиопередач.

Бесспорно, что вышеназванные аспекты речевой деятельности, а также компоненты содержания медийного дискурса должны являться предметом преподавания ИЯ в высших учебных заведениях. Решить некоторые из упомянутых проблем призван курс «Средства массовой коммуникации», что и обуславливает актуальность исследований в области наиболее эффективных методов его преподавания. Находясь на стыке лексикологии, стилистики, риторики, психологии и социологии, он предлагает широкий круг возможностей для реализации интердисциплинарного подхода к преподаванию ИЯ, позволяет выполнить заказ общества на формирование всесторонне и гармонически развитой личности и соответствует принятому в современной методике преподавания ИЯ коммуникативно-ориентированному подходу.

Данный курс представляет собой дисциплину синтезирующего типа, направленную на изучение «взаимосвязи и взаимодействий массовой культуры и языка в его функционировании» [1, с. 37], что определяет характер и специфику его преподавания.

Современные СМИ характеризуются значительным жанровым разнообразием, избытком затрагиваемых тем и различной целевой аудиторией, вследствие чего при планировании занятий неизбежно возникает проблема отбора материала. Подходить к ее решению необходимо с учетом целей дисциплины, которые можно условно

разделить на четыре основных блока: практические, развивающие, образовательные и воспитательные.

Основной практической целью курса представляется формирование у студентов базовой медийной грамотности, что, с одной стороны, является ответом на требования, предъявляемые к любому члену современного общества, а, с другой стороны, позволяет выработать механизмы защиты от манипулятивного воздействия СМИ. Это подразумевает как знакомство с техниками воздействия на сознание, так и выработку и совершенствование умений эффективного им противостояния.

Современный человек постоянно находится под воздействием СМИ. Как показывают современные исследования, среднестатистический житель большого города за день воспринимает до трех тысяч рекламных сообщений (включая аудио, видео и печатные сообщения). При этом только 8 % их содержания воспринимается сознанием [2], остальная же часть воздействует имплицитно, что объясняет ведущую роль СМИ как средства манипулирования сознанием человека на всех уровнях жизни.

Развивающие цели реализуются в процессе совершенствования способностей осознанного восприятия информации, поступающей по каналам средств массовой коммуникации. Обучение навыкам деавтоматизации внимания адресата также позволяет предотвратить стереотипизацию мышления, что, в свою очередь, открывает перед индивидом возможности разнообразных решений повседневных проблем и дает шанс задействовать весь свой умственный и творческий потенциал.

Одновременно с развитием умений критического мышления, в рамках данного курса происходит совершенствование навыков аудирования и говорения, формирование навыков реферирования ИЯ текстов, совершенствование лексических навыков изучающего чтения. Изучение стиля медийных текстов и заголовков, стиля сообщений различного жанра (новостных, развлекательных, информационных, рекламных, обучающих) не только совершенствует лексические и грамматические навыки устной и письменной речи, но и развивает коммуникативную гибкость, формирует навыки связного, последовательного, аргументированного изложения мыслей, обучает способам эффективного решения коммуникативной задачи в зависимости от социокультурного контекста.

Достижение образовательных целей в рамках курса связано с тем, что СМИ в настоящее время являются основным инструментом социализации человека в обществе, средством трансляции и ретрансляции культурных ценностей и ролевых моделей поведения в социуме.

При обучении ИЯ медийные тексты являются незаменимым способом погружения студентов в иноязычную среду. В частности, англоязычная культура отличается высокой степенью аллюзивности и интертекстуальности, что также должно находить свое отражение в учебном материале.

Воспитательные цели курса реализуются в направлении формирования уважительного отношения к своей культуре и культуре страны изучаемого языка. Постоянный сравнительно-сопоставительный анализ особенностей иноязычных и отечественных средств массовой коммуникации, знакомство с традициями страны ИЯ на фоне собственных предотвращает избыточное заимствование чужих образцов, формирует понимание и принятие ценностей своего народа.

Для достижения заявленных целей курса наиболее перспективными представляются следующие аспекты:

1) изучение лингвистических и экстралингвистических средств воздействия (поскольку, как замечает Н. Фэркло, *power is exercised through language* [3, с. 12]);

2) изучение медийных кодов (технических, письменных и символических [4]), которые представляют собой общепринятые формы, жанры и особенности композиционного построения медийных текстов (печатных и электронных);

3) обучение методике критического дискурсивного анализа медийных текстов, что включает в себя понимание текстов на нескольких уровнях;

4) формирование базы фоновых лингвокультурных знаний, которые позволяют расшифровывать аллюзии, узнавать ссылки на культурообразующие тексты и понимать сообщения на уровне подтекста.

После отбора практического материала, позволяющего достичь цели курса, возникает необходимость определения структуры организации практических занятий. Отличительной особенностью дисциплины является отсутствие необходимости в упражнениях тренировочного этапа (подстановочные, имитационные и др.) и аналитический характер заданий. По мере увеличения доли самостоятельного анализа у студентов необходимо осуществлять переход от анализа отдельных языковых или структурных особенностей медийных сообщений к самостоятельному созданию текстов (как печатных, так и электронных), направленных на решение конкретной коммуникативной задачи (информировать, убедить, сформировать оценочное мнение – эксплицитно и имплицитно).

Крайне важно постоянно проводить анализ конкретных примеров, подбирая актуальный практический материал. Использование

свежих современных новостных, информационных и других статей и сообщений повышает мотивацию студентов, их вовлеченность в изучение иностранного языка, расширяет кругозор и закладывает базу фоновых знаний в области политики, науки, культуры и спорта.

Сравнительный анализ заголовков газетных статей и названий теле- и радиопередач позволяет наиболее ярко выявить языковые и психологические различия между родной культурой и культурой страны изучаемого языка.

Особое внимание также необходимо уделить модификации цитат, фразеологических единиц, паремий, использованию метафор как элемента скрытого сравнения.

Характер данной дисциплины позволяет применять практически все современные методы преподавания иностранного языка, включая использование презентаций, которые позволяют представить сложные понятия в виде мозговых карт (*mind maps*), отразить процессы и особенности взаимодействия между объектами в виде структурных схем.

Наиболее перспективным представляется проведение творческих лабораторий и применение проектной методики, которая позволит студентам применить на практике знания, полученные о различных жанрах медийных текстов и различных средствах массовой коммуникации. Практика показывает эффективность следующих проектных заданий: изучение механизмов распространения слухов в малых и средних социальных группах, проведение социологических опросов (среди носителей родного языка и ИЯ с использованием социальных сетей), разработка собственной газеты/телепрограммы, учитывая заранее определенный характер медиа-источника, его целевой аудитории и позицию по ключевым вопросам, организация и проведение телемоста или Интернет-конференции при помощи программы Skype.

Очевидно, что курс «Средства массовой коммуникации» предполагает постоянное использование на занятиях технических средств обучения и всестороннее задействование сети Интернет. С их помощью обеспечивается погружение в иноязычную среду, включение разнообразных каналов восприятия информации, предоставление аутентичного контента и контекста.

Таким образом, в данном курсе глубокое предметное наполнение гармонично сочетается с обширным воспитательным, развивающим и образовательным потенциалом. В совокупности с применением современных методик и средств обучения это позволяет сформировать высокий уровень не только владения языком, но и медийной грамотности и лингвокультурной компетенции.

## Литература

1. Воробьев, В. В. Лингвокультурология: теория и методы / В. В. Воробьев. – М., 1997. – 331 с.
2. Kilbourne, J. Killing Us Softly 4 [Electronic resource] / J. Kilbourne. – Mode of access: <http://documentarylovers.net/killing-us-softly-4-advertising-women/> – Date of access: 15.02.2013.
3. Fairclough, N. Language and Power / N. Fairclough. – Pearson Education, 2001 – 226 p.
4. Beaton, B. The Key to Media's Hidden Codes [Electronic resource] / B. Beaton. – Mode of access: <http://ed.ted.com/lessons/the-key-to-media-s-hidden-codes>. – Date of access: 15.02.2013.

УДК 811.111:37.02:378.4

*Т. В. Лозовская*

### **ПРИМЕНЕНИЕ ТЕХНОЛОГИИ “*BLENDED LEARNING*” В ОБУЧЕНИИ АНГЛИЙСКОМУ ЯЗЫКУ СТУДЕНТОВ НЕЯЗЫКОВЫХ ФАКУЛЬТЕТОВ**

*В данной статье рассматривается модель смешанного обучения и ее преимущества в обучении английскому языку на неязыковых факультетах, а также проблемы, которые могут возникнуть при ее использовании.*

За последние десятилетия мир сильно изменился. И день за днем он продолжает меняться. Эти изменения нельзя игнорировать – как минимум, на них необходимо реагировать, а в идеале предвосхищать их. Раньше мало кто мог себе представить, что инновационные технологии кардинально изменят возможности преподавателей в обучении различным дисциплинам. Теперь же невозможно представить процесс обучения без информационных и компьютерных технологий.

Сегодня всемирная паутина является не только социально-информационной средой, но уже превратилась в единое образовательное пространство. Использование информационно-коммуникационных технологий начинает эффективно соотноситься с новой мотивацией к получению знаний, а они, в свою очередь, становятся доступными все большему количеству людей благодаря образовательным ресурсам, находящимся в свободном доступе [1]. В каждом вузе есть собственный сайт, располагающий сервисными службами и информационными