

СЕКЦИЯ 3 КЛЮЧЕВЫЕ ЗАДАЧИ ЛИНГВОДИДАКТИКИ В УСЛОВИЯХ ПРОФЕССИОНАЛИЗАЦИИ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

О НЕКОТОРЫХ ОСОБЕННОСТЯХ ОБУЧЕНИЯ ЯЗЫКУ СМИ

Г. И. Ахрименя

*Белорусский государственный университет,
пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск, Беларусь, akhrym@bsu.by*

В статье рассмотрены некоторые особенности обучения языку средств массовой информации в современном мире. Особое внимание уделяется формам работы с информационными источниками в эпоху пост правды. Представлена характеристика основных типов новостных заголовков. Проанализирована значимость формирования лингвистической и экстралингвистической компетенций в обучении языку СМИ.

Ключевые слова: средства массовой информации; фейковые новости; потоковая трансляция; достоверная информация; традиционное телевидение; заголовки.

ABOUT SOME FEATURES OF MEDIA LANGUAGE LEARNING

G. I. Akhrymenia

*Belarusian State University,
4 Niezaliezhnasci Avenue, Minsk 220030, Belarus, akhrym@bsu.by*

The article discusses some features of media language learning in the modern world. Methods of working with information sources in the post-truth era are highlighted. A characterization of the main types of news headlines is presented. The significance of developing linguistic and extralinguistic competencies in media language learning is analyzed.

Keywords: mass media; fake news; streaming services; reliable information; traditional television; headlines.

Средства массовой информации можно назвать неотъемлемой частью жизни современного человека, основным способом коммуникации. Самыми популярными платформами для СМИ являются Интернет, веб-сайты газет, радио. Все большую популярность в наши дни приобретают так называемые *streaming services* (онлайн кинотеатр) — платформы, обеспечивающие потоковую трансляцию различных событий в режиме реального времени. Следует признать, что в наши дни традиционное телевидение неуклонно теряет своих зрителей, которые все чаще переключаются на стриминговые сервисы.

Рассмотрим некоторые особенности обучения языку СМИ в сложившихся реалиях. При обсуждении темы *Mass media* подавляющее большинство студентов отмечают, что традиционное телевидение смотрят очень редко, как правило, в компании старшего поколения и там, где нет

доступа к *Wi-Fi*, а для просмотра новостей пользуются такими платформами, как *Instagram, Telegram, Tick-Tok*. В эпоху пост-правды, когда общественное мнение формируется скорее под влиянием эмоций и личных убеждений, а не подлинных фактов, данные источники не всегда представляют достоверную информацию [1]. Таким образом, при обучении языку СМИ перед преподавателем стоит задача сформировать у студента компетенцию, которая позволит отличать мнение от факта, доказательное заявление от пустой риторики, сенсацию от пустой журналистики [2, с. 328]. В начале изучения данной темы для обсуждения предлагаются следующие вопросы:

What are the TV viewing habits in your country (in Belarus)?

What are the most popular channels, programmes among people of different age groups, background, etc?

Do you think that information media serve the purposes of peace and confidence among nations or they spread the lies and discord between countries and peoples?

What are the positive effects of mass media on society? Do you agree that there is an adverse impact of mass media on society?

Can you name news programmes that fail to present news with accuracy and impartiality?

В ходе дискуссии студенты отмечают позитивные и негативные стороны влияния СМИ на общество, приводят свежие примеры фейковых новостей, учатся формировать и выражать свое мнение о происходящих событиях как в нашей стране, так и в других странах. Для практики распознавания фейковой информации студентам дается задание подготовить новостной выпуск по материалам веб-сайтов аутентичных источников *The Economist, The Guardian, The Financial Times* и т. д., при этом несколько изменить текст, допуская преднамеренное искажение каких-либо событий, дат, имен, фактов и т. д. Далее, работая в малых группах, студенты занимаются поиском достоверной информации в разных источниках, читают и анализируют материал статей, выявляют неточности и ошибки, преднамеренно сфабрикованные новостные репортажи.

Также при изучении данной темы можно организовать управляемую самостоятельную работу в виде проекта, с заданием сравнить подачу материала различными источниками информационных новостей, так как различные информационные агентства и издания освещают одни и те же события по-разному. Студенты сами выбирают тематику для исследования особенностей и нахождения различий в источниках новостей, а затем осуществляют анализ полученной информации [2, с. 331].

Касательно лингвистической стороны языка СМИ, особую трудность для студентов представляет работа над заголовками. На наш взгляд, прежде всего следует рассмотреть различные типы словосочетаний, которые могут состоять как из разных, так и из одной части речи. Примеры словосочетаний, состоящих из

А) фразы с существительным:

Under Pressure from Boss

Unexpected Visit

Overwhelming Response of Voters

Б) глагольных форм:

New bank hubs to open but many don't have printers

Rupert Murdoch's 'Succession' court battle begins

Mayor to Open Shopping Mall

Professors Protest Pay Cuts

Часто заголовки состоят из сочетаний трех или четырех существительных, например:

Widow Pension Pay Committee

A punk rock private chef's guide to the Hamptons

Mustang Referral Customer Complaint

Mortgages at six times' income for first-time buyers

Overseas workers drive growth in NI healthcare jobs

В таком типе словосочетаний бывает довольно трудно определить главное слово, установить связь между словами, понять смысл статьи, исходя из заголовка. Работая в парах или малых группах, студенты подбирают статьи, предлагают собеседнику проанализировать заголовки и составить свою версию статьи, а затем сравнивают с оригиналом.

Еще одной из особенностей новостных заголовков является употребление журналистом или репортером так называемых «медийных» слов вместо общеупотребительных.

Axe- remove, cut

Bar- exclude, forbid

Ordeal- painful experience

Oust- push out

Plea- request

Clash- dispute

Strife- conflict

В определенной степени эти слова придают эмоциональную окраску какому-либо событию, подчеркивают драматичность или динамику развития события. Что примечательно, такие броские заголовки привлекают внимание большой аудитории, чем и злоупотребляют журналисты либо блогеры, зачастую создавая фейковые новости.

В заключение отметим, что значимость формирования как лингвистической, так и экстралингвистической компетенций в условиях современного мира подчеркивает необходимость комплексного подхода к обучению языку СМИ, который включает не только языковые навыки, но и понимание контекста, культурных и социальных факторов, влияющих на восприятие новостей.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. «Постправда» стала словом года по версии Оксфордского словаря // BBC. — 16.11.2016. — URL: <https://www.bbc.com/russian/news-37995176> (дата обращения: 25.09.2024).

2. Завацкая, В. В. Особенности обучения языку СМИ в вузе / В. В. Завацкая, Е. А. Дичковская. — Актуальные проблемы гуманитарного образования: материалы IV Междунар. науч.-практ. конф. Минск, 19—20 окт. 2017 г. / редкол.: О. А. Воробьева (отв. ред.) [и др.]. — Минск : Изд. центр БГУ, 2017. — С. 328—332.