

ВПЛИВ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ НА ФОРМУВАННЯ МОВНОЇ ОСОБИСТОСТІ СТУДЕНТІВ ВИШІВ

Саєнко Н. В., Созикіна Г. С.

ВСТУП

Комунікація стає усе більш складним соціально-культурним феноменом, що в усіх країнах стосується різних видів діяльності і невіддільний від політичної, соціальної, економічної, наукової, освітньої і технологічної еволюції. Процес обміну інформацією в сучасному світі відбувається вкрай інтенсивно. При цьому одним із суттєвих факторів, що ускладнюють обмін інформацією, є мовні розходження. Тому беззаперечною умовою повноцінного обміну інформацією є знання мов і культур інших народів, що багато в чому полегшило б існування людей у сучасному світі.

Актуальним аспектом вивчення іноземної мови уявляється формування у студентів умінь і навичок роботи з інформацією суспільно-політичного характеру, тобто з інформацією, наданою засобами масової інформації (ЗМІ).

Людину цікавлять події, що відбуваються у її країні і світі, вона знаходить інформацію в інтернеті, слухає новини по радіо, стежить за сюжетами інформаційних програм по телебаченню. Однак, людина не просто прослуховує чи читає те чи інше повідомлення, вона його запам'ятовує, визначає до нього своє відношення, обмінюється власною думкою з іншими людьми. Тому ЗМІ є діючим чинником особистісного розвитку.

Сучасні ЗМІ представлені комп'ютерними мережами, пресою, радіо, телебаченням, за допомогою яких інформація поширюється на великі територіально розосереджені аудиторії.

Багатофункційна роль ЗМІ дозволяє широко використовувати їх на заняттях з іноземної мови, сприяючи зняттю перешкоди, що закриває доступ до світової інформаційної системи, і забезпечуючи оволодіння студентами різними шарами лексики, оскільки ЗМІ надають унікальну тематичну розмаїтість, будучи при цьому носієм найсучаснішого варіанта мови. Журналісти, намагаючись бути максимально виразними і наближеними до читацької аудиторії, використовують найбільш популярні на сьогоднішній день мовні засоби. Отже, ЗМІ можна розглядати як невичерпну в змістовному

відношенні основу для комунікативної діяльності, через те що події суспільно-політичного життя є однією з найпоширеніших тем для обговорення різними шарами суспільства, у тому числі і студентською молоддю. При читанні новин і аналітичних статей, акумулюванні певних ідей і поглядів у читача формується своя свідомість і визначене сприйняття світу, у масового читача відповідно виробляється суспільна самосвідомість¹

1. Соціолінгвістичні особливості ЗМІ

Згідно з Беллом², існують чотири практичні та принципові причини, які пояснюють, чому мова ЗМІ завжди привертала увагу лінгвістів, особливо прикладних лінгвістів і соціолінгвістів. По-перше, засоби масової інформації є легкодоступним джерелом мовних даних для дослідницьких і навчальних цілей. По-друге, ЗМІ є важливими мовними інституціями. Їхня продукція становить велику частку мови, яку люди чують і якою читають щодня. Медіа відображають та формують як використання мови, так і ставлення в мовленнєвій спільноті. По-третє, способи, якими медіа використовують мову, самі по собі цікаві з лінгвістичної точки зору. До них відноситься те, як різні діалекти та мова використовуються в рекламі, або те, як радіоведучі використовують мову для створення власних образів і своїх стосунків з невидимою аудиторією. По-четверте, ЗМІ є ключовими соціальними інститутами. Вони є важливими представниками культури, політики та соціального життя, у свою чергу, впливаючи на них.

Оруддзлу підтримує ці ідеї, стверджуючи, що мова медіа є автентичним джерелом акценту, діалекту, стилю тощо, її можна використовувати як модель для тих, хто вивчає мову. Автор вказує на причини, що роблять доцільним використання медіа на заняттях з іноземної мови. По-перше, використання автентичної мови може значно підвищити рівень знань студентів. По-друге, медіа є легкодоступним джерелом мовних даних для навчальних цілей. По-третє, засоби масової інформації можуть ознайомити студентів із реальним та автентичним контекстом, необхідним для вивчення мови. По-четверте, ЗМІ використовують різні діалекти та стилі, які

¹ Саєнко Н.В. Періодична преса як засіб оволодіння іноземною мовою студентами вищих технічних навчальних закладів : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.09. Харків, 2003. 21 с.

² Bell A. Language and the media. In: *Annual Review of Applied Linguistics*, 1995. 15. Cambridge: Cambridge University Press. P. 23-41.

можуть бути цікавими для тих, хто вивчає мову, і можуть допомогти їм ознайомитися з різними проявами мови³.

Газетні статті є прийнятним матеріалом для передачі щоденної розмовної мови, а також культурних моделей, фраз або ідіом. Вони пропонують яскраву розмовну мову, доносячи новини про різні культури та країни⁴.

Отже, ЗМІ являють собою багате тематичне та мовне розмаїття найсучаснішого навчального матеріалу, і це не можна ігнорувати. Крім того, медіа допомагають виховувати соціально та політично активну спільноту, формують політичну культуру і навіть можуть сприяти розвитку смаку до політики, хоча ЗМІ – це далеко не тільки політика.

Здійснюючи спробу вивчення інтересів читачів у цілому при читанні періодичних видань у Великобританії, британські дослідники суспільного читачького інтересу відзначають, що з моменту народження британської щоденної преси в 1702 році редактори і журналісти вишукують цікаві факти з життя знаменитостей, драматичні події, конфліктні ситуації, факти, що представляють «людський інтерес» і просто «симпатичні історії». Вже в XVIII столітті увага журналістів головним чином зосереджувалася на акторах, театрі, спектаклях, на королівському дворі. Дослідники історії розвитку преси і читачького інтересу вважають, що «жовта» преса не є явищем, характерним для сучасної епохи, «з найперших газет видавці і читачі були захоплені історіями про вбивства, скандали і прилюдні страти», а популярна журналістика була створена раніше за серйозну пресу.

Дослідження сучасності свідчать, що на британському газетному ринку домінують таблоїди, які набагато випереджають «якісну пресу». З десяти недільних національних газет, призначених для британського читача, чотири з п'яти найбільш популярних з погляду цифр продажів – це таблоїди. Як відзначають спостерігачі, достовірно відомо, що читачі сьогодні все ще мають ті ж переваги в читанні газет, що і читачі тих часів, коли почалися дослідження читачького інтересу⁵.

Як респектабельні газети, так і газети для середнього класу за останні 150 років стали додавати все більше «розважального»

³ Oroujlou N. The importance of media in foreign language learning. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 2012. 51. P. 24-28.

⁴ Akdemir A. S., Barin M., Demiroz H. Broadsheet English: teaching speaking through newspaper articles. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 46, 2012. P. 3967-3971.

⁵ McNair B. *News and Journalism in the UK*, London, Routledge, 1999. 240 p.

матеріалу, тому що, ймовірно, саме легкий матеріал завжди привертав найбільшу увагу. Популярні *Sunday* і *Daily Telegraph* середини XIX століття визнали, що читачі хочуть, щоб їх розважали. Проведене ще в 1834 року національне дослідження серед усіх читачів національних газет виявило, що найбільш популярною категорією новин були нещасливі випадки, потім погода (але не прогноз, а аварії внаслідок погодних умов), місцеві новини, злочини і розірвання шлюбів, діяльність профспілок, муніципальні плітки і королівська родина. Серед читачів *The Times*, *Daily Telegraph* і *Morning Post* найбільш популярною рубрикою виявилися «Злочини і розлучення».

Відповідно до останніх досліджень, проведених уже у наші часи, газетні рубрики можна розподілити в такому порядку за ступенем зниження інтересу до них: телевізійні програми, британські новини, розважальні щоденні програми, спорт, кросворди, рубрика для жінок, будинок і сад, медицина, рецепти, реклама фільмів, європейські новини, подорожі, газетна передовиця, автомобілі, екологія, культура, освіта, бізнес⁶.

Важливим кроком на шляху опанування мовою ЗМІ є ознайомлення студентів з особливостями текстів ЗМІ, найбільш характерним представником яких є газетні тексти.

Важливість опису і розуміння особливостей газетно-публіцистичного стилю в тому, що, хоча газета є лише частиною ЗМІ і стилістика інших засобів масової комунікації досліджується, наявні дані дозволяють стверджувати, що розроблена на газетному матеріалі описова модель газетно-публіцистичного стилю принципово прийнятна для всіх цих форм (тобто для газетного стилю стилістично близькі журнальна публіцистика, радіoproграми, телеінформація). Крім цього, відбувається формування нової стилістичної цілісності, яку можна назвати суспільно-повсякденною. Саме ця суспільно-повсякденна мова і складає основний фон газетно-публіцистичного стилю і є широким єднальним полем між мовою засобів масової інформації і мовою сфери міжособистісного спілкування⁷.

⁶ Tunstall J. Newspaper Power. The New National Press in Britain. Clarendon Press, Oxford, 1996. 441 p.

⁷ Зильберт Б. А. Социопсихолінгвістическое исследование текстов радио, телевидения, газеты. Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 1986. 210 с.

На основі досліджень особливостей текстів газети, радіо і телебачення, глумачних словників і енциклопедій⁸ було складено табл. 1.

Таблиця 1

Основні типи текстів ЗМІ

№ п/п	Тип тексту	Особливості тексту
1.	Новини	Офіційна передача достовірного факту, що дається без опису деталей і прямих оцінних суджень.
2.	Коментар	Різновид аналітичного пропагандистського матеріалу, призначений для оперативного роз'яснення сутності і значення суспільно-політичної актуальної події, документа тощо.
3.	Кореспонденція	Інформація про факт-подію.
4.	Стаття	Факт у статті є засобом документального розкриття й обґрунтування думки автора, його теоретичних узагальнень, рекомендацій, висновків.
5.	Передова стаття	Постановка найбільш актуальних завдань суспільного розвитку з глибоким проблемно-аналітичним узагальненням і визначенням соціальних установок і директив для аудиторії.
6.	Нарис	При суворому збереженні документальної основи комунікативне завдання реалізується образно-емоційними, художньо-естетичними засобами.
7.	Репортаж	Провідний жанр інформації. Емоційна розповідь свідка чи учасника події.
8.	Інтерв'ю	Письмовий переказ питально-відповідального діалогу журналіста з особистістю, чия думка має суспільно-значимий інтерес.
9.	Бесіда і дискусія	Збереження установки «інтерв'ю», однак представлено більш складні форми поєднання діалогічних і монологічних форм мови в порівнянні з інтерв'ю.
10.	Офіційно-ділові тексти	Офіційні дипломатичні документи (ноти, комюніке, вітання тощо).
11.	Мови, доповіді, виступи	Письмові тексти, але вимовлені привселюдно.
12.	Огляд листів	Лист читача, що має суспільно-значимий зміст і оброблений за правилами масово-інформаційної словесності і стає соціально-орієнтованим текстом.
13.	Рекламні оголошення	Спонукання людини зробити певні дії. Становить унікальне за інтенсивністю функціональне використання мови. Від реклами читачі чекають своєчасної, повної, корисної інформації, викладеної зрозуміло і стисло.
14.	Фейлетони	Засіб сатири, що реалізує суспільно-актуальну проблематику.
15.	Кримінальна хроніка і судовий нарис	Вимагають від журналіста терпіння, виняткової уважності, точних джерел інформації і частих посилань на офіційні документи.

⁸ Справочник для журналистов стран Центральной и Восточной Европы. М.: Изд-во «Права человека», 1998. 152 с.

Робота з ресурсами ЗМІ вимагає знання деяких особливостей перекладу газетних текстів, наприклад, транслітерацію, калькування, екстралінгвістичні аспекти перекладу, переклад фразеологічних сполучень тощо. Підкреслюємо, що пізнавальну цінність має не тільки фактична інформація, що студент одержує при читанні, але і його ознайомлення з жанрами або типами текстів, найбільш розповсюдженими в літературі відповідного напрямку.

В газетах нерідко можна зустріти слова, не зафіксовані в жодному словнику, так звані неологізми, вживання яких досить характерне для газетного стилю, оскільки журналісти постійно шукають нові, більш яскраві і менш звичні слова і вислови, щоб привернути увагу аудиторії читачів і слухачів.

Слід також зазначити особливості вживання граматики в текстах газетних статей. І. Гальперін зауважує, що в газетному стилі відстежується тенденція до видозмінення сталих граматичних норм. Те, що звичайно розглядається як грубе порушення граматичних правил у будь-якому іншому виді писемності, стає усе більш звичною функціональною особливістю газетного стилю⁹.

Дослідження демонструють, що люди все частіше використовують Інтернет для отримання інформації про щоденні події, а традиційні друковані газети вважаються третьою за поширеністю платформою для отримання новин після інтернету і телебачення¹⁰.

Оскільки більшість новин в Інтернеті знаходяться у вільному доступі, це призвело до зменшення тиражів друкованих газет. Крім того, близько тридцяти трьох відсотків людей читають новини за допомогою мобільних телефонів, а тридцять сім відсотків людей використовують соціальні веб-сайти, такі як Facebook і Twitter, щоб читати новини. Зросла кількість людей, які користуються сучасними веб-технологіями для отримання інформації, при цьому представники молодшого віку менш схильні використовувати традиційні формати новин порівняно зі старшими віковими групами¹¹.

Молоде покоління більш зацікавлене у використанні сучасних пристроїв порівняно з іншими віковими групами, і більшість

⁹ Galperin I. R. *English Stylistics*. М.: Либроком, 2013. 232 с.

¹⁰ Pew Research Center for the People and the Press. *Americans spending more time following the news*. URL: <http://peoplepress.org/files/legacy/pdf/652.pdf>.

¹¹ Edmonds R., Guskin E., Rosenstiel, T. *Newspapers: By the numbers*. The State of the News Media 2011. URL: <http://stateofthemediamedia.org/2011/newspapers-essay/data-page-6/>.

студентів університетів мають ноутбук та/або доступ до Інтернету через свої мобільні телефони.

2. Багатофункційна роль ЗМІ у формуванні свідомості студентської молоді

У процесі навчання ЗМІ можуть виконувати кілька функцій. Безсумнівно, їхня головна функція – це надання інформації. Далі підкреслимо роль ЗМІ у формуванні суспільної свідомості молоді, розвитку її аналітичного мислення і, навіть, соціальної поведінки.

Метцгер та ін. виявили позитивний зв'язок між залученням студентства до обговорення політичних питань під час занять, які вимагали громадянської відповідальності та колективного вирішення проблем¹².

Бомонт також дійшов висновку, що досвід політичного навчання має вирішальне значення для розвитку політичної активності молоді¹³.

Оскільки Інтернет перетворився на незамінний інструмент для людей, зацікавлених у спілкуванні з іншими та у тому, щоб бути своєчасно поінформованими, він водночас став популярним джерелом громадянської активності¹⁴.

Наприклад, існує близько двох мільярдів користувачів Facebook і Twitter, і більшість повідомляє, що використовують обидві платформи для отримання новин¹⁵.

Окрім того, що платформи соціальних медіа пропонують громадянам можливість стежити за новинами, вони ще й дають змогу об'єднуватися разом на основі спільних громадянських цілей і мобілізуватися для досягнення змін у реальному світі¹⁶.

Робота з ресурсами СМІ також сприяє розвитку самостійності та пізнавального інтересу, які реалізуються у виборі матеріалу, що цікавить студентів. Деякі обирають читати новини зі спортивного

¹² Metzger M. W., Erete S. L., Barton D. L., Desler M. K., Lewis, D. A. The new political voice of young Americans: Online engagement and civic development among first-year college students. *Education, Citizenship and Social Justice*, 2015. 10. P. 55-66.

¹³ Beaumont E. Promoting political agency, addressing political inequality: A multilevel model of internal political efficacy. *The Journal of Politics*, 2011. 73, P. 216-231.

¹⁴ Smith A. Civic engagement in the digital age. URL: <http://www.pewinternet.org/2013/04/25/civic-engagement-in-the-digital-age>.

¹⁵ Barthel M., Shearer E., Gottfried J., Mitchell A. The evolving role of news on Twitter and Facebook, 2015. URL: <http://www.journalism.org/2015/07/14/news-use-on-facebook-and-twitter-is-on-the-rise/>.

¹⁶ Cherian J. Emergence of Digital Publishing – A Great Challenge to The Print Publications. 2nd global conference on business, economics, management and tourism, 30-31 October 2014, Prague, Czech Republic *Procedia Economics and Finance*, 23, 576-586.

розділу, тоді як інші можуть віддати перевагу сторінкам культури, бізнесу чи політики. Тематика ЗМІ дуже різноманітна, що дозволяє задовольнити потреби будь-яких читачів і слухачів.

Наступна роль ЗМІ, яку слід виділити, це розважальна. Багатьом читачам, втомленим від серйозної, часто драматичної чи навіть трагічної інформації, може захотітися відпочити, розслабитися, покращити настрій. Тому всілякі розважальні історії, дрібниці, кривориди, як правило, містяться на сторінках журналів і різноманітних цифрових джерел.

Журналістика є могутньою соціальною силою, а журналісти, будучи інформаторами новин, у той же час є «соціальними акторами», що грають ключову роль у формуванні нашого сприйняття того, що становить новину і як на неї реагувати¹⁷.

Виконуючи соціальну функцію, журналістика підтримує демократичні процеси, забезпечуючи громадян інформацією, яка їм необхідна, щоб зробити той чи інший вибір. Проте навіть у найбільш передових суспільствах ЗМІ рідко бувають цілком незалежними і завжди явно чи приховано виконують певну пропагандистську функцію. Тому при підборі інформації у ЗМІ для навчального процесу варто пропонувати студентам прогресивні, демократичні ресурси, з гуманістичною орієнтацією, крім тих ситуацій, коли є необхідним спростування якихось ідей, відстоювання своїх позицій і переконань.

До таких традиційних тематично-адресних рубрик, як політика, економіка, спорт, культура і мистецтво, медицина, наука і техніка, дозвілля тощо, можна додати ще ряд рубрик, які, як показали проведені нами спостереження, більшою мірою цікавлять сучасну молодь. Це інформація про комп'ютерну техніку, автомобілебудування, нариси про відомих людей чи інтерв'ю з ними, історія, мода, «світські» новини. Отже, можна говорити про багатопредметність, багатотемність, багатопроблемність ЗМІ, за видимою змістовною строкатістю якої ховається послідовна змістовна системність.

Однак не можна зводити інтереси студентів при роботі з газетою тільки до цікавих для них тем, тому що будь-яка газета, радіо– чи телепередача починається з огляду насамперед серйозних політичних, економічних, міжнародних новин, тому, незважаючи на те, що статті на ці теми студенти читають менш охоче, вони

¹⁷ Hall S., Critcher S., Jefferson T., Clarke J. and Roberts B. Policing the Crisis, London: Macmillan, 1978. 402 p.

розуміють, що це найважливіші аспекти суспільно-політичного життя, не орієнтуватися в яких вони не можуть.

Викладачі іноземної мови, працюючи з ресурсами ЗМІ, на перших етапах навчання повинні пропонувати студентам статті і лексику з усіх перерахованих рубрик, щоб вони могли висловлюватися за кожною з них. Згодом, коли студенти будуть працювати із ЗМІ здебільшого самостійно, вони самі зможуть вирішувати для себе, яку соціально-політичну галузь їм потрібно освоїти глибше. Привчаючи студентів до систематичної роботи з такого роду матеріалами, викладач сприяє розвитку в них навичок самоосвіти.

Ми дотримуємося думки про необхідність застосування автентичних, неадаптованих текстів, призначених для носіїв мови¹⁸. На користь такої думки можна висунути такі аргументи:

1. Використання штучних, спрощених тестів може згодом ускладнити перехід до розуміння текстів, узятих з «реального життя».

2. «Препаровані» навчальні тексти втрачають характерні ознаки тексту як особливої одиниці комунікації, позбавлені авторської індивідуальності, національної специфіки.

3. Автентичні тексти різноманітні за стилем і тематикою, робота над ними викликає інтерес у тих, кого навчають.

4. Автентичні тексти є оптимальним засобом навчання культурних цінностей різних країн.

5. Автентичні тексти ілюструють функціонування мови у формі, прийнятій її носіями і в природному соціальному контексті.

Додатковим ефективним способом актуалізації лексики ЗМІ є прослуховування інформаційних радіоповідомлень іноземною мовою чи перегляд новин по телебаченню або інтернету з їхнім наступним обговоренням. Аудіювання, поряд з говорінням, грає найважливішу роль у досягненні мети при комунікативно-орієнтованому навчанні. Аудіювання являє собою перцептивну розумову діяльність, тобто розуміння мови, яка сприймається на слух. Воно складає основу спілкування, з чого починається оволодіння усною комунікацією. Оволодіння аудіюванням дає можливість реалізувати освітні та розвиваючі цілі: вчити студентів уважно вслуховуватись в мовлення, яке звучить, формувати вміння передбачати зміст висловлення й у такий спосіб виховувати культуру слухання; опановувати звуковою стороною мови, що вивчається, її інтонацією, ритмом, мелодійністю.

¹⁸ Scarcella R. C., Oxford R. L., *The Tapestry of Language Learning. The Individual in the Communicative Classroom*. Boston, 1992. 206 p.

Необхідно формувати в слухачів уміння сприймати, розуміти, а отже, активно переробляти почуте, що пов'язане з умінням членувати мовне повідомлення на змістовні відрізки. Не менш важливим є формування вміння утримувати в пам'яті більш довгі звукові ланцюжки, тобто розвивати слухову пам'ять.

Наступне важливе вміння в сприйнятті на слух – це вміння виділяти основну думку повідомлення, відокремлювати основну інформацію від другорядної, розрізняти комунікативні типи речень: оповідальні, питальні, спонукальні тощо. Важливо, щоб студент навчився володіти контекстом і всім тим, що забезпечує йому розуміння того, що він чує. Він повинен швидко переключити увагу з мовної форми на зміст. Уміння слухати і чути є запорукою успіху у вивченні іноземної мови.

За словниковим складом інформаційні повідомлення інтернету, радіо і телебачення ідентичні газетним. Якщо говорити про радіо, то «жодний інший засіб масової інформації не може розмовляти зі світовою масовою аудиторією так швидко, так довірливо й ефективно і настільки дешево». Аналітики корпорації BBC, що є, мабуть, найбільш популярним англомовним радіомовним каналом у світі, оцінюють його як домінуючу силу британської радіожурналістики, яка охоплює 56% дорослого населення і цілодобово передає новини по своїх п'ятьох каналах, що складає 30% його загальної радіопродукції¹⁹.

Хоча радіо часто називають бідним родичем телебачення, воно набагато ширше використовується в навчальному процесі при вивченні іноземних мов, ніж телебачення. Томалін, аналізуючи переваги і недоліки радіо як засобу навчання, називає його такі позитивні властивості: радіо дешеве; воно більш доступне, наприклад, його можна слухати в машині чи в тих частинах помешкання, де немає телевізора; воно менш відволікає, ніж телепередачі; радіо – чудовий спосіб тренування сприйняття іншомовного мовлення на слух (деякі методисти думають, що просто слухання іноземної мови протягом місяця, навіть без повного розуміння, тренує слух і полегшує говоріння мовою, тому що воно надає модель мовлення у виконанні природних носіїв мови); новини транслюються щогодини, тому їх можна слухати регулярно (прослуховування програм один чи два рази в семестр не дає результатів); новини транслюються недовго, тому на їхнє прослуховування і наступну роботу з ними не йде занадто багато часу

¹⁹ Ur P. A Course in Language Teaching, Cambridge: CUP, Cambridge University Press, 2000. 375 p.

на занятті; і, нарешті, новини становлять прекрасну базу для таких видів комунікативної діяльності як говоріння і письмо. З недоліків використання радіо в навчальному процесі можна назвати «ефемерність» радіопередач. Їх можна прослуховувати тільки один раз, тому що запис будь-яких радіопередач заборонений законом про авторські права. Тому з радіоновинами можна працювати тільки в міру того, як їх передають, а це обмежує їхнє використання для екстенсивної роботи над розумінням мови і мовленнєвої практики²⁰.

Привчаючись працювати з ресурсами ЗМІ, студенти дуже швидко усвідомлюють, наскільки багатий і різноманітний пропонований ними мовний матеріал. Недарма один з авторитетніших в усьому світі посібників для підготовки до іспитів з англійської мови для іноземців TOEFL (Test of English as a Foreign Language), результати тестів якого в першу чергу враховуються при вступі у вищі навчальні заклади США і ряду країн Європи, а також при працевлаштуванні в цих країнах, пропонує як рекомендацію особам, які навчаються самостійно англійській мові, таке: «Ви повинні розширювати свій словник у міру того, як ви працюєте над поліпшенням своєї англійської мови в цілому... Читайте книги, написані гарною мовою, журнали і газети. Такі журнали, як Time та News Week, наприклад, і провідні газети містять складний і багатий словник і граматичні конструкції. Читати ці матеріали дуже корисно»²¹.

Досвід показав, що багато студентів, які завершили курс навчання в університеті, згодом дотримуються цих рекомендацій і підтримують свій мовний рівень саме завдяки читанню новин на інтернет-сайтах, у пресі і прослуховуванню каналів BBC, CNN та ін.

ВИСНОВКИ

У зв'язку із зростаючими потребами сучасного життя, розширенню міжкультурної комунікації необхідно вивчати іноземну мову у всій її тематичній розмаїтості і спілкуватися нею не тільки на побутові і професійні теми, а і на багато інших, які умовно можна розглядати як суспільно-політичні, що забезпечуються в значних обсягах засобами масової інформації, а цій змістовній стороні навчання іноземним мовам у вишах варто приділяти належну увагу.

Багатофункціональна роль медіа дозволяє їх широке використання під час вивчення іноземних мов, не лише допомагаючи

²⁰ Tomalin B. Video, TV and Radio in the English Class: London, Macmillan Publisher, 1991. 118 p.

²¹ ТОЭФЛ: Пособие для подготовки к экзаменам по английскому языку для иностранцев / Сост. М. А. Пайя и М. Э. Муньос. Харьков: МИД, 1992. 496 с.

усунути перешкоди для доступу до глобальної інформації, але й забезпечуючи засвоєння студентами різних шарів лексики, оскільки медіа пропонують найсучасніший варіант мови на різноманітні теми. Журналісти, які зазвичай намагаються бути максимально експресивними, звертаючись до читача, використовують найпопулярніші лінгвістичні підходи.

Важливим є розуміння особливостей газетно-публіцистичного стилю, оскільки розроблена на газетному матеріалі описова модель газетно-публіцистичного стилю принципово прийнятна для всіх цих форм, тобто для газетного стилю стилістично близькі журнальна публіцистика, радіопроеграми, телеінформація, новини на інтернет-сайтах.

Медіа можна розглядати як практично невичерпну основу комунікативної діяльності, оскільки події суспільно-політичного життя часто стають загальними темами для обговорення різних верств суспільства, в тому числі й студентської молоді.

Матеріал ЗМІ дуже різноманітний і дозволяє задовольнити запити читачів, слухачів і глядачів усіх типів. Він охоплює такі тематично-адресні рубрики, як політика, економіка, спорт, культура і мистецтво, медицина, наука і техніка, дозвілля тощо.

Однак при підборі інформації у ЗМІ для навчального процесу варто пропонувати студентам прогресивні, демократичні ресурси, з гуманістичною орієнтацією, крім тих ситуацій, коли є необхідним відстоювання своїх позицій і переконань.

АНОТАЦІЯ

Процес обміну інформацією в сучасному світі відбувається вкрай інтенсивно. Одним із факторів, що ускладнюють обмін інформацією, є мовні розходження. Багатофункціональна роль медіа дозволяє їх широке використання під час вивчення іноземних мов. Вони дають можливість засвоєння студентами різних шарів лексики, пропонуючи найсучасніший варіант мови на різноманітні теми. Медіа можна розглядати як практично невичерпну основу комунікативної діяльності. Робота з ними формує громадянську відповідальність, навички колективного вирішення проблем, сприяє розвитку політичної активності молоді. Визначено деякі ефективні способи актуалізації лексики засобів масової комунікації, яка складає основу оволодіння усною комунікацією.

Лірэпартыра

1. Akdemir A. S., Barin M., Demiroz H. Broadsheet English: teaching speaking through newspaper articles. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 46, 2012. P. 3967-3971.
2. Barthel M., Shearer E., Gottfried J., Mitchell A. The evolving role of news on Twitter and Facebook, 2015. URL: <http://www.journalism.org/2015/07/14/news-use-on-facebook-and-twitter-is-on-the-rise/>.
3. Beaumont E. Promoting political agency, addressing political inequality: A multilevel model of internal political efficacy. *The Journal of Politics*, 2011. 73, P. 216-231. doi:10.1017/S0022381610000976.
4. Bell A. Language and the media. In: *Annual Review of Applied Linguistics*, 1995. 15. P. 23-41. Cambridge: Cambridge University Press.
5. Cherian J. Emergence of Digital Publishing – A Great Challenge to The Print Publications. 2nd global conference on business, economics, management and tourism, 30-31 October 2014, Prague, Czech Republic *Procedia Economics and Finance*, 23, 576-586.
6. Edmonds R., Guskin E., Rosenstiel, T. Newspapers: By the numbers. The State of the News Media 2011. URL: <http://stateofthemedias.org/2011/newspapers-essay/data-page-6/>
7. Galperin I. R. English Stylistics. М.: Либроком, 2013. 232 с.
8. Hall S., Critcher S., Jefferson T., Clarke J. and Roberts B. Policing the Crisis, London: Macmillan, 1978. 402p.
9. McNair B. News and Journalism in the UK, London, Routledge, 1999. 240p.
10. Metzger M. W., Erete S. L., Barton D. L., Desler M. K., Lewis, D. A. The new political voice of young Americans: Online engagement and civic development among first-year college students. *Education, Citizenship and Social Justice*, 2015. 10. P. 55-66. doi:10.1177/1746197914558398.
11. Oroujlou N. The importance of media in foreign language learning. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 2012. 51. P. 24-28.
12. Pew Research Center for the People and the Press. Americans spending more time following the news. URL: <http://peoplepress.org/files/legacy/pdf/652.pdf>).
13. Scarcella R. C., Oxford R. L., The Tapestry of Language Learning. The Individual in the Communicative Classroom. Boston, 1992. 206 p.
14. Smith A. Civic engagement in the digital age. URL: <http://www.pewinternet.org/2013/04/25/civic-engagement-in-the-digital-age>.

15. Tomalin B. Video, TV and Radio in the English Class: London, Macmillan Publisher, 1991. 118 p.
16. Tunstall J. Newspaper Power. The New National Press in Britain. Clarendon Press, Oxford, 1996. 441 p.
17. Ur P. A Course in Language Teaching, Cambridge: CUP, Cambridge University Press, 2000. 375 p.
18. Зильберт Б. А. Социопсихолінгвістическе исследование текстов радио, телевидения, газеты. Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 1986. 210 с.
19. Сасенко Н. В. Періодична преса як засіб оволодіння іноземною мовою студентами вищих технічних навчальних закладів : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.09. Харків, 2003. 21 с.
20. Справочник для журналистов стран Центральной и Восточной Европы. М.: Изд-во «Права человека», 1998. 152 с.
21. ТОЭФЛ: Пособие для подготовки к экзаменам по английскому языку для иностранцев / Сост. М. А. Пайя и М. Э. Муньос. Харьков: МИД, 1992. 496 с.

Information about the authors:

Saienko Nataliia Vitaliivna,

Doctor of Pedagogic Sciences,

Professor at the Department of Foreign Languages,
Kharkiv National Automobile and Highway University
25, Yaroslava Mudrogo Str., Kharkiv, 61002, Ukraine

Sozykina Ganna Sergiivna,

Candidate of Pedagogic Sciences,

Associate Professor at the Department of Foreign Languages,
Kharkiv National Automobile and Highway University
25, Yaroslava Mudrogo Str., Kharkiv, 61002, Ukraine