

Пузир Д. О., студент
Пахомова Т. О., д. пед. н., професор
Запорізький національний університет

ФОРМУВАННЯ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ СТУДЕНТІВ-ЖУРНАЛІСТІВ З ДОПОМОГОЮ ВИКОРИСТАННЯ МЕДІАМАТЕРІАЛІВ

В рамках вимог, що висуваються до підготовки фахівця-журналіста, основною метою навчання є формування духовно збагаченої особистості, яка має володіти вміннями та навичками вільно та правильно використовувати мову, володіти мовним матеріалом для його використання у вигляді мовленнєвих висловлювань. бути здатним розуміти і досягати зв'язності у сприйнятті та породженні окремих висловлювань у рамках комунікативно-значимих мовних утворень.

Необхідність звернення до медіатекстів обумовлена тим, що вони містять актуальну та сучасну лексику, повністю відображають нинішню ситуацію у світі, поповнюючи знання студентів про економічне та політичне життя країни, про особливості соціальних відносин, систему освіти, культуру тощо [1].

Медіатекст – повідомлення, викладене у будь-якому вигляді та жанрі медіа. Це може бути стаття, звіт, телепередача, радіоэфір, відеокліп, фільм та ін. На сьогоднішній день з появою нових технологій люди отримують більше інформації з інтернет-джерел, тому актуальним питанням залишається те, який формат медіатекстів є найбільш розповсюдженим [2].

Л. Шевченко та Д. Сизоновим запропонована класифікація жанрів залежно від того, на основі якого «технічного прийому» створено текст. На цій підставі розмежовуються такі жанри:

1. «Констатація факту»: нотатка, інформаційна кореспонденція, інформаційний репортаж та ін.
2. «Аналіз факту»: статті, аналітична кореспонденція, аналітичний репортаж, коментар, версія, розслідування та ін.
3. «Створення тексту про текст»: рецензія, «просвітницький переказ» та ін.
4. «Створення діалогічного тексту»: інтерв'ю, ток-шоу, «пряма лінія» та «прес-конференція».
5. «Створення образу предмету промови»: нарис, замальовка, фейлетон, есе тощо [2, с. 26].

Кожен медіатекст має свої об'єктивні особливості, тому кожен із названих жанрів втілюється в них по-своєму. Проте характерні жанрові особливості зазвичай зберігаються незалежно від засобу масової інформації.

Можна виділити такі критерії відбору медіаматеріалу для

навчання:

- обсяг тексту не повинен перевищувати 3000 знаків у друкованому варіанті;

- тема повідомлення має бути функціональна, тобто співвіднесена з певною темою, сферою та ситуацією спілкування з урахуванням навчальної програми;

- матеріал має бути автентичним, тому що автентичний матеріал достовірний як в лінгвістичному, соціокультурному, так і в культурознавчому аспекті;

- при відборі відеоматеріалу тривалість звучання повідомлення повинна бути 2-4 хвилини;

- повідомлення повинно мати міжкультурну значущість;

- ступінь складності лексичного та граматичного наповнення тексту, а також, ступінь комунікативної корисності лексики та граматичних конструкцій тексту, повинен відповідати рівню володіння мовою учнів;

- медіатекст повинен мати виховну цінність, яка полягає у розвитку поваги до народу країн мови, що вивчається.

Медіатексти відіграють значну роль у формуванні у студентів комунікативної компетенції. Періодичні видання, як правило, відображають реальний перебіг подій у всіх сферах життєдіяльності в країнах мови, що вивчається, саме тому вони представляє інтерес для студентів, які вивчають дану мову і культуру країни цієї мови. Крім того, вони наповнені найбільш актуальною лексикою і мають клішованість мови, яку студенти можуть у подальшому використовувати під час побудови монологічного або діалогічного мовлення.

Література

1. Овсяннікова Л.Є. Медіаосвіта як один із засобів підвищення ефективності навчання англійської мови. URL: <https://genezum.org/library/mediaosvita-yak-odyn-iz-zasobiv-pidvyshchennya-efektyvnosti-navchannya-angliyskoi-movy>.

2. Шевченко Л., Сизонов Д. Теорія медіалінгвістики : підручник / за ред. Л. І. Шевченко. К. : ВПЦ «Київський університет», 2021. 214 с.