

МЕТОДИКА ОБУЧЕНИЯ АНАЛИЗУ МЕДИАТЕКСТОВ НА ЗАНЯТИЯХ ПО РУССКОМУ ЯЗЫКУ

Юлдашева Нодира Махкамовна

Преподаватель, Ферганского государственного университета

Аннотация: *Статья посвящена проблеме формирования у обучающихся умений анализировать медиатексты в процессе изучения русского языка. Обосновывается необходимость интеграции медиаобразовательного компонента в систему языковой подготовки. Описана поэтапная методика работы с медиатекстом, включающая ориентировочный, аналитический и продуктивно-творческий этапы. Представлены результаты опытно-экспериментальной работы, свидетельствующие о положительной динамике развития аналитических и речевых умений обучающихся. Сделан вывод о том, что систематическая работа с медиатекстами способствует одновременному развитию языковой, коммуникативной и медийной компетенций.*

Ключевые слова: *медиатекст, методика обучения русскому языку, медиаобразование, анализ текста, медиаграмотность, речевая компетенция, средства речевого воздействия.*

ВВЕДЕНИЕ

Современное информационное пространство характеризуется доминированием медиатекстов, которые ежедневно воздействуют на сознание обучающихся посредством телевидения, сетевых изданий, социальных сетей и мессенджеров. В этих условиях традиционная задача обучения восприятию и анализу текста дополняется новой – формированием способности критически оценивать и интерпретировать продукцию массовой коммуникации. Медиатекст, понимаемый как сообщение, реализованное в совокупности вербальных и медийных характеристик [1], становится не только источником информации, но и самостоятельным объектом лингвистического исследования на занятиях по русскому языку.

Актуальность проблемы определяется противоречием между активным включением школьников и студентов в медийную среду и недостаточной сформированностью у них умений осознанного, критического анализа воспринимаемых сообщений. Теоретические основания медиаобразования разработаны в трудах А. В. Федорова, рассматривавшего медиаграмотность как результат целенаправленного развития личности и предлагавшего интегрировать её формирование в предметное обучение [2]. Лингвистические аспекты функционирования языка средств массовой информации исследованы в работах Г. Я. Солганика [3] и в концепции медиалингвистики Т. Г. Добросклонской [1]. Возможности медиатекста как средства развития соответствующих умений у студентов-филологов обоснованы Н. В. Чичериной [4].

Вместе с тем методические механизмы интеграции анализа медиатекстов именно в курс русского языка остаются недостаточно разработанными, а имеющиеся рекомендации носят преимущественно фрагментарный характер.

Особую значимость проблема приобретает в условиях, когда русский язык изучается в полилингвальной образовательной среде: медиатекст, сочетающий вербальный, визуальный и аудиальный коды, выступает естественным контекстом для освоения живой речи и одновременно требует от обучающегося развитых навыков смыслового анализа. Без специально организованной работы восприятие таких сообщений нередко остаётся поверхностным, а скрытые механизмы воздействия – неосознанными.

Это обуславливает необходимость разработки методики, которая опиралась бы на закономерности усвоения языкового материала и вместе с тем учитывала прагматическую природу массовой коммуникации.

Цель настоящего исследования – обоснование и описание методики обучения анализу медиатекстов на занятиях по русскому языку, обеспечивающей одновременное развитие языковой, коммуникативной и медийной компетенций обучающихся.

Материалы и методы

Исследование проводилось на базе образовательного учреждения в течение одного учебного года. В опытно-экспериментальной работе приняли участие 64 обучающихся, распределённых на экспериментальную (32 человека) и контрольную (32 человека) группы.

В контрольной группе обучение осуществлялось по традиционной программе, в экспериментальной – с включением разработанной системы заданий по анализу медиатекстов.

Методологическую базу составили теоретические методы (анализ психолого-педагогической и лингвистической литературы, моделирование процесса обучения) и эмпирические методы (педагогическое наблюдение, анкетирование, диагностические задания, педагогический эксперимент, статистическая обработка данных).

В качестве учебного материала использовались информационные заметки, новостные сюжеты, рекламные сообщения, публикации сетевых изданий и социальных сетей, подобранные с учётом возрастных особенностей обучающихся, тематической доступности и соответствия нормам литературного языка.

В основу методики положен принцип поэтапного формирования аналитических умений. Первый, ориентировочный, этап предполагает определение источника, жанра и коммуникативной цели медиатекста, выявление адресата и условий его создания.

Второй, аналитический, этап направлен на исследование собственно языковых средств: лексических, в том числе оценочной и экспрессивной лексики;

синтаксических конструкций; средств речевого воздействия, а также соотношения вербального и визуального компонентов сообщения.

Третий, продуктивно-творческий, этап включает создание обучающимися собственных медиатекстов, их редактирование, написание комментариев и рецензий, что обеспечивает перенос аналитических умений в самостоятельную речевую деятельность.

Система заданий включала несколько типов упражнений нарастающей сложности. Аналитические задания предполагали определение темы и идеи сообщения, сопоставление заголовка и содержания, поиск оценочных и эмоционально окрашенных слов.

Сопоставительные задания строились на сравнении публикаций об одном событии в разных источниках, что позволяло наблюдать различия в отборе фактов и языковом оформлении. Лингвостилистические задания были направлены на выявление средств выразительности, особенностей синтаксиса и приёмов привлечения внимания.

Завершающие, продуктивные задания требовали от обучающихся самостоятельного создания заметки, рекламного объявления или комментария с последующим взаимным рецензированием.

Работа с медиатекстом организовывалась не как отдельный курс, а как органичная часть урока русского языка: на изучение нового языкового явления отводилась основная часть занятия, тогда как медиатекст служил материалом для наблюдения, закрепления и применения изученного. Такая организация позволила сохранить предметную целостность и одновременно обеспечить регулярность, без которой формирование устойчивых аналитических умений невозможно. Преподаватель выступал в роли организатора учебного диалога, направляя обсуждение и побуждая обучающихся обосновывать свои наблюдения опорой на текст.

Диагностика уровня сформированности умений осуществлялась по трём критериям: способность определять коммуникативное намерение автора; умение выявлять языковые средства воздействия; готовность аргументированно оценивать достоверность сообщения. Каждый критерий оценивался по трёхуровневой шкале – высокий, средний и низкий уровень. Идентичный диагностический инструментарий применялся на входном и итоговом этапах эксперимента в обеих группах, что обеспечило сопоставимость полученных данных.

Результаты

Разработанная методика реализована в виде системы учебных заданий, встроенных в темы курса русского языка – «Лексика», «Стилистика», «Синтаксис», «Текст». Установлено, что анализ медиатекста продуктивно соединяется с изучением функциональных стилей, средств выразительности и норм литературного языка: это позволяет не нарушать логику программы, а обогащать

её актуальным дидактическим материалом, близким коммуникативному опыту обучающихся.

Сопоставление результатов входной и итоговой диагностики выявило выраженную положительную динамику в экспериментальной группе. Доля обучающихся с высоким уровнем сформированности аналитических умений возросла с 18,8 % до 46,9 %, тогда как доля учащихся с низким уровнем сократилась с 37,5 % до 12,5 %. В контрольной группе изменения оказались незначительными: высокий уровень изменился с 18,8 % до 25,0 %, а низкий – с 34,4 % до 28,1 %, что подтверждает результативность именно целенаправленной работы с медиатекстами.

Качественный анализ работ обучающихся показал изменение самого характера их суждений о медиатекстах. Если на входном этапе оценки сводились преимущественно к пересказу содержания и эмоциональной реакции, то на итоговом этапе обучающиеся всё чаще обращались к аргументации, опирающейся на конкретные языковые факты: они отмечали выбор слова, построение фразы, наличие или отсутствие ссылок на источник. Подобный сдвиг свидетельствует о переходе от интуитивного восприятия к осознанному анализу, что и составляло основную цель разработанной методики.

Обсуждение

Полученные данные согласуются с положением о том, что медиаобразовательная деятельность наиболее эффективна при её интеграции в предметное обучение, а не при изолированном изучении [2]. Включение медиатекста в структуру урока русского языка подтверждает тезис о его двуединой природе: такой материал одновременно служит средством развития языковых умений и объектом формирования критического мышления обучающихся [4].

Результаты соотносятся с концепцией медиалингвистики, согласно которой язык средств массовой информации обладает специфическими стилистическими и прагматическими характеристиками, требующими отдельного изучения [1]. Работа с реальными медиатекстами позволяет наглядно демонстрировать функционирование языковых средств в коммуникации, что особенно значимо при изучении стилистики и культуры речи [3]. Высокая динамичность и многообразие современной медиасреды [6] делают такой материал постоянно обновляемым и неисчерпаемым ресурсом для дидактических целей.

Существенным представляется и то обстоятельство, что анализ медиатекста не замещает традиционные виды работы с текстом, а расширяет их. Приёмы, освоенные при изучении художественного и публицистического текста, переносятся на материал массовой коммуникации, а обратный перенос обогащает восприятие классических текстов вниманием к прагматике и адресованности высказывания. Таким образом, медиатекст занимает в системе обучения не периферийное, а связующее положение, объединяя разделы курса вокруг единой коммуникативной задачи.

Вместе с тем исследование имеет ряд ограничений. Экспериментальная выборка относительно невелика, а длительность работы ограничена одним учебным годом, что не позволяет оценить устойчивость сформированных умений в долгосрочной перспективе. Отбор медиатекстов требует от преподавателя значительных временных затрат и постоянного обновления дидактического материала в связи с быстрой сменой информационной повестки [5]. Перспективным представляется создание методического банка медиатекстов и разработка чётких критериев их педагогического отбора.

Заключение

Проведённое исследование подтверждает целесообразность систематического обучения анализу медиатекстов на занятиях по русскому языку. Предложенная поэтапная методика, объединяющая ориентировочный, аналитический и продуктивно-творческий этапы, обеспечивает развитие не только языковой и коммуникативной, но и медийной компетенции обучающихся. Результаты опытно-экспериментальной работы свидетельствуют о существенном росте умений выявлять коммуникативное намерение автора, анализировать языковые средства воздействия и критически оценивать достоверность информации. Интеграция анализа медиатекстов в курс русского языка повышает мотивацию обучающихся и приближает процесс обучения к условиям реальной речевой коммуникации, что определяет практическую значимость предложенного подхода.

Практическая ценность работы состоит в том, что описанная система заданий может быть адаптирована к различным разделам школьной и вузовской программы по русскому языку и не требует существенного пересмотра учебного плана. Дальнейшая разработка проблемы предполагает создание тематически организованного банка медиатекстов, уточнение критериев их отбора по степени языковой и содержательной сложности, а также подготовку методических рекомендаций для преподавателей, что позволит обеспечить устойчивость и воспроизводимость достигнутых образовательных результатов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Добросклонская, Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ / Т. Г. Добросклонская. – Москва : Флинта : Наука, 2008. – 264 с.
2. Федоров, А. В. Медиаобразование и медиаграмотность / А. В. Федоров. – Таганрог : Изд-во Кучма, 2004. – 340 с.
3. Солганик, Г. Я. Стилистика текста : учебное пособие / Г. Я. Солганик. – Москва : Флинта : Наука, 1997. – 256 с.
4. Чичерина, Н. В. Медиатекст как средство формирования медиаграмотности у студентов языковых факультетов / Н. В. Чичерина. – Москва : Изд-во ЛКИ, 2008. – 232 с.

5. Кириллова, Н. Б. Медиакultura: от модерна к постмодерну / Н. Б. Кириллова. – Москва : Академический проект, 2006. – 448 с.
6. Вартанова, Е. Л. Теория СМИ: актуальные вопросы / Е. Л. Вартанова. – Москва : МедиаМир, 2009. – 488 с.