

Секция «Методика преподавания иностранных языков и лингводидактика: Актуальные проблемы методики преподавания иностранных языков»

Использование англоязычных материалов деловой журналистики в обучении студентов языковых специальностей

Научный руководитель – Бахтиозина Марина Георгиевна

Кубасова Светлана Сергеевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет иностранных языков и регионоведения, Кафедра теории преподавания иностранных языков, Москва, Россия
E-mail: skubasov@mail.ru

Текст публицистических СМИ традиционно применяется как средство обучения иностранному языку на языковых факультетах. Тем не менее, текст деловых СМИ не используется широко: в основном, на спецкурсах и в курсах по выбору, а также является объектом научных исследований. В настоящее время наблюдается возросший интерес к деловой публицистике в образовательном процессе, поскольку многие выпускники хотят работать в сфере бизнеса. На сегодняшний день мало изучен вопрос использования англоязычных материалов деловой журналистики в преподавании английского языка студентам языковых специальностей, из чего следует **актуальность** данного исследования, которая заключается в теоретическом и практическом анализе возможностей использования текстов деловой журналистики в обучении современному английскому языку.

Обучение в языковом вузе предполагает изучение таких аспектов, как СМИ и деловой английский. С нашей точки зрения, развитие межпредметных связей помогает в обучении, именно поэтому дипломное исследование мы решили посвятить анализу англоязычных материалов деловой журналистики с точки зрения лингводидактики.

Деловая журналистика - это «вид журналистики, освещающий вопросы, события и дающий анализ тенденций развития бизнеса, экономики в целом, а также делового климата и деятельности органов власти в той мере, которая относится к жизни делового сообщества» [3: 4]. Необходимо отметить, что важнейшей функцией деловой журналистики является не только информационная и аналитическая, но и воздействующая, так как оказать влияние на аудиторию и добиться определенного результата — одна из целей речевого общения [4]. Данные аспекты определяют целесообразность использования устных и письменных текстов деловых СМИ как средства обучения иностранному языку рассматриваемой целевой аудитории.

Таким образом, **цель** данной работы заключается в анализе материалов англоязычной деловой журналистики, правильном отборе текстов и в изучении методов применения их на практических занятиях по английскому языку для будущих преподавателей и переводчиков.

Новизна данного исследования заключается в определении критериев отбора материала для использования в обучении студентов языковых специальностей с целью дальнейшего формирования коммуникативной компетенции.

В ходе исследования нами были рассмотрены следующие источники: бизнес таблоиды, деловые газеты и журналы The Wall Street Journal, The Financial Times, Business Week, Fortune, и интернет-издания, новости и телепрограммы, такие как TedTalks, CNN, BBC programmes, BBC news.

Было выявлено, что основными принципами отбора материала являются принципы коммуникативной, межкультурной, воспитательной, познавательной и развивающей ценности текста. Критериями отбора текста являются тематика письменного или звучащего

текста, жанр, формат и структура текста, наличие определенных лексических единиц по теме, грамматических структур, информативная значимость и новизна [1].

Тексты должны быть подобраны таким образом, чтобы они не вызывали сложностей у студентов. Выделяют три основных аспекта сложности оригинальных иноязычных текстов: 1) содержательного характера (зависит от предмета, темы текста); 2) логического характера (обусловлена логикой построения текста); 3) языкового характера (наличие большого количества незнакомых слов, слов с национально-культурным компонентом, грамматических единиц). Чтение оригинальных иноязычных текстов представляет собой сложную мыслительную деятельность, и при недостаточном владении языковыми средствами изучаемого языка, представленными в читаемом материале, читатель столкнется с трудностями понимания текста и потеряет интерес к дальнейшей работе с ним [2].

Элементы бизнес СМИ, введенные в учебную программу, а также использование англоязычных материалов деловой журналистики ведет к положительным результатам, поскольку это позволяет студентам:

- быть осведомленным в вопросах, освещаемых в деловой прессе;
- научиться работать с текстами, представляющими наибольшую сложность - аналитическими статьями;
- развивать межкультурную и социокультурную компетенции;
- изучать новые лексические единицы и грамматические структуры;
- совершенствовать навыки аудирования и говорения по предложенным тематикам, таким как бизнес новости, международный менеджмент, маркетинг, бизнес-образование, трудоустройство, работа в компании и так далее;
- подробно познакомиться с миром английского языка деловой прессы;
- попробовать себя в качестве автора статей.

Таким образом, можно сделать вывод, что имея хороший подбор звучащих и письменных текстов англоязычной деловой журналистики, можно обеспечить базу для создания целого курса, либо модуля, включенного в программу курса СМИ или курса бизнес-английского. В связи с глобализацией английского языка изучение бизнес СМИ будет преимуществом для студентов, так как почти каждый стремится изучать английский язык и использовать его в своей профессиональной деятельности. Введение и использование материалов деловых СМИ будет полезно не только лингвистам, будущим преподавателям и переводчикам, но и студентам неязыковых специальностей, что также связано с их подготовкой к профессиональной деятельности.

Источники и литература

- 1) Горюнова Е.С. Критерии отбора текстов для обучения студентов неязыковых вузов иноязычному профессионально ориентированному чтению // Вестник ТГПУ. 2011. №2. С.60-64.
- 2) Дакукина Т.А. Ключевые положения методики обучения чтению оригинальных иноязычных текстов и письменной интерпретации на основе прочитанного // Современные проблемы науки и образования. 2013. № 3.
- 3) Желновакова М.Ф. Деловая журналистика. Учебно-методическое пособие. Иркутск, 2015.
- 4) Иссерс О.С. Речевое воздействие: учеб. пособие для студентов, обучающихся по специальности «Связи с общественностью». М., 2009.