

Министерство образования и науки Российской Федерации
ФГАОУ ВО «Российский государственный профессионально-педагогический
университет»

Институт психолого-педагогического образования
Кафедра германской филологии

Особенности работы с медиатекстами на уроках английского языка в 8 классе СОШ

Выпускная квалификационная работа
по направлению подготовки 44.03.01 Педагогическое образование,
профилю «Образование в области иностранного языка (английского)»

Идентификационный код ВКР: 580

Екатеринбург 2019

Министерство образования и науки Российской Федерации
ФГАОУ ВО «Российский государственный профессионально-педагогический
университет»

Институт психолого-педагогического образования
Кафедра германской филологии

К ЗАЩИТЕ ДОПУСКАЮ

Заведующая кафедрой ГФ
_____ Б. А. Ускова

«__» _____ 2019 г.

Особенности работы с медиатекстами на уроках английского языка в 8 классе СОШ

Выпускная квалификационная работа
по направлению подготовки 44.03.01 Педагогическое образование,
профилю «Образование в области иностранного языка (английского)»

Идентификационный код ВКР: 580

Исполнитель:

Студентка группы ЗИА-415С

(Барскова К.С.
)

Руководитель:

Доцент кафедры германской филологии,
канд. педагог. наук

(Макарова Е.В.
)

Нормоконтролер:

Старший преподаватель
кафедры германской филологии

(Ускова Б.А.
)

Екатеринбург 2019

Оглавление

Введение	4
Глава 1. Теоретические основы использования медиатекстов в обучении иностранному языку в средней школе	7
1.1 Медиатекст: сущностные и типологические свойства	7
1.2 Периодические печатные англоязычные издания и их онлайн-версии. Особенности англоязычных медиатекстов данного вида	13
1.3 Методика работы с газетной статьёй на уроках английского языка с целью обучения чтению и говорению	21
1.4 Блог как разновидность медиатекста	38
1.5 Методика работы с рекламным буклетом.....	41
Глава 2. Разработка комплекса упражнений в качестве дополнительного методического материала на уроках английского языка.....	44
2.1 Анализ программных требований к изучению английского языка в средней школе..	44
2.2 Анализ УМК “English-8” авторов Кузовлева В.П., Лапа Н. М., Перегудовой Э.Ш. и др.	46
2.3 Комплекс упражнений	49
Заключение.....	57
Перечень ключевых понятий.....	60
Список использованной литературы	62
Приложение 1	65
Приложение 2	66
Приложение 3	67
Приложение 4	68
Приложение 5	69
Приложение 6	70
Приложение 7	71
Приложение 8	72
Приложение 9	73

Введение

Данная дипломная работа посвящена исследованию особенностей использования медиатекстов на уроках английского языка на уровне среднего общего образования.

Актуальность работы определяется тем, что «классический» английский, которому учат во многих учебных заведениях, резко отличается от современного языка, из-за чего у учеников возникают проблемы при общении с носителями языка и при работе с оригинальными английскими письменными источниками.

Именно поэтому многие учителя английского языка отходят от практики использования на занятиях исключительно учебника и применяют материалы реальной жизни для обучения. Использование английских газет, журналов, рекламных брошюр для этого — очень хорошая идея: здесь можно найти примеры современного разговорного английского без «ошибок», которые характерны для беглой устной речи носителей языка. Тексты СМИ являются необходимым аутентичным материалом в курсе обучения английскому языку, они служат источником актуальной информации лингвистического, социокультурного, лингвострановедческого характера, вызывают живой интерес аудитории, обеспечивая тем самым высокий уровень мотивации обучаемых.

Обучение английскому языку с помощью медиатекстов помогает развивать в школьнике коммуникативную компетенцию, которая включает социокультурную компетенцию. Изучение английского языка призвано воспитать личность, желающую участвовать в межкультурных коммуникациях.

Современные технические средства обучения выступают хорошими помощниками для воспитания личности, с развитой коммуникативной компетенцией, которая желает активно участвовать в межкультурных коммуникациях. Особое место среди них занимают сообщения, любого медийного вида и жанра, связанные с кинематографом, радио, телевидением, видео, интернетом.

Актуальность работы, социальная значимость и недостаточная разработанность, определили выбор темы данной работы.

Была выдвинута следующая **гипотеза** — системное применение аутентичных медиатекстов может стать эффективным средством повышения качества обучения английскому языку.

Цель работы - показать возможности использования медиатекстов на уроках английского языка в современной школе, направленной на формирование коммуникативной компетенции и развитие лексических навыков.

Цель данного исследования достигается через решение поставленных **задач**:

1. Проанализировать методическую литературу по проблеме;
2. Выделить виды медиатекстов и дать им методическую характеристику;
3. Выявить методику работы с медиатекстами на уроках английского языка;
4. Разработать уроки с использованием медиатекстов для обучения иностранному языку

Объектом исследования являются англоязычные туристические буклеты, открытки, газетные статьи и блоги.

Предметом исследования является использование англоязычных медиатекстов на уроках английского языка в 8-х классах как средства формирования иноязычной коммуникативной компетенции.

В процессе теоретического изучения и проведения работы применялись следующие **методы исследования**: теоретический - анализ литературы по различным вопросам методики преподавания иностранного языка и приемам использования англоязычных медиатекстов в обучении, педагогический - анализ программ, учебников и учебных пособий, практический - разработка комплекса упражнений по работе с медиатекстами в качестве дополнительного методического материала на уроках в 8 классе.

Фактическим материалом для исследования послужили научные статьи, методическая литература, посвящённая данной проблеме, интернет-сайты.

Теоретическую основу работы составили следующие исследования: Добросклонская Т. Г. «Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: современная английская медиаречь», Федоров А. В. «Медиаобразование и медиаграмотность», Солганик Г.Я. «Стилистика современного русского языка и культура речи», Чичерина Н.В. «Типология медиатекстов как основа формирования медиаграмотности», Комиссаров В.Н. «Теория перевода (лингвистические аспекты)», Орлов Г.А. «Современная английская речь», Рогова Г. В., Рабинович Ф. М., Сахарова Т. Е. «Методика обучения иностранным языкам в средней школе», Анисимова Е.Е. «Лингвистика текста и межкультурная коммуникация».

В процессе написания практической части использована статья с онлайн-версии газеты The Telegraph.

Значимость работы заключается в обобщении методических подходов к использованию медиатекстов на уроках иностранного языка в СОШ и в разработке комплекса упражнений по английскому языку в 8 классе с использованием аутентичных текстов в соответствии с требованиями ФГОС.

Структура дипломной работы отражает специфику изученной темы, определяется

целью, задачами, методами анализа. Работа состоит из введения, двух глав (восемью разделов), заключения, перечня ключевых понятий, списка литературы и 9 приложений.

Практическая значимость исследования заключается в том, что разработанные и предложенные задания к медиатекстам можно использовать на уроках английского языка в средней школе в качестве дополнительного материала.

Глава 1. Теоретические основы использования медиатекстов в обучении иностранному языку в средней школе

1.1 Медиатекст: сущностные и типологические свойства

В условиях сложившейся социокультурной ситуации, а также модернизации системы языкового образования в России особое внимание уделяется вопросам повышения эффективности преподавания. Известные отечественные исследователи вопросов обучения иностранному языку (Тер-Минасова С.Г., Пассов Е.И., Сафонова В.В., Гальскова Н.Д., Елизарова Е.Г.) рассматривают иноязычное образование в контексте культурологического подхода, подчеркивая его исключительную значимость [10]. Совершенно естественно, что процесс обучения иностранному языку невозможно представить без познания культурологического аспекта, заключающегося не только в аккумулировании базовых знаний о культуре страны изучаемого языка, но и принципов межкультурной коммуникации. Как правило, в процессе межкультурной коммуникации могут возникать ситуации непонимания между участниками диалога из-за отсутствия знаний о характерных особенностях той или иной культуры, а также способах выражения их вербально. Для того чтобы свести подобные ситуации к минимуму необходимо внедрение инновационных методов обучения иностранному языку, предполагающих адаптацию различных ресурсов для образовательных целей.

Актуальным ответом на все возрастающую роль в жизни общества различных СМИ и средств коммуникации (радио, телевидение, кинематограф, Интернет, социальные сети) становится постепенное внедрение технологий медиаобразования в учебный процесс. Среди требований к современному педагогу умение ориентироваться в потоке разнообразной информации, анализировать ее, а также передавать информацию обучающимся в наиболее подходящей для них форме.

Медиатексты являются аутентичным источником актуальной информации лингвистического, социокультурного, лингвострановедческого и иного характера. Практика показывает, что иноязычные медиатексты расширяют границы мира обучающихся, широко открывая для них окно в мир современной иноязычной культуры. Различные ученые и словари определяют текст как информационное пространство, как речевое произведение, как знаковую последовательность.

Г. Я. Солганик в "Стилистике текста" пишет, что "текст (от латинского *textus* – ткань, сплетение, соединение) можно определить, как объединенную смысловой и грамматической связью последовательность речевых единиц: высказываний, сверхфразовых единиц (прозаических строф), фрагментов, разделов и т.д. [26].

В книге "Текст как объект лингвистического исследования" Гальперина И.Р. текст определяется как "произведение речетворческого процесса, обладающее завершенностью, объективированное в виде письменного документа, литературно обработанное в соответствии с типом этого документа, произведение, состоящее из названия (заголовка) и ряда особых единиц (сверхфразовых единств), объединенных разными типами токсической, грамматической, логической, стилистической связи, имеющее определенную целенаправленность и прагматическую установку"[7].

В "Толковом Словаре Ожегова" о понятии "текст" говорится следующим образом: Текст, -а. муж. " Всякая записанная речь (литературное произведение, сочинение, документ, а также часть, отрывок из них)"[18].

Российский гуманитарный энциклопедический словарь дает такое определение:

"Текст – (от лат. textus – ткань, сплетение) – в лингвистике понимается как продукт речевой деятельности, относящийся к "речи" в ее противопоставлении "языку". Обладает – определенной прагматической установкой, жанровой и стилистической принадлежностью, специфическими внутренними и внешними связями, характеризуется связностью и цельностью. Представляет собой предмет изучения ряда дисциплин, исследующих различные аспекты структуры и функционирования текста"[23].

Таким образом, можно сделать вывод о том, что основными характеристиками текста являются:

- связность и целостность
- относительная завершенность
- определенная направленность, т.е. текст образует сообщение
- принадлежность к определенному функциональному стилю
- литературная обработка в соответствии с определенным стилем
- единицы текста объединены лексической, стилистической, логической и грамматической связью.

Массовая коммуникация добавляет к традиционному пониманию текста новое измерение. В отличие от линейного толкования текста как объединённой общим смыслом последовательности вербальных знаков, текст в массовой коммуникации приобретает черты объёмности и многослойности. Это происходит за счёт совмещения вербальной части текста с медийными свойствами того или иного средства массовой информации. Так, в прессе вербальная часть текста сочетается с графической и иллюстративной; на радио вербальный компонент получает дополнительную выразительность с помощью аудиосредств – голосовых качеств и музыкального сопровождения. Телевидение ещё более

расширяет границы текста, соединяя словесную часть с видеоизображением и звуковым рядом.

Вербальные и медийные компоненты текста тесно взаимосвязаны и могут сочетаться друг с другом на основе самых разных принципов: дополнения, усиления иллюстрации, выделения, противопоставления и т.д., образуя при этом некую целостность, неразрывное единство, которое и составляет сущность понятия "медiateкст".

Я.Н. Засурский определяет медiateкст как "новый коммуникационный продукт", особенность которого заключается в том, что он может быть включен в разные медийные структуры вербального, визуального, звучащего, мультимедийного планов, а также в разные медийные обстоятельства: газеты и журналы, радио и телевидение, Интернет и мобильная связь и т. п.[9].

Федоров А.В. в "Словаре терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности" определяется медiateкст как информационное сообщение, изложенное в любом виде и жанре медиа (газетная статья, телепередача, видеоклип, фильм и пр.)[27].

В основе концепции медiateкста лежит органичное сочетание единиц вербального и медийного ряда. Определение медiateкста выходит за рамки традиционного взгляда на текст как на последовательность слов, напечатанных или написанных на бумаге. Понятие медiateкста гораздо шире: оно включает голосовые качества, музыку и звуковые эффекты, визуальные образы – иначе говоря, медiateксты фактически отражают технологии, используемые для их производства и распространения.

Основными задачами медiateкста являются:

- 1) воздействие на массовое сознание;
- 2) призыв к действию;
- 3) сообщение информации.

Исходя из задач, можно определить основные функции медiateкста:

- 1) информационная (информативная) функция
- 2) воздействующая функция
- 3) коммуникативная функция
- 4) экспрессивная функция
- 5) эстетическая функция

Информационная функция состоит в том, чтобы информировать как можно более широкую аудиторию о значимых для общества проблемах и о взглядах авторов на эти проблемы.

Информация медиатекстов имеет несколько особенностей. Во-первых, она не только описывает факты, но и отражает мнения, настроения, содержит комментарии и размышления авторов. Это отличает ее, например, от научной информации.

Еще одной особенностью информации текстов СМИ является то, что перед автором такого текста не ставится задача полного всестороннего описания того или иного явления, он стремится писать, прежде всего, о том, что вызывает интерес у определенных общественных групп, выделяя те стороны жизни, которые важны для его потенциальной аудитории.

Сообщение о положении дел в общественно значимых сферах сопровождается осуществлением второй функции медиатекстов – функции воздействия. Цель текста массовой информации состоит не только в том, чтобы описать положение дел в обществе, но и в том, чтобы сформировать у аудитории определенное отношение к излагаемым фактам и убедить в необходимости определенного поведения. Медиатекстам нередко присущи открытая тенденциозность, полемичность, эмоциональность.

Функция воздействия активно влияет на отбор языковых средств медиатекстов.

В различных медиатекстах одна из указанных функций может выступать в качестве ведущей, при этом важно, чтобы функция воздействия не вытесняла информационную функцию: пропаганда полезных для общества идей должна опираться на полное и достоверное информирование аудитории.

Коммуникативная функция проявляется во всех формах языка. В медиатекстах она состоит в поддержке общественной коммуникации. Коммуникативность медиатекстов заключается в том, что они создаются для максимально широкой аудитории. Находясь на значительном расстоянии в пространстве, автор публицистического текста стремится приблизиться к адресату по времени, по тематике сообщений, а также по речевым стилистическим особенностям. Коммуникация предполагает и обратную связь – ответ адресата. Для газеты обратной связью являются письма читателей, ответы должностных лиц, статьи, присылаемые в ответ на предыдущие публикации. Радио и телевидение перешли от писем к телефонным звонкам слушателей и зрителей, в ходе которых они могут задать вопросы, высказать свое мнение, рассказать об известных им событиях. Зрители часто привлекаются к съемке телепередач в студиях. Современное интерактивное телевидение ищет новые формы поддержания контакта со зрителями.

Экспрессивная функция медиатекста позволяет автору выразить свои чувства. Медиатекст отличается явно выраженным и эмоционально окрашенным отношением автора к излагаемым фактам, в нем ярко отражается личность самого автора.

Эстетическая функция медиатекста направлена на удовлетворение своей формой в единстве с содержанием эстетического чувства адресата.

Концепция медиатекста как объёмного многоуровневого явления дополняется устойчивой системой параметров, позволяющей предельно точно описать тот или иной медиатекст по различным его признакам. Названная система включает существенные параметры:

- 1) способ производства текста (авторский – коллегиальный)
- 2) форма создания (устная – письменная)
- 3) форма воспроизведения (устная – письменная)
- 4) канал распространения (средство массовой информации – носитель: печать, радио, телевидение, Интернет)
- 5) функционально-жанровый тип текста
- 6) тематическая доминанта или принадлежность к тому или иному устойчивому медиатопику (политика, бизнес, спорт, культура, погода, новости внешней и внутрирегиональной жизни и т.д.).

Отдельного внимания заслуживает функционально-стилевая типология медиатекстов.

Подходы к возможностям функционально-жанрового описания текстов массовой коммуникации чрезвычайно многообразны. Среди них выделяется классификация, разработанная в рамках теории медиалингвистики, которая позволяет гибко сочетать устойчивую структуру с бесконечным разнообразием и подвижностью реального текстового материала.

Данная классификация выделяет четыре следующих основных типа медиатекстов:

- новости
- информационная аналитика и комментарий
- текст-очерк, иначе говоря, любые тематические материалы, удобно обозначаемые английским термином "features"
- реклама.

Современное общество характеризуется все возрастающей ролью средств массовой информации и коммуникации (печать, фотография, радио, кинематограф, телевидение, видео, мультимедийные компьютерные системы, Интернет), без использования которых немислимы современная жизнь и образование.

При интегрировании медиатекстов в учебный процесс во всем многообразии их

категорий преподавателю следует ориентироваться на типологию медиатекстов, позволяющую определить их отличительные характеристики с целью выбора оптимальных методов и приемов работы, направленных на интегрированное развитие медиакомпетенции и предметных знаний, навыков и умений[30].

1.2 Периодические печатные англоязычные издания и их онлайн-версии. Особенности англоязычных медиатекстов данного вида

Медиатексты, функционируя в современном информационном обществе, представляют собой одну из наиболее распространенных форм существования того или иного национального языка, т.к. в них фиксируется языковая норма. Следовательно, необходимо отметить важность медиатекстов как источника аутентичного материала при обучении английскому языку, поскольку данный вид текстов содержит не только социокультурную, но и лингвострановедческую информацию, которая расширяет кругозор учащихся. Источниками медиатекстов являются разнообразные средства массовой коммуникации – продукты телевидения, кино, прессы, интернета и т.д.

Тексты газет и журналов иностранной прессы представляют богатый источник экстралингвистической информации. Подобные тексты находятся в свободном доступе в сети Интернет и являются аутентичным средством обучения английскому языку. Преимущество подобных СМИ – разнотипность стилей и небольшой объем, удобный для использования на уроке. Также важен и широкий спектр тематической направленности текстов (политика, наука, образование, музыка, спорт, искусство и т.д.), обеспечивающий подбор материала для любого УМК и для любого уровня обучающихся. Для обучающихся старших классов особенно актуальны медиатексты, содержащие какую-либо проблему, творческое решение которой будет повышать мотивацию к изучению английского языка.

Эффективным средством изучения иностранного языка является также использование других форматов медиатекстов, например, статей новостных интернет-сайтов, репортажей, онлайн-трансляций англоязычных каналов (Discovery Channel, BBC, CNN, Euronews). Целевой аудиторией перечисленных англоязычных каналов является международная аудитория, сопричастность к которой при просмотре видео сюжетов формирует позитивное отношение к иноязычной культуре.

Средства массовой информации (СМИ) англоязычного мира справедливо считаются «магистралью эволюции западных средств массовой коммуникации (СМК) новейшего времени»: на английском языке выходят тысячи изданий в десятках стран, более 80% информации в Интернете распространяется на этом же языке, который, по объективным причинам, становится языком межкультурного диалога[24].

Периодические журналы и издания охватывают подавляющее большинство деловых интересов, профессий, видов спорта, увлечений и интересов, и предназначены для различных рынков и уровней образования.

Английские газеты подразделяются на региональные и общенациональные, которые, в свою очередь, делятся на "качественные газеты (Quality newspapers) и популярные (Popular newspapers).

По количеству газетной продукции на душу населения Великобритания идет впереди других капиталистических стран, уступая лишь Швеции. Даже при внешнем сопоставлении английских национальных ежедневных газет видно, что они подразделяются на упомянутые нами две группы. Английские «качественные» газеты отличаются строгой, некрикливой версткой, умеренными по величине шапками и заголовками, довольно небольшим объемом иллюстраций. Для «популярных», или «массовых», газет характерны крупные, на всю первую полосу шапки, краткие материалы, пестрая верстка, множество фотографий. Среди ежедневных национальных газет к «качественным» относятся "The Times", "Financial Times", "The Guardian" и "The Daily Telegraph"; к «популярным» - "Daily Mail", "Daily Express", "Daily Mirror", "The Sun".

Вся пресса США делится на три группы: 1) «трестированная периодика», объединяющая газеты и журналы, издаваемые трестами, издательскими концернами; 2) «нетрестированные органы печати» - сравнительно небольшое число газет и журналов, организационно не связанных с ведущими издательскими концернами и газетными трестами; 3) так называемая малая пресса - ежедневные газеты и журналы, распространяемые, как правило, в пределах одного города, небольшого промышленного или сельскохозяйственного района страны.

Среди газет и журналов «трестированной периодики» можно назвать "New York Daily News", "Des Moines Register", "Los Angeles Times". К «нетрестированной периодике» относятся ведущие газеты, издаваемые в крупнейших промышленных центрах США: "New York Times", "Wall Street Journal", "New York Post". Провинциальные газеты обычно входят в так называемые «чейны»; chain - цепочка - объединения, находящиеся под контролем одного из газетных магнатов. Целый ряд «чейнов» полностью контролируется газетными трестами и издательскими концернами большой прессы. Малая пресса ориентирует читателя в рамках интересов данного штата и города. Информация, публикуемая на страницах местных газет, в основном отвечает интересам местных торговых фирм, освещает события, интересующие читателя этих районов. Однако многополосность газет малой прессы позволяет также публиковать и другие сообщения.

Вследствие сложившихся традиций, а также из-за чрезвычайно больших расстояний между населенными пунктами, периодика Канады носит, как правило, региональный характер. Для прессы Канады свойственна характерная для большинства

капиталистических стран довольно высокая степень концентрации. Значительная часть периодической печати издается несколькими крупнейшими газетно-журнальными объединениями. Центральное место среди них занимают группы "Free Press Publication", "Southam Press" и группа лорда Томсона, контролирующая 27 местных газет. Крупнейшими газетами являются "Globe and Mail" и "Toronto Star".

Как известно, зарубежные материалы традиционной (бумажной) прессы, включая англоязычные газеты, очень часто бывают малодоступны в России во всём своём многообразии, и учителям до появления электронной прессы порой приходилось довольствоваться лишь материалами «Moscow News». Однако с появлением и распространением в Интернете онлайн-вариантов газетной прессы появилась реальная возможность использовать аутентичные материалы англоязычных газет и журналов на занятиях по иностранному языку.

Рассмотрим подробнее интернет-версии некоторых из британских бумажных газетных изданий.

The Guardian - самая известная британская газета. Причем если в наши дни она известна своими либеральными взглядами и быстрой реакцией на происходящие в мире и Великобритании события, то раньше известность ей принесли типографские ошибки. Это издание раньше часто высмеивали: бывало, что в выпусках газеты находили по несколько ляпов. Даже собственное название The Guardian умудрялись писать с ошибками.

На сайте издания вы найдете рубрики политических и мировых новостей, новости спорта и футбола (ему отведена почетная отдельная рубрика), экономики, культуры, мира моды, современных технологий, образа жизни, путешествий, а также интервью с известными людьми.

Если ваш уровень Pre-Intermediate или Intermediate, советуют начать чтение с новостей из разделов «Образ жизни», «Путешествия», «Мир моды». В этих публикациях вы вряд ли столкнетесь со специфическими сложными словами и оборотами речи. Если ваш уровень Upper-Intermediate и выше, старайтесь читать разные новости и планомерно пополнять свой словарный запас лексикой из разных сфер жизни.

Так же на сайте есть особый раздел с большим количеством статей, специально подобранных для изучения английского как иностранного.

Одно из старейших американских изданий, The Washington Post, было основано в 1877 году. Сайт издания похож на предыдущий, здесь тоже освещаются новости политики, спорта, мира бизнеса, автомобильной промышленности, события в мире и в городах Америки. Есть и раздел «Образ жизни», в котором вы найдете публикации по теме моды,

путешествий, кулинарные рецепты и т. п.

Кроме обычных газетных статей на этом сайте есть и видео-новости, они опубликованы в рубрике Post TV.

Одна из самых известных газет в мире, английская The Times, впервые вышла в 1785 году. Интересный факт: именно это издание «подарило» нам самый популярный шрифт Times New Roman. Так, в 1931 году типограф Морисон написал статью, в которой жестко раскритиковал газету за плохое качество печати. И уже в 1932 году газета стала выходить в новом оформлении: она была набрана всем известным шрифтом.

Газета освещает новости Великобритании и события в мире, новости здоровья, политики, экономики, спорта, образования, культуры, науки и техники. Как и в предыдущих изданиях, тут есть раздел Daily Life, где можно отдохнуть от серьезных статей и почитать увлекательные публикации о еде и путешествиях, психологии и моде.

Сравнительно молодое британское издание The Independent начало выходить в 1986 году. Название газеты красноречиво говорит о ее содержании: как правило, в статьях защищаются права человека и жестко критикуются случаи их нарушения.

На сайте представлены новости в таких рубриках, как «Политика», «Люди», «Мнения», «Спорт», «Технологии», «Жизнь», «Имущество», «Искусство», «Путешествия», «Деньги», «Лучшее», «Студенты», «Предложения».

Популярная сегодня газета The Daily Telegraph была основана в 1855 году. Причем если в наши дни цель издания — держать людей в курсе мировых событий, то в далеком 1855 году ее основатель полковник Артур Слай стал издавать газету с единственным намерением — критиковать в статьях герцога Кембриджского. Впрочем, все усилия Слая были тщетны: через несколько лет герцог стал главнокомандующим британской армией.

Как и другие издания, The Daily Telegraph ежедневно публикует статьи разной тематики: политика, экономика, технологии, спорт, здоровье, мировые новости, культура, мода, путешествия и т. п.

Очень информативен ресурс с вызывающим названием The Big Project. Здесь находится коллекция ссылок на сайты всех центральных британских газет, на главные местные английские газеты, а также на веб-страницы по вопросам бизнеса и новостные ресурсы.

На протяжении многих лет язык средств массовой информации рассматривался исследователями как воплощение определённого стандарта и нормы литературного языка. Однако, некоторые британские и отечественные лингвисты, занимающиеся изучением языка газетной публицистики последних трёх десятилетий, отмечают неуклонную

трансформацию последнего в направлении все большей доходчивости и разговорности. Каноны подачи материалов в современной газетной публицистике заметно изменились и сводятся, по мнению В. Риверс, к «трём китам» - «простота, ясность и сила (simplicity, clarity and force)», а «разговорный английский язык локтями пробился в средства массовой информации», чтобы наиболее полно их реализовать. В качестве преобладающей стилиевой черты сегодняшних британских газет считается стиль неофициального письма (informal writing)[21].

При характеристике газетной лексики исследователи отмечают большой процент собственных имен: топонимов, антропонимов, названий учреждений и организаций и т. д., более высокий по сравнению с другими стилями процент числительных и вообще слов, относящихся к лексико-грамматическому полю множественности, и обилие дат.

Рассматривая лексику в денотативном плане, многие авторы отмечают наличие абстрактных слов, хотя информация, как правило, конкретна. В плане коннотаций отмечается обилие не столько эмоциональной, сколько оценочной и экспрессивной лексики. Эта оценочность часто проявляется в выборе характерной лексики.

Для газетного стиля английского языка характерно использование политических и экономических терминов, а также газетных клише, сокращений и неологизмов. Грамматической особенностью новостных сообщений является наличие сложных синтаксических конструкций. Это обусловлено необходимостью изложить наиболее кратко большое количество фактов.

Социальная ситуация общения для газеты весьма специфична. Газета средство информации и средство убеждения. Она рассчитана на массовую и притом очень неординарную аудиторию, которую она должна удержать, заставить себя читать. Газету обычно читают в условиях, когда сосредоточиться довольно трудно: в метро, в поезде, отдыхая после работы, в обеденный перерыв, заполняя освободившийся короткий промежуток времени и т.п. Отсюда необходимость так организовать газетную информацию, чтобы передать ее быстро, сжато, сообщить основное, даже если заметка не будет дочитана до конца, и оказать на читателя определенное эмоциональное воздействие. Изложение не должно требовать от читателя предварительной подготовки, зависимость от контекста должна быть минимальной. Вместе с тем наряду с обычной, постоянно повторяющейся тематикой в газете появляется практически любая тематика, почему-либо оказывающаяся актуальной. Затем эти новые ситуации и аргументы тоже начинают повторяться. Эта повторяемость, а также и то, что журналист обычно не имеет времени на тщательную обработку материала, ведет к частому использованию штампов. Все это и

создает своеобразие стилеобразующих факторов газетного текста.

Газетный стиль (или язык прессы) является одним из жанров публицистического текста. Как известно, основной коммуникативной задачей газетного стиля является передача информации реципиенту с определенной оценочной позиции. На первый план в газетном сообщении выступает именно передача достоверной информации[11]. Отсюда следует широкое использование терминологии, например,

A.D.H.D. (attention – deficit hyperactivity disorder) – гиперактивное нарушение, связанное с рассеянным вниманием.

Как известно, перевод терминологии на русский язык или на какие-либо другие языки относительно прост, так как термины в основном не зависят от контекста и употребляются как готовые слова и словосочетания.

С передачей достоверной информации и точных фактов в газетной статье связано частое упоминание имен собственных, известных широким массам.

Например,

Barack Obama, Washington, the Great Depression, National Public Radio.

Нередки случаи упоминания имен собственных в сокращенном виде, прежде всего, в связи с их известностью, например,

L.A. (Los Angeles), NY Post (New York Post), NIC (National Intelligence Council).

Следует отметить частое употребление разговорной лексики, включая сленг, жаргонизмы, диалектизмы.

Фразеология в газетном стиле, как и во всех публицистических текстах, присутствует в большом количестве. Например,

To patch holes – залатать прорехи;

The nickel and dime – не требует больших расходов;

For a rainy day – на черный день.

К области фразеологии можно отнести и обилие различных клише, а именно: вводные обороты (in the same way, it is reported), образные клише (to bring to light), политические устойчивые обороты (depressed shares, an economic impact)[2].

Исследователи отмечают, что наибольший интерес представляют особенности газетного стиля, связанные с заголовками статей. В заголовках можно наблюдать частное использование разговорного стиля речи. Например,

Amid poverty and hunger, armies fight to grab wealth of mines and forests. Военные хотят заграбастать себе шахты и леса, принадлежащие бедноте.

Кроме того, интересно использование многозначности слов в заголовках газетных

статей. Как известно, одно и то же слово в заголовке может иметь совершенно разные лексические значения, например,

Green Gets a Holiday Update. – Зелень сделает праздник современным.

С точки зрения грамматики, газетные заголовки представляют наибольший интерес для исследователей данного вопроса.

Представляет интерес и так называемая «формула читабельности» (readability formula), предложенная Р. Флэш[29]. Основные компоненты этой формулы следующие: стремление к наименьшей оптимальной длине абзаца, предложения; использование личных местоимений, имён, географических названий, дат; использование «стимуляторов интереса» (human interest elements) в виде необычных фактов, явлений; использование «прозрачного» синтаксиса и лексики.

Как отмечает Г.А.Орлов, в рамках каждой из британских газет прослеживается «смягчение» речи (в сторону разговорности и непринуждённости) по мере «смягчения» жанра (от жанра редакционного комментария к жанру светской хроники, читательских писем)[19].

Редакторами крупнейшего американского еженедельника «Time» создан особый стиль подачи материалов, известный под названием «тайм-стайл», который отличается стилевым эффектом новизны и свежестью словоупотребления. Многие языковые новшества, появившиеся в этом журнале, распространились на газеты и журналы не только США, но и Великобритании. В книге Орлова рассматриваются лишь те из них, которые получили наиболее широкое распространение в языке современной американской прессы. Это:

- 1) широкое употребление сложных прилагательных;
- 2) контрактуры - сложносокращённые существительные, образованные из двух или более простых таким образом, что часть одного слова, соединяясь с частью другого, обозначает новое понятие[19].

Кроме того, «тайм-стайл» отличается огромным количеством разговорных выражений, словечек, неологизмов и жаргонизмов, которые еженедельник «Time» начал использовать в своих статьях одним из первых.

Само существование «тайм-стайла» является прямым доказательством того, что тенденция к разговорности, краткости, к более доступной и в то же время ёмкой форме подачи информации становится ведущей в языке современной англоязычной прессы.

Язык современных газетных статей часто эмоционально насыщен, что приближает его к языку художественной литературы. Мы встречаем в нем образные сравнения,

метафоры, идиомы, элементы юмора, сарказма, иронии и т. д.

Смещение разговорных и книжных элементов языка становится ведущей лексической характеристикой современных английских газетных статей, рассчитывающих на завоевание доверия широких масс читателей.

Современным английским газетным статьям присуща также внелитературная лексика. Диалектизмы, вульгаризмы, жаргонизмы, арготизмы, просторечия активно используются создателями текстов в качестве стилистических средств. Сегодня газетный текст являет собой пример взаимодействия нормированного книжного языка, народно-речевой стихии и жаргона. Отступления от литературной нормы в процессе порождения текста создают определенную тональность, оценочность, экспрессивность, способствуют созданию реалистичности при описании явлений.

Иноязычные массмедиа являются сегодня одним из важнейших средств обучения языку и культуре. Однако презентации медиатекстов в учебной аудитории должен предшествовать всесторонний анализ информации: её источника, способов подачи, социокультурного фона сообщений. На основе такого анализа разрабатываются стратегии методической работы с данными текстами, способствующие их эффективному использованию.

При использовании этих сайтов в процессе обучения необходимо:

1. В полной мере использовать плюрализм информационного пространства, который, в отличие от ситуации информационного вакуума, позволит обучающимся ознакомиться с интерпретацией фактов или событий из разных социокультурных перспектив и сделать собственные выводы.

2. Продумать стратегии развития у обучающихся критического мышления, которое позволит им отделять факты и их субъективную подачу, формулировать обоснованные выводы и давать оценку событиям.

3. Сообщить информацию о приемах манипулятивного воздействия масс-медиа и проработать варианты их нейтрализации.

1.3 Методика работы с газетной статьёй на уроках английского языка с целью обучения чтению и говорению

В последнее время в журнале «Иностранные языки в школе» появилось много работ, посвященных проблеме использования иноязычных масс-медиа в процессе обучения иностранному языку в средней школе. Тексты СМИ, используемые в обучении, также относятся к медиатекстам.

Работе с зарубежной прессой на уроках иностранного языка в СОШ посвящено много исследований отечественных и зарубежных учёных. Среди российских учёных можно назвать Барабаш Т.А., Малявин Д.В., Королькова В.А., Левицкая Т.Р., Фитерман А.М., Чичерина Н.В., Гальскова Н.Д, Кирсанова О.Ф., Телень Э.Ф.

Исследовав проблему использования аутентичных материалов на уроках английского языка как средства формирования иноязычной культурологической компетенции, Кирсанова О.Ф. представляет свою методику работы с газетными текстами. Она выделяет три этапа работы с газетной статьёй:

1 этап — работа с газетной статьёй до её прочтения. Учащимся предлагается просмотреть весь номер газеты и сказать, какие рубрики он содержит и которые из них привлекли внимание, объяснить почему. Для обсуждения выполненной работы можно использовать опорные схемы.

2 этап - ознакомительное чтение. На этом этапе учащиеся просматривают ту статью газеты, которая привлекла их внимание и ту, которую предлагает учитель, либо статью, соответствующую изучаемой теме из учебника.

3 этап — работа с текстом статьи. Поисковое чтение. Для осуществления такого вида чтения предлагаются задания типа: найти ответ на вопрос: когда произошло событие? Где оно произошло? В какой стране? Кто его главные участники? В каком абзаце содержится главная мысль текста? [11]

По словам автора [31], газеты важны, поскольку они включают в себя тексты различных видов и языковых стилей, которые не так легко найти в общепринятых источниках и учебниках английского языка. В газетах и журналах много стихотворений, комиксов и статей о новинках кино, о новых молодёжных движениях, спортивных клубах, музыке, искусстве, экологических проблемах.

Статья [20] посвящена способам применения газетной статьи на уроках английского языка в средних учебных заведениях и этапам работы с газетным текстом. Показано, что при помощи аутентичных текстов ученики смогут полнее и объёмнее

изучить английский язык, сформировать иноязычную культурологическую компетенцию.

В переводе с английского «аутентичный» обозначает «естественный». Этот термин чаще всего используется для характеристики текстов, применяемых на уроке. Аутентичным традиционно принято считать текст, который не был изначально предназначен для учебных целей. Работа с такими текстами требует сформированных общеучебных навыков, в частности, навыков работы со словарём и навыков самостоятельной работы в мини-группах и парах.

По словам Дмитрия Никитина, преподавателя английского языка и автора многочисленных учебных пособий по английскому языку [15], использовать газетную статью можно по-разному, осуществляя несколько уровней работы с текстом — предтекстовый и послетекстовый. На первом этапе, ещё не читая текст, можно попросить учеников предугадать содержание статьи по её заголовку или иллюстрации, задавая ученикам вопросы.

В ходе рассмотрения теоретических основ использования газетных статей на уроках английского языка в условиях современной школы были сделаны следующие выводы и заключения:

1. Основная цель занятий по английскому, согласно стандартам ФГОС, — это формирование коммуникативной компетентности, что означает способность осуществления межличностного и межкультурного общения на иностранном языке.

2. При отборе газетного материала к уроку в основе классификации могут также лежать основные виды речевой деятельности: чтение, письмо, говорение, аудирование, дающие названия основным разделам, причем каждый из которых может содержать несколько подразделов. При этом задания могут быть следующими: подчеркнуть в тексте все слова и выражения, которые понятны учащимся; подчеркнуть слова и выражения, являющиеся ключевыми в данном тексте;

3. До чтения учителю следует наметить следующие два этапа работы с газетным текстом: 1) ознакомить обучающихся с общим содержанием текста и определение цели работы; 2) помочь обучающимся разобраться в тексте, снять трудности лексического и грамматического характера.

В связи с тем, что газетные статьи сильно варьируются по объему и уровню сложности, у учителя появляется возможность подбора материала для занятий с обучающимися на различных этапах урока, а также для решения тех или иных задач обучения. Так, короткие статьи могут быть использованы для детальной проработки лексического и грамматического материала, длинные — для беглого просмотрового

чтения. Затем в работе рассматривается специфика отбора и классификации газетного материала к уроку. Здесь, прежде всего, важно верно классифицировать дидактический материал. В основе классификации газетного материала могут также лежать основные умения: чтение, письмо, говорение, аудирование, дающие названия основным разделам, причем каждый из которых может содержать несколько подразделов. Так, например, раздел «чтение» может включать также подразделы, как: «просмотровое чтение», «поисковое чтение» и т.д. Другими критериями, лежащими в основе классификации газетного материала, могут быть грамматические и лексические аспекты. Наиболее сложной в построении и использовании является классификация, в основе которой лежит уровень языковой сложности материала. Существует ряд факторов, позволяющих определить уровень языковой сложности газетной статьи: значительный объем сведений, информационная насыщенность, наличие диалогической структуры, хронологическая последовательность или ее отсутствие, определенное количество редко употребляемых слов и выражений, присутствие многозначных слов и выражений, наличие сложных грамматических конструкций и т.д. Осознавая важность работы с газетными материалами на ранних этапах формирования языковых умений и навыков, учителю необходимо сделать все возможное, чтобы снять языковые трудности и сделать газетный материал доступным и интересным для учащихся.

Приступая к работе с газетными статьями, предлагается провести беседу о газетах, издаваемых в иноязычных странах. Хорошо принести отдельные номера таких газет и показать ученикам. Необходимо познакомить ребят с общей структурой газет, перечислить рубрики, имеющиеся в газетах, обратить их внимание на материалы, рассказывающие о жизни школы, учебе, быте и отдыхе молодежи, о спорте и событиях культурной жизни. Следует научить просматривать бегло газетные тексты, обращая внимание на заголовки статей и набранные выделенным шрифтом блоки текста, чтобы получить общее представление о номере.

На начальной стадии работы с текстом учитель сам определяет статьи, подходящие ребятам для прочтения и их обсуждения. Такие статьи должны быть:

- не слишком большими по объему (18-20 строк газетного столбца);
- доступными для понимания по лексическому составу и тематике;
- интересными по содержанию;
- актуальными по тематике; имеющими воспитательное значение.

Наиболее удобным учебным материалом для начального этапа работы с газетой являются сообщения о визитах государственных и общественных деятелей

и др. корреспонденции информационного характера. Материалы такого рода отличаются краткостью и лаконичностью, что очень важно на данном этапе. Следует подбирать газетные тексты с таким расчетом, чтобы в них был минимум незнакомых слов, и чтобы содержащаяся информация, была уже известна учащимся из сообщений российских газет, радио и телевидения. При чтении информационного материала учитель просит учащихся выявить знакомые названия, сокращения, типичные традиционные газетные словосочетания или клише. При этом одновременно отрабатывается произношение имен собственных, географических названий и других трудных слов. Статья прочитывается и переводится под руководством учителя, который помогает устранить лексические и грамматические трудности. Это время желательно проводить работу над наиболее распространенными словами и устойчивыми словосочетаниями, часто встречающимися в газетных текстах. Тренировать учащихся в их употреблении можно путем вопросов, подставочных таблиц, а также с помощью перевода.

Так, например, при чтении статьи об оказании экономической помощи другим государствам целесообразно изучить слова и словосочетания, связанные с понятием помощи: Assistance, aid, help — помощь; To render assistance - оказывать помощь; To offer assistance - предлагать помощь; Mutual assistance - взаимная помощь; All-round assistance (help) - всесторонняя помощь.

Общеизвестно, что существует такие уровни работы с текстом – предтекстовый, текстовый и послетекстовый.

Одним из этапов предтекстового уровня является работа с заголовками. Приступая непосредственно к работе с газетой, необходимо обратить внимание учащихся на ту функцию, которую выполняют заголовки, и на их многообразие.

Заголовок газетной статьи, как известно, является своеобразным ключом к пониманию статьи в целом. Помимо передачи общей идеи, общего содержания статьи заголовок привлекает внимание читателя и вызывает его интерес. Правильное понимание и перевод заголовков американских и других англоязычных газет обычно затруднены для человека, не знакомого с правилами их составления. Заголовки могут быть информативного характера и эмоционального. В них может ставиться вопрос, они могут быть направлены на то, чтобы стимулировать фантазию читателя. В заголовке могут содержаться основные элементы текста или части текста. Заголовок может отсылать к контексту, сведениям, уже знакомым читателю по предыдущим публикациям. А самыми трудными для понимания и

перевода являются заголовки, опирающиеся на культурные и бытовые знания носителя языка, на ассоциации, связанные с хорошо известными реалиями духовной жизни или современной бытовой среды. Такие заголовки почти всегда построены на игре слов. В некоторых случаях учащимся следует рассказать о некоторых событиях и реалиях, без которых заголовки невозможно понять полностью. Предугадать содержание статьи по её заголовку можно, задав ученикам вопросы:

Who do you think the person in the picture?

What will happen next?

Where do you think it is happening?

Why is the person angry/sad/happy?

Who is the person mentioned in the heading?

What part of paper do you think the headline appears in? Sport? News?

В процессе первого этапа работы с газетой учащиеся должны опираться на:

- знание важнейших политических и общественных событий, происходящих в России и за рубежом;
- языковую догадку;
- понимание лексико-грамматической структуры словосочетания;
- знание интернациональных слов;
- созвучие с родным языком.

Для работы с газетой на первом этапе можно использовать типовые упражнения: найдите знакомые слова и выражения в заголовке; найдите знакомые элементы английских пословиц или поговорок, которые вы знаете; расшифруйте знакомые сокращения в заголовках; найдите знакомые географические названия, имена собственные и реалии в заголовках; найдите случаи, когда в заголовках представлен источник информации; прочитайте заголовок и выскажите своё предположение относительно содержания статьи.

Очень эффективным и полезным при работе над лексическими единицами на предтекстовом уровне является чтение **подписей под иллюстрациями**. При работе над переводом подписей под фотоматериалами и политическими карикатурами школьники опираются на языковую догадку, возможности, применения которой расширяются за счет большей наглядности материала. Газетная иллюстрация как фактор наглядности имеет ряд особенностей, которые выгодно отличают её от других средств наглядности, используемых в старших классах.

1. Газетная иллюстрация всегда злободневна, актуальна, содержит новейшую

информацию, освещает самые последние события. Такая особенность является существенной. Она позволяет учесть возрастные особенности старшеклассников и приблизить обучение к их интеллектуальным запросам.

2. Газетная иллюстрация разнообразна по тематике, она освещает все стороны жизни.

3. Знакомит обучающихся с современным английским языком. Здесь имеются в виду не только язык подписей, но и язык плакатов, лозунгов, транспарантов на снимках, показывающих демонстрации, забастовки, марши мира.

4. Газетная иллюстрация проста в пользовании, её легко можно показать классу с помощью эпидиаскопа. Подборки газетных иллюстраций послужат раздаточным материалом.

Цели работы с газетными иллюстрациями в обучении английскому языку могут быть разнообразными. Иллюстрации и тексты к ним, а также тексты плакатов и транспарантов могут найти широкое применение при работе над лексическими единицами, при изучении грамматических явлений, для обучения чтению, в работе по развитию навыков и умений в устной речи. Итак, при работе над переводом подписей под фотоматериалами, иллюстрациями, желательно, чтобы учитель вначале сам прочитал подпись, а затем попросил одного из учеников перевести её, помогая ему в трудных местах. Затем после стилистической обработки прочитывается окончательный вариант перевода. Благодаря регулярно проводимой работе у школьников вырабатываются навыки аудирования и запоминания слов и выражений, типичных для газетно-информационного стиля; кроме того, им приходится постоянно повторять и воспроизводить имена собственные, географические названия правительственных учреждений, должностей и т.п. Это способствует снятию трудностей, которые возникают у школьников при понимании страноведческих реалий.

Для работы с газетой на втором этапе можно использовать упражнения: правильно прочитайте и переведите географические названия; найдите в подписях под фотоматериалами наиболее употребительные газетные выражения и клише; найдите эквиваленты следующих словосочетаний и газетных клише (они даются на русском языке); найдите в тексте слова, о значении которых легко можно догадаться по контексту; найдите в тексте слова, напоминающие по звучанию и написанию русские; скажите, в каком значении употребляются подчеркнутые слова в тексте (в прямом или переносном); найдите слова и словосочетания, которые вы считаете ключевыми в данном тексте.

Для работы с газетой на третьем этапе можно использовать упражнения:

прочитайте статью и найдите в ней ответы на поставленные вопросы (которые готовятся учителем заранее); выразите в одном предложении мысль, заключенную в первом абзаце статьи; просмотрите статью и найдите в ней цитаты, даты, цифровые данные, условные обозначения и т.п.; расположите в хронологическом порядке те события, о которых идет речь в статье; прочитайте статью и найдите ключевые предложения, передающие её основную мысль, аргументируйте свой выбор; дайте статье другой заголовок, полнее передающий то, о чём говорится, аргументируйте свою точку зрения.

После того как газетная заметка прочитана, учащиеся кратко излагают её содержание сначала на русском, либо сразу на английском языке. При использовании схемы для пересказа количество и сложность составляемых обучающимися высказываний будут варьироваться от 4-5 простых фраз до 10-12-сложных предложений с разветвленной синтаксической структурой и разнообразной лексикой. Основными методическими принципами работы при этом являются:

- тщательный подбор материала с учетом его актуальности, информационной и идейно - политической значимости, пригодности для обсуждения и пересказа;
- четкая целенаправленность каждого этапа урока;
- учёт индивидуальных особенностей обучающихся;
- учет уровня языковой подготовки учащихся, их умений и навыков

Чтобы научить извлекать из текста необходимые сведения, преподаватель указывает на содержащиеся в самом тексте вербальные и визуальные опознавательные знаки (цифры, собственные имена, выделенные курсивом собственные слова, ключевые слова и выражения). Опознавательными знаками могут быть и чисто лингвистические компоненты текста. К ним, в первую очередь, относятся связки и коннекторы. На них держится логическое и временное единство текста (высказывания). Если ученики и узнают их визуально, то в устной речи очень плохо их используют. А некоторые широко применяемые и необходимые для целостности высказывания “связки” просто не знают. Лучше всего в школе известны временные коннекторы, хуже всего – логические. Конечно, обучаемые не смогут сразу усвоить большинство слов-коннекторов из списка, предложенного преподавателем. Но постепенное их усвоение будет способствовать с одной стороны более полному пониманию текстовой информации, поскольку в письменном высказывании они помогают понять его логическое развитие, являясь лингвистическими опознавательными знаками. С другой стороны, владение временными и логическими коннекторами помогает выработке навыков структурирования собственного высказывания.

Завершить работу с газетным текстом и проверить, насколько эффективно выполнена основная целевая установка: научить школьников читать, понимать и переводить газетные статьи, вести беседу и делать краткие сообщения по газетному материалу нужно выполнением заданий творческого характера:

1. Доклад. Один из учащихся выступает с заранее подготовленным обзором номера газеты, а затем отвечает на вопросы товарищей.

2. Семинар. Несколько учащихся готовят рефератное изложение статей, посвященных событиям внутренней жизни, международным событиям, спортивным комментариям и потом отвечают на вопросы учителя.

3. "Пресс-конференция". Этот вид работы требует особенно тщательной подготовки и хорошего знания газетного материала. Ведущий распределяет среди учащихся роли "корреспондентов" и "специалистов-международников". В круг его обязанностей входит объявление "пресс-конференций" открытой (закрытой), представление слова выступающим и др. вопросы организационного характера. "Корреспонденты" должны задавать вопросы "специалистам", т.е. фактически брать интервью. Возможно некоторое расхождение во мнениях между "специалистами", в результате чего во время "пресс-конференции" могут возникнуть дискуссии, учащиеся творчески, активно участвуют в работе.

Из всего выше сказанного следует, что работа с газетой - это вид учебной деятельности, в которой ученик «вынужден» много работать самостоятельно, добывая знания. Это работа со словарем, разными источниками информации, выполнение упражнений и заданий учителя, подготовка доклада, составление рассказа по плану. В результате проделанной работы ученик овладевает элементами системного подхода к тексту, который воспринимается как носитель определённой информации.

Таким образом, предлагаемые формы работы с газетным материалом учат комплексно подходить к тексту, извлекать информацию из контекста, осваивать культурологические и бытовые реалии.

При работе с онлайн-версиями газет наблюдается ряд преимуществ и особенностей. В первую очередь, это оперативность предоставления информации. В наше время информация устаревает очень быстро, а Интернет позволяет развивать максимальную скорость доступа к ней. Существует множество разнообразных возможностей широкого использования on-line-потоков (то есть передачи информации в режиме реального времени). Это разнообразные трансляции, ленты новостей и т. д. При этом интернет-сайт не имеет ограничений по объему и времени показа. В отличие от

телевидения или радиовещания, интернет-сайт может предоставить свежую информацию в полном объеме в любое время. Любое сетевое издание может обновлять статьи столько раз в день, сколько заблагорассудится, и выдавать ленту новостей в режиме реального времени. С другой стороны, Интернет позволяет накапливать и хранить информацию. То есть создавать архивы любой глубины. Вместо того, чтобы подробно описывать какую-то проблему и ее развитие, автор может просто поставить гиперссылку на исходные материалы, тем самым сэкономив место. Электронное издание предоставляет также коммуникативные опции: обратная связь с читателем, оценка материалов издания, обсуждения в форумах и блогах[16]. Возможных технических решений у онлайн-газеты существует масса: функция поиска, предоставление информации в любом виде (текст, картинка, графика, аудиофайл, видеофайл), push-каналы и т. д.

Цифровые версии газет помогают учащимся обогащать словарь, получать знания о стране и культуре, быть в курсе текущей ситуации в мире. При сравнении статей, посвященных одной теме, но взятых из разных источников, дети учатся анализировать, а также знакомятся с методами пропаганды и способами манипуляций посредством прессы, что, в свою очередь формирует у них критическое мышление.

Так же к преимуществам использования на уроках онлайн-версий вместо печатных можно отнести возможность одновременной работы с несколькими изданиями по заданной тематике.

Интернет не изживает газеты и журналы, а заставляет их эволюционировать: менять форму подачи информации, находить новые способы привлечения аудитории.

Так как на завершающем этапе работы со статьёй предполагается выступление обучающегося с докладом, личным мнением либо комментарием, целесообразно рассмотреть такой вид речевой деятельности как говорение.

Целью обучения говорению на уроке иностранного языка является формирование таких речевых навыков, которые позволили бы обучающемуся использовать их в неучебной речевой практике на уровне общепринятого бытового общения [27].

Реализация этой цели связана с формированием у обучающихся следующих коммуникативных умений:

- а) понимать и порождать иноязычные высказывания в соответствии с конкретной ситуацией общения, речевой задачей и коммуникативным намерением;
- б) осуществлять свое речевое и неречевое поведение, принимая во внимание правила общения и национально-культурные особенности страны изучаемого языка;
- в) пользоваться рациональными приемами овладения иностранным языком,

самостоятельно совершенствоваться в нем.

Способность к общению на иностранном языке предполагает также формирование у обучающихся определенных качеств, делающих процесс овладения языком как средством межкультурной коммуникации наиболее эффективным. Речь идет о воспитании в обучающемся [4]:

- интереса и положительного отношения к изучаемому языку, к культуре народа, говорящего на этом языке;
- понимания себя как личности, принадлежащей к определенному языковому и культурному сообществу, а также общечеловеческого сознания;
- понимания важности изучения иностранного языка;
- потребности в самообразовании.

Важным является также развитие у обучающихся общеязыковых, интеллектуальных, познавательных способностей, психических процессов, лежащих в основе овладения иноязычным общением, а также эмоций, чувств учащихся, их готовности к общению, культуры общения в разных видах коллективного взаимодействия [5].

Наполнение содержания обучения аутентичной информацией о стране изучаемого языка, последовательная опора на социокультурный и речевой опыт учащихся в родном языке и сопоставление этого опыта с приобретаемыми на уроке иностранного языка знаниями, навыками и умениями призваны сформировать у школьников широкое представление о достижениях культур собственного народа и народа страны изучаемого языка.

По окончании курса обучения иностранному языку у обучающихся должны быть сформированы следующие коммуникативные умения [6]:

1. В области говорения:

- осуществлять диалогическое общение со взрослыми и со сверстниками, в том числе и с носителями изучаемого языка, в пределах сфер, тематики и ситуаций общения;
- делать высказывания о себе и об окружающем мире, о прочитанном, увиденном, услышанном, выражая при этом свое отношение к воспринятой информации или предмету высказывания.

2. В области аудирования [6]:

- в условиях непосредственного общения, в том числе с носителем иностранного языка, понимать и реагировать на устные высказывания партнеров по общению в пределах сфер тематики и речевых ситуаций;

- понимать просьбы и указания учителя, сверстников, связанные с учебными и игровыми ситуациями в классе;

- понимать общее содержание учебных, а также небольших и несложных аутентичных текстов (рассказы, стихи и др.) и реагировать вербально и преимущественно невербально на их содержание;

- полностью и точно понимать короткие сообщения преимущественно монологического характера, построенные на знакомом обучающимся языковом материале.

При формировании навыков говорения на уроке иностранного языка важно, чтобы процесс обучения проходил на изучаемом языке, но в тоже время он не должен концентрироваться только на языковых проблемах. В своей совокупности уроки иностранного языка должны быть типологически разными, при этом приоритетная тема постоянно меняется в зависимости от конкретной цели текущего урока. На уроке решает одну главную задачу, при этом остальные являются сопутствующими. Отсюда и определение типов уроков развития того или иного вида речевой деятельности, уроков ознакомления, тренировки, контроля и т.д. [6].

Однако навыки говорения, как и любые другие навыки, не формируются сами собой. Для их становления необходимо использовать специальные упражнения и задания, а значит, должны быть и уроки, направленные главным образом на развитие навыков говорения.

В содержание обучения иностранным языкам входят:

- языковой материал (фонетический, лексический, грамматический), правила его оформления и навыки оперирования ими;

- сферы общения, темы и ситуации;

- речевые умения, характеризующие уровень практического владения иностранным языком как средством общения;

- комплекс знаний и представлений о национально-культурных особенностях и реалиях страны изучаемого языка, минимум этикетных форм речи для общения в различных сферах и ситуациях;

- общие учебные умения, рациональные приемы умственного труда, обеспечивающие формирование речевых навыков и умений самосовершенствоваться в иностранном языке.

Как уже отмечалось выше, устноречевое общение может иметь монологическую, диалогическую или полилогическую форму.

Содержание урока целью которого является обучение монологу.

Тематические планы урока строятся исходя из разновидностей монолога, которые встречаются в реальном общении. В частности, к ним можно отнести:

- приветственную речь;
- похвалу;
- порицание;
- лекцию;
- рассказ;
- характеристику;
- описание;
- обвинительную или оправдательную речь и т.д.

Прежде чем начать произносить монолог в реальной жизни, человек хорошо понимает, зачем он это делает, и произносит его только в том случае, если действительно хочет выговориться или считает это необходимым. Цель монолога определяется речевой ситуацией, которая, в свою очередь, определена местом, временем, аудиторией и конкретной речевой задачей.

На уроке все несколько иначе. Ситуацию надо создать, а иначе исчезает самая важная и самая первая характеристика монолога - целенаправленность, которая в значительной степени определяет и все остальное. В целом монолог обладает следующими характеристиками [4]:

- целенаправленность (соответствие речевой задаче);
- непрерывный характер;
- логичность;
- смысловая законченность;
- самостоятельность;
- выразительность.

В отечественной методике обучения иностранным языкам выделяют два основных пути формирования умений говорения [5]:

- 1) «сверху вниз»;
- 2) «снизу вверх».

Первый путь предполагает развитие монологических навыков на основе прочитанного текста. Второй путь связан с развитием этих навыков без опоры на текст, отталкиваясь лишь от тематики и проблематики обсуждаемых вопросов, изученной лексики и грамматики, а также речевых структур[5].

Рассмотрим каждый из них более подробно.

Содержание урока построенного по методу: путь «сверху вниз».

Речь идет о формировании монологических умений на основе различных этапов работы с текстом. Данный путь имеет целый ряд преимуществ.

Во-первых, текст достаточно полно очерчивает речевую ситуацию и учителю не надо придумывать хитроумные способы для ее создания на уроке. В данном случае речь идет лишь о ее использовании для порождения речевых высказываний учащихся и о частичном видоизменении с помощью речевых установок и упражнений [5].

Уже на предтекстовом этапе учащиеся составляют мини-монологи, предвосхищая содержание текста, комментируя его заголовки и т.д..

Задания после прочтения текста предполагают более продолжительные высказывания. Здесь же происходит установление логико-смысловых связей речи, анализ использованных средств выразительности, речевых приемов, способов аргументации и т.д. Вот лишь некоторые из заданий, которые составляют содержание урока [4]:

1. Ответить на вопросы на понимание содержания и смысла прочитанного текста.
2. Согласиться с утверждениями или опровергнуть их.
3. Выбрать глаголы, прилагательные, идиоматические выражения, тропы, с помощью которых автор выражает свое отношение к людям, событиям, природе и т.д.
4. Доказать, что...
5. Определить основную идею текста.
6. Охарактеризовать...
7. Кратко изложить содержание текста, составить аннотацию к тексту, дать рецензию на текст.
8. Рассказать текст от лица главного героя (злодея, наблюдателя, сплетника, журналиста и т.д.).
9. Придумать другой конец для рассказа.

Во-вторых, грамотно отобранные тексты имеют высокую степень информативности, а значит, и определяют содержательную ценность речевых высказываний учащихся, способствуют реализации образовательных целей обучения.

В-третьих, аутентичные тексты различных жанров дают хорошую языковую и речевую опору, образец для подражания, основу для составления собственных речевых высказываний по образцу.

Содержание урока, построенного по методу: путь «снизу вверх».

В данном случае монолог строится без опоры на конкретный текст [9]. Данный путь применяется учителем в следующих случаях:

1. На начальном этапе обучения, когда ученики еще не умеют читать или когда учебные тексты для чтения вряд ли могут предложить серьезную содержательную основу для развития навыков говорения.

2. На среднем и старшем этапах обучения, когда языковой и содержательный уровень знаний по обсуждаемой теме или проблеме достаточно высок. В данном случае предполагаемые монологи могут строиться не столько на материале одного конкретного текста, сколько на основе многих текстов, прочитанных или прослушанных на родном и иностранном языках. Как правило, в данном случае предполагается использовать межпредметные связи, общее понимание вопроса, его индивидуальную трактовку и т.д.

3. Для того чтобы получить желаемый уровень монологической речи в данном случае, учитель должен быть уверен, что:

- у обучающихся есть достаточный информационный запас по данной теме (с учетом межпредметных связей);
- уровень языка (лексический и грамматический) достаточен для успешного обсуждения данной темы на иностранном языке;
- в речевом репертуаре обучающихся имеется необходимый запас средств реализации различных речевых функций (согласия, не согласия, передачи или запроса информации и т.д.);
- обучающиеся владеют речевыми умениями (способами связи различных речевых высказываний, дискурсивными приемами, композицией речи и т.д.).

В соответствии с принципом интеграции и дифференциации обучение практически всем аспектам языка и видам речевой деятельности тесно взаимосвязано. Если при обучении монологу путем «сверху вниз» мы установили тесную связь с работой над текстами, то в данном случае можно проследить аналогичные параллели с формированием лексических навыков речи, особенно на этапе работы на уровне предложения и сверхфразового единства.

Содержание урока, целью которого является обучение диалогу.

В обучении монологу и диалогу есть много общего, но тем не менее следует признать, что для учебного общения диалогическая речь представляет гораздо больше трудностей, чем монологическая. Безусловно, многое зависит от ситуации, психологических особенностей учащихся, множества других факторов, но у данного утверждения есть вполне объективное обоснование.

Можно выделить следующие основные характеристики диалога:

- реактивность;

- ситуативность.

Рассмотрим подробнее каждую из них и определим, как данная характеристика диалога предопределяет объективные и субъективные сложности для учителя и ученика.

Реактивность. Именно данная черта диалогической речи обуславливает объективные трудности овладения данной формой общения на иностранном языке для учащихся. В основе этих трудностей лежат следующие причины.

1. Реакция партнера по общению может быть совершенно непредсказуема, например, он может неожиданно перевести разговор в другое русло. Не менее трудно справиться и с ситуацией, в которой реакции нет вообще. И в том и в другом случае необходимо по ходу общения изменять первоначально намеченную логику разговора, подключать разнообразные дискурсивные приемы для осуществления намеченной цели общения.

Нередки случаи, когда у обучающихся нет необходимых социальных навыков диалогического общения не только на иностранном, но и на родном языке, а, следовательно, учитель иностранного языка должен уметь их формировать практически заново. Отсутствие этих навыков проявляется не столько в незнании лексики, грамматики и т.д., сколько в неумении входить в контакт с людьми, вежливо отвечать на вопросы, проявлять заинтересованность в том, что говорит собеседник, поддерживать разговор с помощью простых реплик реагирования, адекватно использовать мимику, жесты, интонацию и другие паралингвистические средства.

В отличие от монолога, где автор сам определяет не только логику высказывания, но и выбор языковых и речевых средств, в диалоге мы всегда зависим от партнера. Помимо умения говорить, диалог предполагает умение аудировать. Здесь вступают в силу новые группы объективных трудностей, обусловленных индивидуальными особенностями речи говорящего, о которых подробно говорилось в лекции о формировании умений аудирования. Для успешного ведения диалога в этой связи необходимо иметь определенный уровень развития речевого слуха, компенсаторных умений, вероятностного прогнозирования и т. д. Таким образом, обучающимся необходимо овладеть определенным набором реплик реагирования, сформировать готовность к взаимодействию в неожиданных ситуациях, овладеть необходимыми компенсаторными технологиями.

Ситуативность. Как уже не раз отмечалось, речь не бывает вне ситуации. И в монологе, и в диалоге именно ситуация определяет мотив говорения, который, в свою очередь, является источником порождения речи. Учебное общение имеет свою специфику, учебные монологи и диалоги не всегда протекают по тем же законам, что и в реальном

общении. Однако если установки типа «Расскажи нам о своей семье, любимом герое и т.д.» могут спровоцировать более или менее успешное монологическое высказывание, то вне заданной ситуации аналогичная установка на диалог явно не будет иметь успеха.

Ситуативность как одна из характерных черт диалога предполагает, что успешность диалогического общения на уроке во многом зависит от заданной ситуации и понимания учащимися речевой задачи общения.

Ситуативность составляет суть и предопределяет логику данной формы общения.

В отличие от монолога при обучении диалогу обычно выделяются всего две его разновидности: свободные и стандартные (типовые).

Традиционно к свободным диалогам относятся беседы, дискуссии, интервью, т.е. те формы речевого взаимодействия, где изначально содержательные границы общения каждого из партнеров, а значит, и общая логика развития разговора жестко не фиксируются социальными речевыми ролями. Следует, однако, признать, что граница между свободными и стандартными диалогами в реальном общении очень подвижна, эти разновидности диалогов могут легко трансформироваться в ходе развития речевого общения в зависимости от изменений речевой ситуации.

При обучении диалогу выделяются те же пути, что и при обучении монологу. Очевидно, что обучение диалогу путем «сверху вниз» является наиболее, оптимальным для обучения стандартным, или типовым, диалогам.

Опорами для составления собственных диалогов в данном случае могут служить:

- сами тексты диалогов-моделей;
- содержание речевой установки учителя на составление видоизмененных диалогов;
- описание ролей, получаемых отдельно каждым из участников диалога;
- картинки или видеосюжет, проигрываемый без звука.

Обучение диалогу путем «снизу-вверх» предполагает, что у обучающихся по какой-либо причине нет исходного диалога-образца. Здесь может быть несколько вариантов:

- обучающиеся не умеют читать и не могут воспользоваться приведенным образцом;
- уровень речевого развития достаточно высок, поэтому единый образец уже не нужен;
- предполагаемый диалог относится к разновидности свободного диалога, и образец будет только сковывать инициативу и творчество обучающихся.

Следует отметить, что речь идет не просто об использовании диалога, а об обучении диалогической форме общения. Следовательно, даже без диалога-опоры речь

идет о совершенствовании диалогических навыков и умений.

Некоторые из базовых речевых умений:

- 1) умение задавать вопросы разных типов;
- 2) логично, последовательно и понятно отвечать на поставленные вопросы;
- 3) использовать различные реплики реагирования в процессе общения, проявляя заинтересованность, внимание и активное участие в разговоре;
- 4) употреблять различные вводные структуры и клишированные выражения;
- 5) пользоваться различными способами реализации речевых функций, таких, как выражение согласия или несогласия, сомнения, удовлетворения, неудовольствия, просьбы, вежливого отказа и т.д.

Обобщая вышеизложенное, можно сделать следующие выводы:

1. Целью обучения говорению на уроке иностранного языка является формирование таких речевых навыков, которые позволили бы обучающемуся использовать их в неучебной речевой практике на уровне общепринятого бытового общения.

2. Для формирования речевых навыков необходимо использовать специальные упражнения и задания, а значит, должны быть и уроки, направленные главным образом на развитие навыков говорения.

3. Устное общение может иметь монологическую, диалогическую или полилогическую форму.

4. Содержание урока целью которого является обучение монологу включает в себя:

- тематические планы с такими разновидностями монолога как: приветственная речь; похвала; порицание; лекция; рассказ; характеристику; описание; обвинительную или оправдательную речь и т.д.;

- подготовку обучающегося на предтекстовом уровне;

- формулировка задания по обсуждению прочитанного текста.

5. Содержание урока целью которого является обучение диалогу включает в себя:

- формирование опор для составления собственных диалогов, которыми могут служить: тексты диалогов-моделей; содержание речевой установки учителя на составление видоизмененных диалогов; описание ролей, получаемых отдельно каждым из участников диалога; картинки или видеосюжет, проигрываемый без звука;

- формирование базовых речевых умений, таких как: умение задавать вопросы разных типов; логично, последовательно и понятно отвечать на поставленные вопросы; использовать различные реплики реагирования и т.д.

1.4 Блог как разновидность медиатекста

Блог-платформы уже давно являются одним из самых популярных средств распространения информации в Интернете, а блоги вполне успешно конкурируют с такими устоявшимися информационными каналами, как СМИ.

В отличие от традиционных газет и журналов, и их интернет-версий, у блогосферы, безусловно, имеются большие преимущества в способах подачи информации. Эти преимущества заключаются в скорости, масштабе ее распространения, количестве откликов после ее просмотра, способах выражения (одно слово, предложение, текст, фотография, рисунок, видео и т.д.). Проводя параллели с электронными версиями СМИ, необходимо отметить более либеральный характер подачи информации в блогах по форме, по содержанию и по авторству. Вопреки демократичному характеру интернета, информация в статьях официальных электронных СМИ строится по определенным шаблонам и правилам. В блогосфере можно представить информацию анонимно, если у автора отсутствует желание быть узнанным. Принимая во внимание активное взаимодействие СМИ с блогосферой и включение ее в качестве самостоятельного раздела онлайн-газет и журналов, необходимо отметить возрастающее влияние блогов как на саму журналистику, так и на подачу и распространение информации в современном мире.

Предпосылки к созданию термина «блог» появились в Интернет-среде в 1997 году, с подачи Йорна Баргера, американского программиста, одного из тех, кто стоял у истоков «веб-логгинга» (от английских “web” – сеть, «logging» — ведение журнала). Публикуя свои ежедневные записи под именем “Robot Wisdom”, Баргер преследовал цель «обрести аудиторию, способную увидеть связи между его интересами». Будучи, по всей видимости, человеком творческим, он не захотел называть свою деятельность уже устоявшимся понятием «Веб-публикации», и дал этому процессу имя “Weblog”. Спустя 2 года – в 1999 на сайте Peterme.com появился шуточный вариант использования данного термина: Петер Мерхольц ввел написание «we blog». Эта шуточная «игра с буквами» очень понравилась ряду продвинутых в ИТ-сфере персон, например, программисту и ИТ-предпринимателю Э. Уильямсу (принимал непосредственное участие в создании Blogger.com и Twitter), и довольно быстро слово “Blog” вошло в оборот. Сейчас, спустя 20 лет, понятие «Блог» и процесс – блоггинг, настолько прочно вплелись в Интернет-жизнь, Интернет-культуру, что многие используют его как само собой разумеющееся.

Основными отличительными характеристиками блога являются хронологический порядок записей и публичность. Особенно важен второй аспект, поскольку ведение блога обычно очень тесно связано с «аудиторией»: отклики и комментарии – пожалуй, главный

индикатор того, что читателю деятельность автора-блогера интересна.

Блог дает возможность писателю самостоятельно публиковать почти все, что ему нравится, без всевозможных цензур и ограничений. Чтобы начать вести блог, не надо иметь журналистского образования, да и вообще любого образования. Можно прямо сейчас сесть и записать свои мысли, скачать фотографии или даже выложить на Youtube видео. «Фишка» блогов именно в определенной не профессиональности и в полной свободе выражения собственных мыслей. Иногда читать абсолютно идеально отредактированные статьи на сайтах совсем неинтересно. Лучше, чтобы человек твоего возраста понятным языком доступно, как во время разговора с другом в интерактивной форме рассказал о продукте или новости.

8 англоязычных блогов для изучения языка:

1. The Londoner

Рози (автор блога) рассказывает о своей повседневной жизни в Лондоне: обменивается рецептами, стильными советами и историями о своей собаке, вместе с которой она исследует город.

2. Deliciously Ella

Элла делится замечательными кулинарными идеями и экспериментами с выпечкой из необработанных продуктов или ингредиентов, выращенных своими руками.

3. BBC Learning English

Блог содержит сотни простых видеороликов, статей и бесплатных упражнений, которые помогут любому человеку заговорить на английском почти как на родном и совершенствовать своё понимание.

4. World of Wanderlust

Блог для ненасытных фанатов культуры, которые хотят практиковать свой английский и планировать будущую поездку одновременно. В нём полно маленьких подсказок для любителей путешествовать.

5. Hannah Gale

Ханна делится мыслями об отношениях, книгах, развлечениях, моде и журналистике. Её посты близки каждому и легки для понимания. Приятным бонусом будет расширение словарного запаса британским сленгом.

6. Perfect English Grammar

Интерактивные упражнения по грамматике английского языка помогут выучить неправильные глаголы и разобраться в страдательном залоге. Простые примеры объясняют сложные правила.

7. Hand luggage only

Как пишут сами авторы, блог родился во дворе Кембриджского университета.

Ребята рассказывают истории о своих путешествиях, добавляя к ним красочные фотографии.

8. Young adventuress

Можно часами читать весёлые истории, наполняющие страницы этого блога. Но есть одна вещь, которая делает их особенными - опыт. Автор блога в какой-то момент решила переехать из США в Новую Зеландию. В блоге можно найти много полезной информации о переезде в другую страну и сложностях, с которыми можно столкнуться.

1.5 Методика работы с рекламным буклетом

Традиционно реклама рассматривается как особый вид текста, который, являясь одним из инструментов, стимулирующих экономические процессы, одновременно обладает огромной силой психологического воздействия на общество[14]. Жанр печатной рекламы включает рекламное объявление, рекламную статью и рекламную брошюру.

Современная лингвистика текста относит рекламу к разряду креолизованных текстов «фактура которых состоит из двух негомогенных частей: вербальной (языковой/речевой) и невербальной (принадлежащей к другим знаковым системам, нежели единственный язык)»[1]. Мир креолизованных текстов многообразен: газетно-публицистические тексты, научно-технические, тексты-инструкции, иллюстрированные, художественные тексты, тексты рекламы, афиши, комиксы, плакаты, листовки и пр. Роль креолизованных текстов, по мнению лингвистов, стремительно возрастает по мере «эскалации изображения».

Подобные тексты обладают своими нормами, регулирующими «внешнее» оформление текста. Знание этих норм позволяет коммуникантам безошибочно, не вникая в содержание текста, отличить по паралингвистическому оформлению газетный лист от стихотворного или текста рекламы. Так, в текстах рекламы отдается предпочтение фотографиям, вербальная и иконическая части (рисунок, фотография, схема и др.) встречаются в разных комбинациях.

Относясь к утилитарным, «примитивным» текстам, рекламные тексты вместе с тем являются, по мнению специалистов в межкультурной коммуникации, наиболее мобильными, динамичными текстами, занимающими ведущее место в средствах массовой коммуникации. Посредством рекламы осуществляется знакомство с чужой материальной и духовной культурой, адаптация к ее восприятию в иной национальной среде. В рекламе в упрощенном виде отражается самосознание, самооценка собственной лингвокультурной общности, формируется отношение к иным лингвокультурным общностям.

Известно, что основным требованием, предъявляемым к тексту рекламного сообщения, является максимальное количество информации при минимальном объеме текста. Сжатость изложения должна сочетаться с выразительностью и экспрессивностью, в связи с чем возникает дополнительный ряд переводческих проблем.

Процесс перевода рекламных текстов следует понимать, как «передачу информации, содержащейся в данном произведении речи, средством другого языка»[14]. Под информацией, которую производитель стремится донести до потребителя, следует понимать имидж товара. Основным критерием эквивалентности текста перевода и текста

оригинала следует считать их коммуникативную адекватность. Сам текст рекламы представляет собой неразрывное единство вербального и невербального компонентов, что необходимо учитывать при его переводе на русский язык.

Основными языковыми трудностями при переводе являются названия местности, вопросы с опущением вспомогательного глагола, эллиптические предложения с присоединительной связью.

Обучающимся не хватает знаний американской истории при переводе таких предложений, как «Let Springfield bring Lincoln to life for you and your family», «When you visit, do what Washington did» и т.п. Атрибутивные словосочетания также представляют собой трудность при переводе: «free Creole Nature Trail National Scenic Byway Brochure». Членение текста с использованием присоединительной связи вызывает наибольшие затруднения при переводе: «Adventures to last a lifetime. From glamorous capitals to breathtaking natural wonders and remarkable historic treasures, come discover it all in Nevada! »

В связи с этим на уроках английского языка практикуются упражнения на перевод географических названий, на повторение порядка слов в предложении, повторение повелительного наклонения, на словообразование, на перевод атрибутивных словосочетаний и т.п. Прежде чем приступить к работе с отдельным объявлением на карточке, разбирается с комментариями образец.

Рекламная брошюра имеет небольшой размер, объем варьируется от 8-12 страниц до 30-60 страниц в путеводителях. Рекламный проспект является ее разновидностью и обычно складывается. Назначение рекламной брошюры заключается в том, чтобы сообщить адресату информацию о туристическом объекте как цели путешествия и дать необходимые рекомендации для ее осуществления. В зависимости от характера брошюры наряду с физико-геометрическим пространством (карта) в ней может быть представлено историческое пространство (фото замков, старинных картин, статуй и т.п.), а также мистическое пространство (например, в путеводителях для паломников). Локальная информация отвечает требованиям конкретности, точности, познавательности, наглядности и увлекательности. Если в некоторых брошюрах содержится значительный объем конкретной вербальной информации прикладного характера, то складные рекламные проспекты отвечают скорее рекламным и эстетическим задачам. Воспроизводимые в них визуальны красоты природы и достопримечательности призваны произвести впечатление на адресата, побудить его к более близкому знакомству с ними. Для вербальной части подобных проспектов характерна некоторая художественность, поэтичность стиля. Пространственные отношения представлены в данных брошюрах и

перспектах статичным и динамичным пространством.

Статичное пространство лежит в основе описания пространственных реалий. Образно-визуальная статика передается в них благодаря использованию фотографий, рисунков. Динамичное пространство лежит в основе описания маршрута следования к туристским объектам[1]. В соединении с вербальной частью созданию динамического пространства могут способствовать иконические средства— план города или местности, в котором изображен маршрут, опознавательные знаки достопримечательностей.

Использованные без вербального сопровождения иконические средства (изображения видов природы, архитектурных памятников и др.) служат воспроизведению определенного локального колорита, настроения, атмосферы описания. Их применение диктуется также полиграфическими и коммерческими целями стремлением сделать издание более нарядным, привлекательным и более дорогим для читателей. Брошюры и проспекты заканчиваются указанием телефонов, факсов или сайтов турагентств.

До того, как обучающиеся получают индивидуальное задание по переводу рекламной брошюры, коллективно разбирается образец, предварительно размноженный на ксероксе. В ходе анализа снимаются языковые трудности, характерные для определенной серии брошюр или проспектов.

Упражнения на снятие языковых трудностей, культурологический поиск перевода реалий, коллективная работа с образцами текстов разно-жанровой рекламы подводят обучающихся к такому творческому виду работы, как разработка собственных рекламных объявлений и проспектов о родном крае. Как правило, за основу берутся британские или американские образцы. Текст сопровождается отсканированными фотографиями природы, представителей местной флоры и фауны, рисунками, картами и схемами туристских троп.

Таким образом, рекламные тексты разных жанров не только способствуют расширению кругозора, росту мотивации изучения иностранного языка, но также формируют их социокультурную компетенцию.

Глава 2. Разработка комплекса упражнений в качестве дополнительного методического материала на уроках английского языка

Практическая часть выпускной квалификационной работы является доказательством выдвигаемой гипотезы о том, что эффективное использование аутентичных материалов, в частности англоязычных медиатекстов, положительно влияет на формирование коммуникативной компетенции, которая, согласно стандартам ФГОС, является основной целью изучения английского языка.

Опытно-экспериментальная работа проводилась в 2018 году в МАОУ СОШ №143 в 8 "а" и 8 "б" классах. Всего экспериментом было задействовано 29 человек. В эксперименте было задействовано два восьмых класса, каждый по пол группы. Эксперимент проводился по одной программе, которая состояла в следующем:

1. Анализ программных требований к изучению английского языка в средней школе
2. Анализ программ по английскому языку (для 8 класса)
3. Подбор материала
4. Описание эксперимента
5. Выводы эксперимента

Прежде чем приступить к экспериментальной части работы проанализированы требования к изучению английского языка в средней школе, а также программа УМК «Английский язык» авторов Кузовлева В.П., Лапа Н. М., Перегудовой Э.Ш. и др. по английскому языку для восьмых классов.

2.1 Анализ программных требований к изучению английского языка в средней школе

Современный мир требует от человека умения ориентироваться в информационных потоках, способности интегрироваться в них и творчески самореализоваться. Для выработки у подростка навыков саморегуляции, необходимо создавать медийную среду, в которой обучение, помимо приобретения знаний, умений и навыков, будет способствовать решению основных задач, необходимых для успешной социализации- рост самосознания и формированию коммуникативных компетенций. Но для этого необходимо сформулировать основные направления в школьном медиаобразовании, четко разграничить пиар, творчество и журналистику, понимая, что между ними общего и чем они отличаются, подготовить соответствующих специалистов.

Важным аспектом являются требования ФГОС к предметным, метапредметным и личностным результатам обучения английскому языку.

Реализация данных требований происходит на уроках английского языка путем совместной деятельности учителя и ученика, в постановке целей и задач урока, в выборе форм, способов, приемов деятельности. ФГОС диктует требования, связанные с универсальными действиями на уроках английского языка, учитель на этапе формулирования цели и темы урока образует познавательные и регулятивные УУД.

ФГОС требует следующие результаты при освоении базового курса английского языка[17]:

1) сформированность коммуникативной иноязычной компетенции, необходимой для успешной социализации и самореализации, как инструмента межкультурного общения в современном поликультурном мире;

2) владение знаниями о социокультурной специфике страны/стран изучаемого языка и умение строить свое речевое и неречевое поведение адекватно этой специфике; умение выделять общее и различное в культуре родной страны и страны/стран изучаемого языка;

3) достижение порогового уровня владения иностранным языком, позволяющего выпускникам общаться в устной и письменной формах как с носителями изучаемого иностранного языка, так и с представителями других стран, использующими данный язык как средство общения;

4) сформированность умения использовать иностранный язык как средство для получения информации из иноязычных источников в образовательных и самообразовательных целях

2.2 Анализ УМК “English-8” авторов Кузовлева В.П., Лапа Н. М., Перегудовой Э.Ш. и др.

В 8 классе продолжительность обучения составляет 34 недели, учебная неделя – 6 дней, урок по продолжительности занимает 40 минут. Планирование по УМК «Английский язык» (8 класс) авторов Кузовлева В.П., Лапа Н. М., Перегудовой Э.Ш. и др. рассчитано на 102 часа, 3 учебных часа в неделю. Предметная линия учебников «Английский язык» авторов Кузовлева В.П., Лапа Н. М., Перегудовой Э.Ш. и др. (ОАО «Издательство «Просвещение» 2011г.) в соответствии с регламентом, принятым Министерством образования и науки РФ, включена в Федеральный перечень учебников, рекомендованных Министерством образования и науки РФ. Научным руководителем авторского коллектива является академик Пассов Е.И, автор программы - концепции коммуникативного иноязычного образования «Развитие индивидуальности в диалоге культур».

Завершенная линия учебников для 2-11 классов общеобразовательных учреждений разработана с учетом требований Федерального государственного образовательного стандарта начального общего образования (ФГОС) и Примерной программы начального общего образования по иностранному языку, Федерального государственного образовательного стандарта основного общего образования (ФГОС) и Примерной программы основного общего образования по иностранному языку. Содержание учебников соотнесено также с Фундаментальным ядром содержания общего образования, Программой формирования универсальных учебных действий и другими основными документами, обеспечивающими реализацию ФГОС. Содержание всех учебников позволяет достичь планируемых результатов обучения предусмотренных ФГОС: личностных, метапредметных и предметных.

В данной работе изучен УМК для восьмого класса. В состав УМК входит книга для учащихся (Student's book). Учебник построен в соответствии с базисным учебным планом: 3 часа в неделю для 8 класса. Материал в учебниках организован в циклы. Каждый цикл в Учебниках имеет свое название и знакомит российских школьников с определенной сферой жизни их сверстников из англоязычных стран. В основу овладения речевым материалом во всех учебниках положен принцип комплексности, предполагающий взаимосвязанное обучение всем видам речевой деятельности.

Циклы имеют единую структуру, которая включает в себя

- уроки формирования лексических навыков,
- уроки формирования грамматических навыков,

- уроки развития умения читать,
- уроки совершенствования речевых навыков в монологической и диалогической формах речи,
- уроки развития умения самоконтроля и самооценки.

В Учебник включено несколько приложений:

1. Грамматический справочник;
2. Лингвострановедческий справочник, дающий краткие пояснения некоторых фактов культуры стран изучаемого языка и России;
3. Англо-русский словарь;
4. Список имен собственных и географических названий;
5. Таблица форм неправильных глаголов;
6. «Учись учиться», содержащее памятки для формирования СУУ и УУД.

Учебники тесно связаны с другими компонентами УМК. В них содержатся ссылки на Рабочую тетрадь и книгу для чтения.

Книга для чтения составлена таким образом, чтобы домашнее чтение органически включалось в содержание всего цикла уроков, развивая и углубляя его содержание. Обучение чтению строится на отрывках из художественных произведений, предназначенных для учащихся данной возрастной группы и популярных среди английских и американских сверстников. В книгу для чтения наряду с произведениями классиков детской литературы включены отрывки из произведений наиболее популярных современных авторов. В неё также вошли разнообразные типы аутентичных текстов: короткие рассказы, отрывки из литературных произведений, комиксы, стихи, и т.д. Тексты сопровождаются разнообразными упражнениями для развития умения читать. Книга для чтения снабжена англо-русским словарём, лингвострановедческим справочником, списком личных имён и географических названий.

УМК разработан на основе концепция коммуникативного иноязычного образования «Развитие индивидуальности в диалоге культур». Эта концепция полностью соответствует требованиям нового образовательного стандарта. В учебниках данного УМК эти требования реализованы через четыре глобальных аспекта иноязычного образования - познавательный (социокультурный), развивающий, воспитательный и учебный. УМК обеспечивает не только обучение английскому языку, но и развивает индивидуальность ученика в диалоге культур. Используя деятельностный принцип обучения иностранным языкам, ведущей целью определена коммуникативная цель - формирование коммуникативной компетенции, которая, в свою очередь, включает лингвистический,

социолингвистический и прагматический компоненты. Последний компонент включает практическое владение изучаемым языком с учетом личностных характеристик ученика, особенностей его предыдущего языкового опыта, культуры, приобретенных ранее умений и навыков, в том числе

Целью познавательного (социокультурного) аспекта является овладение знаниями о культуре другого народа, включая знания о языке как части иностранной культуры. Для этого в УМК используются различные средства: отображение актуальной действительности: иллюстрации, фото, слайды, компьютерные программы, анкеты, билеты, этикетки, репродукции картин художников стран изучаемого языка; отрывки из текстовых произведений: художественной литературы; справочной и научно-энциклопедической литературы (путеводители, карты и т. п.); материалов СМИ; разговорный массив: аутентичные диалоговые тексты; объяснения и показ строя языка; речевые образцы; правила-инструкции; структурные и функциональные обобщения; фоновые знания, содержащиеся в топонимике, пословицах, крылатых выражениях, безэквивалентной лексике; сведения о невербальных средствах общения и многое другое.

Сама идея УМК заключается в том, чтобы максимально активизировать и интеллектуальную, и эмоциональную сферы личности обучающихся, задействовать все каналы поступления информации.

2.3 Комплекс упражнений

Известно, что на современном этапе развития общества резко возрастает культурообразующая функция образования. Принцип культуросообразности разработан такими учеными как А.А. Миролюбов, Е.И. Пассов, В.В. Сафонова, П.В. Сысоев. Согласно данному принципу воспитание и обучение иностранным языкам строится в соответствии с ценностями и нормами национальной культуры и региональными традициями, не противоречащими общечеловеческим ценностям. Считается, что применение прагматических текстов (рекламы, проездных билетов, плакатов и т.п.) на уроках иностранного языка отвечает этому принципу и в свою очередь способствует росту мотивации изучения иностранного языка, погружает обучающихся в современную действительность страны изучаемого языка, расширяет их страноведческий и лингвистический кругозор.

В качестве аутентичных материалов к темам первого раздела УМК были предложены: рекламная открытка по следам Джейн Остин по городу Бат в Англии, а также открытки с отрывками из романов Джейн Остин «Разум и чувство» и «Мэнсфилд-парк» (см. приложения 1-4)

По предложенным открыткам можно не только ознакомиться с содержанием романов, с биографией Джейн Остин, но также увидеть наряды, традиции той эпохи по красочным иллюстрациям.

Благодаря красочности и необычному формату текста обучающиеся проявили должный интерес к данному виду деятельности.

В качестве вступительного слова учителем проводится вводная беседа об авторе (Джейн Остин) и его произведениях.

После этого осуществляется этап снятия лексических трудностей:

to captivate – очаровать, увлекать

in vain – напрасно, тщетно, зря, впустую

a condescension – снисхождение, снисходительность

a pug- мопс

plain – простой, обычный, некрасивый

neat – аккуратный, чистый, опрятный, изящный

a wit – остроумие, ум, разум

an obligingness – услужливость, почтительность, любезность, обязательность

to beg – просить, умолять, выпрашивать

to bow – кланяться

a destiny – судьба

to scold – ругать

a fainting fit - обморок

Комплекс упражнений по работе с открытками

Упражнения, используемые на **предтекстовом** этапе:

1. В качестве первого упражнения была предложена работа с заголовком

2. Использование ассоциативного ряда, связанного с именем автора:

- Жанр текста?
- Место действий, время происходящего?

3. Описание внешности героев по иллюстрациям

На текстовом этапе было предложено чтение по ролям.

Послетекстовый этап начинаем с игры «Измени сюжет!»: обучающимся нужно изменить логическое содержание (сюжет) текста. Затем каждый ученик зачитывает свою версию.

Далее был устроен круглый стол по запомнившимся обучающимся фактам биографии Джейн Остин и моментам из отрывков романа.

В качестве домашнего задания – ознакомиться с другими произведениями Джейн Остин, составить аналогичную открытку по отрывку из произведения одного из отечественных авторов, опираясь на образец.

Следующий раздел связан с путешествиями. В связи с этой установкой была предложена работа с рекламными туристическими буклетами, а также с туристическими блогами.

Для разработки упражнений был взят блог с заголовком "Travelling – never a waste of money" с данного сайта (см. приложение 5).

<http://learnenglishteens.britishcouncil.org/magazine/life-around-world/travelling-never-waste-money>

Комплекс упражнений по работе с блогом

Упражнение 1

Прочитайте заголовок и скажите, о чем может говориться в данном блоге; найдите знакомые слова и выражения в заголовке.

Упражнение 2

Выберите из текста слова, относящиеся к данной теме (Путешествия – Travelling)

Упражнение 3

Найдите в тексте ответы на следующие вопросы:

3. What was the comedian's name?
4. Where was he from?
5. Where did he travel this year?
6. What kind of accommodation was the cheapest?
7. What was his advice?

Упражнение 4

Сократите текст до 10 предложений, оставив в нём самую важную информацию.

После прочтения блога предлагается план для обсуждения данного медиатекста. Он аналогичен плану разбора газетной статьи. В качестве завершающего этапа работы с блогом можно организовать круглый стол на данную тему. Этот вид деятельности позволяет проверить насколько эффективно выполнена основная цель работы с блогом - вести беседу, дискуссию по прочитанному материалу.

В качестве домашнего задания можно попросить оставить комментарий под данным постом касаясь его темы. Для этого под текстом поста есть раздел "Discussion", в котором автор блога задает вопросы своим читателям.

Также можно предложить самостоятельно выбрать понравившийся пост про путешествия, на уроке вкратце рассказать его суть и высказать мнение по прочитанному.

На данном сайте расположено огромное количество блогов на различные тематики, которые будут интересны обучающимся.

Комплекс упражнений по работе с туристическим буклетом

Для начала с обучающимися обсуждается практическая значимость туристических буклетов. Далее идёт перечисление объектов, которые могут быть представлены в туристическом буклете.

Будет хорошо обсудить, что следует включить в буклет:

Иллюстрации (картинки или собственные иллюстрации);

Текст (кратко, лаконично, интересные факты);

Возможно карта интересных и памятных мест.

Также необходимо обсудить примерную лексику, которую можно использовать для составления буклета.

Для работы были предложены 2 буклета: тур по достопримечательностям Парижа и рекламный буклет об отеле в Лондоне (см. приложение 6)

После просмотра структуры и прочтения информации в буклетах в качестве домашнего задания было дано составление туристического буклета о достопримечательностях Лондона (пеший тур, автобусный тур) (см. приложение 7) или составление рекламного буклета о возможностях проживания в одном из отелей Екатеринбурга.

Существует необходимость обсудить параметры защиты и оценки данной творческой работы.

Можно раздать небольшие таблички, в которых будут прописаны основные критерии и дети могут воспользоваться ими для оценки работ других обучающихся.

Оценка буклета

Критерии	Уровень		
	Высокий	Средний	Низкий
Творческое оформление			
Информативность содержания			
Грамотность			
Полнота раскрытия темы			
Оригинальность			

Оценка защиты буклета

Критерии	Уровень		
	Высокий	Средний	Низкий
Временной регламент			
Грамотность речи			
Оригинальность преподнесения информации			
Умение отвечать на вопросы			

Комплекс упражнений по работе с газетной статьёй

Для работы была выбрана онлайн-версия газеты The Telegraph. Обучающимся предложено ознакомиться с разделами газеты.

На первом этапе, который обычно проходит в виде беседы, я задаю обучающимся вопросы, связанные с тематикой текста, поясняю значение фактов, описываемых в тексте событий, даю характеристику отдельных лиц, упоминаемых в тексте. Это поможет в дальнейшем восприятии текста. Эти сведения должны вызвать у обучающихся интерес к информации, которую им предстоит получить из газетного текста. Поэтому здесь необходима тщательная подготовка учителя. На данном этапе идет чтение и перевод заголовков статей, чтение и перевод подписей под фотоматериалами, рисунками, карикатурами.

Для разбора подобрана статья с заголовком «British tourists risk hand gesture offence» из раздела Travel (см. приложение 8).

Упражнения предтекстового этапа:

1. Прочитайте заголовок и скажите, о чем может говориться в данной статье
2. Найдите знакомые слова и выражения в заголовке
3. Отметьте в заголовке интернациональные слова
4. Работа с иллюстрацией и подписью под ней: скажите, что изображено на фотографии и переведите подпись

Вторая задача учителя на подготовительном этапе – помочь учащимся разобраться в тексте, снять трудности лексического и грамматического характера. Целесообразно ознакомить учащихся с разнообразными газетными штампами.

Обучая газетной лексике, мы работаем со словосочетаниями, а не с отдельными словами. Целесообразна систематическая работа по накоплению газетных типовых фраз, поэтому рекомендуется завести с обучающимися "Газетный словарь".

Словарь к тексту

admitted – признанный, общепризнанный

annoying – раздражающий

commit (committed; committed) – совершать (правонарушение, плохой поступок)

despite – несмотря на, вопреки чему-л.

extending – вытягивание, растяжение; удлинение

gesture – жест; телодвижение

inhibit (inhibited; inhibited) – задерживать, сдерживать; подавлять

insulting – оскорбительный, бранный; обидный

just as – точно так же

offence – обида, оскорбление

run the risk – подвергаться риску

survey – опрос, анкетирование

unaware – не знающий, не ведающий

unwitting – невольно, непреднамеренно; нечаянно, случайно

После того как газетная заметка прочитана, обучающиеся кратко излагают её содержание сначала на русском, либо (в зависимости от подготовленности) сразу на английском языке.

Упражнение 1

Ответьте на вопросы по тексту статьи:

What hand gesture is highly offensive in such countries as France, Italy and Spain?

How many percent of British tourists use hand gestures in everyday conversations?

Who are considered much more demonstrative?

What is your opinion about this hand gesture?

Упражнение 2

Заполните пропуски в предложениях, выбрав один из вариантов ответов:

1. The “sign of the horns” is often demonstrated by music fans.
a) pop b) rock c) hip-hop
2. British tourists use hand gestures in everyday
a) work b) life c) conversation
3. The are named as the most likely to use hand gestures during a conversation.
a) Italians b) Russians c) Swedes
4. 2% of British admitted to speaking more loudly as a way of communicating with those not fluent in English.
a) residents b) celebrities c) travellers

Для передачи содержания статьи можно использовать схему пересказа.

1. The newspaper under review is ...

The issue provides much information on ...

The issue carries numerous articles on foreign (home, sporting) news...

The sports column covers the events of the championship...

2. The paper says (writes, reports) that ...

The paper (article) carries material about...

3. The headline of the article is...

4. It is written by a British (American, Russian) journalist...

5. The article reviews the latest events abroad (current events at home) ...

The article (author) goes on to say that (to speak about, to discuss something)

The article begins with a description of events in...

Information on the situation in ...

Then the author speaks about something (reports something) in detail.

At the end of the article the author says that...

The author draws the conclusion that...

6. From my point of view, the most interesting items (facts) in the article are following...

Заключение

Социально-экономические изменения, произошедшие и происходящие в нашей стране, привели к решительному пересмотру места и роли иностранного языка в жизни общества. Изменение статуса иностранного языка в системе школьного образования повлияло на перестановку приоритетов в работе учителей иностранного языка. Проблема преподавания иностранного языка в школе в настоящее время актуальна. Известно, что целью обучения иностранному языку является формирование коммуникативной компетенции, включающей в себя как языковую, так и социокультурную компетенцию. Изучение иностранного языка призвано сформировать личность, способную и желающую участвовать в межкультурной коммуникации.

В соответствии с новыми целевыми установками задача учителя иностранного языка заключается в обеспечении условий для приобщения личности обучающегося к иноязычной культуре и подготовки его к эффективному участию в диалоге культур. Поэтому на уроке иностранного языка особое место следует отводить таким формам занятий, которые обеспечивают активное участие в уроке каждого ученика, стимулируют речевое общение, способствуют формированию интереса и стремления изучать иностранный язык.

Одним из путей решения этих задач является использование аутентичных материалов, в том числе медиатекстов. Исследования ряда авторов, как Воронина Г.И., Кричевская К.С., Носович Е.В., Мильруд О.П. и др., утверждают, что работа с различными видами аутентичных материалов способствует повышению коммуникативно-познавательной мотивации, формирует лингвострановедческую и интеркультурную компетенцию, положительно воздействует на личностно-эмоциональное состояние учащихся, обеспечивает возможность одновременного обращения к языку и культуре.

Уроки по исследуемому УМК спланированы таким образом, что учитель стремится создать условия для формирования у обучающихся межкультурной компетенции, предполагающей интерес к особенностям чужой культуры через использование в учебном процессе аутентичных (взятых из жизни) материалов. Центральное место в педагогическом процессе должно занять формирование способности к межкультурной коммуникации, к диалогу культур, что особенно важно сейчас, когда «смешение народов, языков, культур» достигло невиданного размаха и, как всегда, остро встала проблема воспитания терпимости к чужим культурам, пробуждения уважения и интереса к ним. Поэтому одной из актуальных проблем в преподавании иностранного языка сегодня является необходимость более глубокого изучения мира носителей языка и, как следствие,

формирование социокультурной компетенции учащихся.

В данной работе был проанализирован учебно-методический комплекс “English 8”, при анализе выявлено, что медиа-материал в учебном комплексе представлен недостаточно, поэтому был разработан комплекс упражнений с медиатекстами к школьному учебнику “English 8”. Разработанные задания были апробированы на уроках английского языка.

Выполнение заданий к медиатекстам способствовало достижению таких целей, как развитие иноязычной коммуникативной компетенции. Ученики овладели новыми навыками, изучили новые языковые средства в соответствии с темами, ситуациями. Обучающиеся выполняли разнообразные задания к тексту, позволяющие расширить лексический запас, совершенствовать речевые навыки.

Кроме этого, тексты (медиатексты) носят воспитательный характер, чтение и изучение текстов повышает культуру ученика, заставляет задуматься о глобальных проблемах и аспектах человеческой жизни.

Приведенная в данной работе система упражнений дает возможность совершенствовать умения самостоятельно преодолевать трудности языкового и смыслового характера, читать с полным пониманием текста. Следовательно, разработанный комплекс упражнений представляется эффективным, поскольку проводимая на уроках работа с текстом способствует развитию сформированных ранее умений чтения, в частности умений, необходимых для ориентации в логико-смысловой структуре текста, нахождение заданной информации и сопоставление ее с информацией, имеющейся у учеников.

В результате внедрения и реализации медиатекстов в образовательный процесс учитель может создать базовую модель урока, включающий три стадии: вызова, осмысления, рефлексии. На любой из стадий педагог может применять медиатекст. Ожидаемые результаты от внедрения медиаобразовательных технологий: возможность сделать учебный процесс технологичным; уход учителя от монологического способа взаимоотношений «учитель-ученик»; включение творческого компонента обучения; повышение мотивации обучающихся к обучению.

Использование медиатекстов на уроках английского языка позволяет расширить границы мира обучающихся, открывая для них окно в мир современной иноязычной культуры.

Перечень ключевых понятий

Медиа - это обширное понятие, которое включает в себя всю совокупность информационных средств и приемов, служащих для передачи конкретному потребителю сообщения (печатное слово, музыкальная композиция, радиопередача и т.п.) в той или иной форме.

Медиатекст – конкретный результат медиапродукции – информационное сообщение, изложенное в любом виде и жанре медиа (газетная статья, телепередача, видеоклип, фильм и пр.).

Аутентичный - подлинный, достоверный, соответствующий оригиналу, первоисточнику.

К аутентичным материалам относят подлинные литературные, фольклорные, изобразительные, музыкальные произведения, предметы реальной действительности, такие, как одежда, мебель, посуда и их иллюстративные изображения.

Компетенция – это область вопросов, в которой человек осведомлен и обладает определенными знаниями, опытом.

Компетенция в педагогике - это интегрированный результат овладения содержанием образования, выраженного в готовности ученика применить усвоенные знания, навыки, умения, способы деятельности определенных жизненных ситуаций для решения теоретических и практических задач.

Коммуникативная компетенция (communicative competence) - способность осуществлять общение посредством языка, то есть передавать мысли и обмениваться ими в различных ситуациях в процессе взаимодействия с другими участниками общения, правильно используя систему языковых и речевых норм и выбирая коммуникативное поведение, адекватное аутентичной ситуации общения. Коммуникативная компетенция не является личностной характеристикой того или иного человека; ее сформированность проявляется в процессе общения.

Медиакомпетенция - это способность использовать знания и умения в области медиа в учебной деятельности и в будущей профессиональной деятельности; владение новыми технологиями, понимание условий их применения, их достоинства и недостатки, способность критически относиться к распространяемой по каналам СМИ информации и рекламе.

Учебно-методический комплекс (УМК) дисциплины — стандартное название для совокупности учебно-методической документации, средств обучения и контроля,

разрабатываемых в высшей школе Российской Федерации для каждой дисциплины. УМК должен включать полную информацию, достаточную для прохождения дисциплины. УМК предназначены для обеспечения открытости образовательного процесса и должны быть доступны любому желающему.

Список использованной литературы

1. Анисимова, Е.Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов) [Текст]: / Учебное пособие для студентов факультетов иностранных языков вузов/ Е.Е. Анисимова. - М.: Академия, 2003. - 128с.
2. Антрушина, Г. Б. Лексикология английского языка. English lexicology : учебник и практикум для академического бакалавриата / Г. Б. Антрушина, О. В. Афанасьева, Н. Н. Морозова. — 8-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 287 с.
3. Бухбиндер В.А. Устная речь как процесс и как предмет обучения //Очерки методики обучения устной речи на иностранных языках /Под ред. В. А. Бухбиндера. Киев: КГУ, 1980, с. 568.
4. Вайсбурд М.Л. Теоретические основы методики обучения иностранным языкам в средней школе. М., Просвещение, 1981, с. 278.
5. Вайсбурд М.Л. Типы задач в обучении иноязычной речевой деятельности //Развитие познавательной активности в процессе овладения речевой деятельностью на иностранном языке. -- М.: АПН/НИИСиМО, 1983, с. 186.
6. Вайсбурд М.Л., Ариян М.А. Ситуативная роль как методическое понятие //Иностранные языки в школе.1984. № 5, с. 23.
7. Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования / Монография. — М.: Наука, 1981. — 140 с.
8. Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: современная английская медиаречь: учеб. пособие / Т. Г. Добросклонская. - М.: Флинта: Наука, 2008. - 264 с.
9. Засурский, Я. Н. Колонка редактора: медиатекст в контексте конвергенции // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. - 2005. - № 2
10. Изотова Н.В., Ящинская Е.Н. Диалог культур как принцип жизнедеятельности современного иноязычного образования. //Стратегия и тактика подготовки современного педагога в условиях диалогового пространства образования. Брянск: Изд-во Брянский государственный университет имени И.Г.Петровского, 2017. 146 с.
11. Кирсанова О.Ф. Использование аутентичных материалов на уроках английского языка как средства формирования иноязычной культурологической компетенции / О.Ф.Кирсанова // Вестник Московского университета. – 2001. - №2.- с. 89-92
12. Комиссаров В.Н. Теория перевода (лингвистические аспекты) М.: Высшая школа, 1990.

— 253 с.

13. Кузовлев В.П., Лапа Н.М., Перегудова Э.Ш. Английский язык. Учебник для 8 класса. - М.: 2015. - 270 с.

14. Медведева, Е.В. Рекламный текст как переводческая проблема / Е.В. Медведева // Вестник МГУ. Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2003. -№4. - С. 23-41.

15. Никитин Дмитрий Как учить английский по газетам и журналам?
<http://nikitindima.name/2009/06/23/kak-uchit-anglijskij-po-gazetam-i-zhurnalam/>

16. Никулина, Н. Ю. Специфические особенности перевода англоязычных газетно-публицистических текстов / Н. Ю. Никулина, Т. А. Зиновьева // Молодой ученый. —2013. —№1. —С. 232-234

17. Об утверждении федерального Государственного Образовательного Стандарта Среднего общего образования: Министерство образования и науки Российской Федерации Приказ от 17 мая 2012 г. N 413(ред.от 31.12.2015) // СПС «Консультант плюс»

18. Ожегов С.И. Словарь революционной эпохи. Историко-культурный справочник (Предварительные наброски). — 1920-е гг. // Словарь и культура русской речи: К 100-летию со дня рождения С. И. Ожегова. М.: Индрик, 2001. — 560 с. С. 410–412.

19. Орлов Г.А. Современная английская речь. М., 2011. 510 с.

20. Плотникова Е. В. Лаврова А. В. Использование газетной статьи на уроках английского языка в средних учебных заведениях <http://scaspee.com/allmaterials/42>

21. Риверс В. The Mass Media. N.Y., 2005

22. Рогова Г. В., Рабинович Ф. М., Сахарова Т. Е. Методика обучения иностранным языкам в средней школе. М.: Просвещение, 1991.

23. Российский гуманитарный энциклопедический словарь / ред. П.А. Клубков. – Москва: Владос; Санкт-Петербург: Филологический факультет СПбГУ, 2002.

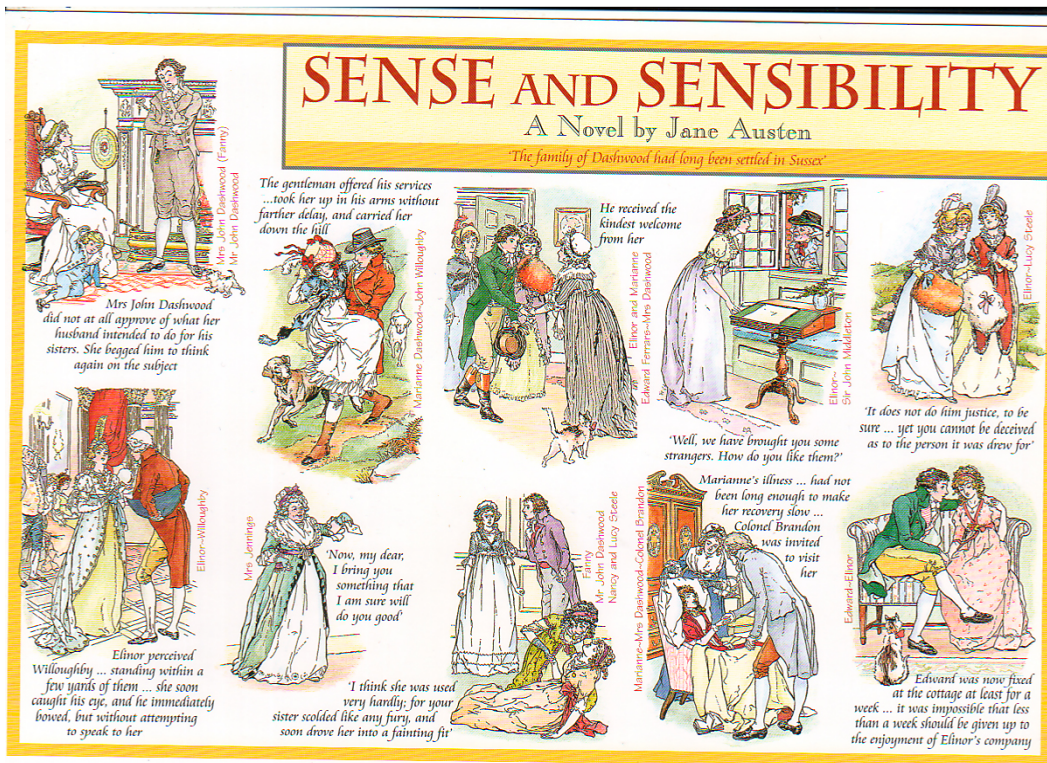
24. Синицына Я.Г. Прагматические параметры экспрессивности английского газетного текста: автореф. дисс. канд. филол. наук. Московский гос. университет. М., 2003.

25. Солганик, Г. Я. К определению понятий «текст» и «медiateкст» // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. - 2005. - № 2.

26. Солганик Г.Я. Стилистика современного русского языка и культура речи: учеб, пособие для студ. филол. фак. и фак. журналистики высших учебных заведений / Г.Я.Солганик, Т.С.Дроняева. — 5-е изд., стер. — М.,2008. — 256 с.. 2008.

27. Федоров А. В. Медиаобразование и медиаграмотность: учеб. пособие для вузов. Таганрог: Изд-во Кучма, 2004. 45 с.

28. Федоров А.В. Развитие медиакомпетентности и критического мышления студентов педагогического вуза. М.: Информация для всех, 2007. 22 с
29. Флэш Р. Aspects of English. London, 2007.
30. Чичерина Н. В. Типология медиатекстов как основа формирования медиаграмотности//Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. -2007. -Т. 9. -№47. -С. 159-166.
31. Clandfield Lindsay and Foord Duncan. "Using Newspapers in the Classroom" [Электронный ресурс]. - Режим доступа http://www.transitionsabroad.com/publications/magazine/0601/teaching_english_overseas_using_newspapers_classroom.shtml



Приложение 2

JANE AUSTEN

Jane was born in 1775 at Steventon Rectory in Hampshire, the seventh of eight children. Throughout her life she and her only sister, Cassandra, were inseparable. During twenty-six happy years there she wrote three of her six novels, *Pride and Prejudice*, *Sense and Sensibility* and *Northanger Abbey*. In 1801 the family moved to Bath, where her father died in 1805. They moved to Southampton before settling in Chawton, Hampshire, in 1809 where Jane wrote *Mansfield Park*, *Emma* and *Persuasion*. She died at Winchester in 1817 and is buried in the Cathedral.

SENSE AND SENSIBILITY

The novel was started in 1795 and completed in 1796 at Steventon, about a year before the book which was later published as *Pride and Prejudice*.

Under its original title of *Elinor and Marianne* it remained untouched for some years when, after revision almost amounting to a rewrite, it was published in 1811, the first of Jane's novels to appear in print.

It is an astonishingly accomplished first novel which explores the destiny of two sisters, Elinor and Marianne Dashwood.

Illustrations by Sue Harrison (after C. E. Brock, 1898) ©

www.reynardcards.co.uk Printed at Acornus Press Ltd, Wellington, Somerset, England

Celebrate the New Year on December 31st, Russian Christmas on January 7th and Russian Old New Year on January 13th, in our beautiful home in true po-domashnemu style.

For more information ask one of our members of staff or contact renata@marivanna.co.uk

We are looking forward to celebrating with you.

Wellington Court
116 Knightsbridge
London SW1X 7PJ

+44(0) 207 225 3122
info@marivanna.co.uk
www.marivanna.co.uk

JANE AUSTEN
Born on 16 December 1775, Jane was the seventh of eight children. Her father, the Rev. George Austen, a classical scholar, was Rector of Steventon Church, Hampshire, when he married Cassandra in 1764. Jane's life was completely uneventful, but her mind was alert and her senses sharp. The family was close; Henry, born in 1771, was always her favourite brother but Jane was devoted to her only sister, Cassandra, and they corresponded whenever they were apart.

BATH
THE JANE AUSTEN CENTRE: A permanent exhibition telling the story of Jane's life in Bath.
THE ASSEMBLY ROOMS: A suite of 18th century rooms and a fascinating Museum of Costume.
THE PUMP ROOM: Illustrates the elegance of Georgian living. Built in 1786 it was the focal point of the city's social life. No. 1 ROYAL CRESCENT: A grand town house of the late 18th century, furnished as in Jane's time.

www.janeausten.co.uk Printed at Hamilton Press Ltd, Wokingham, Berkshire, England



JANE AUSTEN
Jane was born in 1775 at Steventon Rectory in Hampshire, the seventh of eight children. Throughout her life she and her only sister, Cassandra, were inseparable. During twenty-six happy years there she wrote three of her six novels, *Pride and Prejudice*, *Sense and Sensibility* and *Northanger Abbey*. In 1801 the family moved to Bath, where her father died in 1805. They moved to Southampton before settling in Chawton, Hampshire, in 1809 where Jane wrote *Mansfield Park*, *Emma* and *Persuasion*. She died at Winchester in 1817 and is buried in the Cathedral.

Illustrations by Sue Harrison for Sue F. Books 10081 ©

MANSFIELD PARK
The book, published in 1814, was started in 1811 under the shadow of Jane's ill-health. The first of her novels to have been conceived and written at Chawton, the story of its heroine, Fanny Price, is for some the most substantial of all her books. Life in the Northamptonshire home of Fanny's rich relations, the Bertrams, is contrasted with naval life in the back streets of Portsmouth where Fanny was born, eldest child in a large family — familiar to Jane through the successful naval careers of her two brothers.

www.janeausten.co.uk Printed at Hamilton Press Ltd, Wokingham, Berkshire, England

Приложение 5

Диагностика

British tourists risk hand gestu... Travelling – never a waste of m... +

learnenglishteens.britishcouncil.org/magazine/life-around-world/trav

Log in Sign up Newsletter English My English level Teaching English LearnEnglish Kids LearnEnglish

BRITISH COUNCIL LearnEnglish Teens

Courses Skills Grammar Vocabulary Exams UK now Study break Magazine

Home » Magazine » Life around the world

Travelling – never a waste of money

Life around the world

Friday, 2 February, 2018 - 09:47

★★★★★ Total votes: 2

by : JuliaBlogger2017



Recently I was watching a stand-up comedy sketch by a comedian called Trevor Noah, a mixed-race comedian from South Africa who often discusses important topics such as discrimination and racism. I was extremely impressed with his performance. The part which struck me the most was his advice about travelling. He said, 'The one thing you will never waste your money on is travelling. It is the antidote to ignorance.' In my opinion this statement should be everyone's life motto.

COURSES

Find a face-to-face course near you.

Our Magazine is written by young people from the UK. Each year we select a new group of bloggers, from the British Council's language assistants, who share their experiences of learning languages and living abroad. The views and opinions expressed in the articles are those of the authors and do not necessarily reflect the views or opinions of the LearnEnglish Teens team.

13:26 PYC 06.02.2019

Диагностика

British tourists risk hand gestu... Travelling – never a waste of m... +

learnenglishteens.britishcouncil.org/magazine/life-around-world/trav

LearnEnglish Teens

Recently I was watching a stand-up comedy sketch by a comedian called Trevor Noah, a mixed-race comedian from South Africa who often discusses important topics such as discrimination and racism. I was extremely impressed with his performance. The part which struck me the most was his advice about travelling. He said, 'The one thing you will never waste your money on is travelling. It is the antidote to ignorance.' In my opinion this statement should be everyone's life motto.

This year I've had the opportunity to do a lot of travelling around Europe and it has shown me first hand how much you can learn and develop by visiting different places. It is so wonderful to be able to go to a different country, listen to the different languages, try local food and experience the different culture. It's never good to live in a bubble, and travelling allows you to step out of your comfort zone.

I've personally noticed how different I am since I started exploring more. Travelling has made me so much more confident and independent. It involves being able to find good train or plane tickets, getting yourself to the airport, not to mention trying to find your way around a brand new city. Whilst it can be scary at first, after a few trips you realise that Google Maps is your best friend and it really isn't that difficult to figure out public transport. Travelling also helps you develop your organisation skills! It is essential to figure out how to get to different tourist attractions and plan your time wisely. However, it is also nice to be spontaneous and learn to relax. On top of that, hostels (which are the best and cheapest accommodation) are a great way to meet new people from all around the world. It is fantastic when young people from different parts of the world come together; I've met so many strange and wonderful people this way.

So my advice: try and travel as much as possible, because the experiences you will gain from travelling can't be taught at school and they will change your life.

Language level:
Upper intermediate/B2

Topics:
travel

Discussion

What do you think the best part of travelling is? What countries are you looking forward to visiting?

Comments

2 April, 2018 - 04:16 ShadowHunter

13:27 PYC 06.02.2019

Приложение 6



Le Tour Open is a great way to see many Paris sights in one day.

PARIS



Paris Disneyland

Notre Dame Cathedral



The Eiffel Tower at night is quite a sight to see. The most perfect time to visit is after 6 p.m., when the air is cool and the crowds have thinned. Strobe lights go off on the hour at 10 pm, 11 pm, and midnight. Many locals and tourists enjoy the show from the grassy area where this picture was taken.



Eiffel Tower



Arc de Triomphe



Louvre

Paris Recreation

- Shop on the Champs-Élysées
- Meet The Mona Lisa at the Louvre
- Tour Notre Dame Cathedral
- View the city from The Eiffel Tower
- Visit Disneyland Paris

WELCOME TO THE EDWARD HOTEL

Located in Paddington, only a short distance from the station, access to the Heathrow Express line could not be easier. Its prime location makes it an ideal base for the business or leisure traveller being a short walk from two other underground stations which offer easy access to all areas of London. Limited hotel car parking is available.



The immediate vicinity offers a pharmacy, hairdressers, car hire and two High Street banks as well as a variety of restaurants offering a number of alternative cuisines ideal for the International visitor.



The Hotel offers a wide range of accommodation and all rooms have modern facilities with direct dial telephone, hairdryers, colour television and tea and coffee making facilities. Non-smoking rooms are also available.

Our Lounge offers guests comfortable surroundings in which they can email a friend or the office from the Internet facility available all day.



Hyde Park and adjoining Kensington Gardens are just a short walk away. They provide a relaxing retreat from the bustle of London. These beautiful parks have recreational facilities including boating and horse riding and for the more energetic you can join the early morning joggers.



Start the day with a Full Cooked Breakfast or buffet style Continental Breakfast served in the dining room, offering choice and variety, for all.





Британские туристы рискуют: British tourists risk hand gesture offence

Home | My Feed | Saved | Search | Video | Rewards | Subscribe - 30 days free | Login | Register

The Telegraph | HOME | NEWS | SPORT | BUSINESS | ALL SECTIONS

Travel | News

Destinations | Hotels | Offers | Holiday types | City | Beach | Tours | Cruise | Ski | Family | Advice | More

Travel > News

British tourists risk hand gesture offence

Share | Save

The sign of the horns can be taken badly in some countries

Ad closed by Google
Report this ad
Why this ad?

Follow By Jolyon Attwooll, TRAVEL WRITER
27 AUGUST 2013 • 12:00AM

More than 80 per cent of Britons are unaware that “the sign of the horns” – often demonstrated by rock music fans at concerts by extending their index and little fingers – is highly offensive in several countries, including France, Italy and Spain.

Almost two thirds of British tourists (60 per cent) said they used hand gestures in everyday conversation, more than the French and even more surprisingly, than the Italians, who are usually considered much more demonstrative.

Suggesting that Britons may be less inhibited with their communication abroad, the study found more than a quarter (28 per cent) of Britons viewed hand gestures as helpful, with just one in 10 saying they found them annoying.

However, three quarters of the 3,733 travellers polled in France, Britain, Spain and Italy still named the Italians as the most likely to use hand gestures during a conversation.

According to TripAdvisor, residents of other countries are just as likely to commit acts of cultural ignorance when it comes to expressive hand gestures. More than one in 10 respondents in France (11 per cent), Italy (12 per cent) and Spain (11 per cent) said they did not know the “two-fingered salute” could be seen as an insulting gesture.

Despite the stereotype, only two per cent of British travellers admitted to speaking more loudly as a way of communicating with those not fluent in English.

READ MORE

- 1 BA tells flight staff not to clear up cabins as part of trial to speed up turnarounds
05 Feb 2019
- 2 Passengers furious after Flybe 'strictly enforces' previously lax baggage rules
04 Feb 2019
- 3 Flights to India cancelled and passengers stranded as EU bans budget airline
04 Feb 2019
- 4 PREMIUM Could a Boeing 797 open the world to a new generation of budget airlines?
02 Feb 2019

Ожидание ответа от s0.2mdn.net...

КТП на первое полугодие

№ п/п	Тема урока
1	Британия больше чем Лондон.
2	Моё представление о Британии.
3	Какие британцы?
4	Сложное подлежащее.
5	Открывая Англию.
6	Каковы твои впечатления?
7	Ты гордишься своей страной?
8	Какая твоя страна?
9	Твой родной город.
10	Наша столица.
11	Взгляд на мою страну.
12	Добро пожаловать в Россию. Контроль говорения.
13	Русские люди. Какие они?
14	Флаг Соединенного Королевства.
15	Что ты знаешь о британских традициях?
16	Знаешь ли ты манеры?
17	Правила поведения для туристов.
18	Мы не знаем много об Американцах.
19	Разделительные вопросы.
20	Популярные праздники в США.
21	Как сделать британца счастливым?
22	Праздники Британии.
23	Сколько длится Британский год?
24	Ты бы хотел написать открытку? Контроль письма.
25	Дарить и получать подарки. Контроль аудирования.
26	Рождество в семье Марч. Контроль чтения.
27	Праздники важны?
28	Как предпочитаешь путешествовать?
29	Британцы любят путешествовать?
30	История развития туристического бизнеса.
31	Что нужно знать перед поездкой?
32	Модальные глаголы.
33	Ты любишь рискованные путешествия?
34	Выражение возможности, способности.

35	Острова в небе.
36	Сколько времени займет кругосветное путешествие?
37	Ты когда-либо был в Лондоне?
38	Письма Питера Бейли.
39	Транспорт.
40	Ты любишь путешествовать?
41	Ты всегда понимаешь, что говорят другие люди?
42	Твои любимые места путешествий.
43	Путешествуем по России.
44	Что делает путешествие хорошим?
45	Путешествие, о котором ты мечтаешь. Контроль говорения.
46	Карта Лондона. Контроль чтения.
47	Путешествие с удовольствием. Контроль грамматики.
48	Мегги Маккинли в Канаде.