

А.Е. МКРТЧЯН

**РАЗВИТИЕ СПОНТАННЫХ
РЕЧЕВЫХ НАВЫКОВ В ПРОЦЕССЕ
ОБУЧЕНИЯ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ
КОММУНИКАЦИИ
СТУДЕНТОВ-ЖУРНАЛИСТОВ**

ЕРЕВАН
ИЗДАТЕЛЬСТВО РАУ
2018

УДК 37.016:81

ББК 74.268.1

М 719

Печатается по решению Редакционно-издательского и Научно-технического советов Российско-Армянского университета

Рецензенты:

Доктор педагогических наук, профессор И.Р. Саркисян

Доктор филологических наук, профессор А.А. Симонян

Ответственный редактор:

Кандидат филологических наук, доцент М.Э. Авакян

Мкртчян А.Е.

М 719 Развитие спонтанных речевых навыков в процессе обучения межкультурной коммуникации студентов-журналистов / Учебно-методическое пособие. – Ер.: Издательство РАУ, 2018. – 233 с.

Настоящее учебно-методическое пособие предназначено для студентов филологических факультетов, изучающих дисциплину «Методика преподавания иностранных языков», методистов-практиков, аспирантов, а также студентов по специальности «Журналистика», в качестве дополнительного материала для внеаудиторной работы.

В книге обобщен современный опыт преподавания курса методики обучения иностранным языкам с позиции развития спонтанных речевых навыков студентов.

УДК 37.016:81

ББК 74.268.1

ISBN 978-9939-67-218-2

© Издательство РАУ, 2018

© Мкртчян А.Е., 2018

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	5
ГЛАВА 1. ОСНОВНЫЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ АНГЛИЙСКОЙ СПОНТАННОЙ РЕЧИ НА ФАКУЛЬТЕТЕ ЖУРНАЛИСТИКИ.....	12
§1. Проблема развития спонтанной речи у студентов- журналистов	12
§2. Применение стратегий хезитации в процессе обучения английской спонтанной речи на факультете журналистики...	21
§3. Развитие спонтанной речи в процессе обучения межкультурной коммуникации студентов-журналистов.....	39
§4. Особенности функционирования спонтанной речи в процессе обучения культуре иноязычного общения студентов-журналистов.....	44
§5. Использование средств невербальной коммуникации при обучении иноязычной спонтанной речи студентов-журналистов.....	47
ГЛАВА 2. ПРОБЛЕМА СОЗДАНИЯ ПРОДУКТИВНОЙ МОДЕЛИ СПОНТАННОЙ РЕЧИ И ЕЕ ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНОЕ ОБОСНОВАНИЕ.....	52
§1. Проблема отбора медиатекстов в учебных целях	52
§2. Проблема отбора лексического материала при обучении спонтанной речи в процессе обучения межкультурной коммуникации студентов-журналистов	83
§3. Экспериментальное обоснование модели обучения спонтанной речи студентов-журналистов	98
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	133
СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	135
Приложение 1	150

Приложение 2.....	155
Приложение 3.....	204
Приложение 4.....	210
Приложение 5.....	212
Приложение 6.....	225
Приложение 7.....	229
Приложение 8.....	231

ВВЕДЕНИЕ

Развитие международного сотрудничества РА с другими государствами, применение новых телекоммуникативных, высокотехнологичных средств в области массмедиа, повышение качества медиаобразования требует от армянских журналистов по-новому взглянуть на систему подготовки журналистов. Не секрет, что вузовская методика обучения иностранным языкам, в частности профессионально-ориентированное обучение подъязыку журналистики не развита в должной мере. В целом не разработаны соответствующие методики обучению спонтанной речи на иностранном языке. Можно подтверждать, что отсутствие современной, четко разработанной методической системы обучения английской спонтанной речи приводит к определенным трудностям в области подготовки будущих журналистов.

Большое значение имеет для будущих журналистов умение свободно общаться на иностранных языках с представителями разных профессий, культурных и языковых сообществ, вероисповеданий. Это предполагает развитие не только коммуникативной, профессиональной, межкультурной компетентности, но и наличие определенных личностных качеств: уважение к «инородным культурам», толерантное отношение к обычаям, традициям, вере, нравам носителей изучаемого языка. В профессиональной деятельности журналисты пишут статьи, очерки, новости, репортажи, эссе, дают интервью, сообщают новости как родном, так и на иностранных языках.

По сути, здесь речь идет об обучении на иностранном языке не только подготовленной, но и неподготовленной речи журналистов. В специальной лингводидактической и методической литературе под устным видом неподготовленного диалогического текста понимается спонтанная

речь. Спонтанная речь представляет основные характеристики разговорной речи. В процессуальном плане она характеризуется неподготовленностью. Спонтанная речь генерируется в аутентичных, естественных ситуациях.

Анализ соответствующей литературы показывает, что авторы в основном указывают на специфичность спонтанной речи в аспекте реализации вербальных и невербальных средств коммуникации, а также корреляции вербальных и невербальных компонентов коммуникативного акта.

Основные компоненты иноязычной спонтанной речи четко выделяются с точки зрения социокультурного и коммуникативного, коммуникативно-когнитивного подходов, в том плане, что общение, осуществляемое представителями разных культур, возможно в рамках межкультурной коммуникации.

Специфика обучения английского языка на факультете журналистики заключается в том, что своя или другие культуры изучаются в рамках других дисциплин, в процессе приобретения профессиональных знаний.

Исходя из того факта, что мировоззрение наших студентов-журналистов сформировано в рамках армяноязычного менталитета, в процессе коммуникативно-ориентированного обучения английской спонтанной речи необходимо обратить внимание студентов на различия, касающиеся прежде всего диалогического общения, и в частности на проявление социокультурных особенностей невербальных и вербальных средств коммуникации в устном дискурсе.

Очевидно, что студенты-журналисты должны обладать умениями воспринимать текст диалога (дискурс) с позиций межкультурной коммуникации, для чего им нужны не только знания иностранного языка, но и культуры, традиций, истории, социальных норм, стереотипов, особенностей поведения носителей языка.

Как известно, английский язык преподают в основном преподаватели, у которых английский не родной. Более того, ни в одном вузе РА англоязычные журналисты не преподают. Преподаватели вынуждены создавать учебно-речевые ситуации, с учетом всевозможных аутентичных ситуаций, характерных для журналистской деятельности.

В процессе обучения будущих журналистов профессионально-ориентированному английскому языку большое значение имеет учет особенностей развития межкультурной компетенции.

Невозможно осуществить межкультурную коммуникацию, не моделируя различные речевые ситуации в сфере журналистской деятельности. Будущим журналистам приходится не только понимать речевые интенции разных людей, но и расшифровывать разные тексты, исходя из основных содержательных характеристик межкультурной коммуникации. Как известно, понимание представляет собой сложную мыслительную деятельность, в которую включены фантазия, воображение, эмоции, а в ситуации профессионального общения, понимание предполагает профессиональные знания и профессиональный опыт участников коммуникации.

Важное направление лингвистических исследований связано с бурным развитием в последние десятилетия изучения дискурса, как некоторого единого процесса, центрального для коммуникативной деятельности. С точки зрения предмета данного исследования представляют большой интерес работы посвященные проблемам определения структурных характеристик массмедийного текста (И.П.Циртцуйшн 2001), развития дискурсивной компетенции (У. У. Ршццшн 2010, Ц.Ф. Шшннлцшн, 2008), развития дискурсивной компетенции, обучения дискурс-анализу в свете синергетического видения (С.К. Гураль 2012).

Важной является также проблема восприятия спонтанной иноязычной речи в условиях интерференции (Г.М. Вишневская 1989), формирования навыков спонтанного ведения диалога в деловом английском языке (Н.И. Алмазова, 1999). Предметом специального исследования стали интонационные характеристики спонтанной речи (А.М. Анощенкова, 1977), формальные признаки спонтанной речи говорящего в ситуации стресса (Д.В. Жабин 2006), роль просодии в формировании ритма спонтанной диалогической речи (Е.А. Бурая 1982), соотношение спонтанной и телевизионной речи (О.А. Лаптева 1989), временная организация квазиспонтанного текста (Н.А. Леонтьева 1989), коммуникативная интенция и спонтанность высказывания в диалогической речи (А.В. Михеев 1986), фонетика спонтанной речи (Л.В. Бондарко, Л.А. Вербицкая, Н.И. Гейльман 1988).

Основополагающее значение имеет изучение тех работ, которые относятся к различным аспектам обучения межкультурному общению (Т.Н. Астафурова 1996), к языку межкультурного общения (Н.Г. Брагина 2007).

Важной представляется проблема понимания в процессе подготовки студентов к межкультурной коммуникации (Л.Ф. Воскресенская 2008), определение соотношений невербального и вербального в коммуникативной деятельности (И.Н. Горелов 1986), выявление невербальных компонентов общения в рамках дискурса запрета (Н.А. Ломакина 2001), взаимодействие вербальных и невербальных средств общения в спонтанной разговорной речи (А.М. Антипова 1989).

В исследовании были рассмотрены прагматические аспекты словообразования (В.И. Заботкина 1991), неологизации (В.И. Заботкина, Г.М. Степанов 1982) с точки зрения обучения спонтанной речи.

При разработке систем упражнений, были рассмотрены работы по использованию учебно-ролевых игр (О.А. Артемьева 1999); по применению упражнений для развития мо-

нологической речи на младших курсах языкового вуза (А.К. Артыкбаева 1988); по использованию учебно-речевых ситуаций при обучении устной речи на иностранном языке (М.Л. Вайсбурд 2001); по изучению жестов и мимики во французской спонтанной речи (Н.К. Валягин, Е.В. Соловьева 1989); по развитию коммуникативных умений студентов-менеджеров в условиях университета (Н.Ф. Долгополова 1998).

При определении основных процедур обучения спонтанной речи на первый план выступают работы по обучению монологическому высказыванию (С.В. Калинина 1991), по обучению иноязычной монологической речи студентов вузов культуры и искусств (Е.Е. Новгородова 2014).

Большое значение имеют работы по пониманию разговорного английского языка (А.С. Hornby 1950; Г.М. Уайзер 1980), по восприятию иноязычной спонтанной речи в условиях интерференции (Г.М. Вишневская 1989), по разработке методики использования учебно-речевых ситуаций при обучении устной речи на иностранном языке (И.В. Мадоян 2008; О.А. Артемьева 1997; М.Л. Вайсбурд 2001).

Значение развития иноязычной спонтанной речи в межкультурной коммуникации объясняется новыми реалиями современного мира, кардинально изменившими статус иностранного языка в обществе. Вместе с тем, невозможно представить полноценной работы современного журналиста без соответствующего уровня владения английской спонтанной речью. Традиционно армянские журналисты не выделялись своими знаниями иностранных языков, кроме журналистов-международников.

Однако недостаточно разработанной является методика обучения спонтанной речи у студентов факультетов журналистики в процессе развития умений и навыков межкультурной коммуникации.

Актуальность настоящего исследования определяется существующими противоречиями между:

– динамикой развития международных отношений, английского подъязыка СМИ, выдвигающего новые требования к уровню владения иноязычной спонтанной речью в контексте осуществления межкультурной коммуникации в профессиональных целях, и сложившейся практикой подготовки журналистов по иностранному языку;

– существующими педагогическими процедурами и технологиями формирования лингвистической /грамматической, лексической/, социально-культурной, прагматической компетенции иноязычного общения и необходимостью разработки методической системы обучения иноязычной спонтанной речи, с учетом особенностей межкультурной коммуникации;

– существующими возможностями применения педагогических и телекоммуникационных средств обучения иностранным языкам и нереализованности данного потенциала в обучении спонтанной речи на английском языке.

В ходе опытно-экспериментального исследования использовались также следующие методы: анкетирование, анализ познавательных, профессиональных, коммуникативных потребностей студентов, эксперимент.

Исследование осуществлялось в три этапа:

1. Первый этап (2008–2009 гг.). На этом этапе были изучены те работы, которые относятся к проблеме обучения студентов-журналистов. Определены методы и принципы исследования и обучения спонтанной речи

2. Второй этап (2009–2010 гг.). Определены основные условия, принципы осуществления опытного обучения. Выявлен исходный уровень сформированности у студентов факультета журналистики навыков и умений иноязычной спонтанной речи. Определены основные компоненты предложенной модели.

3. Третий этап (2010–2012 гг.). На этом этапе были обобщены результаты опытного обучения, изложены его результаты.

Задача данного исследования заключается в том, что разработаны и экспериментально обоснованы принципы отбора массмедийной лексики, аутентичных медиатекстов и медиадискурсов, с учетом английской медиаречи. Смоделированы различные учебно-речевые ситуации, способствующие формированию монологической и диалогической речи у будущих журналистов. Разработана система упражнений и заданий, при составлении которых учитывались интерактивные методы и приемы обучения английской медиаречи.

ГЛАВА 1.

ОСНОВНЫЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ АНГЛИЙСКОЙ СПОНТАНОЙ РЕЧИ НА ФАКУЛЬТЕТЕ ЖУРНАЛИСТИКИ

§1. Проблема развития спонтанной речи у студентов-журналистов

Проблема развития спонтанной речи при изучении иностранных языков всегда была актуальной, так как очень трудно породить спонтанную речь в учебных условиях.

Термин «спонтанный» этимологически восходит к латинскому слову *spontaneous* – самопроизвольный, *suas sponte* – по своей воле, от себя. Как отмечает П.Б. Гурвич: «Приблизительно то же значение присуще ему в обиходном употреблении» (П.Б. Гурвич 1972: 59). В качестве примеров можно рассмотреть следующие: внезапное выражение спонтанное нахождение нового, непроизвольное движение, спонтанное или оригинальное решение и т.д.

А.В. Михеев слово «спонтанный» в отношении его применения в речи, соотносит его с «естественной формой выражения мысли, обусловленной исключительно внутренней мотивацией говорящего, т.е. человеком, свободно владеющим языком» (А.В. Михеев 1986: 40).

Анализ научно-методической литературы показывает, что у методистов не существует единого мнения о термине «спонтанная речь». Целый ряд авторов спонтанную речь отождествляют его с неподготовленной речью (А.М. Антипова, 1989; В.В. Матвейченко, Е.А. Ножин и др.), а другие соотносят его с экспромтной речью (М.Л. Вайсбурд, А.Д. Климентенко, С.М. Мануйлов и др.). А группа авторов данное понятие характеризуют как самостоятельный,

независимый вид реально-речевой или естественной коммуникации (П.Б. Гурвич, Р.З. Шлямберг, 1969; Н.И. Жинкин, В.И. Шкапурин).

Как известно, любая речь имеет следующие характеристики: в первую очередь – неподготовленность; во вторую – инициативность; в третью – мотивированность; в четвертую – эмоциональность и в пятую – экспрессивность.

П.Б. Гурвич определяет неподготовленность спонтанного речевого акта следующими ее аспектами: «1) новое комбинирование знакомых языковых (лексических и грамматических) компонентов, т.е. комбинационная неподготовленность; 2) использование знакомых выражений в новых речевых ситуациях (в этом случае неподготовленной будет сама ситуация, а неподготовленным относительно отдельного предложения – контекст), т.е. ситуативно-контекстуальная неподготовленность; 3) моментальная реакция говорящего на ситуацию, т.е. неподготовленность во времени, а также самостоятельность высказывания и его внезапность» (П.Б. Гурвич 1972: 49–54).

Как отмечает К.А. Родкин: «Описанные аспекты также свойственны экспромтной речи, так как она возникает внезапно под воздействием внешних стимулов и в неожиданной ситуации» (К.А. Родкин 1972: 12). Общение журналистов с иностранцами предполагает умение экспромтно, спонтанно реагировать на всевозможные ситуации реальной действительности.

Что касается процесса обучения спонтанной или неподготовленной речи, то, кроме перечисленных основных характеристик, неотъемлемым ее компонентом является фактор продуманности. Это объясняется тем, что при переходе от обучения подготовленной речи к обучению неподготовленной речи, студент проходит следующие три предварительных этапа:

- 1) подготовленная речь, суть которой состоит в продуцировании осмысленного и заученного готового текста;
- 2) частично-подготовленная речь, суть которой состоит в воспроизведении осмысленного и заученного текста с языковыми и смысловыми изменениями;
- 3) неподготовленная речь, суть которой состоит в воспроизведении самостоятельного, неподготовленного ни по форме, ни по содержанию текста» (К.А. Родкин 1972: 8–9).

Г.М. Вишневская представляет еще один аспект спонтанной речи, утверждая, что она является наиболее «естественным проявлением разговорной речи, которая возникает самопроизвольно, характеризуется неподготовленностью и ситуативной обусловленностью процесса говорения, а также непринужденностью и непосредственностью общения» (Г.М. Вишневская 1989: 113).

Многие преподаватели английского языка уверены, что в нынешних условиях невозможно даже на продвинутом этапе обучения развивать спонтанную речь. По их мнению, в РА редкие студенты факультета журналистики, даже на продвинутом этапе обучения, в состоянии общаться непринужденно, особенно если речь идет о языке англоязычной СМИ. Вместе с тем, в рамках коммуникативного подхода четко подчеркивается, что умение непринужденного общения на иностранном языке в реальных жизненных ситуациях является одним из показателей качества владения языком.

Проблема осложняется еще и тем, что здесь речь идет о факультете журналистики. В англоязычных учебных пособиях и учебниках, предназначенных для факультета журналистики, очень хорошо представлены темы и тексты, содержащие образцы разговорной речи (Nick Ceramella and Elizabeth 2008-112 с.).

В процессе развития навыков и умений спонтанной речи, студенты журналисты преодолевают двойную труд-

ность, в том плане, что они должны изучать особенности разговорной речи английского языка, с другой стороны – особенности спонтанной речи журналистов – англичан или англоязычных журналистов, т.е. спонтанная речь рассматривается в рамках профессионально-ориентированного курса журналистики. Здесь возникает вопрос о том: следует ли учесть особенности спонтанной речи армянских журналистов с точки зрения типологических характеристик армянского и английского, русского массмедийных подъязыков, так как студенты в РА в основном владеют несколькими языками.

Исходя из изучения многих исследований, можно заключить, что в методике преподавания иностранным языкам существуют различные подходы к обучению подготовленной и неподготовленной речи. В связи с этим, ученые выделяют основные виды неподготовленного и подготовленного общения. Очевидно, что первое относится к процессу обучения иностранным языкам. По сути, спонтанная речь представляет основной аспект неподготовленного и подготовленного общения. По мнению А.Г. Орлова: «Процесс неподготовленного общения, зафиксированный таким устным речевым произведением как текст, может быть представлен монологической СП /тран-сакционное общение/, а также диалогической СП /интеракционное общение/» (А.Г. Орлов 1991: 67).

Следует четко выделить основные этапы развития неподготовленной речи у студентов журналистов, в том плане, что сначала необходимо развить у них навыки разговорной речи, а затем развить у них навыки и умения спонтанной речи на уровне профессиональной лексики журналистики. Исходя из этого, следует выделить два уровня: разговорный и профессиональный. Последний по жанровым и стилистическим характеристикам является достаточно сложным слоем языка. Важно то, что нельзя

смешать профессиональный язык журналистов и язык масс-медиа. С другой стороны, для обоих характерно обильное употребление лексики нейтрально-разговорной и фамильярно-разговорной речи.

Не случайно, при обучении спонтанной речи, специалисты дают предпочтение массмедийным текстам. Как известно, тексты источников массовой информации, или медиатексты, сегодня представляют широко распространённую форму современного бытового языка. Современная тенденция влияния массмедийных средств в своей совокупной протяженности намного превышают общий объём речи в различных областях деятельности человека. Используя медиатексты в учебных целях, преподаватели знают, что их количество продолжает постоянно увеличиваться.

При обучении спонтанной речи у студентов журналистов, следует вспомнить еще и то, что происходит сближение норм устной и письменной речи в английских СМИ. В этой связи Т.Г. Добросклонская пишет: «Так, производство и распространение медиатекстов включает такие специальные техники, как чтение с бегущей строки, перевод первично устного текста (например, интервью) в письменную форму публикации, интеграцию речи спонтанной и речи подготовленной, смещение разговорных и книжно-письменных стилей» (Т.Г. Добросклонская 2008: 15).

Отсюда следует, что сам процесс работы с медиатекстом предполагает формирование и развитие спонтанной речи, и в самом процессе обучения вышеупомянутые техники должны быть развиты. С другой стороны, любой вид работы с медиатекстом способствует развитию спонтанной речи, даже если эта работа носит рецептивный характер.

В целом, при проектировании данного курса следует выявить особенности подязыка журналистики и выделить ключевые коммуникативно-значимые единицы обучения спонтанной речи с точки зрения профессиональной лекси-

ки, определить специфику разговорной, профессиональной лексики, социально-культурных реалий и лагун, в целом культурно-маркированной лексики, в процессе обучения спонтанной речи на английском языке.

При обучении спонтанной речи следует учесть и то, что английская разговорная речь имеет свои особенности и в грамматической области. «Разговорная грамматика объясняется в учебных условиях не только соображениями “приближения к естественности” высказывания. Главное различие заключается в том, что упрощённая разговорная грамматика соответствует важному принципу “доступности” (teachability and learnability) материала» (Е.В. Лобкова 2010: 221–467).

Практика преподавания английской грамматике показывает, что студенты обычно не с большим желанием выполняют упражнения по нормативной грамматике. По словам Е.В. Лобковой: «Они нередко как бы “сопротивляются” усвоению грамматических структур, которые положены по программе, но с трудом воспринимаются на уроке. Это явление известно как “избегание” (avoidance). Известно, ещё одно явление, когда студенты по возможности “упрощают изученные структуры доступными способами”. Например, после интенсивной тренировки на уроке фразы “I must not do it” в спонтанном диалоге ученик может сказать “I no must do it”» (Е.В. Лобкова 2010: 221–467).

Особенно эффективным представляется коммуникативная стратегия упрощения высказывания при обучении спонтанной речи, так как в этом процессе предпочтение дается разговорным репликам.

При отборе разговорных реплик учитываются социокультурные, функционально-стилистические, прагматические и другие факторы. Вместе с тем, исследователи большое значение придают установке на разговорность. Обычно, журналисты не жалуются на отсутствие целеустановки.

Здесь речь идет о «целеустановке на разговорность» на изучаемом языке.

По мнению Н.А. Лукьяновой, «экспрессивность является одной из характерных особенностей живой разговорной речи» (Н.А. Лукьянова 1986: 5).

Обычно наблюдается, что в спонтанной речи журналистами использование собственно разговорной лексики иногда связано с тем, что именно это определяет разговорный специфический характер медиатекста или медиадискурса. Важно определить принципы отбора массмедийной лексики с точки зрения разговорной лексики журналистов-носителей языка. В этом контексте на первый план выступают массмедийные коллоквиализмы, которые в силу стилистической маркированности обладают свойством создавать особый («разговорный») колорит, окрашивать высказывание, фрагмент или весь текст (эффект «повышенной радиации» – по В.Д. Девкину). По мнению В.Д. Девкина: «от применения какого-нибудь отдельного научного термина речь не станет книжной, а одного сниженного слова уже достаточно, чтобы разговорно окрасить даже продолжительный отрезок речи» (В.Д. Девкин 1979: 18).

Таким образом, с одной стороны, будущие журналисты должны изучать не только английские разговорные, но и чисто журналистские, в целом массмедийные коллоквиализмы. В этом плане на первый план выступают аутентичные медиатексты, которые содержат очень много массмедийных неологизмов и коллоквиализмов. С другой стороны, как очень верно подмечает Ю.М. Скребнев: «наличие в каком-либо фрагменте текста (или тексте) слов разговорной окрашенности (“коллоквиализмов”) не является достаточным основанием для отнесения его к разряду разговорных текстов, и наоборот, текст может быть лишен коллоквиализмов, но по своим структурно-синтаксическим ха-

рактеристикам может быть безошибочно отнесен к “разговорным”» (Ю.М. Скребнев 1985: 21).

По сути, очень трудно определить это соотношение, так лексика, используемая в разговорной речи, неоднородна, не характеризуется определенными жанровыми или стилистическими признаками. «Прежде всего, это стилистически нейтральная общенациональная лексика повседневного употребления, разговорные дублеты – синонимы нейтральных номинаций, а также собственно разговорная лексика (коллоквиализмы). Общее количество коллоквиализмов в языке в целом незначительно, по разным данным оно колеблется от 3% до 10%. Что же касается удельного веса коллоквиализмов в речи, то он зависит от темы и предмета разговора, ситуации общения, индивидуальных особенностей говорящих и от ряда других факторов» (И.В. Микута, 1999: 98–102). В целом тот же автор выделяет на семантическом уровне следующие коллоквиализмы:

« – единицы с простой семной структурой (tonton – обращение к дяде, dico – от dictionnaire);

– многосемные, информационно насыщенные единицы (эмоционально-окрашенные, чаще всего негативно, слова – cochon о грязнуле, serpent о злом и хитром человеке);

– и наконец, единицы с “ослабленной знаменательностью”;

– слова с “размытой” семантической структурой (truc, ture, machin)» (И.В. Микута 1999: 98–102).

В этой перечни особое значение имеют слова с «размытой» семантической структурой, которые представляют интегральную черту разговорного дискурса. Эта группа коллоквиализмов выделяется спонтанностью, неподготовленностью. Это важно с точки зрения обучения иноязычной спонтанной речи, в том плане, что «обычно у говорящего нет времени для творчества, для адекватной вербальной реализации своего замысла, коммуникативная обстановка не

позволяет ему редактировать сообщение, интеллектуальный контроль за речью снижается. Главной задачей говорящего является не потерять речевую инициативу, удержать внимание собеседника» (И.В. Микута 1999: 98–102).

Далее перейдем к категории разговорных неологизмов (др. греч.: *νέος* – новый, *λόγος* – слово, речь), которые заслуживают специального рассмотрения, так как включают в себя собственно неологизмы и окказиональные ситуационные инновации (*nonce-words*).

Другая отличительная черта английской разговорной речи является повышенная эмоциональность. Как справедливо отмечает В.И. Шаховский: «одной из самых характерных черт разговорного языка является его постоянное стремление к эмоциональному выражению мысли» (В.И. Шаховский 2008: 146). С одной стороны, для любой речи, даже если она выполняет информативную функцию, характерна эмоциональность. С другой стороны, в спонтанной речи эмоции выражаются разными способами, разными языковыми средствами. Среди них выделяются междометия, эмоционально-оценочная лексика и т.д.

Исследователи отмечают, что эмоционально-экспрессивная лексика массмедийной речи по характеру разнородна. Это касается и фонетических, и грамматических характеристик. Не случайно экспрессивность в английской разговорной речи не выделяется определенными грамматическими средствами выражения.

В этом контексте особенно выделяется спонтанная речь. Принципиально важно то, что ученые выделяют не речевые, а коммуникативно-речевые умения, особенно когда оцениваются эти умения в процессе обучения иностранным языкам.

В этой связи Е.И. Пассов отмечает: «приемы обучения коммуникативно-речевым умениям должны отличаться от приемов обучения речевым навыкам» (Е.И. Пассов 2003: 45).

§ 2. Применение стратегий хезитации в процессе обучения английской спонтанной речи на факультете журналистики

Немаловажным представляется учет знаний о хезитации в процессе генерации спонтанного высказывания. В учебных условиях, студенты должны учесть особенности распространения паузы колебания. Студенты должны выделить «речевые и коммуникативно-речевые умения в процессе использования иноязычных слов в речи» (Н.В. Воронкова, Л.А. Асеева 2008: 11–14).

Речевые колебания, а именно проявления хезитации помогают говорящему придать эмоциональную окраску своим высказываниям, таким образом предоставляя время и формируя паузы для обдумывания и формулирования дальнейших мыслей.

Будущие журналисты должны знать, что большинство форм устной речи подвержены различным сбоям. Так, например, обыденная речь или бытовой диалог, будучи принципиально не подготовленны, характеризуются высокой частотностью и разнообразием сбоев в речевых формах. Среди наиболее типичных сигналов оговорки в устной речи, как правило, выделяются маркеры речевых колебаний или их хезитации. При повседневной коммуникации говорящий посредством маркеров хезитации как бы передает информацию о том, что он намерен продолжить речь, и прибегает к временной паузе для подготовки следующего отрезка или фразы. В специальной литературе отмечается, что рассматриваемые перерывы воплощаются как собственно паузы и как заполненные паузы, называемые «долексические» заполнения или «мэканье».

В.Г. Хуршудян, исследуя особый класс лексических маркеров хезитации, предлагает термин «препаративная подстановка».

Трактую данное понятие, В.Г. Хуршудян пишет о том, что «...феномен препаративной подстановки состоит в том, что говорящий, не найдя удовлетворяющую его вербализацию составляющей, временно подставляет на ее место заместитель». Рассматривая примеры из различных языков мира, авторы отмечают, что в качестве маркеров препаративной подстановки в них наиболее чаще в практике применяются вопросительные, указательные, универсальные или же неопределенные местоимения или слова, исторически восходящие к местоимениям этих классов. При этом также применяются некоторые существительные с максимально обобщенным значением типа дело, вещь или факт (В.И. Подлеская, В.Г. Хуршудян 2006:46).

В профессионально-ориентированном курсе английского языка тоже возникают проблемы, связанные с неумением использования маркеров препаративной подстановки на иностранном языке. Как отмечает тот же автор, в отличие от письменного дискурса, в устном присутствуют определенные механизмы, которые предназначены для компенсации затруднений и неполноты речи. Характеризуя этот ряд в исследовании выделена просодия (в том числе, интонация и паузация), особые жесты, используемые только в устной речи, дискурсивные маркеры и т.д. А в качестве средств выражения хезитации также отмечены так называемые сигналы речевых затруднений. А среди средств выражения хезитации обычно рассматривают следующие: разные типы заполненных и незаполненных пауз, удлиненные звуки, определенные классы дискурсивных маркеров, паралингвистические средства, а так же разные типы повторов (В.И. Подлеская, В.Г. Хуршудян 2006:46).

Студенты должны шаг за шагом изучать хезитативную природу английского языка. На начальном уровне изучения иностранного языка, студенты пытаются распознать типы заполненных пауз. Далее они сами заполняют эти паузы.

Будущие журналисты должны вовремя вступить в беседу, используя перебивы, подхваты реплик. Во время интервью или беседы, собеседники должны быстро «прореагировать на вопрос короткой фразой, показывающей, что вопрос понят и принят, после чего благодаря хезитации можно выиграть время, чтобы подобрать нужную формулировку, аргумент, точное слово» (В.И. Подлесская, В.Г. Хуршудян 2006:46).

Для развития спонтанной речи большое значение имеют также «самоперебивы и повторы». Исследователи выявили особенности хезитации при интервью. Собеседники выбирают соответствующее слово, паузу, маркер.

Говоря о связности элементов дискурса, нельзя не упомянуть дискурсивные маркеры (*discourse markers, cue phrases*). Эти элементы обеспечивают опору для понимания социального устройства (Goffman 1974: 251–269).

Ван Дейк же называет такие слова макроконнекторами, так как они сигнализируют о новых макропропозициях, а также придают связность дискурсу в целом (Саркисян 1989: 66).

Английская спонтанная речь богата такими дискурсивными маркерами, как «*erm*», «*er*», «*mm*», «*um*», «*well*», «*like*», которые рассматриваются многими лингвистами как слова-паразиты, «пустые» слова. Однако будущие журналисты должны знать, что они помогают заполнять паузы, возникающие в те моменты, когда говорящий старается подобрать подходящее слово, или думает, как начать реплику.

При подготовке к спонтанной речи студенты должны владеть различными стратегиями и приёмами письменного и устного перевода. Среди них следует выделить стратегии проб и ошибок, ожидания, столлинга или стратегия выигрыша времени, сохранения линейности в СП (сосиссонаж), вероятностного прогнозирования, компрессии и декомпрессии.

А.Д. Швейцер определяет переводческую стратегию проб и ошибок как стратегию «последовательного приближения к оптимальному решению путем отклонения вариантов, не отвечающих определенным критериям выбора» (А.Д. Швейцер 1973:271).

Как известно, ошибки при переводе часто возникают из-за того, что переводчики игнорируют широкий контекст. По этому поводу В.М. Илюхин пишет: «Часто подобная стратегия используется тогда, когда отправитель сообщения перечисляет ряд понятий, переводить которые без широкого контекста затруднительно» (В.М. Илюхин 2011:206 с.). Журналисты переводят разные тексты и сообщения. Положительно то, что они в основном хорошо осведомлены, и любой контакт с иностранцами для них не представляет большой трудности. В отличие от опытных переводчиков, журналисты уступают именно по уровню переводческой компетенции. С другой стороны, у них достаточно хорошо развиты страноведческие знания.

Журналисты могут использовать стратегии ожидания, в том плане, что они получают более широкий контекст для понимания данной ситуации.

Журналисты очень часто выступают в роли переводчика, репортера, а одновременно и стратегия столлинг может помочь им разобраться в данной речевой ситуации. Они должны уметь вовремя выиграть время, медленно или быстро подать переводной материал (Gile 1995:278 p).

Как известно, при применении тех или иных стратегий, переводчик использует различные трансформации. Среди них выделяется конверсия, которая является одним из типов переводческих трансформаций. Журналисты тоже должны уметь использовать данную стратегию, а также стратегию компрессии, которую А.Ф. Ширяев трактует так: «это способ уменьшения слоговой величины текста без нанесения существенного ущерба выполнению комму-

никативной задачи оратора» (А.Ф. Ширяев 1979: 97). При осуществлении речевой компрессии, журналисты заменяют часть высказывания, сокращая слоговую величину. Они используют приемы опущения отрезка речи. Они должны уметь дублировать смысловое содержание предшествующих отрезков и т.д.

Важно, чтобы журналисты умели опускать избыточные элементы высказывания (А.Ф. Ширяев 1979: 97).

При использовании приема компрессии, важны грамматические знания студентов.

При компрессии избыточных элементов и при воспроизводстве аутентичных ситуаций на первый план выступает понятие коммуникативная ситуация. Журналисты должны уметь опускать обращения, избыточные смысловые элементы, опираясь на свои фоновые знания. И если при переводе опускаются такие элементы высказывания как вводные слова, риторические предложения и отступления от темы, то при обучении спонтанной речи акцент делается на их употребление.

Следует отличить перевод спонтанной речи от процесса формирования или обучения спонтанной речи. Если представить этапы обучения спонтанной речи, то следует выделить рецептивный и продуктивный этапы формирования спонтанной речи:

Первый этап – ознакомление с материалом, который предполагает отбор темы обсуждения, отбор текста, его чтение или прослушивание.

Второй этап – перевод целевого текста или отдельных его фрагментов. Выделение ключевых слов, словосочетаний, фраз, идиоматических выражений, коммуникативно-значимых реплик и профессиональной лексики.

Третий этап – перевод спонтанной речи журналистов, носителей английского языка.

Четвертый этап – составление монологов и диалогов по разговорной тематике. Далее обсуждаются различные темы и проблемы по журналистике.

Анализ лингвистической, методической литературы показывает, что ученые в основном интерпретируют понятие «спонтанная коммуникация», отождествляя его с неподготовленной или экспрессивной речью.

С учетом особенностей обучения иностранному языку студентов журналистов на первый план исследования выступают следующие задачи: конкретизировать и уточнить понятие «спонтанная речь» с точки зрения методики преподавания иностранных языков, в частности курса «Английский для специальных целей».

Важной характеристикой спонтанной речи является мотивированность. Очевидно, что без соответствующей мотивации будущие журналисты не в состоянии моделировать естественные или аутентичные речевые ситуации. Если речь порождается без мотивации, то она не может быть неподготовленной, ни спонтанной, ни экспромтной. Дело в том, что для спонтанной речи характерна неожиданность и заинтересованность.

П.Б. Гурвич и Р.З. Шлямберг вводят понятие «инициативная речь». По их мнению, «инициативная речь – это находящее реализацию неудержимое желание выражать свои мысли, слушать и глубоко понимать услышанное (П.Б. Гурвич и Р.З. Шлямберг 1969: 156 с.).

Инициативная речь – это такая речь, в которой учащийся показывает умение привлечь внимание собеседника, начать разговор, предложить тему, заинтересовать партнера по общению, т.е. достичь своей реальной коммуникативной цели» (П.Б. Гурвич 1974: 302).

И.Л. Плужник в своем исследовании разработал методику развития инициативной речи учащихся на основе прочитанных текстов. В данной методике «инициативная

речь» включает в себя определенные желания и умения, а именно, поделиться мыслями о прочитанном, иметь возможность высказать свои суждения, эмоционально и логически оценить прочитанное, развить мысль на основе символов, ключевых фраз, утверждения, диаграмм и цитат (И.Л. Плужник 2008:196с.)

При различении спонтанной и инициативной речи, ученые обращают внимание на фактор неожиданности. Очевидно, что реально инициативная речь не задается преподавателем или собеседниками. Она является внутренним побуждением или мотиватором человека для возможного изложения своей точки зрения в процессе сложившихся тех или иных обстоятельств. В подтверждение этого феномена П.Б. Гурвич рассматривает пример, в котором студент, пытаясь дать ответ на поставленный вопрос, представляющий собой новую комбинацию изученного ранее материала. В данной ситуации «речевой акт в каком-то отношении является подготовленным, так как заданная ситуация является не инициативой говорящего, а спровоцированной собеседником, направляющим разговор в необходимое ему русло. И совсем другое дело обстоит с ситуацией, которую моделирует сам говорящий или, участвуя в разговоре, дает ему другое направление» (П.Б. Гурвич 1972: 52).

Таким образом, когда сам говорящий берет на себя инициативу, чтобы говорить, реализуя внезапное желание выразить свои мысли посредством языка, имеется в виду спонтанная речь. По сути экспромтной речи свойственна инициативность.

Рассмотрим экспрессивность, которая также является важной характеристикой спонтанной речи. Для выявления содержательных характеристик спонтанной речи, необходимо выяснить, чем отличается импрессивная речь от экспрессивной речи, в том плане, что импрессивная речь вы-

ступает как одна из форм речи, понимание устной или письменной речи. В соответствии с характеристикой экспрессивная речь выступает как процесс формирования высказывания в виде как самостоятельного письма, так и активной устной речи говорящего.

Очевидно, что без развития импрессивной речи, невозможно формировать экспрессивную речь. Важно то, что устная или письменная активная речь позволяют выразить лично-оценочное отношение говорящего к содержанию самой речи или самому адресату общения.

«Экспрессивная речь начинается с определения мотива и основной идеи высказывания, затем следует проговаривание высказывания “про себя” (стадия внутренней речи), и завершается процесс более или менее развернутым устным высказыванием».

Экспрессивной речи свойственны некоторые основные формы устной речи, а именно, монологическая, диалогическая и групповая речь (полилог или речь многих). Эти виды речи, образуя основу живой разговорной речи, можно определить общим термином – «спонтанная речь».

Отсюда следует, что при обучении иноязычной спонтанной речи необходимо развивать и монологическую и диалогическую речь. Считается, что преподаватели больше склонны обучать монологической речи, в виду того, что ей свойственен односторонний и непрерывный характер высказывания.

Как известно из методической литературы, диалог как форма речи состоит из двух компонентов, а именно, реплик и цепи последовательных речевых реакций. Диалоговая форма общения осуществляется как в виде беседы (разговора) двух или более сторон речевого общения, так и в виде чередующихся обращений, вопросов и ответов. В данной форме общения большую роль играют не только языковые средства звучащей речи, но и невербальные ком-

поненты, а именно, мимика, пантомимика, жесты и интонационная выразительность речи.

«В одних случаях экспрессивная и импрессивная речь проявляются совместно. Например, говорящий одновременно слушает самого себя. В других случаях эти формы речи могут вступать “в соприкосновение”. Например, “индивид слушает своего коммуниканта и одновременно обращается к нему, используя кинетическую речь”» (www.tinlib.ru).

Проблема исследования экспрессивности постоянно привлекает внимание ученых, а ее лингвистический механизм характеризуется, как отклонение от стереотипов в использовании языковых единиц различных уровней языка.

К фонетическим экспрессивным средствам относятся фонологические нерелевантные для данного языка изменения звуков, акцентные и интонационные средства. Морфологические средства включают словосложение и широкий диапазон различных диминутивных (уменьшительных, ласкательных) и аугментативных (увеличительных, огрубляющих) суффиксов. Лексические экспрессивные средства охватывают пласт слов, имеющих междометия и усиленные частицы. «Все экспрессивные средства этих уровней обладают относительно четко выраженной положительной или отрицательной окраской» (Лингвистический энциклопедический словарь 1990: 54–67).

Далее отмечается, что на возникновение экспрессивности речи или текста также влияют свойства и ситуативные факторы коммуникативной ситуации, например, намерения говорящего, а также лингвистический и экстралингвистический (социальный) контекст коммуникативного акта (Н.Н. Рудык 2010: 188–191).

Если данный коммуникативный акт не продуман заранее, т.е. является спонтанным высказыванием, то, использование экспрессии, зависящее от темперамента и комму-

никативных способностей говорящего, делает его речь более выразительной.

Особое значение при исследовании эмоциональной напряженности звучащей речи имеет также изучение речевых сбоев (ошибок, оговорок) и элементов, маркирующих речь с психолингвистической точки зрения (фальстарты, повторы). Винарская рассматривает напряженность как перцептивную (воспринимаемую) категорию. Она утверждает, что она может рассматриваться отдельно от категории эмоциональности, выражаемой в речи иными средствами (по-видимому, прежде всего мелодическими и тембровыми) (Е.Н. Винарская 2003: 172 с.).

Данные исследований свидетельствуют о том, что различная степень выраженности напряженности в звучащей речи определяется носителями языка, в первую очередь на основе формальных признаков и лишь затем по лексическому наполнению (Д.В. Жабин 2006:330 с.).

Согласно исследованиям фонетики спонтанной речи: спонтанная речь часто «строится как свободное нанизывание смысловых отрезков в различной степени связанных друг с другом» (Бондарко, Вербицкая, Гейльман 1988: 144). Обособленность таких смысловых отрезков не всегда выделяется просодически и грамматически, поэтому применительно к спонтанной речи уместнее говорить об относительной смысловой завершенности.

Из вышесказанного можно сделать вывод, что экспромтная и спонтанная речи синонимами не являются, и будут рассматриваться нами отдельно, применительно к понятию «спонтанная иноязычная речь».

Согласно К.А. Родкиной: «Спонтанная речь, в свою очередь, возникает в условиях эмоционального подъема» (К.А. Родкина 1972: 17).

В процессе обучения мы сталкиваемся с неподготовленной речью, которая имеет эмоциональную окраску.

Эмоциональный характер подобного речевого явления характеризует творческое проявление собственных мыслей говорящего во время изложения заданного ранее в ходе урока материала.

В контексте сказанного, новые содержательные характеристики приобретает спонтанная речь, в том плане, что кардинально меняется соотношение понятий «коммуникация», «общение», «говорение» и т.д. Для понимания содержательных характеристик спонтанной речи большое значение имеет понятие «говорение», так как «оно понимается владение одним из продуктивных видов речевой деятельности – внешней, произносимой и воспринимаемой на слух речью» (В.С. Борисов 1999:137 с.). Очевидно, что на этом уровне, журналисты должны основательно освоить особенности, клише, идиомы и этикетные слова, в целом лексику английской речи.

Что касается устного общения, то оно рассматривается как «специфический для субъектов способ взаимных отношений, способ бытия человека во взаимосвязях с другими людьми» (Филосовский словарь И.Т. Фролова 1981:255).

Отсюда следует, что понятие «общение» шире, понятия «говорение». Принципиально важно то, что общение предполагает не только вербальные средства общения. Более того, журналистское общение имеет свою специфику. Оно предполагает знание и использование профессиональных терминов и клише, своеобразный журналистский подъязык и метаязык.

Как известно, в лингвистическом плане, знания о языке рассматриваются на фонетическом, лексическом, грамматическом уровнях, а также на уровне текста или дискурса «как последовательности предложений, построенной по правилам данной системы языка» (Берков, Яскевич 1997).

Следует подчеркнуть, что, английский подъязык журналистики всегда дискурсивен, то есть он состоит из мно-

жества текстов, которые бесконечно меняются и развиваются. Следовательно, при отборе профессионально-ориентированной английской лексики, единицей отбора необходимо считать не текст или контекст, а дискурс.

Не менее важным представляется социолингвистический аспект, так как общение рассматривается не только в внутриличностной, но и в межличностной плоскостях.

В целом журналисты при выполнении своих профессиональных обязанностей общаются с представителями различных профессий. Они вступают в общение с бизнесменами, дипломатами и государственными деятелями, рабочими и крестьянами, учениками и студентами. Кроме профессиональной деятельности, они общаются в семье, в кругу друзей и т.д.

Общение определяется как сложный процесс становления и развития контактов между людьми, порождаемый потребностями в совместной деятельности, включающий в себя обмен информацией, выработку единой стратегии взаимодействия, восприятия и понимания другого человека.

Определяя основные принципы коммуникативной методики, Е.И. Пассов выявил основные характеристики процесса общения (Е.И. Пассов 1985: 7). В его методической концепции единицей процесса общения выступает коммуникативный акт.

В журналистской профессии, кроме обмена информацией, важна еще одна функция общения – обработка информации и донесение ее до соответствующей аудитории. В связи с этим меняются цели обучения, они последовательно конкретизируются, с учетом ESP. Здесь речь может идти о профессиональной спонтанной речи.

Некоторые исследователи (Васильева 1985; Пассов 1985) рассматривают коммуникативный процесс как последовательность коммуникативных актов, «каждый из которых выполняет определённую функцию в коммуника-

тивном обмене и лингвистически оформляется в виде высказывания» (Васильева 1985: 92).

Очевидно, что последовательность коммуникативных актов обеспечивается процедурами, направленными на развитие разговорной, профессиональной и специальной лексики.

Рассматривая коммуникативной аспект профессионального иноязычного общения журналиста, следует выделить средства, с помощью которых осуществляется обмен информацией. «Информация не может быть просто взята из мозга одного человека и перенесена в другой. В целях трансляции информации, её облачают в форму, пригодную для этого процесса. Такой формой является речь, письменность, мимика и т.д. Процесс преобразования информации в данную форму называется кодированием. Процесс её расшифровки декодированием. При любом обмене информацией между двумя людьми вначале она кодируется одним человеком, а затем декодируется другим» (Джугенхаймер 1996: 39).

В процессе обучения спонтанной речи на первый план выступают вербальные и невербальные средства общения. Как известно, вербальные средства представляют знаковую систему иноязычной речи. Сюда можно отнести говорение и аудирование.

Что касается использования в спонтанной речи невербальных средств общения, то здесь применяются различные неречевые знаковые системы. П.Н. Шихарев выделяет следующие «невербальные средства общения:

- визуальные: кинетика (движения рук, головы, ног, туловища, походка);
- выражение лица, выражение глаз; кожные реакции (покраснение, побледнение и т.д.);
- проксемика (пространственная и временная организация общения); вспомогательные средства общения –

подчеркивание или сокрытие особенностей телосложения (признаки пола, возраста, расы);

- средства преобразования внешности (одежда, косметика, очки, украшения, татуировки, усы, борода и так далее);

- акустические: паралингвистические (качество голоса, диапазон, тональность);

- экстралингвистические (паузы, смех, плач, вздохи, кашель, хлопанье);

- тактильные: такесика (прикосновение, пожатие рук, объятие, поцелуй);

- ольфакторные: приятные и неприятные запахи окружающей среды, естественный и искусственный запахи человека.

Известно, что интерактивная сторона процесса общения предполагает взаимодействие людей. Под подобным «взаимодействием обычно подразумевается организация совместных действий, позволяющих группе реализовать общую деятельность» (Шихарев 1979: 113).

Забегая вперед, можно подчеркнуть, что аудиовизуальные материалы являются самым эффективным средством развития культуры общения. Не секрет, что для каждой профессии характерны специальные невербальные средства.

Традиционно, рассматривая процесс общения, следует обратиться к соотношению понятий «общение» и «деятельность». В нынешней литературе выделяются деятельностные и коммуникативные подходы. В первом случае деятельность рассматривается в рамках теории деятельности (Каган 1988: 111).

В этом ракурсе, Е.И. Пассов определяет предмет и объект речевой деятельности. По его мнению «взаимоотношения собеседников» является предметом речевой деятельности. Согласно его подходу деятельность рассматри-

вается в широком смысле и выступает как синоним коммуникации (Пассов 1985: 7).

И.И. Зарецкая сужает границы понятия «коммуникация», считая данное понятие «как единичный акт общения» (Зарецкая 1997: 9). Из этого следует, что автор рассматривает понятие «обучение» в широком смысле этого слова.

Важность вопроса соотношения понятий «общение» и «культура» сводится к тому, что, во-первых, функциональные характеристики общения являются результатом данной культуры, во-вторых, общение является показателем уровня культуры; оба эти параметра (результат и показатель) выступают в единстве, а общение рассматривается как разновидность деятельности, точнее, речевой деятельности.

Как известно, в классической латыни слово «cultura» означает «возделывание, обработка, уход, улучшение» (Словарь иностранных слов 1989: 272). Словарь иностранных слов определяет понятие «культура» в широком и в узком смысле. В широком смысле это совокупность материальных и духовных ценностей, созданных обществом и характеризующих определенный уровень развития общества, различают материальную и духовную культуру; в более узком смысле термин культура относят к сфере духовной жизни людей.

В структуре речевой деятельности журналиста культура выступает на общекультурном, профессиональном и лингвистическом уровнях.

Профессиональная культура журналиста является неотъемлемой частью культуры общения на иностранном языке. В данном контексте выделяются коммуникативные, профессиональные, познавательные аспекты культуры общения будущего журналиста. Коммуникативную культуру определяют как «искусство социального взаимодействия, опосредованного индивидуальными свойствами личности» (Практическая психология для менеджеров 1997: 155).

Н.Ф. Долгополова определяет коммуникативную культуру как «совокупность знаний, умений, навыков, а также технологий, обеспечивающих целенаправленное взаимодействие людей на основе адекватного выбора и использования средств общения» (Н.Ф. Долгополова 1998: 46).

Отсюда напрашивается вывод, что культура журналистского общения является неотъемлемым компонентом профессиональной культуры. Важно учесть то обстоятельство, что профессиональная культура армянских студентов факультета журналистики и носителей языка отличается по многим параметрам. Трудность подязыка журналистики заключается в том, что студенты должны изучать не только профессионально-ориентированный английский язык, но и знаковую систему языка СМИ.

Важно то, что средства массовой информации (СМИ) – это «принятое в общественно-политической и общественной лексике собирательное обозначение технических средств, обеспечивающих функционирование трансляционной сферы культуры» (Энциклопедический словарь по культурологии 1997: 371).

Трудность отбора профессионально-ориентированной английской лексики журналистики усложняется еще и тем, что состав СМИ постоянно изменяется и совершенствуется.

Как отмечается в той же словарной статье: «В настоящее время в состав СМИ входят газеты, журналы, информационные бюллетени, каталоги и иные периодические издания; системы и станции прямого эфирного, спутникового и проводного (кабельного) радио и телевизионного вещания; в последние годы все заметнее становится важность принципиально нового компонента СМИ, компьютерных сетей, наиболее известна и перспективна из которых сеть Интернет» (Энциклопедический словарь по культурологии 1997: 371).

Формирование спонтанной речи будущих журналистов приобретает новые функциональные характеристики в свете теории речевого акта. Согласно психологической теории деятельности А.Н. Леонтьева, потребность, «находя» себя в предмете деятельности, становится ее внутренним мотивом (А.Н. Леонтьев 1971: 27).

Рассматривая механизм мотивации человека автором отмечается, что познавательная-коммуникативная потребность выступает в качестве одного из мотивов речевой деятельности, «нашедшая» себя в предмете этой деятельности – её смысловом, предметном содержании.

В связи с этим, перед нами, прежде всего, возникает задача создания, поддержания и повышения мотивированности обучения речевой деятельности на иностранном языке.

В свою очередь данная выраженность мотивированности предполагает создание ситуации, стимулирующей возникновение и развитие коммуникативно-познавательной потребности студентов высказать мысль на изучаемом языке с какой-то определенной целью, наличие смыслового содержания темы, ситуации или проблемы, которые лично и эмоционально значимы для субъекта обучения.

Один из ведущих исследователей проблемы мотивации в области обучения иностранным языкам И.А. Зимняя выделяет следующие ее виды: «социальные, познавательные, коммуникативные, самореализации (самоактуализации), мотивы, созданные родителями и учителями по отношению к учению» (Зимняя 1985: 219).

В целом трудно сказать, какие мотивы преобладают у студентов-журналистов при изучении английского языка. Однако, невозможно представить полноценное формирование спонтанной речи на английском языке без учета всех его аспектов. На первый план выдвигаются лингвистические, прагматические, психолингвистические, социолингвистические аспекты формирования спонтанной речи. С

точки зрения прагмалингвисти подчёркивается значение изучения невербальных средств общения, интересы и мотивы обучения языку рассматриваются с точки зрения психологии и психологии речи. В журналистской профессии немаловажным представляется знаковая система СМИ, которая рассматривается в семиотическом аспекте.

§3. Развитие спонтанной речи в процессе обучения межкультурной коммуникации студентов-журналистов

Как известно большое значение имеет для будущих журналистов умение свободно общаться с представителями разных профессий, культурных и языковых сообществ, вероисповеданий. Это предполагает развитие не только коммуникативной, профессиональной, межкультурной компетентности, но и наличие определенных личностных качеств: уважение к «инородным культурам», толерантное отношение к обычаям, традициям, вере, нравам тех, о ком пишет, у кого берет интервью данный журналист.

В лингвистической и методической литературе спонтанная речь выступает как устный вид неподготовленного диалогического текста. А.М. Антипова трактует спонтанную речь как устный вид неподготовленного диалогического текста. Она пишет: «Монологическая речь, по сути, является частью диалога или полилога. Акт спонтанной речи неподготовлен, хотя тема разговора может быть заранее известна» (А.М. Антипова 1989: 61).

Анализ соответствующей литературы показывает, что спонтанная речь выделяется тем, что сочетает «вербальные и невербальные средства коммуникации, а также корреляции вербальных и невербальных компонентов коммуникативного акта» (Баталин 1989, Шевченко 1989).

В основном исследователи пришли к выводу о том, что кинесические средства общения /жесты, мимика, пантомимика, проксемика/, являясь невербальным средством общения, наравне с вербальными средствами общения, являются важным условием осуществления процесса коммуникации, и, следовательно, должны изучаться в единстве с вербальными средствами коммуникации.

Основные компоненты иноязычной спонтанной речи четко выделяются с точки зрения социокультурного и коммуникативного подходов, в том плане, что общение, осуществляемое представителями разных культур, возможно в рамках межкультурной коммуникации.

Как известно, «Обучение языку межкультурного общения предполагает развитие культурной восприимчивости в отношении своей и других культур» (Брагина 2007: 76).

Специфика обучения английского языка на факультете журналистики заключается в том, что своя или другие культуры изучаются в рамках других дисциплин, в процессе приобретения профессиональных знаний.

Будущие журналисты прекрасно понимают, что одного владения соответствующим иностранным языком недостаточно для осуществления межкультурного общения. На первый план выступает понятие «фоновые знания».

По сути, для осуществления межкультурной коммуникации, будущие журналисты должны иметь четкое представления о том, какие культурные различия воспрепятствуют общению. Важно понять особенности «межкультурной интеракции», особенности при обучении иноязычной спонтанной речи (Халеева 1999: 5–15).

Исходя из того факта, что мировоззрение наших студентов-журналистов сформировано в рамках менталитета армяноязычного или русскоязычного человека, можно определить те условия, которые определяют успех иноязычной коммуникации.

В процессе коммуникативного обучения английской спонтанной речи необходимо обратить внимание на особенности диалогического общения, так как студенты сознательно или подсознательно используют невербальные и вербальные средства коммуникации в устном дискурсе.

Очевидно, что важным условием развития спонтанной речи у студентов-журналистов является умение восприни-

мать текст диалога или дискурс с позиций межкультурной коммуникации.

Согласно А.В. Варганову: «само понятие “межкультурная коммуникация” в известной мере мифологизировано» (А.В. Варганов 2008: 127). Автор выделяет несколько мифов в теории коммуникации. Первый миф заключается в том, что в искусственных условиях учебной аудитории мы можем лишь транслировать знания об иноязычной культуре. Очевидно, что студенты имеют определенные трудности воспроизводить аутентичные речевые ситуации, так как возможности общения с носителями изучаемой культуры ограничены. Постоянным коммуникантом, изучающим иностранный язык, выступает преподаватель, который не является носителем иностранной культуры, а является лишь ее ретранслятором. Создаваемые же в рамках учебного процесса учебно-речевые ситуации имитируют аутентичные ситуации.

«Вторым мифом теории межкультурной коммуникаций можно считать положение о том, что в процессе обучения иностранным языкам у обучаемых минимизируется фактор принадлежности обучаемых к родной культуре, поскольку сформирован коммуникант в области реального межкультурного взаимодействия» (А.В. Варганов 2008: 127).

Можно не согласиться с автором, в том плане, что журналисты имеют возможность общаться не только с представителями разных профессий, обычаев, культур, но и имеют дело с разными текстами, понимание, интерпретация и воспроизводство которых является своеобразной разновидностью межкультурной коммуникации.

Немаловажными представляется проблема понимания в межкультурной коммуникации. Как уже было сказано, будущим журналистам приходится не только понимать речевые интенции разных людей, но и расшифровывать разные тексты, исходя из основных содержательных характе-

ристик межкультурной коммуникации. В связи с этим Л.Ф. Воскресенская пишет: «Понимание не ограничивается только языковым аспектом. Понимание представляет собой сложную мыслительную деятельность, в которую включены фантазия, воображение, эмоции, а в ситуации профессионального общения, понимание предполагает профессиональные знания и профессиональный опыт участников коммуникации» (Л.Ф. Воскресенская 2008: 161).

В целом, исследователи выделяют психологические, лингвистические, социологические аспекты межкультурной коммуникации. Анализ основных подходов к данной проблеме позволяет выделить основные компоненты межкультурной компетенции и определить методы и приемы обучения иноязычной спонтанной речи. «См.: *Рис. 1*»

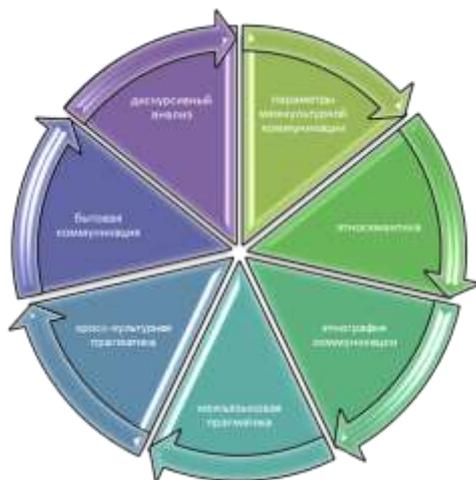


Рисунок 1. Основные компоненты межкультурной коммуникации

Сочетание психологических и социологических подходов позволило М.Л. Воловиковой сравнить кросскультур-

ную, социокультурную и межкультурную компетенции, которые тоже лежат в основе коммуникативной компетенции.

«Если кросскультурная компетенция – это определенного рода грамотность, а социокультурная компетенция – это знание о культуре и культурном сообществе изучаемого языка, то межкультурная коммуникация – это практические умения взаимодействия с представителями другой культуры и обязательное участие в межкультурном общении» (М.Л. Воловикова 2006: 67).

Таким образом, можно сделать вывод о том, что в подготовке будущих журналистов в процессе обучению профессионально-ориентированному английскому языку большое значение имеет учет особенностей развития межкультурной компетенции.

Принципиально важно то, что журналисты становятся участниками межкультурной коммуникации в разных ситуациях в процессе выполнения своих профессиональных обязанностей.

Проблема заключается в моделировании реальных, аутентичных ситуаций межкультурной коммуникации, в использовании различных стратегий понимания и перевода, в разработке компенсирующих механизмов.

В этом плане основополагающее значение имеют правильно отобранные профессиональные тексты или медиатексты, которые по своим функциональным характеристикам должны быть дискурсивными.

§4. Особенности функционирования спонтанной речи в процессе обучения культуре иноязычного общения студентов-журналистов

Не секрет, что методика обучения английскому языку будущих журналистов в РА далека от совершенства. В целом не разработаны соответствующие методики обучению спонтанной речи на иностранном языке.

Большое значение имеет для будущих журналистов умение свободно общаться с представителями разных профессий, культурных и языковых сообществ, вероисповеданий.

Это предполагает развитие не только коммуникативной, профессиональной, межкультурной компетентности, но и наличие определенных личностных качеств: уважение к «инородным культурам», толерантное отношение к обычаям, традициям, вере, нравам, к тем, с кем они общаются, берет интервью и т.д.

Давно известно, что общению следует обучать через общение. В этом случае будущие журналисты преодолевают большие трудности, в том плане, что возможности общения на английском языке с носителями языка в основном ограничены.

Немаловажным представляется общение с англоязычными журналистами. Ограниченные возможности общения с носителями изучаемого языка отрицательно влияет, особенно на развитие спонтанной речи.

При выявлении содержательных характеристик спонтанной речи, следует определить соотношение понятий «коммуникация», «общение», «говорение» и т.д.

Не менее важным представляется социолингвистический аспект, так как общение рассматривается не только в внутриличностной, но и в межличностной плоскостях.

Примечательно то, что журналисты имеют дело почти со всеми видами общения. Принципиально важно определить: как относится профессия журналиста к разным видам общения: это деловое или производственное общение, или общение в семье.

Принципиально важно то, что при обмене информацией, успех полноценного взаимопонимания зависит от уровня владения спонтанной речью.

Отношение современных журналистов к понятию «общение», по сути, профессиональное. Более того, здесь речь идет о спонтанной речи в процессе общения не только на родном, но и иностранном языке.

Так как невербальные средства общения относятся к быту носителей языка, то будущие журналисты должны изучать невербальные средства общения англоязычных журналистов, с точки зрения идеологических, культовых или социальных функций коммуникации (McNeill 1992: 4).

Очевидно, что последовательность коммуникативных актов обеспечивается процедурами, направленными на развитие разговорной, профессиональной и специальной лексики.

Будущие журналисты должны акцентировать свое внимание на все аспекты иноязычной лексики, в том плане, что в их спонтанной речи соотношение выделенных аспектов лексики четко не вырисовывается.

Важность вопроса соотношения понятий «общение» и «культура» сводится к тому, что, во-первых, функциональные характеристики общения являются результатом данной культуры, во-вторых, общение является показателем уровня культуры.

Здесь следует выделить культуру общения вообще, культуру общения в частности, т.е. профессиональное общение. Такой подход имеет большое значение для разви-

тия подготовленной и неподготовленной речи журналистов в учебных и внеучебных условиях.

В данном контексте выделяются коммуникативные, профессиональные, познавательные аспекты культуры общения. Коммуникативную культуру определяют как «искусство социального взаимодействия, опосредованного индивидуальными свойствами личности» (Практическая психология для менеджеров 1997: 155).

Н.Ф. Долгополова определяет коммуникативную культуру как «совокупность знаний, умений, навыков, а также технологий, обеспечивающих целенаправленное взаимодействие людей на основе адекватного выбора и использования средств общения» (Н.Ф. Долгополова 1998: 46).

Особенностью невербальных сообщений является их ситуативность. Существуют несколько функций, которые невербальные сообщения выполняют при взаимодействии с вербальными.

В основном выделяются функции дополнения, опровержения вербальных сообщений, замещения вербальных сообщений, регулирования разговора (Биркенбил 1997; Вилсон 1999; Ключев 1998; Норман 1996; Пронников, Ладанов 1998; Соколов 2002; Соломоник 1995; Фоли 1997).

«См. Рис. 2»



Рисунок 2. Функции невербальных сообщений

§5. Использование средств невербальной коммуникации при обучении иноязычной спонтанной речи студентов-журналистов

Будущие журналисты должны знать, что дополнения делают невербальную речь более выразительной. С помощью жестов люди уточняют каждое выражение, проясняют ее содержание. Важно еще и то, что журналисты должны понять язык жестов (См.: *Рис. 3*).



Рисунок 3. Функции невербальных сообщений

Иноязычную речь понимают легко, когда имитируют или дублируют жестами (См.: *Рис. 4*).



Рисунок 4. Невербальные знаки

С помощью невербальных знаков журналисты регулируют свои отношения, используя замещающие слова, тон голоса, одобрительные или неодобрительные возгласы, разные дискурсивные маркеры. Журналисты должны, во-первых, понять способы регулирования, используемые англичанами, во-вторых, они должны использовать их в спонтанной речи.

Таким образом, невербальные символы, знаки, сообщения у разных народов разные. Журналисты должны последовательно изучать невербальные средства общения, чтобы, во-первых, понять англоязычных собеседников, и, во-вторых, общаться с ними.

Методисты пытаются определить соотношение вербальных и невербальных средств общения в разработке методики обучения спонтанной речи.

Не менее важным представляются индивидуальные характеристики собеседников. Очевидно, что моделируя аутентичные ситуации, невозможно имитировать индивидуальные характеристики журналистов, говорящих на английском языке. Это положение особенно ярко проявляется в процессе порождения спонтанной речи. Как правило, студенты в целом игнорируют невербальные средства общения.

Поскольку обучение иноязычной спонтанной речи интегрируется в систему обучения иностранным языкам, представляется логичным обратиться к основополагающим принципам и подходам при обучении взаимодействию невербальных и вербальных средств общения на английском языке.

Можно сделать вывод о том, что культура общения журналиста является неотъемлемым компонентом профессиональной культуры. Важно учесть то обстоятельство, что профессиональная культура армянских студентов-журналистов и носителей языка отличается по многим па-

раметрам. При этом важно не отождествлять коммуникативную культуру и культуру общения на языке.

Выводы к первой главе

Согласно одному из ключевых требований данного курса является развитие умений и навыков неподготовленной иноязычной речи до такой степени, чтобы студенты были в состоянии осуществлять речевую коммуникацию на английском языке, используя в речи понятия и термины, в целом профессиональную лексику журналистики.

В контексте сказанного важно подчеркнуть, что студенты факультета журналистики традиционно изучают разновидности публицистической и литературной речи и изучение разговорной речи не входит в задачу профессионально-ориентированного курса изучения английского языка.

Важно определить: на каком этапе обучения спонтанной речи используются медиатексты и как необходимо работать с ними. Очевидно, что чтение, прослушивание, перевод, пересказ и другие виды речевой деятельности необходимо чередовать таким образом, чтобы они способствовали развитию спонтанной речи.

Работа с медиатекстом предполагает формирование и развитие спонтанной речи, даже если эта работа носит рецептивный характер.

Проблема заключается в определении соотношения собственно разговорных и массмедийных коллоквиализмов.

На первый план выступают аутентичные медиатексты, которые содержат очень много массмедийных неологизмов и коллоквиализмов.

Необходимо подчеркнуть, что паузы hesitation являются неотъемлемой частью процесса спонтанного рече-

производства. Трудно привести пример неподготовленной речи, в которой бы отсутствовал этот феномен. В процессе изучения и обучения хезитации, ученые предлагают использовать стратегию сотрудничества, которая проявляется в подхватах, подсказках, активном включении в беседу путем повышения уровня высоты тона и громкости, сохранении права продолжать речь путем озвученных пауз хезитации и протяжного произнесения союзов, артиклей, предлогов и других слов, необходимых для обдумывания.

Журналисты очень часто выступают в роли переводчика, а стратегии перевода помогают им разобраться в данной речевой ситуации.

Студенты должны развить навыки использования формул вежливости, использовать вводные, вставные конструкции, уметь устранять повторяющиеся синтаксические компоненты.

Спонтанная и экспромтная речи имеют те же характеристики. Они являются более высоким уровнем развития неподготовленной речи, и неподготовленная речь считается одним из этапов обучения спонтанной иноязычной коммуникации.

Журналисты должны обучаться и неподготовленному, и подготовленному видам общения. По сути, спонтанная речь представляет основной аспект неподготовленного и подготовленного общения. Несмотря на то, что подготовленное общение лежит в основе неподготовленного общения.

Для формирования культуры общения в контексте журналистской профессии наиболее значимыми являются коммуникативная и профессиональная культуры журналиста.

Социокультурный подход к обучению СР на английском языке позволяет включить в учебный процесс жесты повседневного и этикетного общения, используя их в процессе овладения студентами невербальными и вербальными средствами спонтанной речи.

Для формирования культуры общения журналиста наиболее значимыми являются его/ее коммуникативная и профессиональная культуры. С одной стороны, мы говорим о профессиональной культуре журналиста, с другой стороны, профессиональные знания вливаются в культуру общения на иностранном языке.

Значение развития иноязычной спонтанной речи в межкультурной коммуникации объясняется новыми реалиями современного мира, кардинально изменившими статус иностранного языка в обществе. Вместе с тем, невозможно представить полноценной работы современного журналиста без соответствующего уровня владения английской спонтанной речью. Традиционно армянские журналисты не выделялись своими знаниями иностранных языков, кроме журналистов-международников.

ГЛАВА 2.

ПРОБЛЕМА СОЗДАНИЯ ПРОДУКТИВНОЙ МОДЕЛИ СПОНТАННОЙ РЕЧИ И ЕЕ ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНОЕ ОБОСНОВАНИЕ

§1. Проблема отбора медиатекстов в учебных целях

В методике преподавания иностранных языков существуют множество подходов к использованию текстов в учебных целях. Будущие журналисты должны уметь читать профессиональные или специальные тексты, анализировать, рецензировать, писать новые статьи, воспроизводить данный текст, сообщение и т.д.

Они очень хорошо знают те виды текстов, которые используются в масс-медиа. По сути, журналисты в своей ежедневной практике имеют дело с медиатекстами.

Как отмечают исследователи, работа с массмедийным текстом предполагает развитие особых умений, так как они ориентированы на определенный род речевой деятельности. Использование массмедийного текста в учебных целях целесообразно тем, что он, выступая как своеобразное речевое произведение, «реализуется как в устной (в том числе и спонтанной), так и письменной речи» (Филиппов 1989; Штерн 1991 и др.).

При обучении иноязычной спонтанной речи важно определить признаки текстов, которые используются в учебных целях. В целом, исследователи разграничивают следующие признаки текста: информационные, функциональные, структурно-семиотические, коммуникативные. Анализ содержательных характеристик данных текстов показывает, что коммуникативные тексты являются эффективным средством в плане развития спонтанной речи.

При отборе текстов, для развития иноязычной спонтанной речи, целесообразно выделить принцип коммуникативности, так как, учитывая его содержательные характеристики, методисты различают «научные и ненаучные»; «художественные и нехудожественные»; «монологические и диалогические»; «моноадресатные и полиадресатные тексты» и др. По мнению Валгиной, существующие классификации носят условный характер, даже если учитываем особенности «общей и единой типологии». Художественный текст, согласно автору, может попасть «в группу ненаучных, а с другой – одновременно в группы монологических и диалогических» (Валгина 2003:173).

В процессе обучения спонтанной речи важными представляются спонтанные тексты: монолог, диалог и полилог, которые функционируют в основном в устной разговорной речи.

Что касается определения монологической речи, то в целом исследователи (Алхазидзе 2001; Гальскова 2004; Калинина 1991; Комаров 2005; Клементьева 1999; Фарадея 1972) выделяют такие «качества, как ясность, логическая стройность, достаточная информативность, доказательность, а также выражение собственного отношения и оценки» (Новгородова 2014). Очевидно, что будущие журналисты не в состоянии в университете изучать английский в той степени, чтобы владеть иноязычной устной речью наравне с носителями языка.

Исходя из общеевропейской системы уровней владения иностранным языком, методисты выделяют три уровня владения устной речью: средний, повышенный и высокий. Очевидно, что здесь речь идет о B2 пороговом продвинутом уровне (Vantage). Что касается C1 уровня, профессионального владения (Effective Operational Proficiency), то он совпадает с высоким уровнем.

Для развития иноязычной спонтанной речи студенты должны владеть устной речью на высоком уровне. Высокий уровень овладения иностранным языком предполагает свободное или почти свободное владение языком. Ясно, что редкие студенты могут свободно владеть иностранным языком. Однако на продвинутом этапе обучения многие студенты стремятся к этому. К этой категории студентов следует отнести тех, кто собирается продолжать учебу за рубежом, стать журналистом-международником, сдать экзамен по американским или английским тестовым системам (TOEFL, IELTS).

На факультете журналистики эффективно развивать спонтанную речь посредством кратких монологических высказываний. Эффективность использования кратких монологических высказываний заключается в том, что органически включаются в диалогическую речь.

С точки зрения обучения иноязычной речи важно то, что развернутое монологическое высказывание может быть сообщением, рассказом, докладом, изложением, реферированием.

Н.К. Фарадян, изучая особенности обучения монологической речи в языковом вузе, пришел к выводу, что «для первоначального этапа обучения характерны монолог-рассказ и пересказ, монолог-описание, монолог-высказывание» (Н.К. Фарадян 1972: 26).

Для обучения монологической речи на начальном этапе обучения могут использоваться языковые упражнения, а на среднем и продвинутом этапах – речевые упражнения.

Исследователи придают большое значение использованию в учебных целях «тексту диалога» или «диалогическому тексту». Текст диалога отражает особенности культуры общения носителей языка. «Иноязычный текст диалога является продуктивным средством обучения иноязычной спонтанной речи. В методическом плане важно то, что диалогические тексты содержат богатый материал о

данном народе, его традициях, стереотипах. По сути, невозможно говорить о «диалоге культур» без использования диалогических, аутентичных текстов в учебных целях» (Каган 1988:319 с., Тер-Минасова 2000:264 с.) Не случайно, исследователи считают, что диалог культур наиболее ярко выражен в диалогическом тексте.

Ценность диалогических текстов заключаются еще и в том, что они представляют и вербальные и невербальные средства коммуникации.

Известно, что М.М. Бахтин не представляет общение без диалога (Бахтин 1994).

Важно то, что люди используют экстралингвистические средства коммуникации в диалогической речи. В этом плане выделяется понятие «аутентичная ситуация».

Принято считать, что «текст – высшее образование речи, законченное речевое произведение, имеющее композицию и завершенную семантику».

Классические определения текста тоже включают некоторые характеристики диалогического текста, несмотря на то, что текст обладает завершенностью и объединяет разные типы лексической, грамматической, логической, стилистической связи» (П.Я. Гальперин 1981: 18).

Вычлняя признаки текста, Л.М. Лосева подчеркивает следующие положения: «Основной единицей речи, выражающей законченное высказывание, является не предложение, а текст, предложение – высказывание, лишь частный случай, особая разновидность текста. Текст является высшей единицей синтетического уровня!» (Л.М. Лосева 1981: 6).

В общей лингвистике считается, что основными свойствами текста являются цельность, связность и отдельность. Что касается массмедийных текстов, то они выделяются такими признаками как завершенность/незавершенность текста, наличие темы в тексте.

Примечательно то, что массмедийные тексты, например рекламы, могут содержать только невербальные компоненты. С точки зрения развития спонтанной речи в учебных условиях, важно то, что все невербальные компоненты коммуникации в основном разделяются на внешние и внутренние. Студенты должны ознакомиться не только с внешними, но и внутренними невербальными компонентами. В целом ученые четко определяют понятие «внутренний невербальный компонент», выделяя в нем «средства несловесной коммуникации в речевом акте, а также несловесные элементы, принимающие участие в процессах вербализации (при порождении речи) и девербализации (при рецепции речи), т.е. мимика, жесты, определенные действия коммуникантов и т.п.» (И.Н. Горелов 1980: 24–25).

Интересно, что ученые различают внешние и внутренние невербальные компоненты текста. Под внешними невербальными компонентами ученые понимают место коммуникации, время, окружающая среда и т.д.

Особенно важным представляется информативная насыщенность текста, так как она непосредственно влияет не только на процедуры отбора текстов, но и на характер отбора учебно-речевых ситуации и на стратегии использования различных методов обучения новой иноязычной лексике: проблемных, интерактивных, проектных. Согласно З.И. Клычниковой: «каждое речевое сообщение может содержать информации четырех видов:

- 1) информации, содержащиеся в словах сообщения, репрезентирующие соответствующее понятие;
- 2) информации об отношениях между познаваемыми объектами и явлениями;
- 3) информации об отношении человека, написавшего сообщение, к познаваемым им вещам, явлениям, людям, их мыслям;

4) информации, отражающие взаимоотношения автора и читателя. Соответственно каждое речевое сообщение может передавать четыре коммуникативных плана: 1) категориально-познавательный, 2) ситуативно-познавательный, 3) эмоциональный, 4) волевой» (З.И. Клычникова 1970: 37).

При развитии спонтанной речи, методисты учитывают его «специфические категории: смысловая завершенность, структурная и коммуникативная целостность, прагматическая установка, стилистическая и жанровая отнесенность, разные типы связи между элементами текста, композиционная оформленность, коммуникативная направленность» (П.Я. Гальперин 1966: 10).

Важно определить: какие массмедийные тексты необходимо отбирать в процессе обучения спонтанной речи. Традиционно, в учебном процессе используются учебные тексты.

Особенности учебного текста обусловлены, прежде всего, тем, что он обслуживает особую сферу – учебную и выступает средством обучения. Несмотря на это, на нынешнем этапе развития методики преподавания иностранных языков предпочтение дается аутентичным текстам. Такая тенденция характерна и для профессиональных, и для профессионально-ориентированных курсов иностранных языков.

С одной стороны, возникает необходимость решения таких методических задач, как отбор, адаптация, моделирование учебного текста, выбор способа его презентации, с другой стороны, подчеркивается значение отбора аутентичных текстов в учебных целях.

В данном случае речь идет об аутентичных массмедийных текстах или дискурсах, которые могут быть продуктивными средствами развития спонтанной речи будущих журналистов.

Определяя дискурс как совокупность экстралингвистических факторов, ученые трактуют данное понятие как речь, «погружённая в жизнь» (Арутюнова 1990: 137).

Согласно Ю.С. Степанову: «Дискурс – это “язык в языке”, но представленный в виде особой социальной данности. Дискурс реально существует не в виде своей “грамматики” и своего “лексикона”, как язык просто. Дискурс существует, прежде всего, и главным образом в текстах, но таких, за которыми встаёт особая грамматика, особый лексикон, особые правила словоупотребления и синтаксиса, особая семантика, в конечном счёте – особый мир. В мире всякого дискурса действуют свои правила синонимических замен, свои правила истинности, свой этикет. Это – “возможный (альтернативный) мир” в полном смысле логико-философского термина. Каждый дискурс – это один из “возможных миров”. Само явление дискурса, его возможность, и есть доказательство тезиса “Язык – дом духа” и, в известной мере, тезиса “Язык – дом бытия”» (Ю.С. Степанов 1998: 44).

Дискурсивный анализ осуществляется с различных позиций. Важно определить значение дискурсивного анализа в процессе обучения иноязычной спонтанной речи. Очевидно, что студенты должны быстро определить место, время, характер взаимоотношений собеседников.

Принципиальное значение имеет концептуальный анализ речевых ситуаций. Для этого, необходимо иметь четкое значение о концепте. Существуют различные определения концепта в рамках когнитивной лингвистики. А. Вежбицкая определяет данное понятие как «объект из мира “Идеального”. Оно должно иметь имя и отражать “определенные культурно обусловленные представления человека о мире “Действительность”» (Вежбицкая 1997: 411). В интерпретации С.А. Алексеева, концепты представляются как «индивидуальные представления, которым

в некоторых чертах и признаках дается общая значимость» (Аскольдов-Алексеев 1997: 267–279).

Носители не думают о концептах. Они имеют общие представления о различных явлениях жизни. Трудность генерации иноязычной речи заключается в том, что студенты знакомы концептами родного языка. «Концепты иностранного языка как “особые ментальные образования” усваиваются очень медленно в учебных условиях, так как почти отсутствуют экстралингвистические факторы» (Аскольдов-Алексеев 1997: 267–279).

По сути, происходит интерференция не только текстов, дискурсов, но и концептосфер. Студенты анализируют две и более двух концептосфер, изучая страноведение, языкознание, стилистику, иностранную литературу. Однако не умеют анализировать массмедийные концептосферы, используя определенную методологию. Дискурсивный анализ «позволяет выделить и дифференцировать национально-культурные различия в отдельных концептах языковой картины мира носителей языка и представителей родной культуры» (Н.В. Красовская 2011: 23).

Считается, что «дискурс отражает иерархию знаний, которая необходима при его порождении и восприятии», и не случайно А.К. Жолковский определяет дискурс как «воплощенный в речи мироощущение и жизненную позицию» (А.К. Жолковский 1995:143–153.).

Массмедийный дискурс выделяется тем, что познавательные процессы объясняются идеологическими установками. Журналисты являются основными участниками этого дискурса. Они в процессе профессионального общения создают различные тексты. В целом эти тексты созданы для носителей языка и из-за этого, студенты-журналисты с трудом понимают, более того воссоздают эти тексты. В методике преподавания иностранных языков такие тексты

считаются аутентичными и они не предназначены для использования в учебных целях (О.Н. Киян 2010: 4).

С точки зрения обучения спонтанной речи у студентов – журналистов, важно то, что некоторые авторы «под аутентичными текстами понимают тексты, произведенные для того, чтобы выполнить некий социальный заказ при изучении языка, не написанные специально для изучающих второй язык (образцы газетных или журнальных статей, радиопередачи, рекламные объявления)» (Little, Devitt, Singleton 1988-112 p.)

По сути, массмедийные тексты могут служить готовым, аутентичным материалом для обучения иноязычной спонтанной речи. В этой связи методисты предлагают термин «методически аутентичный текст». По мнению Е.В. Носоновича: «методически аутентичный текст представляет собой естественное речевое произведение, созданное (скорее, по нашему мнению, привлечённое) в методических целях» (Е.В. Носонович 1999: 18). Очевидно, что цель данной работы использовать аутентичные массмедийные тексты в методических целях.

Обосновывая эффективность применения аутентичных, неадаптированных текстов, Киян сравнивает учебные и аутентичные тексты, выделяя искусственность, упрощенность учебных текстов. Согласно автору: «Препарированные учебные тексты теряют характерные признаки текста как особой единицы коммуникации, лишены авторской индивидуальности, национальной специфики». Очевидно, что журналисты склонны работать только с аутентичными текстами. Тот же автор выделяет также стилистические характеристики аутентичных текстов. Студенты работают над разностилевыми текстами с большим интересом. Более того, такие тексты оптимально представляют культуру страны изучаемого языка.

Важно то, «Аутентичные тексты иллюстрируют функционирование языка в форме, принятой носителями языка, и в естественном социальном контексте» (О.Н. Киян 2010: 4).

Аутентичные материалы мотивируют студентов. В этом плане массмедийные тексты представляют большой интерес для будущих журналистов. Они не только приближают их к целевой языковой культуре, но к области будущей профессиональной деятельности.

Е.В. Носонович и Р.П. Мильруд рассматривают содержательные аспекты аутентичности учебного текста и выделяют 7 таких аспектов. Они выделяют в первую очередь культурологическую аутентичность. Она предполагает «использование текстов, формирующих представления о специфике другой культуры, об особенностях быта, о привычках носителей языка» (Носонович, Мильруд 1999: 6–12). Не менее важным представляется «информативная аутентичность». При выборе таких текстов важно учесть возрастные особенности и интересы студентов.

При отборе массмедийных текстов, следует учесть фактор ситуативной аутентичности, так как студенты воссоздают в учебных условиях естественные ситуации. Выделяя «аутентичность национальной ментальности», те же авторы с новых методологических /когнитивистических/ позиций рассматривают проблему обучения новым словам и выражениям.

С точки зрения интерактивных методов обучения большой интерес представляет понятие «реактивная аутентичность», так как «при разработке учебного текста» предлагается «вызывать у обучаемых аутентичный эмоциональный, мыслительный и речевой отклик». В том же логическом ключе трактуется понятие «аутентичность оформления», которое предполагает привлечь внимание студентов и облегчать «понимание коммуникативной задачи текста, установление его связей с реальностью». В содержательном и функ-

циональном плане важным представляется учет аутентичности учебных заданий к текстам, так как такие «задания должны стимулировать взаимодействие с текстом, должны быть основаны на операциях, которые совершаются во внеучебное время при работе с источниками информации» (Носонович, Мильруд 1999: 6–12).

В каком-то смысле обучение спонтанной речи предполагает своеобразную текстовую деятельность. В ней отражается не только знание языковой системы, единиц и правил их изменения и сочетания, но и владение механизмом порождения и восприятия сообщений с учетом целей и задач общения, фактора адресата, сферы общения, условий. Опора на лингвистические, культурологические знания об учебном или аутентичном тексте способствует более успешному развитию коммуникативно-речевых способностей студентов.

Студенты в основном умеют работать с текстом, проводить филологический, лингвистический, литературоведческий анализ. Делая одно и то же на иностранном языке, студенты развивают свои коммуникативно-речевые способности, которые лежат в основе спонтанной речи.

При обучении иноязычной спонтанной речи, методисты большое значение придают анализу текста. «Анализ текста как готового продукта речи позволяет увидеть динамику речевой деятельности: от замысла до конкретных речевых реализаций, то есть проследить сам процесс формирования мысли. Одновременно с осознанием речи формируется литературная интуиция, спонтанная речь, которая имеет более автоматизированный характер, так как находится во внутреннем, мысленном плане. Это дает основание утверждать, что анализ текста позволяет развивать коммуникативно-речевые способности» (Т.Г. Смирнова 2004: 372).

При отборе рассматриваемых текстов, важно подчеркнуть, что медиатекст как одно из проявлений функциони-

рования публицистического стиля является благоприятным фактором для возникновения неологически окрашенных единиц. Венедиктова выделяет тексты «с точки зрения содержания (воспитательность, правдивость, интересность, познавательность, логичность изложения, доступность изложения, смысловая законченность), языковых трудностей (процент незнакомых слов и конструкций, включение в текст словаря-минимума, употребительность и повторяемость лексики, нормативность языка, насыщенность действием и диалогом) и оформления (иллюстративность, вступление, комментарии)» (Венедиктова 1969: 36).

Принципиально важно еще раз отметить, что использование медиатекста в целях развития иноязычной спонтанной речи имеет практическую направленность. Это предполагает выполнение ряд функций: познавательную, развивающую, воспитательную и т.д.

Как известно, из истории методики, познавательная функция текста выполняется при всех видах речевой деятельности (ознакомительный, изучающий и просмотровый).

В практическом плане для текста характерна, в первую очередь, развивающая функция. Основательный анализ функциональных характеристик текста подтверждает сказанное.

Согласно С.К. Фоломкиной: «иноязычному тексту свойственны:

- 1) функция расширения и пополнения языковых знаний студента;
- 2) функция тренировки языкового материала, которым учащиеся должны овладеть;
- 3) функция развития устной речи – говорения;
- 4) функция развития умения читать» (Фоломкина 1985: 20).

Отсюда следует, что массмедийные тексты развивают не только коммуникативные умения и навыки, но профес-

сиональные знания. Не секрет, что журналисты не в состоянии ежедневно быть в центре событий, владея только армянским и русским языками.

Более того, в РА намечается негативная тенденция ухудшения уровня знания русского языка среди студентов гуманитарного профиля.

При рассмотрении функции текста или медиатекста в плане развития словарного запаса у студентов, необходимо учитывать особенности развития словообразовательной системы изучаемого языка, процесс становления новых словообразовательных моделей слов и изменения словообразовательного процесса.

Медиатексты содержат достаточно богатый лексический материал, в том числе специальную лексику.

Исходя из этого, кроме вышеуказанных функций, они выполняют функции интериоризации иноязычных высказываний, формирования иноязычного речевого механизма, реализации речевой интенции студентов, актуализации средств родного языка, формирования полноценных качеств лексического навыка, его автоматизации и закрепления.

Как и академические тексты, медиатексты многофункциональны. При использовании их в учебных целях, это обстоятельство имеет отрицательные и положительные стороны.

«Определение медиатекста выходит за рамки традиционного взгляда на текст как на последовательность слов, напечатанных или написанных на бумаге.

Понятие медиатекста гораздо шире: оно включает голосовые качества, музыку и звуковые эффекты, визуальные образы – иначе говоря, медиатексты фактически отражают технологии, используемые для их производства и распространения» (Добросклонская 2008: 45).

(«См. Схема 1»).



Схема 1. Основные функции медиатекста

В основном ученые выделяют четыре типа медиатекстов:

- « – новости;
- информационная аналитика и комментарий;
- текст-очерк, иначе говоря, любые тематические материалы, удобно обозначаемые английским термином “features”;
- реклама» (Добросклонская 2008: 42) (См.: Рис. 5).

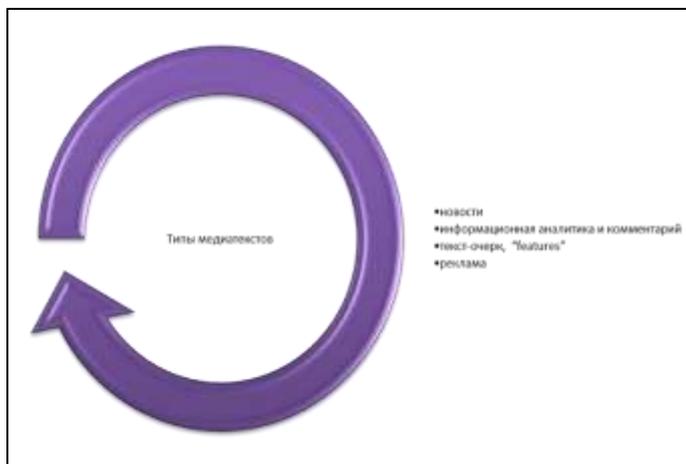


Рисунок 5. Типы медиатекстов

Исследователи отмечают, что четыре типа медиатекстов могут быть успешно применены в учебных целях, в частности при обучении иноязычной спонтанной речи.

Проблема заключается в определении методов изучения текстов на каждом этапе обучения.

Во-первых, необходимо определить систему методов анализа медиатекста, так как журналисты анализируют медиатексты, преследуя разные цели.

Во-вторых, необходимо выяснить уровень владения студентами методами контент-анализа, дискурсивного анализа, методами историко-культурологического и культурно-сопоставительного характера.

Положительно то, что студенты-журналисты в основном знакомы с методами типологического описания медиатекстов, которые имеют следующие «параметры:

- способ создания (авторский – корпоративный, устный – письменный);
- способ воспроизведения (устный – письменный);

- канал распространения (конкретное средство массовой информации: печать, радио, телевидение, Интернет);
- функционально-жанровый тип текста (новости, комментарий, features, реклама);
- тематическая доминанта или медиа топик (политика, бизнес, образование, культура, спорт и т.д.)» (Добросклонская 2008: 50).

Очевидно, что знания перечисленных способов создания, воспроизведения, распространения медиа текстов важны и для развития письменной, и устной речи.

Вместе с тем, студенты с трудом усваивают функционально-жанровые особенности медиатекстов (новости, комментарий, features, реклама), несмотря на то, что входит в состав их профессиональных умений.

При том, это касается и родного, и второго, и третьего языков. Здесь тоже, важно определить, насколько знания стилистических приемов в определенной степени способствует развитию иноязычной спонтанной речи. «См. Рис 6».



Рисунок 6. Методы типологического описания медиа-текстов

Т.Г. Добросклонская выделяет методы изучения медиаречи. Среди них выделяются методы лингвистического анализа. Студенты знакомы с этими методами при изучении армянского и английского языков. Проблема заключается в том, что студенты должны анализировать массмедийные тексты на английском языке. Такой анализ можно осуществить на лексическом, грамматическом уровнях.

Однако на стилистическом уровне такой анализ представляет большую трудность, так как они могут определить тропы, сравнения, метафоры и прочие стилистические приёмы после перевода.

Выделяя метод контент-анализа, автор подчеркивает, что «анализ содержания, основывается на статистическом подсчёте специально выбранных текстовых единиц».

Такой анализ то же студенты-журналисты проводят на родном языке. Однако они имеют определенные трудности

при проведении, так как они должны «проследить взаимосвязь между языковой и экстралингвистической стороной текста» (Т.Г. Добросклонская 2008: 52).

При использовании метода критической лингвистики, студенты выявляют «скрытую политико-идеологическую составляющую медиатекста». Ознакомление с элементами такого анализа позволяет студентам выявить содержательные характеристики медиатекста.

На последующем этапе студенты изучают основы когнитивного анализа, с целью выявления «соотношения реальной действительности и её медиарепрезентаций». Именно на этом этапе студенты изучают по возможности ментальный лексикон англоязычных журналистов.

В методическом плане эффективным предствляется метод лингвокультурологического анализа, так как посредством данного метода студенты выявляют культурнозначимые компоненты текста. Они выделяют неологизмы, реалии, заимствования, ментальный лексикон и т.д. (Т.Г. Добросклонская 2008: 52).

Студенты хорошо знают, что медиатексты изобилуют тропами, сравнениями, метафорами и прочими стилистическими приёмами.

При этом особое внимание уделяется функционированию метафор, способность которых ёмко отображать действительность с помощью ярких запоминающихся образов, активно используется в журналистской практике всего мира.

«См. Рис 8»).



Рисунок 7. Методы изучения медиатекстов

В процессе обучения иноязычной спонтанной речи особое значение имеет **метод дискурсивного анализа**, так как он позволяет сосредоточить внимание не только на внешних формальных признаках текста, но, и на целом ряде экстралингвистических факторов, сопровождающих его производство и актуализацию.

«Дискурс (от франц. discours – речь) – это связный текст в совокупности с экстралингвистическими – прагматическими, социокультурными, психологическими и др. факторами: текст, взятый в событийном аспекте; речь, рассматриваемая как целенаправленное социальное действие, как компонент, участвующий во взаимодействии людей и механизмах их сознания (когнитивных процессах). Дискурс – это речь, погруженная в жизнь» (Лингвистический энциклопедический словарь 1990: 136).

Дискурс трактуется как текст, рассматриваемый в экстралингвистическом контексте. С точки зрения коммуникативной методики, дискурс считается основной единицей обучения.

«Дискурсивная компетенция представляет собой целостную способность порождать и воспринимать тексты различных типов (жанров) для достижения коммуникативного намерения субъекта речи в определенной ситуации общения» (Головина 2004: 14).

Важно определить на каком этапе обучения студенты должны осуществить когнитивно-дискурсивный анализа текстов, так как кроме лингвистической компетенции, у них должны быть развиты речевая, дискурсивная, культурологическая, эмоциональная и другие компетенции (Головина 2004: 4).

- Студенты-журналисты выполняют определенные задания, которые являются компонентами дискурсивного анализа. Однако об этом они не знают. В практике переводческого анализа приняты такие задания, которые можно успешно использовать в процессе обучения спонтанной речи:

- «Найдите в тексте операторы, которые указывают на связь текста с предыдущими событиями (даты, открытия и т.д.).

- Найдите в тексте операторы, которые указывают на связь текста с предыдущими публикациями.

- Найдите в тексте операторы, которые указывают на связь текста с публикациями других авторов и т.д.

- Просмотрите текст и дайте характеристику его автора.

- Обоснуйте вашу точку зрения.

- Где в тексте расположена информация об авторе?

- Кому предназначен данный текст?

Использование какой лексики/терминологии на это указывает?» (Гавриленко 2010: 42).

Отвечая на эти вопросы, студенты изучают приемы дискурсивного и переводческого анализа, преодолевают трудности не только языкового, лингвистического, но прагматического характера. Далее они готовятся к диалогу и общению на профессиональном уровне.

Фактически, они усваивают способы излагать мысли, делать сообщение, объяснить и войти в диалог, в полемику.

Без особого труда они выделяют ключевые слова, определяют основную информацию, выявляют экстралингвистическую информацию, определяют логическую последовательность изложения.

Для формирования спонтанной речи важно ознакомить их со словами-связками и «логическими дискурсивными операторами». К этому классу слов относятся предлоги, союзные слова, глаголы, наречия, имена существительные (Гавриленко 2010:45с).

Исследователи (Дж. Синклер и М. Коултхард и др.) выявили, что «учителя и ученики разговаривают в соответствии с жестко фиксированными представлениями о своей роли».

Очевидно, что студенты на родном или первом языке осуществляют дискурс-анализ. Другое дело, что они это делают на иностранном языке.

Это требует от них работу над всеми аспектами иноязычной коммуникативно-речевой деятельности. С.К. Гураль, О.В. Нагель, И.Г. Темникова, Е.А. Найман большое значение придадут развитию когнитивной компетенции. Это предполагает развитие системного мышления, умения обработки информации, развитие критического мышления и т.д.

Эффективно обучать спонтанной речи по методике Л. Джотса, который предлагает определенные вопросы для «работы над аутентичными диалогами:

1. Разбейте диалог на отдельные смысловые группы.

2. Озаглавьте каждую смысловую группу.
3. Скажите, кто инициирует беседу в каждой смысловой группе.
4. Выделите модель беседы и назовите, какими рамочными механизмами начинается и заканчивается данная беседа.
5. Определите в каждой смысловой группе цель беседы.
6. Определите инициирующие шаги.
7. Найдите в диалоге комментарии, расширяющие просьбы, вопросы и т.д.
8. Найдите эксплицитно-имплицитное начало в диалоге.
9. Проанализируйте диалог по схеме “Инициация – отклик – завершение”.
10. Найдите вербальную поддержку в диалоге.
11. Какие виды границ речевого обмена Вам удалось наблюдать» (Гураль 2012: 20).

Предложенная методика удобно для работы над диалогическими текстами, так как студенты выступают не только как обучаемый, но и исследователь.

Важно сочетать, поданной методике, дискурсивный анализ с работой над дискурсом в учебных целях.

В этом плане подчеркивается значение изучения англоязычных новостей в учебных целях. Новости содержат небольшое количество слов, новообразований, терминов, и безэквивалентной лексики. По мнению Т.Г. Добросклонской: «Наличие вполне определенного набора устойчивых признаков характерно для новостей, информационной аналитики, рекламы и публицистических текстов, которые в англоязычной журналистике принято объединять под общим названием “features”» (Добросклонская 2008: 60).

В общей сложности, новостные тексты считаются базовыми текстами массовой информации.

Анализ основных компонентов новостных текстов показывает, что они делятся на новостные тексты на «события в стране» (home news) и «новости из зарубежья» (foreign news). Такое деление важно тем, что студенты могут готовить монологи или диалоги, с учетом особенностей лексики данных компонентов.

Будущие журналисты прекрасно знают, что новостные материалы публикуются на газетных полосах и страницах журналов под общей рубрикой «news». Для развития иноязычной спонтанной речи важно, чтобы студенты знали такие термины на английском языке как «новостные бюллетени (news bulletin)», «краткие сообщения информационных агентств (news in brief)», «сообщения собственных корреспондентов о событиях в стране и за рубежом, организованные в определенной тематической последовательности (home news, international news, business news)». Целесообразно на начальном этапе изучать эти термины на английском языке. На следующем этапе следует их переводить, и только на последнем этапе использовать эти термины в спонтанной речи. В начале урока предлагается аутентичный текст:

«How to Present a Balanced News Bulletin

The trouble with opinions is that everyone has one. Radio news reporting is as much about presenting an opinion or at least a viewpoint on current events, as it is about collating and transmitting facts. Some would argue this even if that opinion is only expressed in the style of presentation, as much as it is in the content of the bulletin.

Scheduling News

Radio news reports tend to be scheduled at the top of each clock hour whenever there is any kind of news bulletin scheduled. Most radio listeners will be familiar with this and expect news on most music based stations as well as talk orientated programming, featuring at the start of the hour. It has to be said

this is not always the convention on all real time moving-media.

Every media channel develops its own pattern when their listeners expect to hear news. In daytime programming, top of the clock hour seems to be the norm, with regular shorter updates on the half-hour and especially on some talk stations more regularly. With the immediacy radio offers, most programming is also easily interrupted with any breaking news stories.

Skills and Knowledge

Over time experienced radio news editors and reporters amass the necessary skills and knowledge to consistently put together balanced, interesting and thoughtful news. These skills include:

- Choosing news stories appropriate for the station's audience
- Determining a running order by importance to that audience
- Writing an appropriate headline to introduce the stories
- Knowing how and where to check the facts
- Introducing appropriate contributions to keep the stories interesting
- Ensuring the script complies with all broad-casting legalities.
- Producing a bulletin to an agreed time dead-line.

Radio journalists are also generally very aware they're putting together a piece of audio and not a written news item. They will be skilled in scriptwriting, interviewing, often voicing the bulletin themselves and in producing audio relevant to the audience.

Selecting Stories for the Bulletin.

There are a number of criteria relevant to building a radio news bulletin, composed of a number of current news stories. Any news editor will consider the following:

- The style of presentation
- The overall fit to the station's general programming
- The relative news worthiness of each story
- The balance of the facts
- The priority in terms of newsworthiness each story should be given within the bulletin
- And the running order of each bulletin as the news develops

A News Editor is required to make judgements about what makes 'good' news or at least news that's both relevant and interesting to the audience the station is broadcasting to, as well as ensuring the facts are researched and balanced effectively. All sides in any story should be considered and the sources must be examined carefully. In essence news that is only rumour and supposition is more opinion than news and should be presented as such. Overriding all this activity is that the total news output complies with all the statutory requirement of both broadcasting and the country.

How to Prepare a News Release

The following guidelines will help you to prepare a news release to send out to local newspapers, professional publications and newsletters, or radio and television stations, helping you promote your practice and accreditation.

1. Copy the sample release to your own letter-head making sure to insert the proper information in the spaces provided. You may also download an electronic version of the release form.

2. Identify a contact for your organization to receive calls from media in case a recipient of the release wants more information. Put the name and telephone number of this contact in the upper right-hand corner of the first page of the release. This person should also serve as the spokesperson for your organization when handling media requests.

3. Date the release and include the words «For Immediate Release».

4. If your release is longer than one page put the word «more» at the bottom of the first page and repeat the first few words of the headline at the top of the second page. At the end of the release, place three pound signs. Use two sheets of paper; do not type on the backside of a sheet of paper.

5. Send the release directly to the editor/producer in charge of health care news. Some people have found that hand delivering a release gets good results.

6. If you have a photo of your facility, staff or the «installation» of your accreditation certificate, be sure to enclose it or to note that a photo is available upon request. Use black and white photos only».

В процессе развития иноязычной спонтанной речи большое значение имеют телевизионные новостные тексты. Продуктивность использования их в учебных целях заключается в том, что они в качестве регулярных программ новостей, выходят в эфир 6–8 раз в день и длятся от 5–10 минут до 30–40 минут. Особенно целесообразно использовать 5–10 минутные телевизионные новостные тексты, так как и длинные монологи, и длинные диалоги в учебном процессе представляются неэффективными.

Одна из главных особенностей новостных текстов на телевидении определяется самим характером телевещания и состоит в том, что на телевидении «новостной текст развертывается одновременно на трех взаимосвязанных уровнях: видеосюжеты, аудиомузыкальное сопровождение и вербальный текст» (Добросклонская 2008: 63).

Более эффективными представляются радионовостные тексты, так как они представлены в основном двумя видами программ: это краткие (5-минутные) сводки новостей, транслируемые в начале каждого часа, такие, как, например, «World News» на BBC World Service и более подроб-

ные 30-минутные обзоры новостей типа «Outlook», «News desk» и «The World Today» (BBC World Service) или «News Headlines» и «Six O'clock News» (Radio 4).

Как правило, краткие выпуски новостей читаются одним ведущим и представляют собой сжатое изложение событий, своего рода «концентрированный» новостной текст, состоящий из 5–6 сообщений и развертываемый по устойчивой схеме, которая может варьироваться в зависимости от конкретного радиоканала. Это может быть «world news – local news – weather» или «local news – business news – sport» и т.п.

Такие тексты удобны для развития иноязычной монологической речи. Однако, они могут быть использованы и в диалогической речи. Целесообразно организовать проектную работу по обучению сжатому изложению событий на английском языке. Одна группа (3–4 студентов) готовят worldnews. Другая группа – localnews. Третья группа готовит weather или localnews и т.п. студенты сами определяют тематику, источники и форма презентации.

Принципиально важно перед развитием продуктивных умений, развить рецептивные умения.

Сначала предлагается текст массмедийного характера или по теории журналистики. Далее вводится медиатекст на английском языке. При этом названия упражнений по работе над медиатекстом, приемы, процедуры вносятся заранее, студенты изучают методику работы на английском языке.

Изучение не только медиатекстов, но текстов методического характера, представляющие основные ходы работы над медиатекстом, методических, лингвистических и собственно массмедийных терминов и понятий способствует усвоению данных понятий, воссозданию естественной рабочей атмосферы, характерной для носителей языка, носителей-журналистов. Например:

«By Dave Gilson

Writing for radio is different than writing for print. You're writing for the ear, not the eye. Listeners have to get it the first time around – they can't go back and hear it again (unlike re-reading a sentence in a magazine). And while a reader may get up and come back to an article, a radio listener who gets up may not come back. So you want to grab their attention and hold onto it for as long as possible. Writing feature stories like the ones aired on B-Side is also different than writing news copy. You can loosen up a little. You can be more literary, more creative, more personal. This handout is a quick guide to writing a script for a feature radio story.

(См. приложение 1).

Немаловажным представляются публицистические тексты, которые в англоязычной журналистике определяются словом «features».

В общих чертах, студенты имеют представления о публицистических текстах. Другое дело, когда они об этом читают на английском языке. Например: они читают, что такое «feature article» на английском языке:

«feature article is a piece of deliberately structured writing for publication, usually running from 600 to 2000 words, which aims to inform, comment, persuade or entertain a large audience in a purposeful way» (Hennessy 2006: 7).

Далее в интернете они могут найти типичные примеры feature article и как работать над ним, как редактировать, и как представить соответствующей публике. Например:

«Sample Newspaper Feature Article

Officer Outreach Program Shatters Stereotypes

BY JAMES MAGDEN

Elk Creek, Alberta – Any mention of teenagers and police officers in the same setting generally conjures up images of wild house parties getting busted—which is precisely the image Sgt. Karin Occino wants to change.

Starting September 1, the Alberta Police Station is organizing daily office hours, officially known as “Officer Hours”, that place a designated sergeant at the high school for an hour each day in an effort to improve relations between teens and the police in town»(www.wikihow.com). (Далее, см. приложение 2).

Такие задания выполняют обучающую, развивающую функции. Важно, чтобы студенты поняли все вопросы и ответили на них на английском языке. Допускается перевод незнакомых слов и терминов. Такая работа индуктивно, имплицитно развивает умения дискурсивного анализа на продвинутом этапе обучения, что в конечном итоге, способствует развитию неподготовленной речи.

Особенно большим обучающим потенциалом выделяется англоязычное сообщение или «новость», которое обозначается распространенным термином «story».

На начальном этапе эффективно вводить данный термин, его дефиницию на английском.

«News is usually presented in new stories, “story” being a general and linguistically safe term for a piece of news writing of any length used by any news medium» (Hennessey 1989: 12).

Далее преподаватель объясняет, что англоязычное сообщение подразделяется на:

- ведущая история – на последней полосе
- рассказ на первой полосе – front-page story
- грустная история – minor story
- история на последней полосе – back-page story
- внутренняя история – inside story
- главная история – major story, etc.

Важно, чтобы студенты нашли примеры по всем видам сообщений. Эффективно вводить все больше синонимов рассмотренных терминов. Вслед за Добросклонской, можно подчеркнуть, что «иногда для обозначения единицы со-

держания новостного текста используется термин “newsitem”, который позволяет более четко представить содержательную сторону новостного текста, особенно когда речь идет о программе новостей на радио и телевидении» (Добросклонская 2008: 73).

Знание терминов имеет большое значение, если студенты последовательно и регулярно используют их в учебной практике. Например, если студенты знают дефиницию «hardnews – softnews», это не достаточно для запоминания или практического применения. Необходимо, сначала дать определение данных понятий. Далее дать примеры. На продвинутом этапе обучения можно подготовить спонтанные тексты: монологи, диалоги, полилоги:

Исходя из того, что «hard news» обычно составляют основу любого новостного текста, а сообщения типа «soft news» дополняют, «разбавляют» факты обращением к общечеловеческим ценностям и эмоциям, целесообразно изучать нейтральную публицистическую лексику посредством «hard news», а эмоциональную, эмоционально-окрашенную лексику посредством «soft news».

Например:

«How to Write a Hard News Article

By J.M. Willhite, eHow Contributor

The hard news article is one of the most basic forms of journalistic writing. Hard news differs from soft news in that the reporting is very concise and doesn't rely as heavily on the human element. The hard-news article format is used for stories about crime, current events and politics. Here are some guidelines for journalists and freelancers to follow to write a compelling hard-news article.

Instructions

1. Use the inverted pyramid when crafting your article. Provide your reader with the most important information up front. When people read articles, they want to know the basics

above all else. A person should be able to read the first few paragraphs and walk away knowing the facts.

2. Place your nut graph close to the lead. This graph will give your reader the background information she needs to understand the importance of this article and why you are writing it» (http://www.ehow.com/how_4549241_write-hard-news-article.htm#ixzz2No4DfCHE) (См. приложение 3).

Одно и то же касается таких понятий как:

«newsinbrief – короткие новости

newsbulletin – новостной бюллетень

worldnews – мир новостей

businessnews – бизнес новости

localnews – местные новости

internationalnews – международные новости

newsheadlines – заголовки новостей

newsindetail – подробные новости

homenews – домашние новости

foreignnews – зарубежные новости

hardnews – достоверные новости

softnews – неопределенные новости

politics – политика

business – бизнес

sport – спорт

culture – культура

weather – погода.

Ознакомление с особенностями работы над новостными текстами помогает студентам найти соответствующую информацию, переводить, представить его содержание, используя разные методы и приемы.

§2. Проблема отбора лексического материала при обучении спонтанной речи в процессе обучения межкультурной коммуникации студентов-журналистов

Традиционно, в лингвистических вузах РА преподаватели давали предпочтение тем иноязычным медиатекстам, медиадискурсам, которые представляли интерес с точки зрения особенностей английской стандартной лексики. Этим и объясняется то обстоятельство, что в основном аутентичные тексты были по возможности адаптированы, сокращены. Нестандартная, безэквивалентная лексика, неологизмы по возможности были упущены или упрощены.

Повышение уровня речевой компетентности студентов-журналистов ориентировано на двустороннюю природу текста как продукта и процесса речетворчества. С одной стороны, она предполагает знания студентов о жанровых, стилистических, грамматических, лексических признаках текста. С другой стороны, она предусматривает овладение способами деятельности, формирующими умения классифицировать тексты, распознавать их жанровые особенности, выделять стилистические, лексические приемы, применяемые в текстах, определять типы лексики и т.д.

Отбор массмедийной лексики в процессе развития устной, спонтанной речи требует учесть и традиционные, и современные принципы обучения лексике.

Как известно, А.А. Миролюбов, И.В. Рахманов, В.М. Цетлин в качестве основных принципов отбора речевого материала выделяют следующие:

- семантический принцип (заключается в отборе лексики, отражающей наиболее важные понятия и встречающиеся при чтении литературы или при ведении беседы иноязычной на иностранном языке);
- принцип стилистической неограниченности;

- принцип многозначности;
- принцип словообразовательной ценности (обеспечивает включение в минимум в первую очередь таких слов, которые способны дать наибольшее количество производных);
- принцип строевой способности (предполагает отбор строевых элементов языка – предлогов, артиклей, союзов и др.);
- принцип частотности (повторяемости слов в литературе);
- принцип исключения синонимов (состоит в том, что из ряда отобранных для первоначального списка синонимических значений в активный минимум выделяются только те слова, которые, при наибольшей употребительности, отличаются нейтральностью в стилистическом отношении)» (Миролубов, Рахманов, Цетлин 1967).

Отношение к этим принципам не может быть однозначным, так как в данной исследовательской работе ставится цель изучать массмедийную лексику с целью развития продуктивных навыков и умений.

В рамках коммуникативной методики, отбор и организация массмедийной лексики семантическому принципу представляется эффективным, так как спонтанная речь предполагает умение выделить ключевые понятия или вести беседы на иностранном языке.

Так как спонтанные тексты многофункциональны и для них характерны разные стили, то принцип стилистической неограниченности может быть успешно использован в процессе обучения спонтанной речи.

Одно и тоже касается принципа многозначности, так как медиаречь достаточно сложное явление.

Достаточно продуктивным представляется принцип словообразовательной ценности, так как медиаречь изоби-

лует различными словообразовательными моделями. Одно и то же относится к принципу строевой способности.

По принципу частотности исследователи не только обнаруживают нейтральные слова, но и выявляют неологические слова.

Принцип исключения синонимов во многих учебно-речевых ситуациях не представляется эффективным, в том плане, что трудно развивать спонтанную речь на основе аутентичных медиатекстов, отказавшись от различной нестандартной, нейтральной, культурной или национально-маркированной лексики.

Более продуктивным представляется подход Дж. Скриенера, который разработал принципы отбора лексического материала в рамках коммуникативной методики. Согласно его подходу:

- « – слова должны быть связаны данным событием или местом, где это событие происходит;
- должны принадлежать одним и тем же грамматическим категориям или области использования;
- слова должны быть использованы для достижения определенной цели (напр., уговорить иностранного друга посетить вашу страну)» (Scrivener 2005: 24).

Примечательно то, что данные принципы тоже не могут считаться универсальными, так как в массмедийном дискурсе не всегда слова связаны с данным событием, и нарушение лексического состава или грамматического строя является своеобразным приемом в журналистике.

С точки зрения развития коммуникативной компетенции, которая лежит в основе развития иноязычной спонтанной речи, выделяется подход Е.И. Пассова. Он предлагает следующие «принципы отбора:

- коммуникативность – т.е. наличие у речевого образца определенной задачи говорящего;

- образцовость, что обеспечивает структурную сторону усвоения;
- частотность, т.е. частота употребления слова в речи» (Пассов 1977: 45).

Этот подход выделяется тем, что автор в качестве единицы отбора предлагает ситуацию и выдвигает принцип коммуникативности. В целом, он так определяет «главные задачи для говорения:

- 1) составляется по возможности полный список ситуаций в той сфере общения, к которой готовят учащихся;
- 2) из системы данной сферы выделяют наиболее употребительные речевые единицы и устанавливают речевые образцы всех уровней;
- 3) речевые образцы распределяются по ситуациям в последовательности, которая зависит от различных факторов обучения;
- 4) для каждой ситуации собираются лексические единицы в зависимости от необходимости действий в данной ситуации» (Пассов 1977: 62).

Не менее важным является сопоставительный анализ типологии формул речевого этикета. В ситуативном обучении лексике очень трудно определить границу между первым и вторым. Как известно, речевой этикет – это система правил речевого поведения и устойчивых формул вежливого общения.

Речевой этикет – это функционально-семантическая универсалия, но практическое осуществление средствами массовой информации речевого этикета должно производиться с учетом своеобразия речевого поведения, правил общения, обычаев и ритуалов определенного региона или социума (Качалкин 2004: 7).

Журналисты должны последовательно изучать разговорную, ненормативную лексику, так как во всех языках журналисты имеют косвенное или прямое отношение к так

называемой «бульварной прессе». Различные примеры из англоязычной бульварной прессы показывают, что журналисты должны преодолеть трудности грамматического, лексического, стилистического характера, чтобы понять и воспроизвести массмедийные тексты такого характера.

Примеры из англоязычной прессы:

‘He was jetting off on a holiday and wanted an agreement before he **hit the beach**; Murdoch's group must **juggle these factors** while ensuring it does not take its eyes off the main prize; Tony Blair was accused of running scared last night...; Tony Blair has again **given us all the slip**; for all the media **hoo-ha** about hunting; he **trotted fluffily** into the Chamber for Questions yesterday, **cocky** as you please; Hands up anyone who has ever put the decimal point in the wrong place; Rubbish? Oh, really?; he was something of a heart-throb in the days of silent movies; he was quickly spotted by the passers-by, all of whom **gave him the thumbs-up**, etc.

Очевидно, что студенты должны выделить и перевести те слова и выражения, которые являются яркими примерами разговорной и просторечной речи. Английские журналисты используют в своей речи разные идиомы, каламбуры, пословицы и поговорки.

1) Hitthebeach означает “выйти”, высадиться на берег; высадить десант: Например: Haveyouheard? We hit the beach this morning. (I. Shaw, ‘The Young Lions’, ch. 25). В данном контексте перевод идиомы не позволяет понять смысл предложения. Нужны другие примеры для понимания данной идиомы.

2) juggle 1) жонглировать Other performers juggled with lighted torches. – Другие артисты жонглировали горящими факелами. 2) стараться удержать в руках, не уронить 3) делать (несколько дел) одновременно, совмещать, балансировать (нужды семьи и работы).

She finds it quite hard, juggling work and home. – Она находит, что очень нелегко успевать и на работе, и дома. 4) а) подтасовывать, исказить, передёргивать (факты, слова) б) заниматься подтасовкой, фальсификацией

3) To give smb. the slip 1) избегать кого-л. 2) ускользнуть, улизнуть от кого-л. I wanted to talk to her before she left, but she gave me the slip. – Я хотел поговорить с ней до того, как она уйдёт, но она от меня улизнула.

Проблема состоит в том, как их распознать, перевести, конечно, использовать в активной речи.

Примеры из англоязычной прессы:

Daniel Bouton is licking his wounds; the human face of globalisation; the minister is barking up the wrong tree; Bush finally gets to follow in his father's footsteps; ENIC (name of company) has fingers in many pies; his son Charles, who cut his teeth opening franchises...; English Heritage took the plunge and bought the lease; not only they were powerful managers, but they played their cards close to their chests; this is one scenario where history is unlikely to repeat itself; the traditional summerhouse is dead, long live the twenty-first century summer-house! etc.

Широкое использование иных стилистических средств, приемов и фигур речи – таких как гиперболы, литоты, образные сравнения, метафоры (в том числе развернутые и «застывшие», лексикализованные), метонимия, паронимическая аттракция (особенно в рекламных текстах), иносказания, эвфемизмы и др. (чаще характеризует авторские материалы, комментарии, статьи и заметки на различные темы и т.п.).

Примеры из англоязычной прессы:

She is a typical field commander (about a Head Gardener) in this new land army; increasingly porous frontiers; Teflon

taoiseach (Irish prime Minister); out of the shadows; snail-paced consolidation; Cabinet reshuffle; golden opportunity; fuelling Russia's economy; the masks will eventually slip; Downing Street insisted that...; Number Ten has not interfered...; now they (the gardeners) are attacking perennials, advancing shoulder to shoulder like police finger-searching the scenes of crime; Frankfurt pushed up too high...while Amsterdam edged forward (on banking policies); Kevin's heaven; crisp and crunchy crackers, etc.

Особая черта письменных текстов СМИ (и особая переводческая проблема) – газетные и журнальные заголовки, построенные на игре слов, на каламбурах, цитатах, аллюзиях и деформированных идиомах.

Примеры из англоязычной прессы:

Blinking Sphinx; Green Fingers; Lofty Ambition; Stone Alone; A Knight to Remember; Sitting Pretty; Where the Grass Is Greener; Palace Goes Pop for the Jubilee; 1066 and All That Ignorance of History; Face Values; Lock, Stock and Barrow, Much Ado About Nothing, etc.”(Микоян А.С. Проблемы перевода текстов СМИ: <http://e.vartist.narod.ru/text12/12.htm>).

Очевидно, что только на перформативном уровне, на уровне реализации речевых навыков и умений можно в должной мере усвоить речевой этикет. Знание правил речевого этикета, их соблюдение позволяет человеку чувствовать себя уверенно и непринужденно, не испытывать неловкости и затруднений в общении.

Неукоснительное соблюдение речевого этикета в учебно–речевых ситуациях и в реальной жизни оставляет у собеседников благоприятное впечатление. Принципиально важно то, что речевой этикет имеет национальную специфику. Каждый народ создал свою систему правил речевого поведения. Это обстоятельство учитывается, прежде всего, при преодолении прагматической интерференции. Без тех-

ники реализации этикетных форм невозможно представить ни структуру, ни процедуры учебно-речевых ситуаций.

Более того, обучение речевому этикету должно сопутствовать обучению поведенческому этикету. Не менее важным представляется вопрос о взаимодействии речевого и поведенческого этикета.

Знание правильного использования речевого этикета английского языка важно тем, что студенты-журналисты должны понять чувство юмора, слова табу, критические выражения собеседников.

Студенты с трудом входят в диалог только из-за того, что они еще не усвоили соответствующие эпитеты и мимику носителей языка. Сравнительный анализ слов речевого этикета армянского, русского и английского языков показывает, что они в основном выступают как устойчивые словосочетания и дословному переводу не подлежат. Следовательно, необходимо разработать соответствующие процедуры для эффективного обучения словам речевого этикета.

Речевой этикет предписывает говорящим использование определенных формул в зависимости от ситуации общения. «Микросистема единиц речевого этикета отражает национально-культурную специфику общения в данном социуме т.к. она непосредственно связана с принятыми в обществе правилами невербального поведения, обычаями, привычками носителей языка» (Гришенкова 1995:204 с.).

При отборе массмедийной лексики, важно учесть стилистическую оппозицию. Здесь имеется в виду оппозиция между нормой и отклонением от нее. Пользуясь термином, предложенным Ю.М. Скробневым, здесь имеет место оппозиция «между традиционно обозначающим и ситуативно обозначающим» (Арнольд 1981: 55).

Как известно, реалии с трудом переводятся и считаются безэквивалентной лексикой. Термин «безэквивалентная

лексика» в русскоязычной литературе впервые стали использовать Е.М. Верещагин и В.Г. Костомаров. По их мнению безэквивалентную лексику представляют «слова, служащие для выражения понятий, отсутствующие в иной культуре и в ином языке, слова, относящиеся к частным культурным элементам, т.е. к культурным элементам, характерным только для культуры А и отсутствующим в культуре В, а также слова, не имеющие перевода на другой язык, одним словом, не имеют эквивалентов за пределами языка, к которому они принадлежат» (Верещагин, Костомаров 1983: 53).

При обучении иноязычной спонтанной речи следует учесть то обстоятельство, что студенты преодолевают определенные стереотипы межкультурного характера. В этом плане, большое значение имеют национально-психологические лакуны. Например, когда не совпадают виды культурной символики, характерные для различных этносов: «для японцев листья папоротника – знак пожелание удачи в наступающем году, а в русском узусе папоротник ассоциируется со смертью, кладбищем» (Соловова 2006: 3).

Студенты должны постепенно усваивать кинесические и рутинные лакуны. При изучении поведенческих лагун, особенно эффективными представляется использование видеоматериалов в учебных целях. Правильная интерпретация жестов, принятых в чужой культуре имеет первоначальное значение. Не менее важным представляется проблема: как научить правильно и адекватно реагировать на всевозможные лакуны бытового или рутинного характера.

Принципиально важно выработать способы усвоения лагун в учебно-речевых ситуациях. В методике преподавания иностранных языков существуют различные подходы к преодолению различий двух культур. Ю.А. Сорокин, И.Ю. Марковина выделяют два способа преодоления культурных лагун: заполнение и компенсация.

По словам Солововой: «Заполнение лакуны – это процесс раскрытия смысла некоторого понятия (слова) принадлежащего чужой для реципиента культуре» (Соловова 2006: 5). Этот способ широко может использоваться в ситуативном обучении, в том плане, что адекватные учебные ситуации позволяют выявить сигнификативные особенности лакун. Учитывая продуктивность заполнения лакун в публицистическом тексте (газетные, журнальные статьи, очерки), мы предлагаем студентам найти соответствующие фрагменты, которые содержат лакуны. Не менее важным представляется выполнения той задачи, по которой студенты должны представить такие фрагменты, которые содержат этнопсихологические лакуны, характерные для армян.

Комментирование может иметь учебный характер. Ю.В. Скугарова выделяет два основных способа комментирования:

« – энциклопедический (когда сообщаются конкретные, точные сведения, заимствованные из справочных источников);

– исследовательский; комментарий, составленный таким образом, должен иметь характер лингвострановедческий (т.е. раскрывать национальные особенности восприятия внеязыкового факта)» (Скугарова 2001: 13–14).

При обучении спонтанной речи продуктивны оба способа. На начальном этапе эффективно энциклопедический способ комментирования. На среднем и продвинутом этапах, студенты с удовольствием применяют исследовательский способ комментирования.

При использовании этих способов тоже важно развивать фоновые знания, которые представляют «совокупность представлений о том, что составляет реальный фон, на котором разворачивается картина жизни другой страны, другого народа» (А.В. Федоров 1983: 146).

Исходя из этого, необходимо предлагать студентам аутентичные, свежие тексты, которые содержат много новых терминов, реалий и неологизмов.

Традиционно, на указанном факультете неологизмы изучали преимущественно с помощью художественных текстов. Однако, необходимость изучения социально-исторических, лингвокультурных реалий требует использовать новые подходы к изучению иноязычной лексики. В этом плане, массмедийные тексты представляются более эффективным средством в процессе усвоения иноязычной лексики.

Как известно, «неологизмы (от греч. *neos* 'новый' + *logos* 'слово') – это новые слова или словосочетания, появившиеся в языке в результате социально-политических изменений, развития науки и техники, новых условий быта для обозначения нового, прежде неизвестного предмета или явления, или для выражения нового понятия» (В.Н. Комиссаров, Я.И. Рецкер, В.И. Тархов 1965: 56).

Важно, чтобы студенты изучали способы образования новых слов в английской масс-медиа, имели четкое представление о словопроизводстве, словосложении, конверсии, сокращении и т.д. Это позволяет студентам определить тип словообразования, догадаться о значении слова в данном контексте.

Как известно, в современной методике, в рамках когнитивной лингвистики, в разных обучающих курсах для отбора слов создаются фреймовые словарные статьи. Эти словари представляют тематически отобранные концепты. Очевидно, что соответствующий массмедийный концепт может быть представлен и стандартными и нестандартными словами, фразами, идиоматическими выражениями. В этом плане не менее важными представляются неологизмы: потенциальные слова и окказионализмы.

Студенты на начальном этапе могут по конкретной теме изучать ассоциативное поле конкретного концепта,

например – концепта «Демократия». Далее найти в словаре или вспомнить те словосочетания, фразеологические единицы, всевозможные паремии /половицы, поговорки/, которые имеют отношение в различных контекстах к концепту «Демократия».

«democracy, -cies 1) government by the people or their elected representatives 2) a political or social unit governed ultimately by all its members 3) the practice or spirit of social equality 4) a social condition of classlessness and equality 5) the common people, esp as a political force • Etymology: from French *démocratie*, from Late Latin *dēmocratia*, from Greek *dēmokratia* government by the people; see DEMO-, -CRACY» (ABBYY Lingvo *5).

Далее преподаватель предлагает составить картотеку по результатам опроса студентов с целью выявления той новой лексики, которая, по их мнению, образована за последние десятилетия. Целесообразно организовать работу с медиатекстами так, чтобы каждый студент выявил неологизмы в массмедийных текстах. При этом важно, чтобы они представили новые слова в контексте.

Необходимость изучения социально-исторических, лингвокультурных реалий требует использовать новые подходы к изучению иноязычной лексики. В этом плане, массмедийные тексты представляются более эффективным средством в процессе усвоения иноязычной лексики.

Итак, новые слова «nonce-words» с трудом переводятся, и студенты стараются не использовать их в спонтанной речи. Анализ подходов к определению потенциальных слов (Г.О. Винокур, А.И. Смирницкий, Э.И. Ханпир) показывает, что они образуются «по языковой модели высокой продуктивности» (Э.И. Ханпир 1966: 154).

Студентам предлагается изучать наиболее продуктивные словообразовательные префиксы (-un, -re, -ex, -post, -non, -ultra и -multi, а также суффиксы -er, -able, -er, -ness, -

less, -ie, -ish, -like, -y, -ist, -ese). Важно, чтобы студенты нашли примеры в английской масс-медиа и использовали их в активной речи.

Большой интерес представляют с точки зрения развития спонтанной речи изучение студентами окказиональных слов. Студенты должны знать, что потенциальные слова являются реализацией уже известной модели, окказиональные слова, наоборот представляют нарушение модели. В.И. Заботкина, И.Г. Дегтярь, Б.В. Кривенко, В.В. Лопатин выделяют следующие характеристики окказиональных слов:

«1) как правило, создаются для одноразового употребления и существуют только в сиюминутном контексте;

2) порождаются установкой на создание нового слова, связанной с потребностью индивидуума в словотворчестве;

3) несут большую смысловую и эмоциональную нагрузку, чем обычные, общеупотребительные слова;

4) в большинстве случаев не соответствуют норме языка».

Использование массмедийных текстов в учебных целях имеет и преимущества и недостатки. Не секрет, что в англоязычной СМИ встречаются не только образцы стандартной, но и нестандартной лексики. Все чаще стало употребление жаргонизмов и сниженной лексики в массмедийных текстах или медиатекстах.

При отборе лексического материала учитываются не только традиционные принципы, но и данные анализа познавательных, перспективных потребностей студентов. Здесь четко выделяются познавательные, общенаучные, культурологические, индивидуальные потребности.

Принципиально важно четко определить все темы и подтемы изучаемого материала, и если лексический материал отбирается не только по традиционным схемам и программам, то на первый план выступает учет психо-

лингвистических и экстралингвистических факторов обучения иностранному языку.

Очень важно, чтобы предложенная лексика содержала термины и национально-культурные реалии, которые характерны для британского и американского массмедийных текстов.

Опыт работы со студентами показывает, что изучение таких реалий способствует развитию прагматической и коммуникативной компетенции. «См. *Схема 2*».



Схема 2. Отбор и организация английского массмедийного лексического минимума

При понимании любого термина или клишированного словосочетания в предложении важно выяснить, какие

коммуникативные цели они имеют. Фактически, как отмечает Хатчинсон, изменение в значении слов является результатом двух факторов: социолингвистического /экстралингвистического/ и психолингвистического. Высказывание, согласно автору, «приобретает значение по ценности тех высказываний, которым оно предшествует или следует» (Tom Hutchinson & Alan Waters 1993: 34).

Очевидно, что термины характеризуются тем, что в разных речевых ситуациях в основном сохраняют свое первоначальное значение. Это не означает, что они менее дискурсивны, чем потенциальные или нейтральные слова.

§3. Экспериментальное обоснование модели обучения спонтанной речи студентов-журналистов

В процессе опытного обучения спонтанной речи студенты приобрели умения, направленные на определение типа текста вообще, типов медиатекстов и медиа-дискурсов в частности. При подготовке к выполнению заданий, студенты научились выделять в медиатексте опорные слова, проводить дискурсивный анализ, выделять структурные части текста. Важным этапом работы над текстом является презентация по данному тексту, сочинение нового текста по опорным словам.

В процессе опытного обучения студенты выделяли в медиатексте абзацы, дополняли текст, составляли текст из отдельных предложений. Большое значение имеют упражнения на осознание замысла высказывания и упражнения на осознание связи содержания текста с его заголовком. Студенты журналисты должны уметь определить функционально-смысловой тип речи (повествование, описание, рассуждение).

В ходе исследования установлено, что правильно организованная работа по лексико-грамматическому, стилистическому и дискурсивному анализу медиатекста способствует более глубокому проникновению в его содержание, а также развивает коммуникативные и творческие способности студентов.

Как известно из методологии ESP, профессионально-ориентированное обучение английскому языку строится с учетом «двух типов целей:

- 1) академических (EAP: English for Academic Purposes);
- 2) профессиональных (EOP/EVP: English for Occupational/Vocational Purposes)» (О.Г. Поляков, 2004, 6).

Данную классификацию О.Г. Поляков заимствовал у авторов ESP Тома Хачинсона и Алана Ватерса (Т. Hutchinson, A. Waters 1987:5p).

Очевидно, что невозможно развить у студентов прагматическую или профессиональную коммуникацию, если отодвигается на задний план развитие коммуникативной компетенции. Здесь следует определить цели, задачи, содержание, методы и принципы профессионально-ориентированного обучения подъязыку журналистики, соотношение профессиональной и разговорной лексики и грамматики, принципы отбора текстов и систем упражнений.

В этом плане представляется целесообразным предлагать студентам, специализирующимся в «Журналистике», такие медиатексты, в которых они могут найти соответствующую информацию по своей специальности. Студенты прекрасно понимают, что они должны реализовать свои знания в дальнейшей профессиональной деятельности.

Прагматизм изучения «английского языка для специальных целей» (ESP) проявляется в том, что студенты факультета журналистики должны адекватно и своевременно реагировать на последние достижения в сфере масс-медиа. На основании проведенного анализа можно сделать вывод о том, что есть большие возможности повышения эффективности учебного процесса на факультете журналистики, если:

- 1) использовать не только деятельный, коммуникативный, но и прагматический, когнитивный, коммуникативно-когнитивные подходы к анализу медиатекста и медиадискурсов;

- 2) отобрать профессионально ориентированные учебные медиатексты, медиадискурсы;

- 3) разработать адекватную методическую систему упражнений;

4) определить принципы отбора медиатекстов и медиадискурсов с учетом развития иноязычной спонтанной речи в учебных условиях.

В этой связи на первый план выступает развитие прагматической компетенции, которая касается, прежде всего, умения вести дискурс, связывать и состыковывать (*cohesion and coherence*) отдельные фрагменты речи, опознавать типы медиатекстов, медиадискурсов. Согласно прагматической компетенции, большое значение придается взаимодействию с культурной средой (*Common European Framework 2001: 13*).

Анализ потребностей студентов, описание подъязыка журналистики и применение новейших методологических подходов к данному курсу позволяет преподавателям правильно отбирать учебные медиатексты, медиадискурсы, соответствующий лексико-грамматический материал.

Для хорошего понимания и воспроизводства профессионально-ориентированного текста или медиатекста представляется целесообразным проводить стилистический анализ. Важно не только определить, какие стилистические особенности имеет данный текст, но и ознакомить студентов с теми стилистическими средствами, знание, выявление и использование которых способствует лучшему пониманию и воспроизводству текста.

Согласно Кофи (*Coffey*), стилистический анализ не может быть использован как принцип или база отбора, так как нет существенных способов /методов/ для различения языка науки от других видов языка (*Tom Hutchinson & Alan Waters 1993: 30*).

В методике ESP уже давно придается большое значение видам и способам анализа профессионально-ориентированного или учебного текста.

По мнению Р.С. Петросян: «эффективность учебного процесса обеспечивается еще и тем, что четко определяются

уже имеющиеся знания студентов. Знания и опыт студентов можно охарактеризовать не только с точки зрения их познавательных интересов, но и с точки зрения эмоционально-волевого состояния. По сути, процесс обучения иностранному языку рассматривается не только в проблемной, но и в эмоциональной плоскости» (Петросян 2006: 88).

Для отбора медиатекстов и соответствующего лексического материала был проведен анализ о перспективных потребностях у будущих журналистов. Для этой цели была разработана анкета. Она содержит следующие вопросы:

1. Должны будущие журналисты изучать медиатексты на английском языке?

- А) да – 77%
- Б) нет – 13 %
- В) не знаю – 10%

2. Можно ли стать хорошим специалистом без обучения английскому языку?

- А) да – 12%
- Б) нет – 67 %
- В) не знаю – 21%

3. Стоит ли изучать жанровые и стилистические особенности медиатекстов на английском языке?

- А) да – 54%
- Б) нет – 20 %
- В) не знаю – 26%

4. Стоит ли изучать лексико-грамматические особенности медиатекстов на английском языке?

- А) да – 76%
- Б) нет – 13 %
- В) не знаю – 11%

5. Должен ли будущий журналист владеть терминами и концептами, находящимся в обороте англоязычного масс-медиа?

- А) да – 56%

Б) нет – 23 %

В) не знаю – 21%

6. Поможет знания английского языка и подъязыка журналистики при поиске работы?

А) да – 24%

Б) нет – 54 %

В) не знаю – 22%

7. Может будущий журналист быть высококлассным специалистом без умений пользоваться информационно-телекоммуникативными технологиями?

А) да – 21%

Б) нет – 66 %

В) не знаю – 13%

8. Должен ли будущий журналист проводить стилистический анализ медиатекста или медиадискурса

А) да – 56%

Б) нет – 24 %

В) не знаю – 20%

9. Должен ли будущий журналист проводить дискурсивный анализ медиатекста или медиадискурса?

А) да – 21%

Б) нет – 59 %

В) не знаю – 20%

10. Должна ли у будущего журналиста быть развита иноязычная спонтанная речь?

А) да – 21%

Б) нет – 58 %

В) не знаю – 21%

Анализ перспективных потребностей будущих журналистов показывает, что большое значение студенты придают медиатекстам. Не случайно 67% опрошенных понимают значение изучения иностранных языков в процессе приобретения профессиональных знаний.

Положительно то, что 54% опрошенных понимают, что стилистические приемы имеют большое значение для журналистов. Это касается и родного, и иностранного языков.

На вопрос: «Стоит ли изучать лексико-грамматические особенности медиатекстов на английском языке?» дают положительный ответ 76% опрошенных. Это объясняется тем, что традиционно, под изучением любого текста понимается лексико-грамматический анализ.

К сожалению, только 56% опрошенных понимают, какое значение имеет изучение понятий и терминов журналистики на иностранном языке. Одно и то же касается вопроса: «Поможет знание английского языка и подъязыка журналистики при поиске работы?», так как такой подход свидетельствует об отсутствии адекватной, в частности инструментальной мотивации.

На вопрос: «Может будущий журналист быть высококлассным специалистом без умений пользоваться информационно-телекоммуникативными технологиями?» 21% респондентов отвечают отрицательно. Это хорошо в том плане, что будущие журналисты могут изучать иностранный язык, общаясь с иностранными коллегами посредством данных технологий.

Большой процент отрицательных ответов на вопрос «Должен ли будущий журналист проводить дискурсивный анализ медиатекста или медиадискурса?» еще раз свидетельствует о том, что только специальный курс по развитию иноязычной спонтанной речи может способствовать развитию умений дискурсивного анализа медиатекста.

Ограниченная «сетка» часов, неопределенность в профессиональной ориентации, отсутствие профессиональных потребностей проводят к игнорированию роли иноязычной спонтанной речи.

«См. Таблица 1»

ПОКАЗАТЕЛИ ПЕРСПЕКТИВНЫХ ПОТРЕБНОСТЕЙ СТУДЕНТОВ-ЖУРНАЛИСТОВ

Таблица 1.

Вопросы	Да	Нет	Не знаю
Должны ли будущие журналисты изучать медиатексты на английском языке?	77%	13%	10%
Можно ли стать хорошим специалистом без обучения английскому языку?	12%	67%	21%
Стоит ли изучать жанровые и стилистические особенности медиатекстов на английском языке?	54%	20%	26%
Стоит ли изучать лексико-грамматические особенности медиатекстов на английском языке?	76%	13%	11%
Должен ли будущий журналист владеть терминами и концептами, находящимся в обороте англоязычного масс-медиа?	56%	23%	21%
Поможет ли знание английского языка и подязыка журналистики при поиске работы?	24%	54%	22%
Может ли будущий журналист быть высококлассным специалистом без умений пользоваться информационно-телекоммуникативными технологиями?	21%	66%	13%

Вопросы	Да	Нет	Не знаю
Должен ли будущий журналист проводить стилистический анализ медиатекста или медиадискурса	56%	24%	20%
Должен ли будущий журналист проводить дискурсивный анализ медиатекста или медиадискурса?	21%	59%	20%
Должна ли у будущего журналиста быть развита иноязычная спонтанная речь?	21%	58%	21%

Принципиально важно, в какой форме студенты предпочитают общаться на иностранном языке (См. Таблица 2).

ПОКАЗАТЕЛИ ПЕРСПЕКТИВНЫХ ПОТРЕБНОСТЕЙ СТУДЕНТОВ-ЖУРНАЛИСТОВ

Таблица 2

Форма общения	Проценты
Письмо, сообщение	21
Интернет	56
Телефон	23

Как видно из таблицы, большинство студентов предпочитают устную форму общения. Это продиктовано не развитыми навыками устной речи, а профессиональными и познавательными потребностями, а также бурным развитием телекоммуникативных средств.

Предлагаемая методика состоит из трех этапов. На начальном этапе студентам предлагаются аутентичные-новостные медиатексты.

Как было отмечено выше, работа над профессионально-ориентированными текстами состоит из трех этапов.

На первом (ознакомительном) этапе студенты имеют возможность читать уже известные в содержательном плане медиатексты, проводить параллели, сравнивать их грамматические структуры, выделять подязыковые высказывания, коммуникативно-насыщенные единицы, находить эквиваленты не по формальным, а по содержательным характеристикам.

На втором этапе (среднем) студентам предлагается проводить дискурсивный анализ, выделять те слова и словосочетания, которые относятся к научно-публицистическому стилю, т.е. подязыку масс-медиа.

И только на третьем этапе предлагаются аутентичные медиатексты и медиадискурсы.

Цель работы над медиатекстом на продвинутом этапе заключается не только в развитии рецептивных навыков и умений (чтение, письмо), но и репродуктивных (аудирование и говорение). Как показывают долгосрочные эксперименты на факультете журналистики, студенты в основном достигают поставленной цели на завершающем этапе. Они развивают свои коммуникативные умения до такой степени, что осваивают навыки письменной и устной коммуникации, свободно определяют тип медиатекста, его жанровые и стилистические особенности, функции, проводят дискурс-анализ и т.д.

И на подготовительном, и на текстовом, и послетекстовом этапах очень важно анализировать характер и направленность учебных, то есть познавательных потребностей.

Фактически, согласно анализу профессиональных и перспективных потребностей, выявляется, что курс изучения английского языка на факультете журналистики позволяет студентам читать медиатексты на английском языке, переводить и воспроизводить, прослушивать и воспроизводить разные видеозаписи, выполнять различные упражнения перед, после и во время просмотра учебно-познавательных фильмов по журналистике.

Для составления соответствующей программы изучения подъязыка масс-медиа посредством медиатекстов, определены основные критерии и принципы отбора профессионально-ориентированных текстов и соответствующей лексики:

– Студенты изучают медиатексты после лексического, стилистического и дискурсивного анализа.

– Отбираются медиатексты об Армении и англоязычных стран.

– Они изучают все виды и типы, названия медиатекстов на английском языке и по возможности переводят термины.

– В основном изучаются медиатексты с короткой протяженностью.

– Диалогическую речь развивают после развития монологической речи.

– Дискурсивный анализ проводят после аналитического чтения.

– Работа с видеозаписью или кинофрагментом осуществляется на всех этапах обучения.

– Предложенные профессионально-ориентированные тексты усваиваются посредством соответствующих упражнений.

В целом на среднем и продвинутом этапах обучения студенты выполняют тренировочные упражнения оценки

речи. Студенты оценивают речь других журналистов, дикторов, комментаторов.

Для тренировки нужно подготовить оценочные листы (для всего курса необходимо иметь 21 лист). (Приложение 4).

Данный курс предназначен для студентов факультета журналистики. Целью данного курса является развитие у студентов иноязычной спонтанной речи. Основной задачей данного курса является развитие коммуникативной компетенции. На основании анализа соответствующей литературы и результатов опроса был разработан курс, предназначенный для студентов факультета журналистики.

Данный учебный курс состоит из 4 основных разделов:

1. Базовый курс.
2. Разговорная практика.
3. Грамматика.
4. Материалы для внеаудиторной деятельности.

Первый раздел включает 8 уроков (Units):

1. Mass-media in the RA.
2. Mass-media in UK.
3. Mass-media in U.S.
4. Types of Mass-media texts.
5. Mediadiscourse.
6. The main stylistic devices in Mass-media.
7. Discourse Analysis of Mediatexts.
8. Spontaneous Speech.

Исходя из основных целей и задач данного курса, были определены этапы обучения лексике, на начальном этапе вводятся лексические единицы, которому следует этап семантизации слов и словосочетаний. Именно на этапе семантизации с использованием языковой догадки /интернациональные слова, словообразовательные элементы, звуко-

подражание, контекст/, студенты готовятся к диалогической речи. В целом можно говорить о подготовительных тренировочных упражнениях. (Примеры см.: Приложение 5).

При обучении иноязычной спонтанной речи важны упражнения для активизации лексики в речи.

При отборе профессионально-ориентированных текстов и упражнений мы использовали учебники, интернет-ресурсы и профессиональную литературу. Особое значение придается профессиональным аутентичным медиатекстам. Медиатексты отбирались по следующим принципам:

1. Профессиональные аутентичные тексты.
2. Тексты из СМИ и научных публикаций.

Следует отметить, что тексты преподносятся не только на английском, но и на армянском языках.

Мы отобрали те тексты, которые имеют непосредственное отношение к журналистике.

При отборе текстов на армянском языке:

- а) мы предлагаем те тексты, которые уже есть в английском варианте;
- б) тексты на армянском языке без аналога на английском языке.

Согласно нашей методической системе мы используем предтекстовые, текстовые и послетекстовые упражнения. В целом выделяются упражнения по введению лексических единиц, подготовительные – тренировочные, повторительные, подстановочные, трансформационные упражнения.

Первые три вида упражнений мы используем, в основном, на подготовительном этапе работы с текстом, а следующие три – на этапе послетекстовой работы.

Каждый урок состоит из нескольких медиатекстов, предназначенных для различных видов чтения. Выделяются диалогические тексты-беседы; медиатексты для перевода с английского на армянский и с армянского на англий-

ский; медиатексты для проверки усвоенного лексического и грамматического материала.

Материалы уроков являются примерами оригинальных английских и американских медиатекстов.

Обилие медиатекстов объясняется тем, что они различны по уровню сложности и могут быть использованы слабыми студентами частично, в то время как сильные могут охватить материал полностью.

По проблемам, изложенным в тексте, студентам предлагалось составить диалоги-споры с использованием вопросно-ответной тактики медиаречи.

Диалог должен произвольно переходить в дискуссию. Такой переход способствует сосредоточению внимания аудитории к происходящему и заинтересованности в обсуждаемой проблеме.

На продвинутом этапе обучения продуктивно проводить занятия в форме конференции или игры. Студенты с удовольствием сравнивают массмедийные термины, клише, реалии, различные неологизмы.

Достаточно эффективными представляются дидактические игры. Ролевые и дидактические игры строятся по принципу сюжетно-ролевых игр. Это значит, что при изучении того или иного учебного раздела определяется сюжет игры и распределяются роли с учётом упомянутого нами индивидуального подхода.

При этом важно подчеркнуть следующую дидактическую идею: ситуации, в которые ставятся студенты при помощи коммуникативных заданий, в содержательном и языковом плане должны пересекаться с ситуациями исходных диалогов и полилогов, что, в конечном счёте, и определяет бесперебойность общения. Дидактическая ценность подобных заданий заключается также в ситуативно оправданных повторях, например, интервью разным представителям прессы – повтор одного и того же материала.

Особое внимание при обучении спонтанной речи на иностранном языке уделяется групповым формам работы: дискуссиям, играм, конференциям. Из языковых упражнений больше были использованы имитирующие, трансформационные, конструирующие и комбинирующие упражнения.

Четко были выделены речевые упражнения для развития монологической речи, подготовленной речи и упражнения для развития неподготовленной речи. По сути, такие упражнения для развития подготовленной монологической речи как пересказ текста, рассказ, сообщение, описание, оценка определенных поступков или действий, комментирование используются во всех традиционных методиках.

Что касается приемов обучения спонтанной речи, то одним из доступных является пересказ. Студенты с удовольствием пересказывают различные события на английском языке.

Для пересказа иноязычного текста студенты должны уметь передать содержание текста. По мнению Калининой, для пересказа, студенты должны «выделить цепь фактов и событий, ведущих к кульминационному событию (если таковые есть), и выделить экспозиционные факты; опустить несущественные факты, не нарушая логику повествования, не способствующие раскрытию основной идеи; завершить рассказ» (Калинина 1991: 24).

Исходя из основных характеристик монологической речи, использовались в учебных целях краткие, информативные медиатексты.

Для развития монологической речи, Н.К. Фарадян предлагает «логически простые и логически сложные упражнения». Согласно автору: упражнения первого типа имеют целевую направленность при **информировании** «слушающего **без побуждения** его к словесной реакции». Они направлены на «сообщение фактов, описание, характеристика действий».

Упражнения второго типа направлены на **побуждение «слушающего к ответным комментариям»**. **На первый план выступает «сообщение фактов с элементами доказательств; реакция с помощью провокационных вопросов»** (Фарадян 1972: 26).

В целом в процессе обучения монологической речи некоторые авторы используют коммуникативные тестовые задания. После просмотрового чтения, студенты должны пересказать текст или его отдельные абзацы:

• **Посмотрите два первых абзаца текста «Cyprus crisis offers reunification hopes» By Tony Barber и кратко расскажите об основных причинах экономического кризиса в Кипре.**

«Can a pig's tail be straightened, asks a Cypriot proverb. It is rather like asking if the Cyprus problem can ever be solved.

As it happens, an opportunity for a solution is at hand – if Europe's leaders are brave enough to seize it. In Cyprus's presidential election last weekend, Nicos Anastasiades, the conservative candidate, emerged as the frontrunner to win next Sunday's run-off ballot. He is one of Cyprus's few politicians with the credentials to do what needs to be done on the diplomatic and economic fronts» (journal-isted.com/article/54x6i).

(Далее, см.: Приложение 7).

На следующем этапе студенты рассказывают только о том, что подтверждает следующие мысли: **«But its size is in inverse proportion to its capacity to tip the eurozone back into the peril that gripped the area until last summer»**.

Важно, чтобы они выявили и выразили свое отношение к основным фактам. Например:

«This is because the island's rescue needs – up to €10bn for banks and €7.5bn for government operations and debt servicing – will raise its public debt to an unsustainable 140 to 150 per cent of gross domestic product. One remedy is a debt restructuring, similar to that applied to private-sector holders of

Greek government bonds. Another is to reorganise the banks, as in Spain, and impose losses on deposit holders».

После анализа и пересказа текста, студенты излагают основное содержание текста, фокусируя свое внимание на 10–12 предложений из текста.

Принципиально важно, чтобы студенты пересказали основное содержание текста своими словами. После пересказа, они приступают к замене слов. Перефразируя ключевые выражения, студенты пересказывают текст.

Второй тип упражнений направлен на побуждение студентов к принятию решения и к действиям.

Выполняя данные упражнения, студенты сообщают информацию, одновременно выражая свое отношение к тем событиям, которые происходят в тексте.

Таким образом, выполняя данные упражнения, осуществляется контроль понимания. Студенты совершенствуют механизмы неподготовленной речи.

Важны те упражнения, которые учат анализировать данный текст, выделять важное и существенное в тексте, выражать свое мнение. Журналисты должны уметь анализировать, сообщать информацию, выражать их отношение к фактам и событиям.

В целом, продуктивными представляются те упражнения, которые направлены на объяснение изложенного материала, когда студенты приводят свои выводы и доказательства из текста. Важно, чтобы они добавляли к изложенному что-то новое.

Выражая свое отношение к тем фактам, которые происходят в тексте, студенты развивают свое критическое, творческое мышление. Все выводы и доводы они должны обосновать. Они должны объяснить, почему так рассуждают, а не иначе.

Полезны выясняющие вопросы. В процессе обсуждения основных проблем, студенты должны показать кон-

кретными примерами, почему они согласны утверждениями своих сокурсников и попросить их проанализировать эти факты.

Важно провоцировать собеседника к размышлению или дискуссии, ссылаясь при этом на факты, события, авторитеты, взятые из первоисточника.

Особенно эффективными представляются те учебно-речевые ситуации, когда студенты пытаются доказать обратное, показать, что «полученное сообщение не соответствует действительности и объясните почему» (Фарадян 1972: 26).

Подход Н.К. Фарадяна выделяется тем, что он четко разграничивает «упражнения на развитие навыков подготовленной и неподготовленной речи. Согласно автору, необходимо разработать упражнения, направленные на развитие и совершенствование навыков неподготовленной речи. Студенты должны, выполняя эти упражнения, извлечь новую информацию из прочитанного текста и на этой основе высказать свое мнение. Что касается упражнений на контроль понимания прочитанного, то они, согласно автору развивают навыки “самостоятельного подготовленного и неподготовленного высказывания”» (Фарадян 1972: 26).

С точки зрения обучения спонтанной речи важно то, что «процесс формирования устного диалогического общения протекает спонтанно, в основном как реакция на мысль партнёра» (Фарадян 1972: 26).

Невозможно представить развитие без формирования элементарных умений реплицирования (построение реплик).

На первом этапе обучения студенты должны овладеть различными типами речевых действий.

На среднем и продвинутом этапах обучения диалогической речи студенты овладевают различными речевыми действиями в виде диалогов-переспросов, расспросов, бесед.

Приверженцы коммуникативного подхода предъявляют конкретные требования к обучению диалогу. Под обучением диалогу они понимают обучение реплицированию. Это предполагает обучение «умению разворачивать одну из реплик диалога в связное высказывание, в микромонолог». Исходя из методологических основ когнитивной психологии, они предлагают Top-down и bottom-up «сверху» и путь «снизу» стратегии. Это означает, что студенты вычленяют диалог, исходя из своих фоновых знаний, и делят умозаключение. Или они выделяют тему сообщения и выделяют ее составляющие (<http://gendocs.ru/v31952/?cc=7>).

Студентам предлагаются различные аутентичные медиатексты, учебные тексты, планы уроков по обучению медиаречи, массмедийной лексике. Они анализируют план урока, основные понятия, концепты, выделяют термины и незнакомые слова.

В интернете можно найти много медиатекстов, планов уроков по обучению медиаречи, например **TEACHER'S GUIDE**, где основательно описывается план урока. Согласно этому плану, студенты изучают различные массмедийные статьи. Время изучения конкретной газеты длится от двух до пяти недель. Уроки по развитию умений медиаречи длятся 30–50 минут.

Важно то, что студенты в процессе обучения медиаречи изучают основные понятия масс-медиа, журналистики на английском языке. Они изучают типы и виды медиаречи, основные понятия журналистики. Они изучают основные характеристики газеты, ее функции, например:

The newspaper has three basic functions:

a. To inform, educate and advise

b. To interpret and persuade

c. To entertain

Принципиально важно развивать критическое мышление студентов, чтобы они могли анализировать текущие события, защищать их гражданские права.

План урока по развитию медиаречи включает такие разделы как:

1. Коротко представить основную информацию, после прочтения основных рубрик газеты;

2. Объяснить структуру газеты, принцип нумерации;

3. Охарактеризовать физические признаки газеты (newspaper-size of pages, number of columns, use of color, photographs, advertising and so on);

Особую ценность представляют задания по работе с газетным материалом

«Lesson 1

Introduction to the Newspaper

4. Point out certain features that are published in the same relative position each day such as sports, business and financial, classified advertisements, family living or women's section, local news and so on

5. Call your students' attention to stories with different datelines. Explain «dateline».

6. Ask your students to find examples in their newspapers.

a. Headlines

b. Hard news stories (world, national, state and local).

c. Human interest stories

d. Advertisements

e. Byline columns

f. Editorials

g. Wirephotos

h. Reviews (movie, book, concert and so on)

i. Advice columns

J. Local photos

7. Outline what you will cover in the course. Assign appropriate student activities (scrapbook, oral projects, written projects and so on)» ([gcuonline.georgian.edu /wootton/News-paper.htm](http://gcuonline.georgian.edu/~wootton/News-paper.htm)).

Важно, чтобы все задания студенты выполняли на английском языке. В этом случае они рассматривают все понятия на английском языке. Допускается перевод массмедийных терминов-реалий. Например, они объясняют термин «dateline».

При выполнении различных проектов на первый план выступает задание:

«Ask your students to find examples in their newspapers», так как данное задание способствует развитию умений самостоятельной работы и критического мышления.

Исходя из этого, студенты вырезают отдельные отрывки из газеты (clippings), с учетом их основных функций: to inform, educate and advise; to interpret and persuade; and to entertain.

В процедурном плане важно то, чтобы студенты четко указали время и условия выполнения тех или иных заданий:

Name: _____ Date: _____

Чтобы проектировать курс обучения иноязычной медиаречи, необходимо определить и выявить языковой уровень студентов, их профессиональные, языковые, коммуникативные интересы, потребности, мотивационный фон обучения иностранному языку. Данный опросник наглядно демонстрирует особенности анализа потребностей перед проектированием тех или иных курсов по обучению медиаречи:

Do you like to read: (Circle One)

Yes No Sometimes

2. What do you spend most of your time reading (Circle One)

Books (fiction) Books (non-fiction) Comic Books

Newspapers Magazines Textbooks

Other (Please list) _____

3. Does your family subscribe to the newspaper? (Circle One)

Yes No

4. What kind of newspapers have you read? (Circle all that apply)

Daily Weekly Monthly Community

Shopper Religious

5. How often do you read the paper? (Circle One)

Every day Frequently Occasionally Rarely Never

6. How much time do you spend reading the paper (Circle One)

None 15 minutes about 30 minutes about 45 minutes

About one hour or less

Page 5

Lesson 2

7. Why do you read the newspaper?(Circle One)

Information Entertainment Advice

Opinion Other

8. Circle the sections of the paper that you usually read.

Sports Editorial Classifieds Letters to the editor

International news Advertisements Vital statistics (births, obituaries)

Weather reports Puzzles Radio, TV, movie listings

Stocks market listings Horoscopes Advice columns

Other

9. What sections of the newspaper do you seldom read?

10. What sections of the newspaper do you enjoy most?

11. Do you read headlines in the newspaper that interest you? (Circle One)

Yes No Sometimes

12. Which do you depend on as your main source of information about current events? (Circle One)

Radio Television Newspapers Magazines

Teachers Parents Friends Other _____

13. Does your family subscribe to a news magazine?

Yes No

If yes, which one? _____ (**Newspaper Teacher's Guide – Ecpnie Evansville Courier NIE** // www.ecpnie.com/guides/Booklet.pdf).

На следующем этапе студенты работают над конкретным медиаматериалом. Они определяют тип заголовка, новостных, аналитический или других статей.

Преподаватель четко определяет тип урока, ход урока и разрабатывает основные задания:

1. Distribute newspapers and allow students to look through the papers for at least 10 minutes.

2. Reproduce and distribute the illustration of Front Page Makeup that immediately follows this lesson. Use this teaching aid to familiarize students with the standard components of newspaper front pages. Then explore with the students the front page of your area newspaper.

3. Direct students to the top of the front page. Ask them to find the flag (the printed name – usually a logotype – of the newspaper). What information is contained in the ears (space on each side of the flag)? Newspapers use the space for a variety of purposes, such as weather news, statement of number of pages in the newspaper, announcement of special features and so on. Ask students to find the price of the paper.

4. Review with your students the use of the index (from Lesson 1).

5. Ask students to find the most important news story on the front page. The story usually is placed in the right-hand column. Ask students if they know the reason for this place-

ment. (Studies have shown that the reader's eye goes first to the right-hand column when looking at the front page).

6. Have students count the number of stories on the front page. How many end on the page? How many are continued on inside pages?

7. Discuss news photographs with the students. What do the photos show? Discuss their importance in illustration of a story. Are there any photos that stand alone and tell the story by themselves? Do any photos direct the reader to an accompanying story on an inside page?

Page 7

Lesson 3

1. Focus your students' attention on individual news stories by reviewing datelines and bylines from Lesson 1.

2. Are there any advertisements on the front page? Ask students if they think ads are appropriate on the front page. Why or why not? (**Newspaper Teacher's Guide – Ecpnie Evansville Courier NIE** // www.ecpnie.com/guides/Booklet.pdf).

Необходимо подчеркнуть, что развитию спонтанной речи способствует и просмотровое и аналитическое чтение. Беглый просмотр газетного материала помогает студентам выявить главное и второстепенное. Далее студенты воспроизводят то, что важно с их точки зрения. С точки зрения дискурс анализ важно, то, что студенты обращают свое внимание на информацию, имеющего экстралингвистический характер. Например: они объясняют принципы отбора цветов заголовков, картин, фотографий, карт, различных иллюстраций.

При выполнении заданий возникают различные трудности лексического, грамматического, стилистического, лингвокультурологического характера. Например, дается следующее задание:

1. Direct students to the top of the front page.

2. Ask them to find the flag (the printed name – usually a logotype – of the newspaper).

3. What information is contained in the ears (space on each side of the flag)?

4. Newspapers use the space for a variety of purposes, such as weather news, statement of number of pages in the newspaper, announcement of special features and so on.

5. Ask students to find the price of the paper (Ten Great Activities: Teaching With the Newspaper // www.educationworld.com/.../Ten-Great-Activities).

Студенты должны иметь четкое представление о логотипе газеты (logotype), о значении идиомы (intheears), так как здесь речь идет о том, как сообщить дополнительную подстрочную информацию.

Принципиально важно, чтобы студенты сравнивали массмедийные понятия, концепты на конкретных примерах, подобранных из англоязычных масс-медиа.

Чтобы выполнить данное задание: Focus your students' attention on individual news stories by reviewing datelines and bylines from Lesson 1. Студенты переводят данные термины:

1. dateline 1. а) строка, где пишется дата и место написания статьи (в газете);

2. byline строка в газете или журнале с именем автора статьи; информация об авторе в документе, подготовленном в текстовом процессоре или настольной издательской системе.

Далее они одно и то же объясняют на английском языке:

1. dateline – the date and location of a story, placed at the top of an article

2. byline – a line under the title of a newspaper or magazine article giving the author's name.

3. «For the Cyprus problem is, these days, two problems. First, it is a security and diplomatic problem in that the east

Mediterranean island is split into a southern zone, controlled by the internationally recognized Greek Cypriot government, and a Turkish Cypriot-ruled north propped up by Turkey. In spite of repeated UN-sponsored efforts “to reunite the island, this division has lasted since 1974. As was once wearily observed by David Hannay, a retired UK diplomat who came to specialize in the issue, no one ever lost money betting against successful negotiations in Cyprus.

4. Over the past three years, the island has turned into a banking, sovereign debt and economic problem, too. Cyprus is the third smallest of the Eurozone’s 17 states, accounting for less than 0.2 per cent of its economic output. **But its size is in inverse proportion to its capacity to tip the eurozone back into the peril that gripped the area until last summer.** *This is because the island’s rescue needs – up to €10bn for banks and €7.5bn for government operations and debt servicing – will raise its public debt to an unsustainable 140 to 150 per cent of gross domestic product. One remedy is a debt restructuring, similar to that applied to private-sector holders of Greek government bonds. Another is to reorganise the banks, as in Spain, and impose losses on deposit holders.* Cyprus’s eurozone partners seethe with indignation at bailing out a country whose banks are flush with billions of euros owned by wealthy non-resident Russians.

5. However, each proposal has drawbacks. Europe’s leaders assured financial markets last year that the Greek debt restructuring was a one-off event. To renege on this promise would sow fresh doubt about the quality of Greek, Italian, Portuguese and Spanish debt. In any case, most of Cyprus’s sovereign debt is held by Cypriot banks. A restructuring would simply deepen the hole they are already in. As for raiding Russian depositors, it sounds tempting but it is neither practical politics nor wise economics. The Kremlin helped the island in 2011 with a €2.5bn loan. It would make sense to encourage

Russian participation in a broader EU-led rescue. Besides, to clip depositors – even dodgy oligarchs – might spark panic among bank account holders elsewhere in Europe.

6. Whatever the answer, Cyprus's emergency presents European governments with the best chance in almost 40 years to overcome the island's division. The outlines for a settlement are clear: a two-zone federal state with a common citizenship, and compromises on territorial and property disputes. Such a deal, brokered by the UN, appeared within reach in 2004 when Turkish Cypriots approved it in a referendum. But Greek Cypriots, certain of being admitted into the EU no matter how they voted, rejected the plan. Europe's leaders now have a chance to tell the Greek Cypriots, in a friendly but firm way, that financial aid requires progress on a diplomatic settlement. They may find they are preaching to the converted. For Mr. Anastasiades – unlike Demetris Christofias, the outgoing communist president – was a supporter of the UN plan that fell at the final hurdle in 2004.

7. But the Cyprus morass is deeply political. Mr Christofias asked for a financial rescue last June, but his main objective thereafter was not to be the president who submitted to the inevitably onerous bailout terms. Meanwhile, Cyprus's communist party is looking ahead to the 2016 parliamentary elections and 2018 presidential election, calculating that voters will be so fed up with foreign-imposed austerity by then that they will return the communists to power.

8. Conveniently, the 2018 election will come just before gas-fields recently discovered off Cyprus's coast start to pump out their riches. This bonanza for the Greek Cypriots will probably close the window for a Cyprus settlement. Mr Anastasiades, and his European counterparts, have five years to deliver a deal».

Отдельный урок посвящается изучению новост-ных текстов (международные, национальные, государ-ствен-

ные, местные (four kinds of news stories – international, national, state and local).

Lesson Plan

1. Direct the students' attention to the different kinds of news stories in your area newspaper. Discuss international, national, state and local news stories according to the following outline:

I. International and national

A. Associated Press

1. Explain operation

a. Correspondents, bureaus around the world

b. Wire service

c. Wirephoto

2. Illustrate with examples from your area newspaper.

B. Worldwide bureaus operated by some larger papers

C. Out-of-state correspondents – some papers have none, some have only one in the state's largest city, the state capital, or Washington, D.c.

D. Stringers

Студенты быстро догадываются, о каких терминах и понятиях идет речь, так как они это изучали в профессиональном курсе журналистики. Важно, чтобы все объясняли на английском языке.

Например: они знают, что stringer переводится как независимый журналист, стрингер Журналист (или телеоператор и т.п.), не состоящий в штате какой-либо редакции (или телевизионной компании) и публикующий свои материалы в самых различных изданиях. Однако, объясняя одно и то же на английском языке, они развивают их спонтанную речь.

Stringers-a journalist retained by a newspaper or news service on a part-time basis to cover a particular town or area.

Достаточно трудным представляется цель урока помочь студентам понять верстку новостной статьи:

Lesson Objective

To help students understand the makeup of a news story and a feature story.

Teaching Concepts

Newspaper editors include news stories and feature stories that they feel are of most interest to the majority of readers. In turn, readers «edit» the news for themselves by deciding which stories they will read and which ones they will disregard.

Lesson Plan

1. Discuss how a news story is written in inverted-pyramid style.

a. Paragraphing

(1) The first paragraph is called the lead. It usually reports who, what, when, where, why, how details are revealed later in the story.

(2) The remaining paragraphs report the details in order of descending importance.

2. Why is a news story written in this way (so a story can be cut at any point and still make sense).

3. Headlines are signals that capture the reader's attention and let him or her know whether or not the related stories might be of interest (Newspaper Teacher's Guide – Ecpnie Evansville Courier NIE // www.ecpnie.com/guides/Booklet.pdf).

Здесь подчеркивается значение соответствующей подготовки преподавателя, так как в основном преподаватели английского языка не являются журналистами.

Это обстоятельство не мешает преподавателю организовать интерактивные уроки, где студенты задают вопросы и отвечают на них, обсуждают темы и проблемы профессионального характера, выделают новые термины (например: sidebar врезка (колонка, рубрика) блок текста, размещенный сбоку от основного текста документа), представляют оригинальные новости.

Class Activities:

a. Give students a series of facts and have them write a news story in class based on the facts.

b. Have students answer the 5 'W' questions about selected news stories.

5. Discuss companion stories

a. Sidebar

b. Backgrounder

c. Follow-up stories on original news

В ходе опытно-экспериментальной работы были выявлены основные изменения в системе познавательных мотивов, предопределяющих успех изучения иностранного языка в рамках профессиональной подготовки студентов. Было выявлено отношение студентов к изучению массмедийных текстов с точки зрения полезности в профессиональной деятельности на начальном этапе исследования. Анализ результатов эксперимента показал, что к концу обучения курсу английского языка потребность в изучение иностранных языков в экспериментальной группе повысилась на 19%. В контрольной группе, где не проводилась соответствующая работа по осознанию своих профессиональных потребностей, этот результат ниже – 5,3%.

«См. Таблица 3».

«См. Диаграмма 1».

ПОЗНАВАТЕЛЬНАЯ ПОТРЕБНОСТЬ В ИЗУЧЕНИИ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА (в %)

Таблица 3.

Потребность в изучении ИЯ	Экспериментальная группа n = 44		Контрольная группа n = 46	
	До экспе- римента	После экспери- мента	До экспе- римента	После экспери- мента
– знание подь- языка журналистики	19 %	27%	13%	16%
– развивает критическое, мышление	28%	38%	19%	23%
– формирует культуру про- фессионально- го общения на иностранном языке	23%	33%	22%	25%
– способствует более быстро- му продвиже- нию в карьере	22%	34%	16%	19%

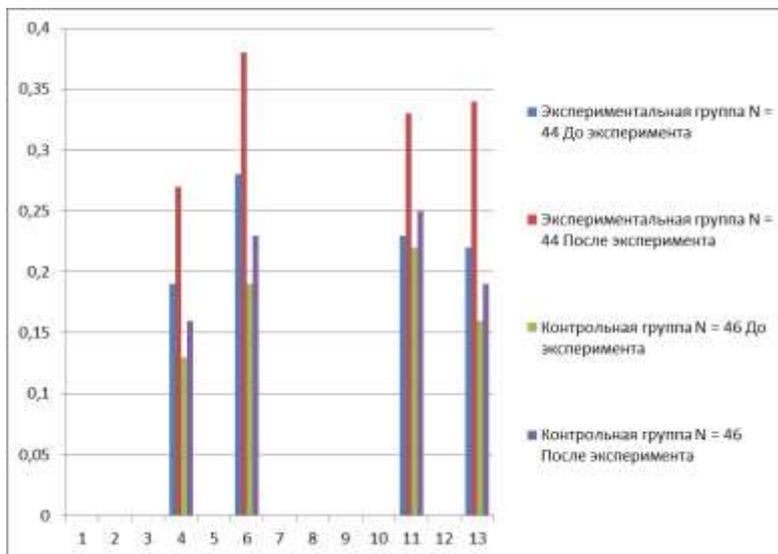


Диаграмма 1. Показатели экспериментальных и контрольных групп

Выбор студентов, скорее всего, можно объяснить серьезным отношением к предмету, пониманием его роли в формировании культуры профессионального общения как составляющей профессиональной культуры будущего журналиста.

В конце экспериментальной работы мы сравнили успеваемость студентов в экспериментальной и контрольной группах. Сравнение проводилось по следующим умениям:

- 1) определить тип медиатекста;
- 2) определить жанр медиатекста;
- 3) выявить стилистические приемы;
- 4) распознать массмедиаальные термины;
- 5) распознать массмедиаальные реалии;
- 6) распознать массмедиаальные неологизмы;
- 7) составить монолог;
- 8) составить диалог;

- 9) сделать короткое сообщение;
 10) прослушать и воспроизвести разные аудио и видео-записи.

Умения и навыки у студентов оцениваются по 20-балльной системе.

В основном в таблице представлены усредненные баллы.

Сравнительный анализ результатов эксперимента в экспериментальной и в контрольной группах показывает, что по всем показателям студенты в экспериментальной группе превосходят студентов контрольной группы.

«См. Таблица 4».

ПОКАЗАТЕЛИ УСПЕВАЕМОСТИ СТУДЕНТОВ В ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНОЙ И КОНТРОЛЬНОЙ ГРУППАХ

Таблица 4.

Умения и навыки	Экспериментальная группа n = 47		Контрольная группа n = 48	
	До эксперимента	После эксперимента	До эксперимента	После эксперимента
1	2	3	4	5
1. Определить тип медиа-текста	11	16	12	14
2. Определить жанр медиа-текста	11	16	11	13

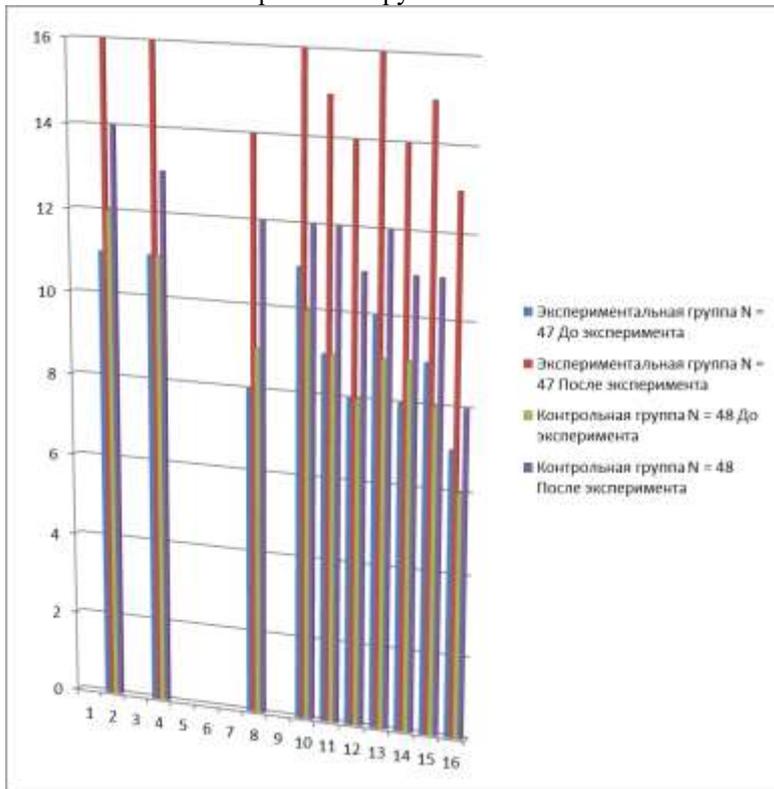
1	2	3	4	5
3.Выявить стилистические приемы	8	14	9	12
4.Распознать массмедиаальные термины	11	16	10	12
5.Распознать массмедиаальные реалии	9	15	9	12
6.Распознать массмедиаальные неологизмы	8	14	8	11
7.Составить монолог	10	16	9	12
8.Составить диалог	8	14	9	11
9.Сделать короткое сообщение	9	15	8	11
10.Прослушать и воспроизвести разные аудио и видеозаписи.	7	13	6	8

Анализ проведенной экспериментальной работы показал, что разработанная нами система упражнений способствует более эффективному развитию спонтанной речи у будущих журналистов.

Но главным показателем успешности проводимой работы явилось повышение успеваемости студентов по иностранному языку с 11,8 баллов до 16,4.

«См. Диаграмма 2»

Диаграмма 2. Показатели экспериментальных и контрольных групп.



Выводы ко второй главе

Обучение посредством массмедийных текстов по распознаванию и пониманию, в дальнейшем использованию в спонтанной речи невербальных компонентов массмедийных текстов усложняется тем, что живя в Армении, студенты не в достаточной мере общаются с носителями языка.

Важно определить, насколько знания стилистических приемов в определенной степени способствуют развитию иноязычной спонтанной речи.

При отборе массмедийных специальных учебных текстов необходимо учесть то, что тексты, передающие эмоциональную и побудительную информации, понимаются хуже, чем тексты, содержащие только категориальную и ситуативно-познавательную информации.

Сегодня язык СМИ все более понимается не только как весь корпус текстов, функционирующих в сфере массовой коммуникации, но и как устойчивая внутриязыковая система, характеризующаяся вполне определенным набором лингвостилистических свойств и признаков. При этом одной из важнейших характеристик данной системы является соотношение вербальных и аудиовизуальных компонентов, специфическое для каждого средства массовой информации, будь то печать, радио, телевидение или Интернет.

Если работа над учебными текстами не требует невербальных средств обучения, то работа в процессе создания курсов требует знание невербальных средств обучения.

При обучении иноязычной спонтанной речи следует учесть то обстоятельство, что студенты преодолевают определенные стереотипы межкультурного характера. В этом плане, большое значение имеют национально-психологические лакуны. При изучении поведенческих лагун, особенно эффективными представляется использование видеоматериалов в учебных целях.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

1. Журналисты, даже, если они работают только в своей стране, становятся в процессе выполнения профессиональной деятельности, участниками межкультурной коммуникации. Профессиональное общение предполагает последовательное развитие всех видов коммуникативно-речевой деятельности. Это касается рецептивных, продуктивных, интерактивных и медиативных умений. Поэтапное развитие данных умений является условием формирования иноязычной спонтанной речи у будущих журналистов.

2. Языковая подготовка журналистов предполагает изучение всех межъязыковых соответствий, экстралингвистических факторов, всех видов речевой деятельности, учет особенностей разговорной лексики и грамматики носителей языка, учет особенностей профессиональной лексики журналистов, основные приемы синхронного перевода, в частности приемы компрессии, видов анализа медиатекстов и т.д.

3. Не только рецептивные, но и медиативные умения являются необходимым условием порождения иноязычной спонтанной речи у будущих журналистов. При этом все виды анализа и интерпретации текста и медиатекста готовят студентов к спонтанной речи. Вместе с тем, сформированность иноязычной спонтанной речи способствует выполнению профессиональной деятельности, не в зависимости от того, где она осуществляется: на родине или зарубежом.

4. Обучение английскому языку на факультете журналистики имеет свои особенности. С одной стороны, будущие журналисты изучают историю, культуру, искусство, политику, язык СМИ. С другой стороны, все то, что они изучают, изучают в процессе приобретения профессиональных знаний.

5. Использование на уроках аутентичных текстов по журналистике, текстов из СМИ повысит эффективность учебного процесса, позволит преодолеть не только грамматическую, лексическую интерференцию, но и интерференцию социально-культурного, межкультурного и прагматического характера. Обучение спонтанной речи предполагает работу над аутентичными медиатекстами.

6. Компонентный подход к обучению спонтанной речи предполагает развитие не только лингвистической, коммуникативной, ни и прагматической и переводческой компетенции.

7. При осуществлении отбора профессионально-ориентированной журналистской лексики важно четко определить соотношение разговорной, профессиональной и специальной лексики, так как спонтанная речь журналиста не может состоять только из профессиональной или специальной лексики. При развитии умений компонентного, филологического и дискурсивного анализа лексики является важным условием обучения спонтанной речи.

8. По сути, для развития спонтанной речи будущих журналистов важны не только специальные, профессиональные знания, не только знания иностранного языка, но и знания основных элементов профессиональной культуры носителей изучаемого языка, в данном случае англоязычных журналистов.

9. Использование медиатекста в целях развития иноязычной спонтанной речи имеет практическую направленность. Это предполагает выполнение ряд функций: познавательная, развивающая, воспитательная и т.д.

10. Студенты в основном умеют работать с текстом, проводить филологический, лингвистический, литературоведческий анализ. Делая одно и тоже на иностранном языке, студенты развивают свои коммуникативно-речевые способности, которые лежат в основе спонтанной речи.

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ավաճատրյան Մ.Գ. Օտար լեզուների դասավանդման մեթոդիկա: դասագիրք բուհերի համար: - Ե.: Լույս, 1985. 390 էջ:
2. Անգլերեն-հայերեն բառարան: Հ.Ա. Ամանգույանի և Մ.Ի. Հովհաննիսյանի խմբագրությամբ: Շուրջ 30000 բառ: «Հայաստան» հրատ., Երևան – 1991. – 144էջ:
3. Այրեսյան Ա.Ռ. Լրագրային տեքստի կառուցվածքային առանձնահատկությունն՝րը հաղորդակցական լեզվաոճաբանության տեսանկյունից /ժամանակակաից անգլալեզու մամուլի փաստական նյութի հիման վրա/, (թեկն. առ.), Երևան, 2001, 23 էջ:
4. Բալայան, Մ.Ս., «Խոսույթային իրազեկության զարգացումը ֆրանսերենի մասնագիտական դասընթացում», (թեկն. առ.), Երևան, 2010, 155 էջ:
5. Եսաջանյան Բ.Մ. Լեզվի և մշակույթի փոխհարաբերությունների մանկավարժական հայեցակետը// Մանկավարժական միտք. - 2001. - #3, էջ13-18:
6. Գիրունյան Գ.Ս. Անգլերենի բառագիտության հիմունքներ /տեսական դասընթաց/ Դասագիրք. - Եր.: Հեղինակային հրատարակչություն, 2009. – 196էջ:
7. Համարաբժումյան Դ.Հ. Գեղարվեստական ստեղծագործությունը և նրա թարգմանությունը որպես բանասիրական համալիր քննության առարկա (դոկ. առ.), Ե., 2001, 28 էջ:
8. Լեզուների իմացության/իրազեկության համաեվրոպական համակարգ. ուսումնասություն, դասավանդում, գնահատում: Ծրագրի ղեկավար՝ Ս. Չոյան, Թարգմ.՝ Ս. Կարախանյան և ուրիշ., Խմբ.՝ Մուրեն Չոյան, Մելանյա Աստվածատրյան և ուրիշ., Եր., Նորք Գրատուն, 2005. – 308 էջ:
9. Մանուկյան Ա.Գ., «Խոսույթի տեսակներն ու կիրառումը մասնագիտական անգլերենի դասավանդման շրջանակներում», Մխիթար Գոշ 2(18) 2008: 93-95:
10. Մխիթարյան Ե.Ս. Անգլերենի դասագիրք բուհերի ուսանողների համար. - Եր.: Երևանի համալս. հրատ., 2004, 24. - 416 էջ:

11. Նազարյան Ա. Հ. Լեզվաբանական տերմինների ֆրանսերեն-ռուսերեն-հայերեն ռուսումնական բառարան, Եր. Ապոլոն, 1993, 656 էջ: - Էջ 355:
12. Պետրոսյան Հ. Չ. Հայերենագիտական բառարան / Է. Բ. Աղաջանի ընդհանուր խմբ. - Եր.: Հայաստան, 1987, 686 էջ:
13. Абросимова Л. М. Методика обучения английскому языку в неязыковом вузе на начальном этапе (переходно-подготовительный курс): Дис. ... канд. пед. наук. – М., 1980. – 403 с.
14. Автономова Н. С. Еще раз о понимании // Загадка человеческого понимания / Под общ. ред. А. А. Яковлева. – М.: Политиздат, 1991. – СС. 265–276.
15. Агаркова Н. Г. Теоретические основы методики обучения первоначальному письму: Автореф. ... док. пед. наук. – М., 1991. – 32 с.
16. Алексеева Е. В. Вертикальный контекст и межкультурная коммуникация // Язык и общение. / Материалы Первой региональной межвузовской научной конференции, 11–12 октября 2001 г. – Мичуринск: Изд-во МГАУ, 2001. – СС. 41–42.
17. Алмазова Н. И. Формирование навыков спонтанного ведения диалога в деловом английском // Проблемы филологии и методики преподавания иностранных языков. (Сб. научных статей). – СПб, 1999. – СС. 236–239.
18. Алхазивили А. А. Основы овладения устной иностранной речью. – М.: Просвещение, 2001. – СС. 334–341.
19. Анощенкова А. М. Интонационные характеристики спонтанной речи и чтения диалогического текста (экспериментально-фонетическое исследование): Автореф. дис. ... канд. фил. наук. – М., 1977. – 24 с.
20. Антипова А. М. О взаимодействии вербальных и невербальных средств общения в спонтанной разговорной речи // Проблема спонтанной разговорной речи / МГИИЯ/. – Вып. 332. – М., 1989. – СС. 61–75.
21. Артемьева О. А. Активизация познавательной деятельности студентов вуза при обучении иностранному языку на основе

- учебно-ролевых игр. – Тамбов: Изд-во ТГУ им. Г.Р. Державина, 1997. – 192 с.
22. Артемьева О.А. Общепедагогические и лингводидактические основы активизации познавательной деятельности студентов вузов при обучении иностранному языку на основе системы учебно-ролевых игр: Автореф. дис. ... док. пед. наук. – СПб, 1999. – 50 с.
 23. Артыкбаева А.К. Требования к упражнениям для развития монологической речи на младших курсах языкового вуза / А.К.Артыкбаева // Интенсификация обучения речевой деятельности в языковом вузе. – Алма-Ата, 1988. – СС. 63–67.
 24. Аругюнова Н.Д. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь. – М., 1990. – СС. 136–137.
 25. Аскольдов-Алексеев С.А. Концепт и слово [Текст] / С.А. Аскольдов-Алексеев // Русская словесность. От теории словесности к структуре текста. – М.: Academia, 1997. – СС. 267–279.
 26. Астафурова Т.Н. Интерактивная компетенция в профессионально-значимых ситуациях межкультурного общения // Актуальные проблемы преподавания перевода и иностранных языков в лингвистическом вузе. (Тр./МГЛУ). – Вып.423. – М., 1996. – СС. 93–107.
 27. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов. – М., 1966. – 607 с.
 28. Баталин С.В. Роль просодических характеристик в формировании темпа речи // Проблема спонтанной разговорной речи (МГИИЯ). – Вып. 332. – М., 1989. – СС. 85–94.
 29. Бахтин М.М. Проблемы творчества Достоевского. – М., 1994. – 153 с.
 30. Бибихин В.В. Общение без индивида // Загадка человеческого понимания / Под общ. ред. А.А. Яковлева. – М.: Политиздат, 1991. – СС. 196–210.
 31. Биркенбил В. Язык интонации, мимики, жестов. – СПб., 1997. – 120 с.

32. Борисов В.С. Словарь-справочник по методике преподавания иностранного языка. – Коломна, 1999. – 137 с.
33. Брагина Н.Г. Язык межкультурного общения: теоретическое обоснование // Языки и культуры народов мира в лингводидактической парадигме (Лемпертовские чтения – IX). / Сб. статей по материалам Международного научно-методического симпозиума «Языки и культуры народов мира в лингводидактической парадигме» (Пятигорск, 30–31 мая 2007 г.). – Пятигорск: ПГЛУ, 2007. – 444 с.
34. Брыксина И.Е. Методика обучения глагольным наклонениям французского языка на основе межъязыковых сопоставлений (на неязыковых факультетах вузов): Автореф. дис. ... канд. пед. наук. – Тамбов, 2000. – 21 с.
35. Бурая Е.А. Роль просодии в формировании ритма спонтанной диалогической речи // Ритмическая и интонационная организация текста. – М., 1982. – СС. 10–31.
36. Вайсбурд М.Л. Требования к речевым умениям [Текст] / М.Л. Вайсбурд, А.Д. Климентенко // Иностранные языки в школе, 1972. – № 3. – СС. 72–80.
37. Вайсбурд М.Л. Использование учебно-речевых ситуаций при обучении устной речи на иностранном языке. – Обнинск: Титул, 2001. – 128 с.
38. Валягин Н.К., Соловьева Е.В. Лингвистические основания изучения жестов и мимики во французской спонтанной речи // Проблема спонтанной разговорной речи (МГИИЯ). – Вып. 332. – М., 1989. – СС. 75–84.
39. Варганов А.В. Межкультурная коммуникация: мифы и реальность // Преподавание иностранных языков и культур в начале XXI столетия: инновации и традиции (Лемпертовские чтения – X). / Сборник статей по материалам Международного научно-методического симпозиума Преподавание иностранных языков и культур в начале XXI столетия: инновации и традиции (Пятигорск, 29–30 мая 2008 г) в 2-х частях. Часть I. – Пятигорск: ПГЛУ, 2008. – 287с.

40. Васишьева И.И. О значении идей М.М. Бахтина о диалоге и диалогических отношениях для психологии общения // Психол. исследования общения. – М., 1985. – СС. 92–101.
41. Вежбицкая А. Язык. Культура. Познание. Пер. с англ. [Текст] / А. Вежбицкая. – М.: Русские словари, 1997. – 411 с.
42. Верещагин Е.М., Костомаров В.Г. О предметах, объеме и функциях лингвострановедения // Лингвистический аспект в преподавании русского языка как иностранного: Сб. статей. / Под ред. А.И. Погожа. – Воронеж: Изд-во Воронежского госуд. ун-та, 1984. – 188 с.
43. Верещагин Е.М., Костомаров В.Г. Язык и культура: Лингвострановедение в преподавании русского языка как иностранного. – М.: Русский язык, 1990. – 167 с.
44. Вилсон Г., Макклаффлин К. Язык жестов – путь к успеху. – СПб.: Питер ком, 1999. – 224 с.
45. Винарская Е.Н. Выразительные средства текста (на материале русской поэзии) / Е.Н. Винарская. – 2-е изд-е. – Воронеж: Воронежский государственный университет, 2003. – 172 с.
46. Винокур Т.Г. Говорящий и слушающий. Варианты речевого поведения. – М., Наука, 1993. – 172 с.
47. Вишневецкая Г.М. Восприятие спонтанной иноязычной речи в условиях интерференции // Проблема спонтанной разговорной речи (МГИИЯ). – Вып. 332. – М., 1989. – СС. 113–119.
48. Воловикова М.Л. Понятие и структура межкультурной коммуникативной компетенции личности // Обучение иностранным языкам: дискуссионные и нерешенные вопросы (Лемпертовские чтения – VIII). / Материалы Международного научно-методического симпозиума «Обучение иностранным языкам и культурам: Дискуссионные и нерешенные вопросы» (Пятигорск, 25–26 мая 2006 г). – Пятигорск: ПГЛУ, 2006. – 443 с.
49. Воронкова Н.В., Асеева Л.А. Явление хезитации в устном спонтанном монологическом высказывании: Суденческая научная конференция – 2008. // Материалы научной конфе-

- ренции: Актуальные проблемы лингвистики и методики / Урал. гос. пед. ун-т. – Екатеринбург, 2008. – 120 с. – СС. 11–14. – Режим доступа: <http://rudocs.exdat.com/docs/index-7594.html>.
50. Воскресенская Л.Ф. Проблема понимания в подготовке студентов к межкультурной коммуникации // Преподавание иностранных языков и культур в начале XXI столетия: инновации и традиции (Лемпертовские чтения – X). / Сборник статей по материалам Международного научно-методического симпозиума «Преподавание иностранных языков и культур в начале XXI столетия: инновации и традиции» (Пятигорск, 29–30 мая 2008 г) в 2-х частях. Часть I. – Пятигорск: ПГЛУ, 2008. – 287 с.
51. Гавриленко Н.Н. «Понять, чтобы перевести». – М.: Изд-во им. Вавилова, 2010:45с
52. Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования. – М.: Наука, 1981. – 137 с.
53. Гальперин П.Я. Психология мышления и учение о поэтапном формировании умственных действий // Исследование мышления в советской психологии. – М.: АПН СССР, 1966. – СС. 236–277.
54. Гальскова Н.Д. Современная методика обучения иностранным языкам. – М.: АРКТИ, 2004. – СС. 172–173.
55. Головина Н.П. Формирование дискурсивной компетенции у учащихся старших классов в процессе обучения репродукции и продукции иноязычных письменных текстов (школа с углубленным изучением английского языка) [Текст] / Н.П. Головина. – СПб., 2004. – 23 с.
56. Горелов И.Н. Соотношение невербального и вербального в коммуникативной деятельности // Исследование речевого мышления в психолингвистике. – М.: Наука 1986. – СС. 166–149.
57. Горелов И.Н., Енгальчев В.Ф. Безмолвный мысли знак: Рассказы о невербальной коммуникации. – М.: Молодая гвардия, 1991. – 240 с.

58. Григорьева В.С. К вопросу о структуре общения и его единицах // *Язык и общение. / Материалы Первой региональной межвузовской научной конференции, 11–12 октября 2001 г. – Мичуринск: МГАУ, 2001. – СС. 9–11.*
59. Грищенко Г.А. Методика использования деловых игр при обучении менеджеров иностранному языку: интенсивный курс немецкого языка: Дис. канд. пед. наук / Г.А. Грищенко. – М., 1995. – 204 с.
60. Гураль С.К. Обучение дискурс-анализу в свете синергетического видения. – Ялта, 2012. – 195 с.
61. Гурвич П.Б. Основы обучения устной речи на языковых факультетах. Часть I. / П.Б. Гурвич. – Владимир, 1972. – 156 с.
62. Девкин В.Д. Немецкая разговорная речь: синтаксис и лексика / В.Д. Девкин. – М.: Междунар. отношения, 1979. – 256 с.
63. Джугенхаймер Д.У. Основы рекламного дела: Учебник: перев. с англ. яз. / Джугенхаймер Д.У., Уайт Г.И. – Самара, 1996. – 479 с.
64. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика. Системный подход к изучению языка СМИ (Современная английская медиаречь). – М.: Флинта; Наука, 2008. – 232 с.
65. Долгополова Н.Ф. Развитие коммуникативных умений студентов-менеджеров в условиях университета: Дис. ... канд. пед. наук: 13.00.01. – Оренбург, 1998. – 188 с.
66. Егорова Л.Ф., Казначеева Е.В. К вопросу о функциях языка // *Язык и общение. / Материалы Первой региональной межвузовской научной конференции, 11–12 октября 2001 г. – Мичуринск: Изд-во МГАУ, 2001. – СС. 6–8.*
67. Жабин Д.В. Формальные признаки спонтанной речи говорящего в ситуации стресса: дисс. канд. фил. наук / Д.В. Жабин. – Воронеж, 2006. – 330 с.
68. Жолковский А. Инвенции. – М.: Гендальф, 1995. – СС. 143–153.
69. Заботкина В.И. Картина мира и лексикон: культурологический аспект // *Картина мира: лексикон и текст: Сб. научн. тр. МГЛУ. – Вып. 375. – М., 1991. – СС. 17–24.*

70. Заботкина В.И. Новая лексика современного английского языка. – М.: Высшая школа, 1989. – 126 с.
71. Заботкина В.И. Прагматика и семантика нового слова. Дисс. докт. фил. наук. – М.: МГЛУ, 1991. – 375 с.
72. Заботкина В.И. Прагматика нового слова и её реализация в контексте // Вопросы английской контекстологии. – Вып. 3. – Л.: Изд-во ЛГУ, 1990. – СС. 104–110.
73. Заботкина В.И. Прагматическая перспектива лингвистической мегапарадигмы // Лингвистика на исходе XX века: итоги и перспективы. / Материалы международной научной конференции. Тезисы докладов. 4.1. – М.: МГУ, 1995. – СС. 50–61.
74. Заботкина В.И. Соотношение прагматической и семантической вариантности в лексике современного английского языка. Вариантность в германских языках: Тез. докл. Всесоюзной научной конференции. Часть II. – Калинин, 1988. – СС. 207–208.
75. Заботкина В.И., Степанов Г.М. Неологизмы в современном английском языке. – Калининград, 1982. – 78 с.
76. Зарецкая И.И. Коммуникативная культура педагога и руководителя / И.И. Зарецкая. – М. ... О.И. Полкунова. – Оренбург: Изд-во ООИУУ, 1997. – 115 с.
77. Зимняя И.А. Психологические аспекты обучения говорению на иностранном языке / И.А. Зимняя. – М.: Просвещение, 1985. – 160 с.
78. Илюхин В.М. Стратегии в синхронном переводе (на материале англо-русской и русско-английской комбинаций перевода): Дисс. канд. фил. наук. – М.: МГЛУ, 2001. – 206 с.
79. Каган М.С. Мир общения: Проблема межсубъектных отношений. – М.: Политиздат, 1988. – 319 с.
80. Калинина С.В. К концепции обучения монологическому высказыванию / С.В. Калинина // Иностранные языки в школе, 1991. – № 1. – СС. 22–26.
81. Качалкин А.Н. Роль СМИ в межнациональном общении. Менталитет и речевой этикет нации // Язык СМИ как объект

- междисциплинарного исследования. – М., МГУ, 2004. – Режим доступа: <http://evarartist.narod.ru/text/12/01.htm>.
82. Киян О.Н. Аутентичность как методическая категория в обучении иностранному языку. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://main.isuct.ru/files/konf/antropos/section/4/KIYAN.htm>. – СС. 4–9.
83. Клементьева Т.Б. Счастливый английский / Т.Б. Клементьева, Ж.А. Shannon. Кн. 3 для 10–11 кл. общеобраз. шк. – Обнинск: Титул, 1999. – 352 с.
84. Клюев Е.В. Речевая коммуникация. – М.: ПРИОР, 1998. – 122 с.
85. Колкер Я.М., Устинова Е.С., Енилиева Т.М. Практическая методика обучения иностранному языку: Учебное пособие / Я.М. Колкер, Е.С. Устинова Т.М. Енилиева. – М.: Академия, 2000. – 264 с.
86. Комаров А.С. Обучение английскому языку в лаборатории устной речи / А.С. Комаров // Иностранные языки в школе, 2005. – №4. – СС. 87–92.
87. Комиссаров В.Н., Рецкер Я.И., Тархов В.И. Пособие по переводу с английского языка на русский (2 части). – М.: Высшая школа, 1965. – 287 с.
88. Коммуникативный метод обучения иноязычному говорению: Пособ. для учителей иностр. яз. / Е.И. Пассов. – М.: Просвещение, 1985. – 208 с.
89. Красовская Н.В. Художественный дискурс в контексте когнитивно-деятельностного подхода к обучению иноязычному общению в высшей школе: культурно-образовательный аспект: Учебно-методическое пособие. – Саратов, 2011. – С. 23. – Режим доступа: www.sgu.ru/.../Hudozhestvennyy_diskurs_v_kontekste_kognitivno.
90. Лаптева О.А. Соотношение спонтанной и телевизионной речи // Проблема спонтанной разговорной речи (МГИИЯ). – Вып. 332. – М., 1989. – СС. 5–22.
91. Леонтьев А.А. Теория речевой деятельности. – М., Наука, 1971. – СС. 27–34.

92. Леонтьев А.Н. Потребности, мотивы и эмоции. – М., 1971. – СС. 1–39.
93. Леонтьева Н.А. О временной организации квазиспонтанного текста (на материале американского радионинтервью) // Проблема спонтанной разговорной речи (МГИИЯ). – Вып. 332. – М., 1989. – СС. 34–43.
94. Лингвистический энциклопедический словарь [под ред. В.Н. Ярцевой]. – М.: Советская энциклопедия, 1990. – 5987 с.
95. Лобкова Е.В. Коммуникативность языка и обучение разговорной грамматике (упрощённым предложением, 22 окт. 2010. – Режим доступа: <http://festival.1september.ru/authors>. – СС. 221–467.
96. Ломакина Н.А. Невербальные компоненты общения в рамках дискурса запрета // Язык и общение. / Материалы Первой региональной межвузовской научной конференции, 11–12 октября 2001. – Мичуринск: МГАУ, 2001. – СС. 11–12.
97. Лосев А.Ф. Проблемы символа и реалистическое искусство. – М.: Искусство, 1976. – 368 с.
98. Лосева А.М. Построение текста / А.М. Лосева. – М.: Промсвещение, 1989. – 59 с.
99. Лукьянова Н.А. Экспрессивная лексика разговорного употребления. – Новосибирск: Наука, 1986. – 230 с.
100. Мадоян И.В. Ситуативное обучение английской лексике: Дисс. канд. пед. наук. – Ер.: ЕГУ, 2008. – 145 с.
101. Микоян А.С. Проблемы перевода текстов СМИ. – Режим доступа: <http://evartist.narod.ru/text12/12.htm>.
102. Микута И.В. Слова с «размытой» семантической структурой во французской разговорной речи // Квантитативная лингвистика и семантика. – Вып.1. – Новосибирск, 1999. – СС. 98–102.
103. Миронова Т.Ю. Обучение устной экспрессивной речи в интенсивном курсе иностранного языка / Проблемы содержания обучения/: Дисс... канд. пед. наук. – М.: МГПИИЯ им. М. Тореза, 1985. – 264 с.

104. Михеев А.В. Коммуникативная интенция и спонтанность высказывания в диалогической речи [Текст] / А.В. Михеев // Сб. науч. тр. Моск. пед. ин-т иностр. яз., 1986. – Вып. 280. – СС. 39–51.
105. Новгородова Е.Е. Особенности обучения иноязычной монологической речи студентов вузов культуры и искусств // Современная педагогика. – 2014. – №4. – Режим доступа: <http://pedagogika.snauka.ru/2014/04/>.
106. Норман Б.Ю. Язык как система знаков // Основы языкознания. – Минск, 1996. – СС. 7–49.
107. Носонович Е.В. Параметры аутентичного учебного текста // Иностранные языки в школе, 1999. – № 1. – СС. 14–21.
108. Носонович Е.В., Мильруд Р.П. Критерии содержательной аутентичности учебного текста // Иностранные языки в школе, 1999. – № 2. – СС. 6–12.
109. Орлов Г.А. Современная английская речь: Учебное пособие. – М.: Высшая школа, 1991. – 240 с.
110. Пассов Е.И. Коммуникативный метод обучения иноязычному говорению: пособ. для учителей иностр. яз. – М.: Просвещение, 1985. – 208 с.
111. Пассов Е.И. Коммуникативное иноязычное образование: готовим к диалогу культур. – Мн.: Лексис, 2003. – 184 с.
112. Петросян Р.С. Проблема отбора лексического и грамматического материала в профессионально-ориентированных учебных текстах в армянском неязыковом вузе: Дисс. на соиск. канд. пед. наук. – Ер., 2006. – 142 с.
113. Плужник И.Л. Развитие инициативной речи на основе домашнего чтения (неязыковой вуз), 2008: 196с.
114. Подлеская В.И., Хуршудян В.Г. О лексических маркерах хезитации в спонтанной речи 2006 :46с.
115. Полат Е.С. Методика обучения иностранным языкам // Иностранные языки в школе, 2000. – №2. – СС. 3–10.
116. Полонский А. Медиа – дискурс – концепт: Опыт проблемного осмысления. – Режим доступа: <http://discourseanalysis.org/ada6/st43.shtml>.

117. Пронников В.А., Ладанов И.Д. Язык мимики и жестов. – М., 1998. – 216 с.
118. Рудык Н.Н. К проблеме толкования понятия «спонтанная речь» // Наука и образование. – Одесса, 2010. – № 4–5. – СС. 188–191.
119. Скребнев Ю.М. Введение в коллоквиалистику // Под ред. Сиротининой О.Б. – Саратов: Изд-во Сарат. ун-та, 1985. – 210 с.
120. Скребнев Ю.М. Основы стилистики английского языка. – 2-е изд-е, испр. – М.: ООО «Издательство Астрель»; ООО «Издательство АСТ», 2003. – 221 с.
121. Скугарова Ю.В. Проблемы понимания иноязычного литературно-художественного текста: Филол. и дидакт. аспект (на материале англ. рассказов XX в.): Автореф дис...., канд. филол. наук / МГУ им. М.В. Ломоносова фак. ин. яз. – М., 2001. – 21 с.
122. Словарь иностранных слов. – М.: Русский язык, 1989. – СС. 272–281.
123. Смирнова Т.Г. Об условиях развития коммуникативно-речевых способностей учащихся / Т.Г. Смирнова // Актуальные проблемы методики преподавания русского языка на современном этапе российского среднего и высшего образования. / Материалы Всероссийской научно-практической конференции. – М.: МПГУ, 2004. – СС. 372–376.
124. Соколов А.В. Общая теория социальной коммуникации. – СПб.: Издательство Михайлова В.А., 2002. – 460 с.
125. Соломоник А. Семиотика и лингвистика. – М.: Молодая гвардия, 1995. – 352 с.
126. Степанов Ю.С. Семиотика. – М.: Наука, 1971. – 168 с.
127. Стимулирование инициативности речи учащихся на уроках иностранного языка: [пособ. для студ. и учителей] / К.А. Родкин, Н.А. Дударева, Г.В. Платонова, Е.В. Сухарева. – Иваново, 1972. – 82 с.
128. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. – М.: Слово, 2000. – 264 с.

142. Швейцер А.Д. Перевод и лингвистика. Учебник для институтов и факультетов иностранных языков. – М.: Воениздат, 1973. – СС. 271–281.
143. Шевандрин Н.И. Социальная психология в образовании. – Ч. 1: Концептуальные и прикладные основы социальной психологии. – М.: ВЛАДОС, 1995. – 544 с.
144. Ширяев А.Ф. Синхронный перевод: Деятельность синхронного переводчика и методика преподавания синхронного перевода. – М.: Воениздат, 1979. – СС. 97–103.
145. Шихарев П.Н. Современная социальная психология в США. – М.: Наука, 1979. – 209 с.
146. Энциклопедический словарь по культурологии. – М.: Центр, 1997. – 478 с.
147. Birdwhistel Ray L. Kinesics and Context: Essays on Body Motion Communication ... 1970. – P. xiv, 338.
148. Gile D. Basic concepts and models in interpreter and translator training. Amsterdam: Benjamins, 1995. – xvi, 278 p.
149. Hennessey B. Writing Feature Articles. – London, 1989. – PP. 12–16.
150. Hornby A.S. ‘H. E. Palmer’. English Language Teaching. 1950. – 4/4. – PP. 87–90.
151. Hornby A.S. 1936. ‘Looking two ways’. Bulletin 123 (April 1936). – PP. 1–6.
152. Hymes D.H. On Communicative Competence In: J.B. Pride and J. Holmes (eds), 1972. – PP. 23–45.
153. Little D., Devitt S., Singleton D. Authentic texts in foreign language teaching: theory and practice. – Dublin: Authentic, 1988. – 112 p.
154. McNeill D. Hand and mind: What gestures reveal about thought. – Chicago, 1992. – PP. 155–165.
155. Nick Ceramella and Elizabeth Lee. Cambridge English for the Media (+ CD) ... English for Job-Hunting (+ CD) – М.: Cambridge University Press, 2008. – 112 с.

156. Stock Eberhard und Veličkova Ludmila. Sprechrhythmus im Deutschen und Russischen. – Frankfurt am Main; – Berlin; Bern; Bruxelles; – New York; Oxford; Wien: Lang, 2002. – 262 p.
157. frgf.utmn.ru/last/No9/text08.htm.
158. English for Specific Purposes. A learning – centred approach. Tom Hutchinson & Alan Waters, Cambridge, 1993. – 183 p.
159. Common European Framework of. Reference for Languages: learning, teaching, assessment. – Cambridge: Cambridge University Press. – 260 p.
160. gcuonline.georgian.edu/wootton/Newspaper.htm.
161. <http://evartist.narod.ru/text12/13.htm>
162. <http://gendocs.ru/v31952/?cc=7>
163. <http://www.aaahc.org/were-accredited-whats-next/promoting-accreditation/prepare-news-release/>.
164. <http://www.dioo.ru/dialogicheskaya-rech.html>.
165. journalisted.com/article/54x6i.
166. med-tutorial.ru/.../27-ponyatie-ob-impresivnoy-i-ekspresivnoy-rec...
167. Newspaper Teacher's Guide - Ecpnie Evansville Courier-NIE//www.ecpnie.com/guides/Booklet.pdf.
168. State of The American Newspaper Missing The Story at the ...ajr.org/article.asp?id.
169. suite101.com/.../how-to-present-a-balanced-
170. Ten Great Activities: Teaching With the Newspaper//www.educationworld.com/.../Ten-Great-Activities.
171. www.cambridge.org/elt/englishforthemedia
172. www.tinlib.ru/jazykoznanie/psiholingvistika _teorija.../p7.php

ПРИЛОЖЕНИЕ 1.**Некоторые фразы/реплики,
характерные для разговорной речи.**

That's all. => У меня все (в конце прямой речи).

I'm through / finished. => Я закончил (дело / речь).

That is (about) all there is to it. => Вот, пожалуй, и все (в конце прямой речи).

I see. => Понятно. / Понимаю.

That's none of your business. => Не твое дело. / Не суй нос не в свое дело.

Shut up! => Заткнись! / Замолчи!

I don't mind. => Ничего не имею против.

I think so. => Согласен.

You'll make it. => У тебя получится.

That's the whole point. => В этом-то все и дело.

Easy! => Полегче. / Не лезь на рожон. / Успокойся.

Calm down. => Успокойся.

Don't worry. / Don't be worried. / Relax. => Не волнуйся. / Успокойся. / Расслабься.

Take it easy. => Не принимай близко к сердцу. / Не переживай.

It makes things easier. => Так легче (переживать / переносить боль).

I haven't given it much thought. => Я пока / еще не думал об этом (насчет планов на будущее).

It serves you / smb. right. => Так тебе / кому-либо и надо.

I was half out of my mind. => Я чуть не сошел с ума.

You'll hear from me. => Я дам вам знать / сообщу о себе.

It's going to be all right. => Все будет хорошо.

It'll / That'll do. => Сойдет. / Устроит.

That's it. => Так. / Правильно.

You bet! => Еще спрашиваешь!

– Do you want me to help you? – You bet! => – Ты хочешь, чтобы я помог тебе? – Еще спрашиваешь!

Sounds good to me. => Это меня устраивает.

Time's up. => Время вышло.

Hear me out! => Выслушайте меня!

I couldn't reach you. => Я не мог дозвониться до тебя.

It's (over and) done with. => С этим покончено.

You are out of your mind. => Ты сошел с ума.

Let happen whatever would happen. => Пусть будет, что будет.

It never crossed my mind (that)... => Мне никогда не приходило в голову, что ...

Don't mention that. => Не надо об этом.

I don't give a damn / a shit (about smth.). (вульгарное) => Мне до лампочки / безразлично:

Tell him whatever you want, I don't give a shit, => Можешь говорить ему все, что угодно – мне до лампочки.

It makes no difference. / It doesn't make any/much difference. / It doesn't matter (at all). => Это не имеет (никакого) значения.

It makes no difference whether you go today or tomorrow. => Это не имеет никакого значения, поедешь ты сегодня или завтра.

Smb. is on the phone. => Кто-то звонит.

Come here. Your husband is on the phone. => Иди сюда – твой муж звонит.

I hope I'm not intruding. => Надеюсь, я вам не помешаю.

Go to hell. / Fuck off. (вульгарное) => Иди к черту.

Get out of my way. => Уйди с дороги.

Get lost. => Исчезни. / Мотай отсюда. / Проваливай.

(Come) This way (,please). => (Проходите) Сюда, пожалуйста (принимая гостей/ посетителей).

You have a point there. => Тут вы правы. / Тоже верно.

That's the gospel truth. => Истинная правда.

I mean it. => Честное слово. / Я говорю искренне.

I want to buy your house. I mean it. => Я хочу купить ваш дом. Честное слово.

Let's get to the point. => Давайте ближе к делу.

So far so good. => Пока что все идет хорошо.

Mark my words. => Запомни мои слова.

It's not that I don't... => Не то, чтобы я не ...

It was not that he didn't love her. => Не то, чтобы он не любил ее.

Don't be silly. => Не глупи. / Не дури.

You know better than that. => А ты не так прост (как кажешься).

Don't worry, I can make it on my own. => Не волнуйтесь, я сам справлюсь.

Not likely. Unless ... => Скорей всего, нет. Если только ...

– I wonder if my father could arrange a marriage for me with George.

– Not likely. Unless you insist on that. => – Интересно, смог ли бы отец организовать мне замужество с Джорджем?

– Скорей всего, нет. Если только ты не настоишь на этом.

I am at your service. => Я к вашим услугам.

You will get over this. => (У тебя) Это пройдет. / Ты справишься с этим.

No reason in particular. => Просто так. / Без особой причины.

– Why do you ask? – No reason in particular.

This time there'll be no slip up. => На этот раз осечки не будет. / На этот раз все пройдет, как по маслу.

Suit yourself. => Как хочешь. / Воля ваша. / Делай, как знаешь.:

Suit yourself, but I've got a work to do and I won't go to Paris. =>

Воля ваша, но мне нужно кое-что сделать, и в Париж я не поеду.

Pardon me for asking, but... => Извините, что спрашиваю, но...

It never occurred to me that... => Мне никогда не приходило в голову, что ...

I meant only the best. => Я хотел только как лучше.

Tend to your own affairs. => Лучше займись своими делами. / Не лезь не в свое дело.

There is no point in doing smth. => Нет смысла заниматься чем-либо.

Think it over. => Подумай хорошенько.

What's done is done and cannot be undone. => Что сделано, то сделано.

– **I don't know what you mean.** – **You know what I mean all right.** => – Я не понимаю, о чем вы говорите. – Все вы прекрасно понимаете (только делаете вид, что не понимаете).

– **Coffee?** – **If it is no bother.** => – Кофе? – Если не трудно.

I'll pay for any inconvenience I cause you. => Я рассчитаюсь с вами за все неудобства, которые причиняю вам.

I wouldn't be taking the trouble, except that ... => Я бы не утруждал себя, если бы не ...

Don't let yourself become so upset. => Не расстраивайся так сильно.

Let's hold to reason. => Давайте ближе к теме.

I bow to the opinion (of smb.) that ... => Я склоняюсь к мнению (кого-либо), что ...

Don't dispute him. => Не спорь с ним.

I'm sorry to have to bother you with this, but... => Я извиняюсь, что вынужден беспокоить вас по этому поводу, но ...

I cannot see how anything you say can have any bearing on this matter. => Я не вижу, каким образом то, о чем вы говорите, может иметь отношение к этому делу.

You are on the right track. => Вы на правильном пути. / Вы правильно мыслите.

Come on. Let's get this over with. => Давай закончим с этим делом.

It's just there. => Просто так оно есть.

I trust you. You don't ask why. It's just there. => Я доверяю тебе. Не спрашивай, почему. Просто доверяю, и всё.

Whatever is to be will be. => Чему быть, того не миновать.

Here's what we'll do. => Мы сделаем вот что.

It beats me. => Это выше моего понимания.

Fortune has smiled up on us. => Нам улыбнулась фортуна / удача.

It was a gift of Lady Luck. => Это был подарок судьбы.

I've got a phone call to make. => Мне нужно позвонить.

I'll only be a few minutes. => Я вернусь через несколько минут.

I'll be goddamned => Будь я проклят.

It crossed my mind. => Это приходило мне в голову.

The time for thinking is past, now is the time for action only. => Раньше надо было думать, теперь пора действовать.

We are getting nowhere. => Так мы ни к чему не придем.

I regret, but I must leave. => Я очень сожалею, но я вынужден покинуть вас.

I don't know. It's just the way I feel. => Не знаю. Просто у меня такое чувство:

– Today the wedding is off.

– Why? What happened?

– I don't know. I can't explain. It's just the way I feel. =>

– Свадьбы сегодня не будет.

– Почему? Что случилось?

– Я не знаю. Не могу объяснить. Просто у меня такое **чувство**.
Hold your tongue. => Молчи. / Помалкивай. / Держи язык за зубами.

I don't hold with that. => Я так не считаю. / Я не одобряю этого.
/ Я не согласен с этим.

There is no doubt about it. => В этом нет никакого сомнения.

You may leave or stay according as you decide. => Сами решайте
– уезжать вам или оставаться.

The matter admits of no delay. => (Это) Дело не терпит отлагательства.

I have no cash to spare. => У меня нет лишних денег.

I've noticed this about him before. => Я и раньше замечал это за ним.

That goes for you too. => К тебе это тоже относится. / Это касается и тебя.

I see your point. => Я понимаю вас.

I would like to set the records straight. => Мне хотелось бы внести ясность.

Don't curtsy to him. => Не делай ему реверансов. / Не прогибайся перед ним.

Spare me that old chestnut (about smth. / doing smth.). =>

Не вешай мне лапшу на уши:

Spare me that old chestnut about your sister being a star. => Не вешай мне лапшу на уши, что твоя сестра – звезда.

Be sure to do smth. => Не забудь сделать что-либо:

Be sure to invite them. => Не забудь пригласить их.

It's up to you. => Решай сам (принимай решение самостоятельно). / Делай, как хочешь.

There is no point in doing smth. => Бесполезно / Не имеет смысла делать что-либо:

There is no point in doing that. We can't help him. => Не имеет смысла делать это. Мы все равно не сможем помочь ему.

ПРИЛОЖЕНИЕ 2.

TEACHER'S GUIDE

Introduction

The Lesson Plan One of the educator's greatest responsibilities is to challenge students to use their minds and imaginations and to become involved in their community and in the world around them. But, students first must be informed if they are to become active and responsible citizens. The best way for them to learn about today's world is through the daily newspaper, the most up-to-date source of information, interpretation and entertainment available. The teaching objectives for a unit on the newspaper should promote these concepts.

Included in the following pages are 10 complete NIE Lesson Plans to assist you with these concepts. The plans provide a comprehensive study of the entire newspaper, its many varied features, its "personality," its responsibilities and its importance in education and in everyday life.

Each of the Lesson Plans is designed to be used with copies of the daily newspaper in the classroom.

You can easily arrange the lessons to fit your course of study. For example, you may wish to concentrate your newspaper study into a two, three, or four-week unit. Or, you may decide to integrate your study of the newspaper into the entire semester's or year's curriculum.

The Lesson Plans, with the exception of the first two lessons, can be used in any order. They are intended to guide - not restrict - the instructor. You may adapt the lesson plans to your own teaching method, selecting the lessons and activities best suited to your students' abilities and interests. The Lesson Plans are easy to use and require little advance preparation. Each includes a lesson objective, teaching concepts, the lesson plan itself and student activities for classroom or home.

Each Lesson Plan is designed for a 30-50 minute class period, although there is more than enough material for one class period in each of the 10 lessons. The time you spend on each Lesson Plan depends, in part, on the extent of class discussions and on the supplementary activities and teaching aids that you incorporate into the plans.

Here are several additional suggestions for making the study of the newspaper an enjoyable and valuable learning experience for your students:

- Invite area newspaper people to speak to your students. Make arrangements for guest speakers well in advance, and clearly define with them beforehand the topics they will cover in their presentations.

- Arrange a visit to your local newspaper plant so your students can see first-hand how a modern newspaper is published.

- Have students prepare a bulletin board display.

Lesson

1 Introduction

2 Student Reading Inventory

3 Front Page

4 4 Kinds of News Stories

5 News Stories/Feature

6 Illustrations

7 Entertainment/Service Features

8 Advertising

9 Editorial Page

10 Reading the Newspaper Intelligently

Page 2

Introduction to the Newspaper

Lesson Objective

To introduce students to the newspaper and to help them recognize and appreciate the wide variety of features offered in the newspaper. The newspaper is an exciting resource, and students should

begin to sense this excitement as their familiarity with the newspaper increases.

Many students have not yet developed the newspaper reading habit, so you should make this introduction to the newspaper an interesting and enjoyable experience for your students.

Teaching Concepts

1. The newspaper has three basic functions:

a. To inform, educate and advise

b. To interpret and persuade

c. To entertain

2. To become responsible citizens, your students need to develop citizenship skills such as learning how to analyze the issues, how to vote and how to participate in civic affairs.

Intelligent newspaper readership is another vitally important citizenship skill.

3. Newspaper editors include stories and features that they feel are of most importance and interest to the majority of readers. In turn, readers “edit” the news for themselves by deciding which stories they will read and which ones they will ignore.

Lesson Plan

1. Give students at least 10 minutes to browse through their newspapers. Point out that thousands of talented people - some on the other side of the world - had a hand in producing the newspapers the students are now examining. Explain briefly.

2. Explain pagination of the newspaper and how to locate columns on a newspaper page (applicable to younger students and those not familiar with the newspaper). Most newspaper pages are numbered consecutively. Some newspapers have sections identified by a letter, with each section beginning a front one. Ask how many pages are in the newspaper today. Some newspapers have this information in an ear on the front page.

3. Examine the physical characteristics of the newspaper-size of pages, number of columns, use of color, photographs, advertising and so on.

4. Explore the newspaper using the index as a guide. Explain how to use the index. Have students locate items listed in the index.

Page 3

Lesson 1

Introduction to the Newspaper

5. Point out certain features that are published in the same relative position each day such as sports, business and financial, classified advertisements, family living or women's section, local news and so on

6. Call your students' attention to stories with different datelines. Explain "dateline."

7. Ask your students to find examples in their newspapers of:

- a. Headlines
- b. Hard news stories (world, national, state and local).
- c. Human interest stories
- d. Advertisements
- e. Byline columns
- f. Editorials
- g. Wirephotos
- h. Reviews (movie, book, concert and so on)
- i. Advice columns
- J. Local photos

8. Outline what you will cover in the course. Assign appropriate student activities (scrapbook, oral projects, written projects and so on).

Student Activity

Have students collect clippings from the newspaper to show how it performs its various functions:

to inform, educate and advise; to interpret and persuade; and to entertain.

Page 4

Lesson 1 (continued)

Students' Periodical Reading Inventory

A survey of your students' reading habits may be helpful in planning your unit on the newspaper

Name: _____ Date: _____

1. Do you like to read: (Circle One)

Yes No Sometimes

2. What do you spend most of your time reading (Circle One)

Books (fiction) Books (non-fiction) Comic Books

Newspapers Magazines Textbooks

Other (Please list) _____

3. Does your family subscribe to the newspaper? (Circle One)

Yes No

4. What kind of newspapers have you read? (Circle all that apply)

Daily Weekly Monthly Community

Shopper Religious

5. How often do you read the paper? (Circle One)

Every day Frequently Occasionally Rarely Never

6. How much time do you spend reading the paper (Circle One)

None 15 minutes about 30 minutes about 45 minutes

About one hour or less

Page 5

Lesson 2

7. Why do you read the newspaper? (Circle One)

Information Entertainment Advice

Opinion Other

8. Circle the sections of the paper that you usually read.

Sports Editorial Classifieds Letters to the editor

International news Advertisements Vital statistics (births, obituaries)

Weather reports Puzzles Radio, TV, movie listings

Stocks market listings Horoscopes Advice columns

Other

9. What sections of the newspaper do you seldom read?

10. What sections of the newspaper do you enjoy most?

11. Do you read headlines in the newspaper that interest you?
(Circle One)

Yes No Sometimes

12. Which do you depend on as your main source of information about current

events? (Circle One)

Radio Television Newspapers Magazines

Teachers Parents Friends Other _____

13. Does your family subscribe to a news magazine?

Yes No

If yes, which one? _____

Page 6

Lesson 2 (continued)

The Front Page

Lesson Objective

To help students understand the purpose and content of the front page of the newspaper.

Teaching Concepts

The front page presents news that, in the opinion of the newspaper editor, will be of interest to the majority of readers. Usually the front page contains the most important news of the day.

Lesson Plan

1. Distribute newspapers and allow students to look through the papers for at least 10 minutes.

2. Reproduce and distribute the illustration of Front Page Makeup that immediately follows this lesson. Use this teaching aid to familiarize students with the standard components of newspaper

front pages. Then explore with the students the front page of your area newspaper.

3. Direct students to the top of the front page. Ask them to find the flag (the printed name – usually a logotype – of the newspaper). What information is contained in the ears (space on each side of the flag)? Newspapers use the space for a variety of purposes, such as weather news, statement of number of pages in the newspaper, announcement of special features and so on. Ask students to find the price of the paper.

4. Review with your students the use of the index (from Lesson 1).

5. Ask students to find the most important news story on the front page. The story usually is placed in the right-hand column. Ask students if they know the reason for this placement. (Studies have shown that the reader's eye goes first to the right-hand column when looking at the front page).

6. Have students count the number of stories on the front page. How many end on the page? How many are continued on inside pages?

7. Discuss news photographs with the students. What do the photos show? Discuss their importance in illustration of a story. Are there any photos that stand alone and tell the story by themselves? Do any photos direct the reader to an accompanying story on an inside page?

Page 7

Lesson 3

1. Focus your students' attention on individual news stories by reviewing datelines and bylines from Lesson 1.

2. Are there any advertisements on the front page? Ask students if they think ads are appropriate on the front page. Why or why not?

Student Activity

Provide students with a variety of headlines, stories, photographs, cuttings and other front-page components that you have

clipped from your area newspaper. Direct students to arrange the components in an attractive, easy-to-read front page.

Page 8

Lesson 3 (continued)

Front Page Makeup

Page 9

ear ear

flag or nameplate

headline

byline

dateline

cut

cutline

credit line

sellblock

lead

folio

index

column

Four Kinds of News Stories

Lesson Objective

To help students recognize the sources, importance and background of the four kinds of news stories - international, national, state and local.

Teaching Concepts

1. The newspaper's coverage, like the society in which we live, falls into three main areas - social, economic and political.

2. Few events are isolated. Most news stories relate to the past and have meaning for the future.

3. Communities throughout the world tend to become more and more closely related through modern communications.

4. Any written report of an event involves a decision on what information to include and what to leave out.

Lesson Plan

1. Direct the students' attention to the different kinds of news stories in your area newspaper. Discuss international, national, state and local news stories according to the following outline:

I. International and national

A. Associated Press

1. Explain operation

a. Correspondents, bureaus around the world

b. Wire service

c. Wirephoto

2. Illustrate with examples from your area newspaper.

B. World-wide bureaus operated by some larger papers

C. Out-of-state correspondents - some papers have none, some have only one in the state's largest city, the state capital, or Washington, D.c.

D. Stringers

Page 10

Lesson 4

II. State news story

A. Wire service

B. Stringer

III. Local news story

A. Standard (from police reporter and so on)

B. Flash type (fire and so on)

C. Contributed (submitted to newspaper, such as companies sending promotions, and so on)

D. Enterprise (reporter discovers story on his or her own)

E. Local photos

F. Sports

G. Social

Student Activity

Have students clip from their newspapers at least three examples of each of the four types of news international, national, state and local.

Page 11

Lesson 4 (continued)

News Stories and Feature Stories

Lesson Objective

To help students understand the makeup of a news story and a feature story.

Teaching Concepts

Newspaper editors include news stories and feature stories that they feel are of most interest to the majority of readers. In turn, readers “edit” the news for themselves by deciding which stories they will read and which ones they will disregard.

Lesson Plan

1. Discuss how a news story is written in inverted-pyramid style.

a. Paragraphing

(1) The first paragraph is called the lead. It usually reports who, what, when, where, why, how details are revealed later in the story.

(2) The remaining paragraphs report the details in order of descending importance.

2. Why is a news story written in this way (so a story can be cut at any point and still make sense).

3. Headlines are signals that capture the reader’s attention and let him or her know whether or not the related stories might be of interest.

4. Class Activities:

a. Give students a series of facts and have them write a news story in class based on the facts.

b. Have students answer the 5 ‘W’ questions about selected news stories.

5. Discuss companion stories

- a. Sidebar
- b. Backgrounder
- c. Follow-up stories on original news

Page 12

Lesson 5

6. Discuss the difference between objective and subjective news reporting.

7. Discuss how a feature story differs from a news story in paragraphing, intent and approach:

(a) In a feature story, the interest lies in some factor other than news value. Many feature articles are written to entertain the reader by providing information about an interesting subject.

(b) Unlike the news story with its emphasis on facts using the 5 Ws, the feature story m imagination and detail. It is not written in invertedpyramid style.

(c) Most feature articles have a byline.

Student Activities

1. Have students find examples of feature stories in their newspapers. Encourage class discussion of the various styles of writing in the articles.

2. Direct students to write their own feature stories on subjects of their choice.

3. Have each student find a news story and a feature story on the same topic.

Have each list the differences between the two.

Page 13

Lesson 5 (continued)

Newspaper Illustrations

Lesson Objective

To familiarize students with the types. and purposes of illustrations used in the newspaper.

Teaching Concepts

1. The newspaper uses photographs, maps, graphs and drawings for various purposes.

2. In order to get the most out of the newspaper, students should understand why illustrations are used.

Lesson Plan

1. Photographs

a. How much space is given to photographs? Do they contribute to the reader's understanding of the accompanying story?

b. Discuss examples of human-interest photographs.

c. Discuss examples of photographs and cutlines that stand alone. Do they tell a complete story? Do they give all the facts about the subject or can your students think of additional information they would like to have?

d. How does a series of photographs add to the value of a news story?

e. Why are photographs of salespeople and executives often used in display advertisements?

f. Class exercise:

(1) Choose a photograph that illustrates a news story. After reading the story, have students list all the details in the photograph that are not mentioned in the story.

(2) Select an action photograph from the newspaper and have students list its details. Tell students to use the details as a basis and write a news story about the event.

Page 14

Lesson 6

2. Drawings

a. Where are drawings used in the newspaper?

(1) Display advertising

(2) Feature columns - editorial cartoons, syndicated columnists, personal advice columns (Ann Landers, Dear Abby, medical) and so on.

(3) News pages, to illustrate stories when photos are inappropriate or unavailable

3. Graphs

a. Discuss why graphs are used in the newspaper (graphs are used to clarify data presented in prose form).

b. Discuss and examine the many different kinds of graphs that are used in the newspaper (line graph, bar graph and so on).

c. Have your class complete a list of subjects of the graphs they have collected.

d. Have students put the articles illustrated by graphs into one of three categories: articles that are clear enough without the graphs; graphs that could stand alone without the articles; graphs and articles that are interdependent.

4. Maps

a. Discuss why maps are used in the newspaper. How do they add to the value of a story?

b. Where are maps found in the newspaper? (News pages, travel section, weather report and so on).

Student Activity

Have students clip from their newspapers examples of newspaper illustrations, such as photographs, maps, drawings and graphs.

Page 15

Lesson 6 (continued)

Entertainment and Service Features

Lesson Objective

To make students aware of the newspaper as a source of varied information and entertainment.

Teaching Concept

In addition to comprehensive news coverage, the newspaper provides many different kinds of features designed to entertain, inform and advise its readers. These features are called entertainment and service features.

Lesson Plan

1. Allow at least 10 minutes for students to browse through their newspapers.

2. Go through the newspaper with your students and have them find and mark all the entertainment features with an “E”. This exercise will clearly show students the large number and wide variety of ways the newspaper entertains us. Entertainment feature include:

- a. Comic strips
- b. Puzzles
- c. Humor columns
- d. Bridge column
- e. Articles about plays, movies, concerts, television and radio
- f. Book, music and art reviews
- g. Reviews of plays, movies and television shows

3. Examine the comics in detail. Discuss the different types of comic strips:

- a. Continuing story
- b. Completed different story each day
- c. Comics aimed at children, teenagers and adults
- d. Humorous - type of humor used (wit, irony, satire, slapstick

and so on)

Page 16

Lesson 7

- e. Serious
- f. Adventurous, domestic, political, animal, juvenile
- g. True-to-life characters

4. Select one or two comic strips and discuss the cartoonist’s subject matter, purpose, technique language used, audience, degree to which characters are true to life and so on.

5. Go through the newspaper again and have students find and mark with an “S” all the service features that appear. Service features include:

- a. Vital statistics
- b. Sports records

- c. Weather news and map
- d. Financial tables and stock listings
- e. Theatre and movie schedules
- f. Radio and television listings
- g. Classified advertisements such as “help wanted”
- h. Advice columns - health, social problems, consumer questions, cooking, sewing, budgeting, home repair, gardening, investment questions and so on.

Student Activity

Have your students find examples of the newspaper’s entertainment and service features.

Page 17

Lesson 7 (continued)

Advertising

Lesson Objective

To make students aware of the role advertising plays in the publishing of a newspaper.

Teaching Concepts

1. Advertising influences the lives of all of us.
2. Advertising links the buyer with the seller, and is an important economic force in the community and the nation. Advertising is necessary when there is a surplus of goods or services. It is a means of accelerating the distribution of goods and services.
3. Advertising also is a special form of mass communication that attempts to persuade people to adopt attitudes and opinions considered desirable by the advertiser.
4. Advertising can be considered news, in a sense. It provides the reader with news about sales and available products and services. It reflects trends in consumerism, changing styles and tastes and so on.
5. Without the revenue advertising provides, the newspaper could not publish daily issues at a price that most readers could afford. An alternative might be government subsidy, leading to a con-

trolled press. Advertising plays a vital role in guaranteeing freedom of the press.

Lesson Plan

Discuss why it is important that advertising appears in newspapers:

a. Advertising makes our free press possible. To be free to publish a variety of opinions, the newspaper must be free of having to depend on just one source - such as the government -for its financial support. The revenue from hundreds of advertisers provides from two-thirds to three fourths of the newspaper's income. (The balance comes from the sale of newspaper copies). Subsidized publications must express the views of their financial supporters. Because of advertising, our newspapers are free from such obligation.

b. Mass production requires mass markets.

Page 18

Lesson 8

c. Consumers need - and are increasingly demanding – complete information about availability, style, price, and so on, of both new and established products and services.

Allow at least 10 minutes for students to read newspaper advertisements.

Using examples of advertising from your newspaper, discuss the major types of advertisements:

a. Display

(1) National advertising - the seller tries to persuade the buyer to purchase the manufacturer's brand. National advertising often appears in many newspapers simultaneously.

(2) Retail advertising – The seller tries to persuade the buyer to shop at the retailer's place of business.

b. Classified (want ads)

(1) Regular

(a.) Rates usually appear on the first page of the classified section.

(b) Have students list the various divisions of the classified ads.

(c) From the “help-wanted” ads, have students learn the types of jobs available.

(2) Legal-advertising that is required by law (a) Requirements

(b) Types

Have students study advertisements and evaluate them by answering these questions:

a. Is the ad in good taste?

b. Does it attract attention?

c. Does it show readers the advantages of the product or service?

d. Does it create a desire to buy the product or service?

Page 19

Lesson 8 (continued)

Editorial Page

Lesson Objective

To establish clearly for the student the subjective side of the newspaper

Teaching Concepts

1. A democratic society is one in which opinions are freely expressed and the rights of all are respected.

2. The newspaper serves as the “watchdog” or guardian of your freedoms by publishing the facts to keep us informed. The newspaper often gives its opinions about these facts in editorials.

3. People should read all of the facts and then form their own opinions.

Lesson Plan

1. Allow at least 10 minutes for students to browse through the newspaper.

2. Review the definitions of subjective and objective from Lesson 5.

3. Examine the editorial page with the students. Discuss the various kinds of editorials:

informative, interpretive, persuasive and entertaining.

4. Have your students analyze one or more editorials by answering these questions:

a. What is the editorial's main idea?

b. What is the writer's stand?

c. What is the writer's method of appeal (logic, analogy, emotion and so on)?

d. Is background information required for understanding and judgment?

e. Is the editorial fair? Logical?

f. What is your opinion on the subject?

5. Do the editorials relate to current news stories? Do any of the editorials comment on a continuing news event or issue?

6. Who writes the editorials? Who decides the subject of the editorials? Who determines the opinions expressed in the editorials? Does your newspaper have an editorial board or just one editorial writer? (Usually editorials are the result of editorial conferences).

Page 20

Lesson 9

7. What views besides those of the editors are expressed on the editorial page?

a. Cartoons

b. Letters to the editor

(1) Is the letter well-written?

(2) What is the writer's stand?

(3) Does the writer include adequate background information?

(4) Does the writer offer constructive criticism? Is the letter fair? Logical?

(5) What is your opinion on the subject?

c. Political columns

(1) Who writes them? (Syndicated writers)

(2) What are the writers' qualifications?

(3) What are the writers' political leanings?

(4) Suggested assignment: Have students consider a particular columnist over a two-week period. Is the writer's subject matter consistency significant? Are his or her comments constructive? Consistency negative?

8. How can subjective news reporting be accomplished without falsifying the news?

What does subjective reporting accomplish? Is it justified? Have students find examples in their newspaper clippings of subjective news reporting.

9. What legal restrictions are placed on the information published in the newspaper?

When is a newspaper subject to libel?

Student Activities

1. Have students find examples in their newspapers of all types of editorials.

2. Have each student read at least five articles of one columnist or special reporter.

Then have students give speeches, referring to the writers' articles and explaining whether or not the writers exert constructive leadership. They should consider such things as subject matter, fearlessness or caution in the writers' criticism, degree of bias or degree of fairness and materialistic mode of thinking. Do the columnists give factual evidence to support their views?

Page 21

Lesson 9 (continued)

3. Tell students to write a letter to the editor, agreeing or disagreeing with an editorial position of the newspaper.

4. Ask each student to study the biography of a famous editorial columnist. Have them write brief sketches about the columnists, pointing out the relationship between the writers' backgrounds and their editorials.

Editorial Page Makeup

Page 22

Lesson 9 (continued)

Page I.D.

Staff Box

Editorial Cartoon

Mugshot

Overline

Headline

Opinion Column

Letters to the Editor

Reading the Newspaper Intelligently

Lesson Objective

To help students understand the importance of reading a newspaper regularly, thoroughly and intelligently.

Teaching Concepts

1. The newspaper is by far the most important chronicle of society ever invented.

From news stories and comics to births and marriages, the newspaper reflects the world in which students will spend the rest of their lives.

2. To be informed citizens, people must read more than the headlines.

Lesson Plan

1. Allow students at least 10 minutes to browse through the newspaper.

2. Instruct your students to read with a plan to accomplish the following objectives:

a. Get comprehensive ideas of the newspaper's contents (scan the news).

b. Spend more time on local, national and international news;

c. Analyze the news. Use nationally recognized columnists as models for skilled interpretation, but learn to challenge opinions.

d. Form your own opinions.

3. Suggested reading plan:

- a. Always begin with the front page.
 - b. Skim the headlines.
 - c. Follow day-by-day reports of important international, national and local issues and events that interest you most. Check for background and follow-up stories.
 - d. Go on to the News stories, feature articles and other items – including advertising - that most interest you.
4. The reader, too, has responsibilities:
 - a. To develop increased awareness of events.
 - b. To develop the ability to appraise sources of information as to reliability and significance.
 - c. To prepare yourself to discuss issues with an open mind.
 - d. To make your views known.
 - e. To work toward improvement of reading skills.
 5. Suggest content of a possible class “letter to the editor.”

Student Activity.

Have students clip from their newspapers examples” of news interpretations, backgrounders, educational items and so on.

Page 23

Lesson 10

Mary Dunham, Young Reader Services Manager

Evansville Courier & Press

300 E. Walnut Street, P.O. Box 268 • Evansville, IN 47702-0268

Phone: 812.464.7562 Fax: 812.464.7435

email: dunhamm@courierpress.com

Page 24

Writing a News Article

Name: _____ Date: _____

Teachers' Guide to the Unit

This unit is intended to familiarize students with some of the basic skills required to write news articles. Students will learn about the structure of news articles, and will practice writing, editing, and critiquing news articles.

Activity Description/Notes on Use

p. 2 *Before You Begin Brief questionnaire to find out students' current ideas about news articles.*

Collect these questionnaires, and save them. At the end of the unit, give the

same questionnaire, and allow the students to compare their answers to see

their progress.

p. 3 *Main Elements of a News Article*

Brief description of the main components of news articles. After the students have read this description, present them with several articles clipped from a local newspaper, and ask them to identify the five elements.

p. 4 *Headline News Students read through a number of headlines and supporting statements and match the headline to the appropriate supporting paragraph.*

p. 5 *Putting it in its Place Students read through the mixed-up sentences of an article and identify the headline, byline, and sentences of the lead and supporting paragraphs, in order to reconstruct the original article.* After students have completed the task, take several articles from a local paper. Black out the headlines, and ask students to compose their own headlines.

p. 6 *Goals of a News Article Description of some basic principles of journalism.*

p. 7 *Fact or Opinion? Students read through a list of statements and identify them as fact or*

opinion. They then identify the 'clues' that helped them decide. After completing the task, ask students to help compose a list of the

kinds of words that are found in opinion statements, and write the lists up on the board. (adjectives such as beautiful, ugly, etc.)

p. 8 *Fit to Print?* Students identify statements as being written in a journalistic style, or a narrative style.

p. 9 *The Target Audience*

Students read through articles, and determine if the news should be considered local, state, national, or international news. This activity requires a selection of newspaper articles, preferably taken from at least two different publications. Before class, cut out enough articles so that each student or pair of students will have five or six.

p. 10 *Sequencing Supporting Details*

Students read through a series of un-ordered statements, and reorder them to form the news article.

p. 11 *Model Behavior* Students read through newspaper articles, and extract the basic elements of the story. Students examine articles to see how well they adhere to the guidelines of journalism. This activity requires at least one newspaper article per student/pair of students.

p. 12 *News Article Rubric* This rubric is intended to be used in conjunction with the exercise 'Model Behavior'. After students have completed the activity, hand out this rubric and ask students to 'grade' the articles.

p. 13 *Edit the Editor* Students read over a news article, and edit it for mistakes in spelling, punctuation, and capitalization.

p. 14 *Creative Writing* Students read about tabloids, and using prompts, practice writing a tabloid article of their own. Before the lesson, prepare a selection of photographs from magazines. After students have read the information about tabloids, allow them to select one photograph apiece. Students use the photographs as 'prompts to compose their own fantastic tabloid article. *Optional Activity:*

Have students 'publish' a tabloid with their articles.

p. 15 *What Have You Learned?*

Self-evaluation. This is the same questionnaire students took at the beginning of the unit. After they have finished answering the questions, hand back the versions they took at the beginning so they can see their progress.

p. 16 *Quiz Short quiz to test basic comprehension of materials covered.* Allow 15 minutes.

Writing a News Article

Name: _____ Date: _____

2 ©2004abcteach.com

Before You Begin

You are going to study a bit about the way newspaper articles are written. First, find out what you already know about the news. Read each of the following statements, and decide whether or not you agree with it. In the space provided, write 'T' for true, or 'F' for false.

_____ 1. News articles are only written about disasters, wars, and other catastrophic events.

_____ 2. Newspapers print articles that are of interest to readers.

_____ 3. News articles can use quotes and opinions from witnesses and observers.

_____ 4. News articles are error-proof.

_____ 5. If the information is not in the 'lead', or introductory, paragraph, it is not important.

_____ 6. The purpose of news articles is to inform, not to entertain.

_____ 7. News articles are not enjoyable to read.

_____ 8. The lead of a news article answers the 5w-1h questions. (who,

- what, when, where, why, and how)
- _____ 9. The style of a news article is narrative, like a story.
- _____ 10. News articles contain dialogue.
- _____ 11. News articles often contain imaginative details or elements of fantasy.
- _____ 12. A caption is a short piece of text which contains a summary of a news article.
- _____ 13. All news articles are accompanied by pictures.
- _____ 14. 'Headings' or 'headlines', are long, detailed, complete sentences.
- _____ 15. Locations that are well known do not have to include states.
- _____ 16. If news articles have mistakes, corrections have to be published.
- _____ 17. A news article can sometimes be made up of only a lead paragraph, and still adequately cover the information.
- _____ 18. News articles use a lot of descriptive language
- _____ 19. News articles basically follow the same structure as an essay because they are both informative.
- _____ 20. The skills and techniques used to write news articles, which are non-fiction, and stories, which are fiction, are completely different.

Writing a News Article

Name: _____ Date: _____

3 ©2004abcteach.com

Main Elements of a News Article

There are certain elements that are common to almost all articles that you will read in the newspaper or find on the Internet. The fol-

lowing list explains the five major components, or parts, of a news article.

- **Headline (Heading)**

The headline is the title of the news article. The headline should be short, does not include a lot of detail, and should catch the readers' attentions. It is normally not a complete sentence, and tries to summarize the main idea or subject of the article. It is often printed in larger letters than the rest of the article, and the major words are capitalized.

- **Byline**

This line tells who is writing the article. It may also include the address of the author and the publication or news source for which he or she writes.

- **Location**

This is usually placed at the beginning of the article in bold print. If the city or location is well-known, the name can be written alone, but if the city is less famous, more information is included. For example, the byline of an article written in Atlanta, Georgia would read '*Atlanta*', while an article from Leary, Georgia would have to include the name of the state.

- **Lead Paragraph(s)**

The lead paragraph is found at the beginning of the article. The lead briefly answers the questions "who", "what", "when", "why", "where", and "how". The 'skeleton' of the story can be found here.

- **Supporting Paragraph(s)**

These are the paragraphs which follow the lead. They develop the ideas introduced by the lead, and give more information in the form of explanations, details, or quotes. In many newspapers, these paragraphs are found on subsequent pages.

Writing a News Article

Name: _____ Date: _____

4 ©2004abcteach.com

Headline News

Match the headline with the correct lead paragraph.

• **Language Arts**

Strikes a Pose

• **Santa's Clause isn't**

Complete

• **Capital of Letter is**

Lost

• **Reading Turns to**

Writing

• **Sentences Use**

Incorrect Language

Officials in the town of Letter were panicked last week to discover that a large portion of their funds for the coming year are missing. "We received the monthly statement from the bank, and the money just isn't there," stated city councilor Ellen Lathem. The money was raised by local residents, and was destined to be used to build a new swimming pool. "It goes without saying, without the capital we can't build the pool," mourned fellow councilor David Rosenthal. An investigation has been launched to track down the missing money.

Dozens of parents led their toddlers away from Lafayette mall on Sunday, disappointed by the absence of Santa Claus. The mall had hired Peter Volcek to play the part of the jolly holiday figure, but at the last minute, were informed that building codes did not permit the construction of the temporary 'Santa Land' stage. Several children expressed concern about Santa's health, and were reassured by mall officials that, "Santa is fine, he's just taking a break." The absence of Santa is a serious setback for the mall, which opened only last week.

Mr. Jordan Bates, an English teacher at Kennedy High School, is the star of the newest exhibit at the local art museum. The exhibit is entitled “Teachers on the Weekends,” and features photographs of teachers fishing, having picnics, and doing grocery shopping. Ms. Sandra Graham, the artist who prepared the show, was unavailable for comment.

George Smallton, the editor of the Jonesbury Times, was shocked to see his paper Tuesday morning. Since he had last seen it Monday night, something very strange had happened: the paper had switched languages.

Headlines that had read “New School in Town” now read “Neue Schule in der Stadt.”

Mr. Smallton has apologized to the community for the confusion, and has promised to work hard to discover the cause of the mix-up.

The residents of the small town of Reading, Anystate, are tired of waiting for the state to fund road repairs. Irritated at being forgotten in the capital, the inhabitants have started a letter writing campaign. Sent to the governor and the state legislators, the letters describe the terrible condition of the Reading roads, and request money to fix them. “If they won’t pay attention to us, we’ll just have to make them!” explained local resident Margaret Hickman.

Writing a News Article

Name: _____ Date: _____

5 ©2004abcteach.com

Putting a Sentence in Its Place

The following page contains an article about a group of middle school students. Unfortunately, the sentences have been mixed up. Read through the list, and on the line next to each statement, indicate the part of the article in which it should appear. (headline, lead, etc.)

Once you have identified each sentence, go back through and order the statements to form the original story.

- _____ 1. Seventh Graders Tell the News
- _____ 2. Anytown, USA
- _____ 3. Many other eyewitnesses were impressed by the students' motivation and enthusiasm.
- _____ 4. On Monday, one thousand seventh graders argued and debated the issue of how to deliver the news appropriately.
- _____ 5. Sources indicate that the school children were inspired to organize the debate by their English teacher, Ms. Garcia.
- _____ 6. Although the class was a lot of work, the students are proud of what they accomplished, and are glad they had the opportunity to learn a little about journalism.
- _____ 7. The debate on proper journalistic writing techniques took place at an undisclosed local middle school.
- _____ 8. Local bookstore owner Shelley Mann praised this event as a "wake-up call for the whole community." She confessed, "I certainly hope this epidemic continues!"
- _____ 9. Police chief Michael Jones added, "That teacher should be encouraged as much as possible. It really benefits the entire community, and not just her students."
- _____ 10. Ms. Garcia is currently advising other teachers at the middle school on ways they can introduce newspapers into their classrooms.
- _____ 11. Pen E. Flows, Writing Journal Associated
- _____ 12. The certified and highly qualified teacher was not available for comment.
- _____ 13. It has been suggested that she may be currently overwhelmed by an overabundance of writing assignments to grade before the end of the semester.

_____ 14. Ms. Garcia has been teaching English for twenty-four years, but has only recently introduced a unit on journalism into her classes.

_____ 15. The students all give the credit for their work to the influence of their teacher, who encouraged them to help spread the news.

_____ 16. She created the unit in the hopes of raising student awareness about different styles of writing.

_____ 17. The seventh-graders independently designed projects to test the effectiveness of several different styles of reporting.

_____ 18. A former student of Ms. Garcia's was interviewed and stated, "She's the best and deserves a big prize! She opened my eyes to reporting the facts."

_____ 19. A movie and book deal on the inspirational teacher is allegedly in the making.

_____ 20. Studies show that reading the news frequently helps people learn to write informative articles.

Writing a News Article

Name: _____ Date: _____

6 ©2004abcteach.com

The Goals of a News Article

Most journalists (the people who write news articles) try to follow certain guidelines in their work. These principles of journalism help make sure that when people open a newspaper, they can believe what they read.

1. A news article tells the truth: the journalist writes facts that are, to the best of his/her knowledge, true. A careful journalist only states things that he/she can prove to be true, and will 'cite' the source of any uncertain information.

example: "According to Mrs. Brown, principal of North Oaks High School, most high school freshmen take Spanish as a second language".

In the statement above, even if it is later discovered that more high school freshmen take French instead of Spanish, the journalist has not lied.

He/she has only claimed that Mrs. Brown says more freshmen take Spanish, which is still a true statement.

2. News is factual. Something that is factual can be proved or disproved. For example, "Last Saturday was a rainy day," is a factual statement, because it can be clearly shown that last Saturday either was or was not rainy. "Rainy days are depressing," is not a factual statement, because it is a personal opinion.

3. News articles are objective. They do not reflect the personal opinions of the journalist. Quotes and opinions of witnesses and observers to events may be included in an article, but they must be cited.

4. News articles relate information that affects or is of interest to the public.

Some newspapers print articles that are of interest to a smaller audience.

When the audience is concentrated in a particular region, such as a particular city or state, the newspaper is known as a 'local' paper.

5. The purpose of a news article is to report the facts of a current event or problem. Although many people enjoy reading the news, the purpose of a news article is not entertainment.

6. The language used in news articles is often different from the language that is used in everyday conversation, or in stories or narratives. The style of writing is impersonal, and the vocabulary is often more formal.

Writing a News Article

Name: _____ Date: _____

7 ©2004abcteach.com

Fact or Opinion?

Read the following statements, and decide if the statement is expressing a fact or an opinion. Write 'fact' or 'opinion' on the line provided. Underline the word or words that indicate a statement is an opinion.

_____ 1. Commas are the hardest type of punctuation mark to study.

_____ 2. Twenty percent of the punctuation marks in an average book will be commas.

_____ 3. On Tuesday, the 7th of October, the talented English teacher presented the punctuation rules to the committee.

_____ 4. Professor Knowitall presented evidence to support the rules of punctuation in a forum last Tuesday.

_____ 5. The English language is studied in many regions of the world.

_____ 6. The English language is the most difficult language to study in the world.

_____ 7. During a heated debate, several grammarians who had proposed a change in traditional rules of punctuation were unjustly criticized by the old-fashioned grammarians on the board of directors.

_____ 8. Developments of new learning strategies are being proposed in a new language book entitled *I Need Some Help Please!*

_____ 9. The book contains some of the worst explanations around.

_____ 10. Some critics of the book argue that its contents may be inaccurate.

_____ 11. Reports show that less than fifty percent of high-school students read at an advanced level.

_____ 12. In a lovely classroom in South Carolina, the young teacher is applying her new skills to teach her language classes about grammar.

Writing a News Article

Name: _____ Date: _____

8 ©2004abcteach.com

Fit to Print?

Making Information News-Worthy

News articles use language that is more formal than that used in everyday conversation. Read over the following statements, and decide if the statement is 'news-worthy', or if it is written in a narrative style. After deciding, write 'news' or 'story' on the provided lines.

_____ 1. One day while a girl was walking, she came up on two people fighting.

_____ 2. Some families were at the mall the other day and saw a couple of people taking things from a store.

_____ 3. The case has been unsolved and the suspects are still at large.

_____ 4. According to a recent survey, a majority of the inhabitants believe the dairy plant is polluting the local water supply.

_____ 5. The kids formed a new club for after-school students.

_____ 6. One time, there were these students at the school who were in a bus wreck.

_____ 7. The committee unanimously voted to suspend him until a thorough investigation could be organized.

_____ 8. A number of years ago, the president of the club was a rockclimber.

_____ 9. Last week I saw a really amazing thing. I was watching TV and I saw a show about a ninety year-old man who was running a marathon.

_____ 10. The guy got a ticket the other day for running a red light, and then not stopping when the policeman turned on his sirens.

_____ 11. The police questioned several witnesses on Friday in an attempt to determine the cause of the accident.

_____ 12. Have you ever heard of the Dead Sea? Well, if you haven't it is the most gorgeous and bizarre body of water.

_____ 13. In a land far away, two beautiful people were wed, and hundreds of people threw flowers and sang.

_____ 14. The victim is a candidate in the city council elections to be held this fall.

_____ 15. The effects of the acid rain have destroyed thousands of acres of crops.

_____ 16. While visiting the broken-down farmhouse, I found a delicate glass container that was worth a lot of money.

_____ 17. I told the reporter that a funny looking man was making faces so the kids would laugh at him.

_____ 18. I'm not sure why Kate said it. She really couldn't have been thinking clearly.

_____ 19. The cause of the mishap is still under investigation, and police have refused to issue a statement.

_____ 20. During a press conference on Friday, authorities declined to comment regarding the incriminating evidence.

Writing a News Article

Name: _____ Date: _____

9 ©2004abcteach.com

The Target Audience

The chart below will help you organize news articles into the appropriate categories. Look at the headlines below, and decide which column would be most appropriate for each. After you have organized these headlines, your teacher will give you several articles from the newspaper. Read the articles and write the headlines in the appropriate columns.

Family Reunion Turns into Fundraising for Local Library

LEADERS OF THE FREE WORLD MEET IN MADRID

Taxes in the State of South Carolina to Increase by 10%

Leak in Trans-continental Gas Line Causes Panic

Local State Nation International/World

News articles are written to target the interest of its readers. Many newspapers are distributed or sold only in certain geographical areas, and print articles that are interesting to the residents of their particular area. Information regarding the new high school in San Francisco is unlikely to be of interest to a reader in Nashville, Tennessee, so a Nashville newspaper may decide not to print that article. Some newspapers, however, are distributed across a large area, and are read by people who live on opposite sides of the country. Newspapers must decide how large their audience is, and if a news article contains information that will benefit or be of interest to the readers.

Writing a News Article

Name: _____ Date: _____

10 ©2004abcteach.com

Sequencing Supporting Details

Read through the following statements, and number them so that they form a logical story. Using a separate sheet of paper, copy the sentences out, adding transition words if necessary, to recreate the article that accompanies the headline “Students Caught in Mystifying Case”.

_____ 1. The first reports indicate that on March 17, 2004, two unidentified students were caught holding and reading various textbooks and novels.

_____ 2. Although the case remains unsolved, the community is keeping close watch on the students to determine the cause of this learning experience.

_____ 3. According to numerous eyewitness reports, a major and shocking occurrence has happened in the community of Readalot, Pencilvania.

_____ 4. An official investigation was launched yesterday to determine the truth about this matter.

_____ 5. Since the investigation was announced, several witnesses have come forward to give testimony.

_____ 6. Statistics show that only twenty-two percent of American adolescents read voluntarily.

_____ 7. One parent's comment was, "It couldn't have been my child! My son is an underachiever, and only watches TV or plays video games. Someone must have forced those poor kids. I'm sure it wasn't their fault."

_____ 8. The community is in disbelief that local children would independently do such a thing.

_____ 9. The adolescents, both students at a local middle school, were not in class at the time.

_____ 10. An investigation is underway to determine the cause of this strange and unexplained event.

_____ 11. Next week, a town meeting will be held to discuss the likelihood of future reoccurrences. Contact the local Reading Renegade Association for further information.

_____ 12. The names of the suspects have not been released, and they have not been interviewed. Their parents, however, have been contacted.

Writing a News Article

Name: _____ Date: _____

11 ©2004abcteach.com

Model Behavior

The best way to develop an understanding of the way news articles are written is to read the news. The articles in the newspaper will expose you to the language and format, or structure, of a well-written news article. Published news articles are not perfect, however, and sometimes contain mistakes, misquotes, or opinions. Using an article from the newspaper, complete the following chart.

(Some articles may not contain all the elements.) Can you find any mistakes?

Headline:

Author or News Source:

Subject Matter:

Target Audience:

5W-1H Questions in Lead:

Who/What:

When:

Where:

Why:

How:

Supporting Paragraph(s) Summary:

Eye witness Accounts/Quotes:

Other Supporting Evidence:

Embedded Biases/Opinions:

Misprints/Convention Errors:

Writing a News Article

Name: _____ Date: _____

12 ©2004abcteach.com

Newspaper Article Rubric

This rubric will help you decide how well the article you have read follows the guidelines of journalism. Read through the descriptions, and decide which best applies to your article.

**# of Points: CONTENT AND
STYLE**

FORMAT CONVENTIONS

3

The article presents factual information, and no opinions. It answers the 5w-1H questions. It contains relevant details, and the writing style is clear, using journalistic language.

The article has a headline/title. The information is presented in the form of a lead paragraph, followed by supporting paragraphs.

There are few or no errors in grammar punctuation, or spelling.

2

The article presents some facts and some opinions. It answers some of the 5w-1H questions. Most details are relevant, and the tone varies between narrative and journalistic.

The headline/title is not written effectively. Attempts were made to present the information in correct form and order.

There are several errors in grammar, punctuation, or spelling, but they do not hinder comprehension.

1

The article presents few facts and more opinions. It fails to answer a majority of the 5w-1H questions. It contains irrelevant details and is written in a narrative style.

Headline/title is missing or inaccurate. Little or no attempts made to follow news article format or sequencing of information.

There are numerous errors in grammar, punctuation, or spelling that make it difficult to understand the article.

Add up the points for your article. The total number of points is your article's 'grade'. Descriptions of the grades are written below.

9-8 points A strong, well-written article.

7-5 points An acceptable article.

4-1 points A very weak article.

Writing a News Article

Name: _____ Date: _____

13 ©2004abcteach.com

Edit the Editor

The following article contains mistakes in spelling, punctuation, and capitalization. Using editing marks, correct the article.

Students Caught in Mystifying Case

By news Reporter

Readalot pencilvania – According to numerous eywitnes report a major and shocking occurrence has happened in the community of readingalot pencilvania. The first reports indicates that on march 17, 2004, two unidentified students were caugt holding and reading vari-ous textbooks and novles. An Oficial Investigation was lunched

Yesterday to determine the truth about this matter. Since the investigation was announced several witnesses have come forward to give testimony. One parent's comment was It couldn't have been my child my son is an underachiever and only watches tv or plays video games someone must have forced those poor kids. I'm sure it wasn't their fault.

Statistics show that only twentytwo percent of american adolescents read voluntarily.. The community is in disbelief that local children would independently do such a thing! The names of the suspects have not been released, and they have not been interviewed their parents however have been contacted. The Adolescents, both students at a local Middle School, were not in class at the time. An investigation is under-way to determine the cause of this strange and unexplained event.

Next week, a Town Meeting will be held to discuss the likelihood of future reoccurrences. Contact the local Reading renegade association for further information. Although the case remains unsolved the community is keeping closewatch on the students to determine the cause of this learning experience.

Writing a News Article

Name: _____ Date: _____

14 ©2004abcteach.com

Creative Writing

Writing for the Tabloids

Writing a Tabloid Article

- Your teacher will provide you with an assortment of photographs taken from magazines or newspapers. Select a photograph that appeals to you.
- Create a story based around the photograph. Remember that for the tabloids, no story is too strange.
- Using the checklist provided, draft your article. The key to a successful tabloid article is the use of standard journalistic tech-

niques combined with unbelievable details. Remember: your job is to make the impossible sound believable.

Most newspapers can be classified into two major groups: ‘broadsheets’ and ‘tabloids’. Broadsheets are literally printed on larger sheets of paper, and generally contain more serious articles. Tabloids are often smaller in size, and contain articles that often include imaginative details or interpretations.

Although the evidence for many tabloid articles is scanty or non-existent, they are written in a convincing tone similar to that used in standard news articles.

Tabloids have to be very careful when writing about real people, because they can be accused of ‘libel’, or writing harmful lies.

News Article Checklist

- ***Headline***

- ***Byline***

- ***Location***

- ***Lead***

- *State the date or time the incident happened/will happen.*
- *State who or what is affected by the incident.*
- *Write a description of the place where this event takes place.*
- *Explain in short detail what happened.*
- *Include any known causes for the event.*
- *Briefly explain how the event happened/will happen.*
- *List the names of any other people or events directly affected the incident.*
- *After the drafting the lead, check to make sure you have answered the 5W-1H*

questions.

- ***Supporting Paragraphs*** (Include any of the following information)

- *Quotes*
- *Witness accounts*

- *Supporting details*
- *Description of the possible effects on the public*
- **Photos (Optional)**
- *If you wish to accompany your article with a photograph, compose a caption that explains the relationship of the photograph to your article.*

Writing a News Article

Name: _____ Date: _____

15 ©2004abcteach.com

What Have You Learned?

You've already taken this survey once, but you may be surprised to see how your answers have changed. Respond to the statements, writing 'T' for true, or 'F' for false on the lines provided. When you have finished, your teacher will give you the version you answered at the beginning of the unit, so you can see what you've learned.

_____ 1. News articles are only written about disasters, wars, and other catastrophic events.

_____ 2. Newspapers print articles that are of interest to its readers.

_____ 3. News articles can use quotes and opinions from witnesses and observers.

_____ 4. News articles are error-proof.

_____ 5. If the information is not in the 'lead' or introductory paragraph, it is not important.

_____ 6. The purpose of news articles is to inform, not to entertain.

_____ 7. News articles are not enjoyable to read.

_____ 8. The lead of a news article answers the 5w-1h questions. (who, what, when, where, why, and how)

_____ 9. The style of a news article is narrative, like a story.

_____ 10. News articles contain dialogue.

_____ 11. News articles often contain imaginative details or elements of fantasy.

_____ 12. News articles often include quote from witnesses or people related to the story.

_____ 13. All news articles are accompanied by pictures.

_____ 14. 'Headings' or 'headlines', are long, detailed, complete sentences.

_____ 15. Locations that are well known do not have to include states.

_____ 16. If news articles have mistakes, corrections have to be published.

_____ 17. A news article can sometimes be made up of only a lead

paragraph, and still adequately cover the information.

_____ 18. News articles try to inform the reader of the personal opinions of the journalist.

_____ 19. News articles follow the same format as argumentative essays.

_____ 20. The skills and techniques used to write news articles, which are

non-fiction, and stories, which are fiction, are completely different.

Writing a News Article

Name: _____ Date: _____

16 ©2004abcteach.com

News Article Quiz

I. Decide if the following statements are true or false. Write 'T' or 'F' on the

line provided.

_____ 1. The purpose of news articles is to report events in a factual manner.

_____ 2. News articles aim to be subjective, or biased.

_____ 3. News articles print what is of interest to the general public.

_____ 4. A news article normally does not include a lead paragraph.

_____ 5. The first paragraph of a news article gives descriptive details and often includes quotes from eyewitnesses.

_____ 6. The headline of a news article is usually a descriptive sentence which gives details about an event.

_____ 7. A lead answers the questions 'who', 'what', 'when', 'why', 'where', and 'how'.

_____ 8. News articles use descriptive, vivid language intended to appeal to the reader's imagination.

II. Match the parts of a news article to their descriptions.

_____ 1. Gives the name of the author, or the publication that employs the author.

_____ 2. Paragraph or paragraphs which briefly answer the 5w-1h questions and inform the reader of the main details of the news article.

_____ 3. A short, 'catchy' summary of the main idea of the news article.

_____ 4. Paragraph or paragraphs which give supporting details in the form of quotes, or explanations.

_____ 5. Tells where the event took place.

headline byline location lead supporting paragraphs

Writing a News Article

Name: _____ Date: _____

17 ©2004abcteach.com

Answer Guide

p. 2 Before You Begin

Answers not required.

p. 4 Headline News

Order of correct headlines from left to right:

Capital of Letter is Lost

Santa's Clause isn't Complete
 Language Arts Strikes a Pose
 Sentences Use Incorrect Language
 Reading Turns to Writing

p. 5 Putting it in its Place

1. headline
2. location
3. supporting paragraph
4. lead
5. lead
6. supporting paragraph
7. lead
8. supporting paragraph
9. supporting paragraph
10. supporting paragraph
11. byline
12. supporting paragraph
13. supporting paragraph
14. lead
15. lead
16. lead
17. supporting paragraph
18. supporting paragraph
19. supporting paragraph
20. supporting paragraph

Possible Article Sequence:

(Answers may vary—accept all reasonable sequences.)

Lead Paragraph: 4, 7, 5, 14,16, 17, 15, 6

Supporting Paragraphs: 20, 8, 9, 3, 18, 12, 13, 10,19

p. 7 Fact or Opinion?

1. opinion; hardest
2. fact
3. opinion; talented

4. fact
5. fact
6. opinion; most difficult
7. opinion; unjustly/ oldfashioned
8. fact
9. opinion; worst
10. fact
11. fact
12. opinion; lovely

p. 8 Fit to Print?

1. story
2. story
3. news
4. news
5. story
6. story
7. news
8. news
9. story
10. story
11. news
12. story
13. story
14. news
15. news
16. story
17. story
18. story
19. news
20. news

Writing a News Article

Name: _____ Date: _____

p. 9 The Target Audience

Example Headlines:

Local State National International/World

Family Reunion

Turns into

Fundraising for

Local Library

Taxes in the

State of South

Carolina to

Increase by 10%

Leak in Transcontinental

Gas

Line Causes

Panic

Leaders of the Free

World Meet in

Madrid

Teachers should independently determine the appropriate categories for

headlines taken from newspapers.

p. 10 Sequencing Supporting Details

Possible article sequence:

(Answers may vary—accept all reasonable sequences.)

- Lead Paragraph: 1, 4, 5, 7
- Supporting Paragraph #1: 8, 9, 12, 6, 10
- Supporting Paragraph # 2: 11, 2

p. 11 Model Behavior

Answers not required.

p. 13 Edit the Editor

(Answers may vary—accept all grammatically and orthographically correct versions.)

Students Caught in Mystifying Case

by News Reporter

Readalot, Pencilvania – According to numerous eyewitness reports, a major and

shocking occurrence has happened in the community of Readalot, Pencilvania. The

first reports indicate that on March 17, 2004, two unidentified students were caught

holding and reading various textbooks and novels. An official investigation was

launched yesterday to determine the truth about this matter. Since the investigation

was announced, several witnesses have come forward to give testimony. One

parent's comment was, "It couldn't have been my child! My son is an underachiever,

and only watches TV or plays video games. Someone must have forced those poor

kids. I'm sure it wasn't their fault."

Statistics show that only twenty-two percent of American adolescents read

voluntarily. The community is in disbelief that local children would independently do

such a thing. The names of the suspects have not been released, and they have not

been interviewed. Their parents, however, have been contacted. The adolescents,

both students at a local middle school, were not in class at the time. An investigation

is underway to determine the cause of this strange and unexplained event.

Next week, a town meeting will be held to discuss the likelihood of future

reoccurrences. Contact the local Reading Renegade Association for further

information. Although the case remains unsolved, the community is keeping close

watch on the students to determine the cause of this learning experience.

Writing a News Article

Name: _____ Date: _____

19 ©2004abcteach.com

p. 14 Creative Writing

Answers not needed.

p. 15 What Have You Learned?

1. F
2. T
3. T
4. F
5. F
6. T
7. F
8. T
9. F
10. F
11. F
12. T
13. F
14. F
15. T
16. T
17. T
18. F
19. F
20. F

p. 16 Quiz

I.

1. true
2. false
3. true
4. false
5. false
6. false
7. true
8. false

II.

1. byline
2. lead
3. headline
4. supporting paragraphs
5. location

ПРИЛОЖЕНИЕ 3.

Getting Started: Logging Tape

After you've finished your reporting, it's time to log your tape. This means listening to everything you've recorded and writing it up. You should transcribe quotes, note who's saying what, time how long the tracks are, and (if you're using a minidisc) note the track numbers. Highlight or mark tracks you know you want to come back to. You don't have to log the tracks you know you won't use. Example

Choosing Your Acts

After you've logged your tape, you should select the tracks you want to use (tracks are also called cuts, soundbites, or actualities). Cuts generally shouldn't be longer than 30 seconds – you only have a few minutes and besides, most radio listeners have short attention spans. (If you have a great long cut, you can break it up with your narration or edit it down). Don't just choose cuts purely based on what's said – also consider how it's said. Think about how your cuts will fit into your story structure – do they describe something, tell a story, make you laugh, make you scratch your head? Your actualities should advance the story and make it interesting.

Starting to Write

As you start writing your script, you probably already have a good idea what your story's going to sound like. You've listened to all the clips and ambiance, maybe selected some music. You may have talked about the story with a friend or editor. Basically, you already have all the elements floating around in your head. Start writing your script by laying out all your cuts in the order you think you're going to use them. Then start writing your narration around them.

Anchor Intros

The place to start is usually the “anchor intro” – this is what the announcer/host will say to introduce your story. An anchor intro

quickly sets up your story and puts it in context, without giving away too much. It should also introduce you, the reporter/producer.

Telling a Story

As you write your narration, try to tell a story with a beginning, middle, and end. Draw listeners into the story by setting a scene, raising a question, playing a weird noise, or introducing a character. Use narrative elements like foreshadowing, suspense, and scene changes to move the story along.

Mix Things Up

Use tracks of varying length. A series of 20-second acts interspersed with 10-second tracks will get pretty monotonous. And when you wrap up your story, don't end with an actuality or just a sign off. You should get the last word, even if it's just a short sentence.

A few aesthetic considerations to keep in mind as you write your script:

Be conversational. Your narration should sound as natural as possible, like you're telling a story to a friend. This is not the same as trying to imitate spontaneous speech. Instead, this means writing in a style that sounds as relaxed as possible. Use phrases and words you normally use. When you read your narration aloud, do you sound like yourself?

Be visual. Give your listeners a chance to imagine the people, places and things in your story. Create a sense of scene; describe people; include interesting sounds. Avoid a story that's just a series of talking heads or facts.

Be concise. Long sentences loaded with ten-cent words and relative clauses usually don't work too well in radio (but there are exceptions). Mix up your sentence structure. It's surprisingly easy to fill 3 or 4 minutes of airtime- so don't overwrite.

Be energetic. Use the active voice. Use punchy verbs and contractions. Mind your tenses – don't switch back and forth between past and present. Most radio stories are done in present tense. Some exceptions include commentaries, and news stories about past events.

Be experimental. For variety, stick in a tape-to-tape cut (one actuality leading straight into another without narration in between). Mix acts and tracks. For example, if someone is droning on and on, you can play them under your narration- this will convey a sense of them rambling. Even the most straightforward story can have an unusual or memorable element in it.

Be thoughtful. Try to go beyond just presenting the facts. Let your listeners know why your story matters. Is there a lesson to be learned, something to be taken away? You don't have to get too heavy or cerebral- just take it a step or two beyond pure description.

Writing for the Ear

The way you listen to speech is different than the way you read. A few tricks to make sure your listeners stay tuned in:

Keep ideas intact. Don't break up subjects and verbs. Compare these three sentences:

- Nancy Smith, who is the founder and CEO of the Acme Corporation, says the widget market is booming.
- Acme Corporation founder and CEO Nancy Smith says the widget market is booming.
- Nancy Smith is the founder and CEO of the Acme Corporation. She says the widget market is booming.

Nancy Smith gets lost in the first one. The next two sentences express the same idea without losing track of who's being talked about or who she is.

Write transitions in and out of your actualities. You don't have to be obvious, but acts shouldn't seem abrupt or forced. If you give someone's name three sentences before you play their clip, you should mention their name again before they start talking. This will remind listeners who's about to talk.

Likewise, **don't follow an actuality from one person by naming another person.** This can make it sound like Person #2 just said Person #1's actuality. o You don't have to write in complete sentences. You can also break up sentences for emphasis.

Acts and Tracks

Radio scripts generally follow a common format. Here are a few guidelines:

Label each actuality “ACT”. Note who’s talking and how long it is. Actualities are usually distinguished from narration with boldface, italics, capitalization, indentation, or some combination of these.

Label each track of your narration “TRX” or “TRK”. Note how long it takes for you to read it. Use parentheses or brackets to note when ambience (labeled “AMB” or “AMBI”) or music is playing. The more specifics about how this sound will be used, the better. This will help your editor and will remind you what to do when you’re mixing the final version.

Give the phonetic spelling of hard-to-pronounce words and names in parentheses after the name. Write out numbers and abbreviations – it will slow your read down if you have to figure out how to say 1,459 when you could read “one thousand, four hundred and fifty nine” Not that you should use such a specific number in your story-use approximate numbers.

Note the estimated length of the entire story (without the anchor intro) at the top of the script. A rough rule of thumb to use: one page of single-spaced script usually corresponds to a minute and a half to two minutes of produced tape.

http://www.bsideradio.org/?page_id=25

Wal-Mart Campers

Dave Gilson

Anchor

Nearly 30 million Americans travel the country in those self-contained suburban homes on wheels known as recreational vehicles, or RVs. It’s not always easy to find a place to park your Winnebago for the night. But sleepy RVers need look no further than the nearest

Wal-Mart. For years, the mega-chain has let weary travelers camp in its parking lots for free. Dave Gilson recently met some of the people who have taken it up on the offer.

TAPE – Estimated time: 4:31

[Bring up store ambiance]

It's Friday evening at the Wal-Mart in Livermore, California. Inside the store, a nice old lady greets customers at the door and suburban families push shopping carts through the mazelike aisles of clothes, tools, DVD players and toys.

[bring up parking lot/generator ambiance]

Outside, beyond the rows of minivans and SUVs, a scraggly-looking 29-year old named Rufus Luker [ROO-fus LOO-kur] has just cranked up a portable generator, getting ready for another night in the parking lot of America's biggest retail chain. For the past three weeks, he and his wife and two young kids had been camping out here in a 35-foot RV. To hear Rufus talk about it, crashing at Wal-Mart is almost like a religious experience. (0:16)

ACT (0:30)

Rufus: My aunt used to drive trucking for Wal-Mart and she was the one who enlightened me that before Wal-Mart died, Wal-Mart said, "As long as a driver needs a place to stay, he's got my parking lot to use."

Dave: You're talking about Sam Walton, the guy who founded the place?

Rufus: Yes, yes! Mr. Sam.

Thanks to Mr. Sam's generosity, Rufus and his family will always have a free place to park as they make the grand tour from Florida to California and back again. And in return, Rufus makes sure he puts a little something back to Mr. Sam's multi-billion dollar empire. (0:10)

ACT (0:32)

Rufus: Most of our money is spent at Wal-Mart on their food products, household products, cleaning, toilet pa- whatever necessity we need, we usually find it at Wal-Mart. Although this isn't a Super Wal-Mart. The Super Wal-Marts are the best.

[http://bsideradio.org/training/wal% 20mart% 20sample.htm](http://bsideradio.org/training/wal%20mart%20sample.htm)

ПРИЛОЖЕНИЕ 4.

“There wasn’t always such a strained relationship with the kids in this town,” said Occino. “A few years ago, the majority of teens and youths knew most of the officers by name and viewed them as a source of protection. Now it seems like we’re distrusted—seen only as the bad guy that comes out and ruins their fun. That’s not how it’s supposed to be.”

Senior class president Carly Roy fully endorses the idea: “Having access to an officer who can answer our questions and just maintain a presence in the school will be a really great step toward keeping things friendly between us and the cops. They won’t just be these stiff, mean people who are out to get us. It won’t be an ‘us vs. them’ thing anymore.”

Officers Roger Filmore, Cecilia Moore, and Guy Perrier have already volunteered to spend time in the high school’s guidance office from 3 to 4 pm and talk to students on a first-come, first-served basis.

“I remember being a kid,” said Sgt. Filmore, “and if you don’t know an officer personally, it’s really easy to see us as intimidating or as jerks, depending on what you’ve been hearing from other kids, siblings, or parents. I don’t want there to be any kids who don’t come to us because they think we don’t care.

(<http://www.wikihow.com/Sample/Newspaper-Feature-Article>).

Принципиально важно научить студентов анализировать масс-медийные статьи с учетом принципов использования аутентичных текстов и принципа объяснения процедур работы над анализом текста на английском языке. Например:

Analysing Feature Articles

When analyzing a feature article the following points must be considered:

What is the *purpose* of the article? What is the writer trying to say? What is the writer’s intention?

Has the purpose of the article been conveyed effectively? Is the writer's intention clear? Do the techniques employed make for an interesting read?

What *techniques* have been employed?

- Layout – how has the article been set out on the page? What elements have been included? Is it visually appealing?
- Pictures – have any pictures been included? Are the pictures relevant to the story? Do the pictures complement the story? Are the captions informative?
- Heading – how has the heading been written? Is it striking? What font has been used? Does it have double meaning? Why has the writer decided to use this title?
- Introduction – what kind of lead has been used? Does it grab attention straight away? Does it make the reader want to continue reading the article?
- Side Stories – are there any 'extra' stories included in the layout of the article? Are they relevant to the topic? Do they contribute towards the writer's intention?
- Language – what style of writing has the writer adopted? Has the language been carefully selected? Is it in sync with the overall meaning of the article?

What effect does the article have on the reader? What is the reader's response? Do you think this is what the writer intended?

When commenting on the response of the reader, justification should come in the form of an analysis of these elements.

(<http://mrsmittonette.files.wordpress.com/2011/05/analysing-feature-articles.pdf>).

ПРИЛОЖЕНИЕ 5.

1.

○ Attribute all quotations using proper AP format. If you use a quotation from a press release or telephone or email interview, attribute it appropriately and let the reader know the means by which the information was gained. For example, if the quote was taken from a press release, you would write something along the lines of, "According to a recent press release, _____ stated," and then go into your quotation.

○ 4

Do not use a quotation as your lead, unless the quote is particularly strong. If you do use a quote, be sure to craft the rest of the lead and nut graph appropriately.

○ 5

Check and recheck all source information. Verify everything. Use press releases and official sources. For example, if you are reporting on a crime, obtain police records and attend press conferences.

○ 6

Include side bars (when appropriate), with facts to break down more complex information or statistics. Readers are more apt to check out the graphs and sidebars first before settling in to the actual news article.

(http://www.ehow.com/how_4549241_write-hard-news-article.html#ixzz2No4HTJQ6).

How to Write a Soft News Article

By J.M. Willhite, eHow Contributor

The "soft news" article is one of the more laid back approaches to journalistic writing. Granted, all the same rules apply as far as ethical standards and objectivism but there is room for creative license. The soft news article incorporates the human element and isn't as concise as the hard news article. The hard news article is one that

reports on stories such as crime, community news events, and the like. Following are some guidelines for journalists and freelancers on how to write a soft news article.

(http://www.ehow.com/how_4559350_write-soft-news-article.html#ixzz2No3nyqAT).

Instructions

1.

○ 1

Research your article and familiarize yourself with all possible angles. Plan your approach before you start writing and establish an angle for the story. Narrow your focus to avoid jumbled or disorganized writing.

○ 2

Immerse yourself in the setting, spend time observing, and research all related information for the article. This aspect of the reporting makes setting the scene for your reader easier. Fall back on your own experience during the reporting process to bring the setting to life and humanize your subjects. Make your source(s) and setting(s) are three-dimensional, not flat. Use all your senses and relate this to your reader through descriptive language.

Craft your lead so that it draws in your audience. Make your audience care about the subject of your article. With a soft news article a direct, or summary, lead is not necessary. (The lead is the paragraph that sums up what the story is about. In a hard news story, the lead is the first paragraph.) This is where creative license comes into play. Pull your reader into the article. But be sure your nut graph (the paragraph that gives sums up the background information) falls within the first few paragraphs, generally by the fourth or fifth paragraph.

4

Incorporate the human element into your article. Without the human element it wouldn't be a soft news article. Make use of dialogue, setting, voice and character to expand your article. Some as-

sociate dialogue with fiction writing, but it does have a place in journalistic writing when used appropriately.

5

Approach using dialogue as you would with any other writing. Only this time, use direct quotes from the scene. If you are reporting on a discussion that took place between two people, write it out as it was spoken. Alternate between, giving each person his or her own paragraph. When it is written out it looks like any verbal exchange you would see in a novel. But always use "says" or "said."

6

Answer all questions in your article. Address the who, what, when, where, how and why. Your audience should not walk away wishing they could have learned more.

Journalists' Information Gathering Tools

Three tools to find info for stories – interviews, observation, background research

JOURNALISTS investigate and report on events, issues and trends for the mass audiences of print, broadcast and online media such as newspapers, magazines and books, radio and television stations and networks, and blogs and social and mobile media.

They write hard news stories, which are short, timely and focused reports on what's just happened, and feature stories, which are *soft*, not as timely, yet with a topical *news peg* (*raison d'etre* or reason for existence).

Researching stories. Any journalist, whether covering hard or soft news, needs to gather information in preparation for writing. All writers have to conduct research and gather information before they can start writing. Journalists use three main tools to collect information for stories:

- Interviews
- Observation
- Background research

Gathering info. Expanding on those three, here are typical ways to collect information for a news story:

- Interviewing
 - Interviewing knowledgeable people
 - Experts, witnesses, officers, managers, leaders, officeholders, politicians, social scientists, physical scientists, applied scientists, humanists
 - Corresponding by email and letters
- Observation
 - Observing events
 - Attending speeches, lectures and public addresses
 - Conducting experiments and tests
- Research
 - Searching the Internet
 - General search engines, academic search engines, Web home pages, Web articles, Web journals, Web magazine articles, news Web sites, books on the Web, email discussion groups, Web archives
 - Searching the library
 - Electronic library catalog, general books, scholarly books and journals, reference books, periodicals, archives, bibliographies, indexes, biographies, government documents, Web sites, electronic databases
 - Inspecting government documents
 - Reading personal papers
 - Viewing audiovisual materials
 - Watching videos and television programs
 - Surveying with questionnaires

Checking facts. By the way, while it might seem that double checking facts would be very important after a story is written,

newspapers rarely employ people solely to check facts in articles. Magazines still do check facts, but the practice is becoming less common. The consummate professional writer will check facts anyway, either personally or with help from an editor.

(<http://www.uncp.edu/home/acurtis/Courses/ResourcesForCourses/Journalism/JournalistInformationGatheringTools.html>).

Soft news is sometimes used in a way that implies it is all the news that is not “hard news.”¹⁰ Hard news refers to coverage of breaking events involving top leaders, major issues, or significant disruptions in the routines of daily life, such as an earthquake or airline disaster.¹¹ Information about these events is presumably important to citizens’ ability to understand and respond to the world of public affairs.¹² News that is not of this type is, by definition, “soft.”

Creating News Stories the Media Wants

Contributed by Aimee Whitman

Edited by Bill Berkowitz and Jerry

Main Section

Schultz

What is a news story?

What are the benefits of using TV, newspaper, and radio stories?

Providing newsworthy stories

How do I present my story idea?

Choosing good media opportunities

How many times have you heard a radio or TV reporter say something like “Next, we hear about a woman who started her own business while she was homeless”? How about a newspaper headline on the order of “Teens Take on Trash and Win?” The chances are you said to yourself, “That might be interesting,” and stayed tuned in or continued reading. Those stories might have come not from a reporter’s digging, but from an organization or initiative like yours.

Organizations involved in advocacy, whether that’s their primary purpose or simply a way of gaining support for the work they do,

often pitch stories to the media. Placing news stories can be the cheapest and most effective means of getting your message to the public, and, through them, to policy makers and funders. This section provides some guidelines both for recognizing or creating news stories related to your work that appeal to the media and the public, and for persuading the media to publish or broadcast those stories.

What is a news story?

A news story is a written or recorded (or, occasionally, live) article or interview that informs the public about current events, concerns, or ideas. You don't usually write the story – though sometimes local media will use exactly what words you give them – but you provide story ideas to journalists who then flesh out your idea to create the story as it appears.

A **news story** can be:

- Long or short, depending on its newsworthiness (we'll discuss this more later) or interest to people who watch TV, listen to the radio, or read the paper.
- Written, recorded, live, or taped, depending on the medium you use and the timeliness of the story
- **Hard**, that is, chock full of important facts and news items, or **soft**, focusing on the personal, more human side of a news event or situation. An example of a hard news story is an article on the alarming rise of HIV cases in heterosexual women. A soft news, or feature, article would be a story about a man in a wheelchair overcoming architectural barriers in town as he moves through his day.

Benefits of using television, newspaper, and radio stories to spread your message:

- They can provide cheap, immediate coverage of your issues.
- They can connect you with the largest and most diverse audiences.
- They give you the possibility of continuous, in-depth coverage of your issues as long as you provide stories that sell.

- News stories add credibility to your work, since they're much more widely believed than advertising.
- They offer a wide variety of strategies to communicate your message.
- They can provide a fairly comprehensive explanation of your issue or description of your organization and your work.
- They're free publicity.

Providing "newsworthy" stories

The fact is, most of today's public health and community development concerns have been around for a long time. Though your issues are important, they may not seem "newsworthy". One challenge that media advocates face is to promote issues from new angles so that journalists consider them fresh, current, and surprising – in other words newsworthy. If you're trying to create newsworthy stories (i.e., stories that are current, interesting to readers, or will impact readers' lives), you've got to make your issues seem fresh and unique. Wallack, Dorfman, Jerniagan, and Themba (see Resources) suggest ten kinds of news "angles", or approaches, to a news event that catch a journalist's eye:

- **An anniversary story:** Can this story be associated with a local, national, or topical or historical event? A good example of this would be marking the 50th anniversary of the atomic bombing of Hiroshima and Nagasaki with a story of how nuclear waste has affected the ground water in Alamogordo, New Mexico, where the United States government tested its first atomic bomb.

The anniversary in question might be one connected to your organization as well. It's an important milestone when a community-based organization survives for five or ten years, or even more.

- **A breakthrough:** What is new or different about this story? One example would be a story on the isolation of a dangerous virus or a new treatment for a disease or birth defect.

□ **A celebrity-supported story or event:** Is there a famous or locally well-known person already with or willing to lend his or her name to the issue? One international example is the rock musician Bono's advocacy for human rights and aid to developing nations.

□ **A controversial topic:** Are there opposing sides or conflicts in this story? How does the Catholic Church feel about right-to-life advocates who don't oppose the death penalty?

□ **An uncovered injustice:** Are there basic inequalities or unfair circumstances to be reported? For example, why can't minority populations often get the same kinds of housing loans as middle class white people?

□ **An ironic account:** What is ironic, unusual, or inconsistent about this story? For example, how can alcohol manufacturers support a "Don't drink and drive" campaign, yet refuse to change their advertisements that encourage people to drink alcoholic beverages?

□ **A local interest:** Why is this story important or meaningful to local residents? An example would be a story on drug dealing that goes on in a housing project but remains poorly investigated by police.

□ **A milestone:** Is this story an important historical event? Perhaps you can provide a story on a city's first collaboration between the university, community, and local residents.

A local milestone could be specific to an organization. A high school equivalency graduation, the completion of a job training course, the successful finish of an initiative, the awarding of a major grant or contract – any of these could be the occasion of a news story of local interest.

□ **A human interest story:** This kind of story usually focuses on an individual or a family or group that has a story to tell that's relevant to an issue of interest. It might feature one or more members of that high school equivalency graduation class, detailing the struggles they've gone through to get to this point, and their hopes for the future. It could tell about a medical advance through the experience

of an individual with a condition that is now treatable for the first time.

□ **A seasonal story:** Can this story idea be attached to a holiday or seasonal event? Perhaps you can pass on a story of the increased risks of skin cancer due to consecutive severe sunburns acquired during the hottest part of the summer before age 15? Hunger or homelessness in the community might easily be highlighted during the winter holiday season.

In addition to these angles, news stories can be built around events or recruitment as well. An Open House staged by your organization is a good excuse for a story on your work, or on how the organization was founded. The start of classes or training sessions, or a notice that a program is accepting volunteers or participants are also reasons for suggesting a story. If you want more than just a notice – and you do – you’ll need to come up with something to focus on. It could be an article about an interesting staff member, one about the issue itself, or a “where are they now?” take on what has happened to people as a result of their participation (which can help to highlight organizational, as well as individual, successes).

When you make your pitch to the media, try using one or a combination of the above news angles as a frame for your story. It’s a good idea to have your news item already framed, or to fit it into one of these news angles when you contact a reporter; that way, journalists might be more likely to report the story your way. This is one reason press releases can be a good tool for spreading the word.

Choosing good media opportunities

Media publicity is, in many ways, an opportunistic activity. Given the speed with which news events are reported these days, you’ve got to seize an opportunity for media attention whenever you can. Don’t wait around!

Certain situations will make it easier to get media coverage because your work has greater "news value", or interest, to the public. Some of these occasions include:

Local, regional, or national events that tie in well to your organization's work. The opening day of a national conference on teen pregnancy, for example, is a good time to highlight your work on the same issue. Linking your story to a related story that is happening right now is called "piggybacking".

Holidays and other special dates that provide a good backdrop to your viewpoint. A story about the work you've done to reduce drunk driving could appear on New Year's Eve, a night when many people are driving cars after drinking a lot of alcoholic beverages.

A high school prom night is a perfect time to run an article on preventing teen pregnancy (since prom night may correspond to increased teen sexual intercourse) or an article on the relationship between alcohol consumption (which is common on prom night) and teen sexuality.

In the event that you don't have a breaking story to throw on the media's plate, you have to make your own news. Use your imagination to give boring facts or figures and old news a facelift.

Some guidelines for contacting the media

(From the Dupont Circle PR website's *Creating News and Pitching Stories: How to Become a "Go-to" Organization for the Media.*)

1. Do not call a reporter to pitch a story idea unless you are ready to provide everything she needs to write the story. This means:

□ Prepare a pitch script of what you will say on the phone or in the email. A phone pitch should be no longer than three sentences and the highlights of an email pitch should be in the first paragraph with more details below.

□ Have your background and one-page sheets that describe the problem (and the solution) ready to go. If publicizing comprehensive documents or reports, have a plain language executive summary and press release. Make sure your statistics and “social math” (e.g., “That’s enough people to fill Shea Stadium”) are accurate. Make sure your research is fresh, thorough, and credible.

□ Have other interview subjects lined up (e.g., a “real person” who can tell a personal story, an unbiased expert such as an academic who can explain the law, or the researcher who analyzed the data.)

□ Plan an action step that shows how you propose to solve the problem you’ve brought to light. (e.g., filing legislation, organizing communities, taking out TV and radio ads, electing or defeating slates of political candidates, submitting a new curriculum to the school board, etc.)

□ Be able to answer: Why now? And, why is this important? Anticipate any other questions the reporter may ask.

2. Target reporters who will be interested in your news . Resources like The Yellow Book show which beats reporters cover and consultants can give you leads to friendly contacts. You should also read the papers that you would like to be in. Notice the by-lines of the reporters who are writing articles of interest and target them for outreach. Remember that reporters are in the business of finding news. They will appreciate good story ideas, even if they can’t follow through that day or week.

If your initial contact is not interested, ask whether she can refer you to another reporter who is more appropriate. If you have no idea who to contact first, try out your pitch on the news or general assignment editors. After all, the newspaper has many sections: a news reporter may not be interested in a soccer championship story, but the sports reporter will be.

3. It is important to recognize that you will be interrupting someone who is busy working (and possibly even on a deadline) .

But a few tips make the call easier:

□ Do not call reporters late in the day when they are on deadline. The best hours are between 10 a.m. and about 2 p.m.

□ Keep your pitch brief. You only have a few moments to capture their interest.

□ Be relaxed and calm, but show enthusiasm when the news is good or outrage when the news is bad. The reporter will be taking cues from you.

□ If you get an answering machine, leave a substantive message with a call back number.

□ Call at different times to try to get through, but don't leave multiple messages.

□ Don't call at the last minute, unless you have breaking news. Know when reporters' deadlines are, and respect them. Give them plenty of time to do the best possible job on your story.

4. Become a “go to” organization for the media – Be a fast, reliable, and credible source for news.

□ Always be reachable – give out your cell phone number and offer 24-hour availability.

□ Always have the answers for reporters' questions and get back to them right away – respect their deadlines and help them meet them. This may mean dropping everything and not finishing another task you planned for the day, but it is worth it. You are building relationships and a reputation that will: 1) encourage reporters to call you to find out what's going on; and 2) help get their attention when you want to make a pitch.

5. Continue to work to maintain your relationships and credibility with the media, and continue to pitch stories to them.

You might even set a goal of getting stories into print a specific number of times a year, or of contacting your friends in the media just to update them on what's happening in your organization and with your issue. Stories may or may not come out of these contacts, but they will keep the media informed about you and your work, and will make them all the more ready to work on stories when they

come up. Media advocacy is not a one-time effort: it's a long-term endeavor, and it should go on as long as your organization needs support – indefinitely.

(http://ctb.ku.edu/en/tablecontents/sub_section_main_1273.aspx)

ПРИЛОЖЕНИЕ 6.

№№ п/п	Основные вопросы	оценка
1.	Содержательность речи	1 2 3 4 5 6 7 8 9
	– наличие главной мысли	1 2 3
	– ценность сообщаемых фактов	1 2 3
	– новизна сообщаемого	1 2 3
2.	Понятность речи	1 2 3 4 5 6 7 8 9
	– логичность речи	1 2 3
	– учет аудитории	1 2 3
	– ясность языка	1 2 3
3.	Выразительность речи	1 2 3 4 5 6 7 8 9
	– правильность ударений в словах и интонация	1 2 3
	– богатство или бедность лексики	1 2 3
	– образность	1 2 3

Оценка производится по трем основным параметрам (содержательность, понятность и выразительность речи), каждый из которых складывается из трех составляющих. Если, например, в выступлении четко прослеживается главная мысль (3 балла), сообщаются ценные факты (3 балла) и оно отличается новизной (3 балла), то по содержательности данное выступление оценивается в 9 баллов. Если степень выраженности этих составляющих не такая яркая, то они оцениваются в 1 и 2 балла. Максимальная общая оценка выступления 27 баллов, однако блестящему оратору можно выставить и 30 баллов.

Лучше всего оценивать тех, кто выступает по телевидению. Сначала целесообразнее брать монологическую речь, потом диалогическую. При оценке диалога соответствующие баллы выставляются обоим собеседникам.

Упражнение 2. Обогащение словаря

Для занятия необходим текст по специальности. Суть занятия состоит в замене одних слов другими. Например, все встретившиеся в тексте глаголы заменяются другими глаголами, подходящими по смыслу. Подобное можно проделывать также с именами существительными и именами прилагательными. Первые 5-10 дней под рукой можно иметь словари.

Данное упражнение нацелено на активизацию “пассивного” запаса слов. Оно ценно для развития речи как родного, так и иностранного языка.

Упражнение 3. Краткое выступление по опорным точкам

Для упражнения произвольно берутся пять слов. Можно воспользоваться любой книгой, открыв ее на середине. Занятие состоит в составлении и проговаривании связного рассказа с использованием пяти выбранных слов (существительных, прилагательных, глаголов). На каждый рассказ затрачивается всего 2-3 минуты. На одном занятии следует практиковать не более 3-4 рассказов.

Данное упражнение активизирует воображение и способствует развитию логичности и гибкости ума.

Упражнение 4. Тренировка с зеркалом

Выполняя упражнение 2 и 3, наблюдайте за своим лицом в зеркале. Как вам нравится ваше выражение лица? Нравится ли это выражение другим людям?

Проделайте следующее действие:

а) произнесите несколько взятых из книг слов вяло, нормально, энергично. Следите за мимикой;

б) “изобразите” один и тот же рассказ (упражнение 3) сначала при неподвижном лице, а потом с мимическим сопровождением. Замечайте, какая мимика производит наибольший эффект.

Упражнение с зеркалом способствует выработке навыков по сознательному управлению своей мимикой.

Упражнение 5. Краткое выступление по опорным точкам

Данное упражнение аналогично упражнению 3 с той разницей, что составление рассказа осуществляется здесь на 10 произвольно выбранных словах.

Упражнение 6. Тренировка с диктофоном

Диктофон дает возможность осуществлять обратную связь, которая необходима для устранения изъянов в речи. Кроме совершенствования в устной речи, диктофон способствует тренировке рефлексивности мышления. При прослушивании записи следует: а) оценивать самого себя; б) прогнозировать оценку своей речи другими лицами.

С диктофоном отрабатываются: а) чтение отрывка (прозы, стихотворения) и прослушивание прочитанного; б) пересказ прочитанного текста. В процессе работы обращайтесь внимание на ударения в словах. Заведите списки слов со сложным или необычным ударением.

Упражнение 7. Диалог

Как известно, диалогическая речь предполагает участие двух лиц, поэтому для тренировки нужен собеседник.

Собеседник подбирается в одном случае из лиц, отрабатывающих данную программу. Тренировка при этом осуществляется на базе одного, трех, пяти опорных слов (см. упр. 3). В другом случае в собеседники намечается любое интересующее вас лицо. Здесь заранее выдвигается тема диалога, составляется план его ведения и выбирается удобный момент для вступления в контакт.

Главная цель данного упражнения – это привлечение собеседника к теме беседы, возбуждение у него интереса к разговору и удержание этого интереса в течение 4-5 минут. Упражнение считается отработанным, если собеседникам удастся провести краткие беседы на избранные темы.

http://www.elitarium.ru/2007/05/17/7_uprazhnenijj_dlja_razviti_ja_masterstva_rechi.html

ПРИЛОЖЕНИЕ 7.

Найдите в тексте слова, относящиеся к данной теме

1. Подчеркните новые слова в предложении
2. Найдите услышанное слово в тексте
3. Найдите в иностранном тексте слова, услышанные на

родном языке

Повторительные упражнения

1. Из списка выберите слова для составления собственных предложений, прочтите их, а затем составьте предложения.

2. Прочтите утвердительное предложение, поставьте разделительный вопрос.

3. Прочтите предложение, сформулируйте к нему общий вопрос, не глядя в текст.

4. Альтернативные вопросы.

5. Прочтите предложения и поставьте к ним однотипные специальные вопросы /когда? где? куда? почему?/.

6. Прочтите предложение и поставьте к нему разнотипные специальные вопросы.

7. Прочтите предложение, заполняя пропуски соответствующими иноязычными словами.

8. Прочтите в упражнении только предложения с новыми словами.

9. Подставьте слова в кроссворд.

10. Подставьте слова в чайнворд.

11. Вставьте в слова недостающие буквы.

Подстановочные и конструктивные упражнения

1. Заполните пропуски в предложениях, выбирая слова из пар антонимов в соответствии с контекстом.

2. Заполните пропуски в предложениях, выбирая слова из пар антонимов в соответствии с контекстом.

3. Попеременно замените слова в речевом образце словами из списка слов для подстановки.

4. Вставьте подходящие по содержанию текста слова вместо подчеркнутых в предложении.

5. Замените выделенные слова словами из списка.

6. Сделайте подстановку в предложениях с частичным переводом, используя новые слова.

7. Вставьте недостающие в словах словообразовательные элементы /суффиксы, префиксы, окончания/ и послелог.

8. С помощью дефиниций определите слова и вставьте в них пропущенные буквы.

Трансформационные упражнения

1. Расширьте следующие предложения по указанному образцу, употребляя новые слова.

2. Сократите предложения по образцу.

3. Перефразируйте услышанное предложение, употребите новые слова.

4. Замените развернутые описания в предложениях одним словом.

5. Замените однокорневые слова сложными и произведите необходимые смысловые и последующие лексические замены в предложениях.

6. Замените в предложениях фразеологизмы соответствующими по смыслу словами.

7. Трансформируйте монологическое высказывание в диалог.

8. Трансформируйте набор реплик в связный диалог.

9. Сделайте перевод текста с листа.

1. Трансформируйте текст из формы настоящего времени в форму прошедшего или будущего времени, соответственно меняя словоформы.

2. Разверните монолог в диалог.

3. Передайте содержание диалога.

ПРИЛОЖЕНИЕ 8.

For the Cyprus problem is, these days, two problems. First, it is a security and diplomatic problem in that the east Mediterranean island is split into a southern zone, controlled by the internationally recognised Greek Cypriot government, and a Turkish Cypriot-ruled north propped up by Turkey. In spite of repeated UN-sponsored efforts to reunite the island, this division has lasted since 1974. As was once wearily observed by David Hannay, a retired UK diplomat who came to specialise in the issue, no one ever lost money betting against successful negotiations in Cyprus.

Over the past three years, the island has turned into a banking, sovereign debt and economic problem, too. Cyprus is the third smallest of the eurozone's 17 states, accounting for less than 0.2 per cent of its economic output. **But its size is in inverse proportion to its capacity to tip the eurozone back into the peril that gripped the area until last summer.** *This is because [the island's rescue needs](#) – up to €10bn for banks and €7.5bn for government operations and debt servicing – will raise its public debt to an unsustainable 140 to 150 per cent of gross domestic product. One remedy is a debt restructuring, similar to that applied to private-sector holders of Greek government bonds. Another is to reorganise the banks, as in Spain, and impose losses on deposit holders.* Cyprus's eurozone partners seethe with indignation at bailing out a country whose banks are flush with billions of euros owned by wealthy non-resident Russians.

However, each proposal has drawbacks. Europe's leaders assured financial markets last year that the Greek debt restructuring was a one-off event. To renege on this promise would sow fresh doubt about the quality of Greek, Italian, Portuguese and Spanish debt. In any case, most of Cyprus's sovereign debt is held by Cypriot banks. A restructuring would simply deepen the hole they are already in. As for raiding Russian depositors, it sounds tempting but it is neither practical politics nor wise economics. The Kremlin helped the

island in 2011 with a €2.5bn loan. It would make sense to encourage Russian participation in a broader EU-led rescue. Besides, to clip depositors – even dodgy oligarchs – might spark panic among bank account holders elsewhere in Europe.

Whatever the answer, Cyprus's emergency presents European governments with the best chance in almost 40 years to overcome the island's division. The outlines for a settlement are clear: a two-zone federal state with a common citizenship, and compromises on territorial and property disputes. Such a deal, brokered by the UN, appeared within reach in 2004 when Turkish Cypriots approved it in a referendum. But Greek Cypriots, certain of being admitted into the EU no matter how they voted, rejected the plan. Europe's leaders now have a chance to tell the Greek Cypriots, in a friendly but firm way, that financial aid requires progress on a diplomatic settlement. They may find they are preaching to the converted. For Mr Anastasiades – unlike Demetris Christofias, the outgoing communist president – was a supporter of the UN plan that fell at the final hurdle in 2004.

But the Cyprus morass is deeply political. Mr Christofias asked for a financial rescue last June, but his main objective thereafter was not to be the president who submitted to the inevitably onerous bailout terms. Meanwhile, Cyprus's communist party is looking ahead to the 2016 parliamentary elections and 2018 presidential election, calculating that voters will be so fed up with foreign-imposed austerity by then that they will return the communists to power.

Conveniently, the 2018 election will come just before gasfields recently discovered off Cyprus's coast start to pump out their riches. This bonanza for the Greek Cypriots will probably close the window for a Cyprus settlement. Mr Anastasiades, and his European counterparts, have five years to deliver a deal.

Алла Еремовна Мкртчян

**РАЗВИТИЕ СПОНТАННЫХ РЕЧЕВЫХ НАВЫКОВ В
ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУ-
НИКАЦИИ СТУДЕНТОВ-ЖУРНАЛИСТОВ**

Учебно-методическое пособие

*Главный редактор РНИ – М.Э. Авакян
Компьютерная верстка – А.С. Бжикян*

Адрес Редакции научных изданий
Российско-Армянского университета:

*0051, г. Ереван, ул. Овсепя Эмина, 123
тел./факс: (+374 10) 27-70-52, (внутр. 42-02)
e-mail: redaction@gmail.com*

Заказ № 27

Подписано к печати 19.11.2018г.
Формат 60x84¹/16. Бумага офсетная № 1.
Объем 14,6 усл. п.л. Тираж 200 экз.