

УДК 378.147.016:51:62-057.4

Сізова К. Л., Алексеєнко Н. М.

Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського, Кременчук

РОБОТА З МЕДІАКОНТЕНТОМ З МЕТОЮ ФОРМУВАННЯ ЛЕКСИЧНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ ЖУРНАЛІСТІВ

У статті розглядаються шляхи і способи формування лексичної компетентності, які об'єднують власне мовний і комунікативний підходи до навчання студентів вищих навчальних закладів спеціальності «Журналістика». В якості навчального матеріалу, на якому будуються вправи, пропонуються публіцистичні тексти популярних українських і зарубіжних ЗМІ, що дозволяє суттєво збагатити словниковий запас майбутніх журналістів за рахунок сучасної лексики (як української, так і англійської мови), у тому числі неологізмів і фразеологізмів; отримати актуальну інформацію про сучасну соціальну та культурну ситуацію в різних країнах; навчитися визначати кореляційні зв'язки між вокабуляром певного ЗМІ та його ідеологічними установками і комунікативними цілями; сформувані навички створення журналістських текстів.

Ключові слова: медіаконтент, лексична компетентність, майбутні журналісти.

Сізова К. Л., Алексеєнко Н. М.

Кременчугский национальный университет имени Михаила Остроградского, Кременчуг

РАБОТА С МЕДИАКОНТЕНТОМ С ЦЕЛЮ ФОРМИРОВАНИЯ ЛЕКСИЧЕСКОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ БУДУЩИХ ЖУРНАЛИСТОВ

В статье рассматриваются пути и способы формирования лексической компетентности, которые объединяют собственно языковой и коммуникативный подходы к обучению студентов высших учебных заведений специальности «Журналистика». В качестве учебного материала, на котором строятся упражнения, предлагаются публицистические тексты популярных украинских и зарубежных СМИ, что позволяет существенно обогатить словарный запас будущих журналистов за счет современной лексики (как украинского, так и английского языка), в том числе и неологизмов и фразеологизмов; получить актуальную информацию о современной социальной и культурной ситуации в разных странах; научиться определять корреляционные связи между вокабуляром определенного СМИ и его идеологическими установками и коммуникативными целями; сформировать навыки создания журналистских текстов.

Ключевые слова: медіаконтент, лексическая компетентность, будущие журналисты.

АКТУАЛЬНІСТЬ РОБОТИ. Підготовка фахівців медіагалузі в Україні останнім часом зазнає серйозних трансформацій, як у змістовному, так і в формальному аспектах, що знаходить відображення у дидактиці журналістики. Перш за все, ці зміни полягають у відмові від примату традиційних методик викладання, які орієнтувались на репродуктивні методи навчання на користь інших, передусім, комунікативних методик. Сучасна концепція підготовки майбутніх журналістів відрізняється раціональної редукцією теоретичного матеріалу з паралельним збільшенням практичної частини. При цьому, безумовно, не заперечується необхідність засвоєння основних понять і дефініцій галузі, що вивчається, оскільки ці знання є необхідною передумовою опанування фахом. Однак, теорія у нинішньому розумінні не відділяється суворо від практики, вони тісно переплітаються, що проявляється частково при практичному засвоєнні деяких теоретичних явищ.

Лексична компетентність майбутніх журналістів належить до найбільш важливих – це пояснюється тим, що слово (наряду з візуальним образом) є головним інструментом

публіцистики. Набуття лексичної компетентності, тобто вміння орієнтуватися у мовному потоці, обирати доцільні мовні одиниці, вільно оперувати поняттями, розуміння кореляційних зв'язків між словником певного ЗМІ та його ідеологічними установками і комунікативними цілями – є базовим компонентом підготовки кваліфікованого сучасного працівника в галузі медіа. При цьому важливо розуміти, що комунікативні методики, що застосовуються за межами комплексу з іншими дидактичними підходами, не дозволяють досягти достатньої лексичної компетентності, що особливо актуально для вищої школи. Комунікативний метод сам собою не може навчити студентів оволодіти журналістською мовою на достатньому рівні. Методика навчання повинна полягати в адекватному поєднанні або чергуванні окремих методів, в їх доцільному використанні при формуванні конкретних умінь і навичок.

МАТЕРІАЛИ І РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕНЬ. Сучасна практика викладання дисциплін журналістського профілю передбачає крім формування лінгвістичних знань і навичок також інтелектуальний розвиток особистості в процесі навчання, при цьому особлива увага приділяється стимулюванню мотивації до оволодіння фахом шляхом залучення до журналістської картини світу. *Метою статті* є дослідження шляхів і способів формування лексичної компетентності студентів. Поняття «журналістська (публіцистична) картина світу» є відносно новим у журналістикознавстві. У межах соціокультурного підходу В. Мансурова визначає журналістську картину світу як рефлексивний, ментальний образ реальності, матеріалізований у формі тексту, знака або мови. Журналістська картина світу як самореферентна система може себе спостерігати, описувати, створювати тексти і контексти «своєї культури», виробляти і відтворювати свій головний продукт – медіаподію. Процес інтеріоризації реальності комунікаційної системою журналістики є рекурсією – створенням копій заданих базових алгоритмів. Як світоглядні конструкції, в яких репрезентовано образ світу, релевантний кожному учаснику комунікації окремо, журналістська картина світу є багато структурним феноменом, якому притаманна самоорганізація. У ній інакше, ніж в традиційній взаємодії людей, представлені статусні ролі суб'єктів, за особливими законами оформлюється знання про світ, факти реальності переплетені з результатами емоційно-чуттєвих відкриттів. І все це представлено в різноманітних знакових формах. Журналістська картина світу як ефект масової інформаційної взаємодії є специфічним штучно створеним варіантом масової буденної свідомості [3, с. 35]. Для досягнення мети навчання недостатньо працювати тільки над мовою ЗМІ, необхідно також враховувати також явища позамовної дійсності, органічно їх поєднувати з мовним матеріалом і представляти на заняттях учням в комплексному вигляді. Незамінним джерелом в аспекті підготовки майбутніх журналістів є публіцистичні матеріали, що містять відомості про соціально-політичні та культурні події країни регіону та світу в цілому. ЗМІ відображають культурні та мовні особливості своєї аудиторії, в них можна знайти в прямій чи опосередкованій формі інформацію про звичаї та традиції, упередження, стереотипи, норми, цінності та переконання, про суспільні інститути, історичні дані, відомості про значущі для суспільства процеси та події, географічні об'єкти, персоналії, досягнення науки і техніки і т.д. У мові медіа на рівні культурних асоціацій міститься інформація про особливості менталітету, раціональні та емоційні риси конкретного суспільства. ЗМІ вводять студентів у курс найбільш важливих подій, що відбуваються в світі, а викладач крім навчання базовим фаховим навичкам виконує функцію виховання всебічно освіченого фахівця. Різноманітна робота з медіаконтентом (сюди входить лише читання преси, але й отримання візуальної та аудіальної інформації, як за допомогою радіо і телебачення, так і сучасних мультимедіа) забезпечує доступ до різних джерел інформації і знаходить на сучасному етапі особливого значення у підготовці журналістів. Більшою мірою це стосується саме вищої школи, оскільки звернення до матеріалів ЗМІ в якості мовного матеріалу дозволяє не тільки формувати лексичну компетентність, а й паралельно отримувати знання, необхідні для майбутньої професійної діяльності.

Навчальна робота з автентичними текстами сприяє розвитку критичного мислення і універсальних навчальних дій, а також являє собою актуальний і цікавий матеріал для вивчення. Увага до критеріїв правильності та неправильності, уявлення про вмотивованість вибору слова, граматичної конструкції і т.п. синтезують мовну та комунікативну компетентності в тому випадку, якщо в навчально-освітніх діях шлях до реальної комунікації проходить через текст. В. Каленич зазначає, що ЗМІ є важливим елементом громадського життя, який активно віддзеркалює суспільні процеси, впливає на громадську свідомість, формує суспільну думку, визначає духовні цінності. Мова ЗМІ – невід’ємний і значущий складник сучасного медіапростору, що чутливо реагує на всілякі інновації, зрушення в мовній системі, взаємодії мови та соціуму, проблеми духовної культури нації. Виразним показником мовної компетентності та майстерності журналіста є його обізнаність із літературними нормами й мовностилістична грамотність. Суржик, калькування, порушення мовних норм загострюють тему екології мови загалом і в мас-медіа зокрема [2, с. 74]

Медіаконтент є прекрасним лінгвістичним матеріалом для вивчення новітніх змін в мові. Якщо науковий стиль більш стійкий, консервативний, то публіцистичний стиль більш рухливий – мова медіа в першу чергу вбирає в себе найістотніші зміни мовних норм.

Публіцистичному стилю властиві найменування, часті у вживанні, що створюють вже знайомі автоматизовані обороти і конструкції, для яких характерні фразеологічність або близькість до фразем. Велика кількість таких автоматизованих оборотів вживається в політичних кореспонденціях, в спортивних рубриках та інших жанрово-тематичних різновидах публіцистики. Автору (журналісту) такі мовні засоби допомагають ефективніше пояснювати, а адресату полегшують сприйняття відповідної інформації. Ці тенденції до спеціалізації деяких мовних засобів у публіцистиці (особливо в окремих жанрах) зіштовхуються з прагненням надати публіцистиці розмовний характер (наприклад, це виражається у вживанні розмовної мови, в скороченні багатослівних найменувань шляхом універбалізації та ін.). Реалізація розмовних і книжкових, наукових і офіційно-ділових, образних і метафоричних засобів є джерелом постійної напруги і динамічності, притаманних публіцистичному стилю. Важливою характеристикою публіцистичного стилю в лексичному аспекті є широке використання фразеологізмів, в тому числі фразеологічних інновацій. Фразеологічні звороти, як вказує М. Жукова, викликають у читача складну гаму асоціацій, пов’язаних з пізнавальним, моральним, естетичним досвідом людства, національними традиціями. Коли людина читає «якісний» друкований текст, що містить фразеологізми і паремії, вона не тільки гостріше сприймає і засвоює культурний досвід свого народу і всього людства, а й вчиться відтворювати тексти і цитати з них, тим самим здійснюючи комунікацію культурних досвідів і збагачуючи свій внутрішній світ [1, с. 52].

Матеріали ЗМІ представляють широкий спектр жанрових типів тексту, мовних стилів і видів лексики. І. Чемерис вважає, що заняття з медіа контентом можуть бути спрямовані на аналіз загальних відмінностей зарубіжної та вітчизняної преси, особливостей газетних рубрик, жанрів, типів текстів, світлин та малюнків, заголовків, типів лідів, соціокультурних та соціолінгвістичних понять, журналістської внутрішньої та зовнішньої термінології, прийомів впливу на аудиторію, критичний аналіз змісту та форми журналістського тексту [4, с. 157]. Важливою формою роботи з медіа текстами є також створення вторинних текстів, до яких належать перекази, тези, конспекти, реферати, анотації, а також рецензії, відгуки, висновків, коментарі. Особливо широко поширений серед навчальних вторинних текстів такий жанр вторинних текстів як тезування; він часто використовується і самостійно, і як методичний прийом, що підводить до інших видів компресії тексту – реферування та анотування. Важливість навчання створенню скомпресованих текстів обумовлена інформаційним бумом і необхідністю у своєчасній переробці постійно зростаючого потоку інформації для практичного використання. Для того, щоб процес засвоєння і запам’ятовування йшов швидше і ефективніше, а отримані знання систематизувалися, ми пропонуємо певний алгоритм роботи з текстами медіа (рис. 1).

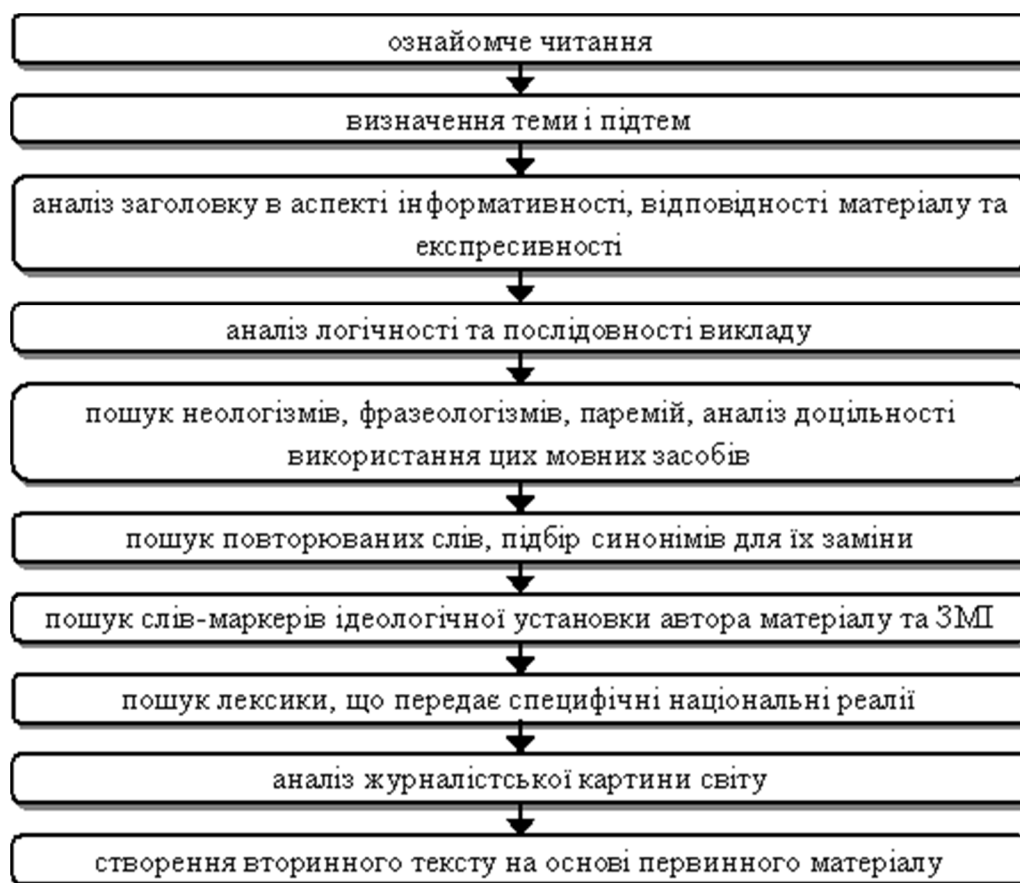


Рисунок 1 – Алгоритм навчальної роботи з текстами медіа

Таким чином у процесі читання медіа текстів студенти знайомляться з різними мовними категоріями, типами лексики, публіцистичними жанрами тощо.

ВИСНОВКИ. Досягнення високого рівня розвитку лексичної компетентності проявляється в тому, що студент з легкістю використовує досить великий лексичний запас як при безпосередньому, так і опосередкованому спілкуванні, адекватно вживаючи терміни, фразеологічні звороти, паремії. Лексичної компетентність також передбачає впевнене знання і використання синонімії та полісемії, різних контекстів вживання лексичних одиниць, ідіоматичних, сленгових, гумористичних виразів і культурно-маркованої лексики. У свою чергу ми також розглядаємо лексичну компетентність журналіста як здатність визначати контекстуальне значення слова, структуру значення, специфічно національне у значенні слова.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Жукова М. Е. Фразеологизмы в журналистике с гражданским лицом / М. Е. Жукова // К 60-летию профессора А.В. Жукова. Юбилейный сборник научных трудов. – Великий Новгород : НовГУ им. Ярослава Мудрого, 2007. – С. 51–57.

2. Каленич В. Культура мовлення як чинник журналістської майстерності / В. Каленич // Український інформаційний простір. – 2014. – № 3. – С. 72–76.

3. Мансурова В.Д. Журналистская картина мира как фактор социальной детерминации : Монография / В. Д. Мансурова. – Барнаул : Изд-во Алт. ун-та, 2002. – 237 с.

4. Чемерис І. М. Преса як засіб формування професійної компетентності / І. М. Чемерис // Вісник Черкаського університету. – 2006. – № 8. – С. 155–159.

Sizova K., Alekseenko N.

Kremenchuk Mykhailo Ostrohradskyi National University

WORKING WITH THE MEDIACONTENT FOR THE FORMATION OF THE LEXICAL COMPETENCE OF FUTURE JOURNALISTS

The paper examines ways and means of forming lexical competence, which unite the language and communicative approaches to the teaching of high school students of the specialty «Journalism». As the educational material on which the exercises are based, authors propose journalistic texts of popular Ukrainian and foreign media. It allows to significantly enrich the vocabulary of future journalists due to modern vocabulary (both Ukrainian and English), including neologisms and phraseological units; to receive actual information on the contemporary social and cultural situation in different countries; to learn how to determine the correlation between the specific media vocabulary and its ideological setting and communicative goals; to generate skills in creating journalistic texts.

Key words: media content, lexical competence, future journalists.

REFERENCES

1. Zhukova, M.E. (2007), “Phraseological units in journalism with a civilian”, *To the 60th anniversary of Professor A.B. Zhukov. Jubilee collection of scientific works*, NovSU, Veliky Novgorod, Russia, pp. 51–57. [In Russian]
2. Kalenich, V. (2014), “Culture of Speech as a factor in Journalism”, *Ukrainian Information Space*, Iss. 3, pp. 72–76. [In Ukrainian]
3. Mansurova. V.D. (2002), *Journalistic picture of the world as a factor of social determination*, Publishing house Alt. Un-t, Barnaul, Russia. [In Russian]
4. Chemeris, I.M. (2006), “The press as a means of formation of professional competence”, *Bulletin of the University of Cherkasy*, Iss. 81, pp. 155–159. [In Ukrainian]

Сізова Ксенія Леонідівна

д. філол. н., професор,
професор кафедри філології та видавничої справи,
Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського,
вул. Першотравнева, 20, м. Кременчук
Полтавської обл., Україна, 39600.
Тел. +38(05366) 3-11-79
E-mail: sizovakl@rambler.ru



Sizova Ksenya Leonidivna,

D.Sc. (Phil.), Professor,
Professor of Philology and Publishing
Department,
Kremenchuk Mykhailo Ostrohradskyi
National University,
vul. Pershotravneva, 20, Kremenchuk,
Poltava Region, Ukraine, 39600.
Tel. +38(05366) 3-11-79
E-mail: sizovakl@rambler.ru

Алексеєнко Наталія Михайлівна

к. філол. н., доцент,
доцент кафедри філології та видавничої справи,
Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського,
вул. Першотравнева, 20, м. Кременчук
Полтавської обл., Україна, 39600.
Тел. +38(05366) 3-11-79
E-mail: alekseenko@gmail.com



Alekseenko Natalia Mykhailivna,

Cand.Sc. (Phil.), Associate Professor,
Associate Professor of Philology and
Publishing Department,
Kremenchuk Mykhailo Ostrohradskyi
National University,
vul. Pershotravneva, 20, Kremenchuk,
Poltava Region, Ukraine, 39600.
Tel. +38(05366) 3-11-79
E-mail: alekseenko@gmail.com

Стаття надійшла 15.09.2017