

УДК 372.881.111.1

ББК 74.58:73

X61

Н. Ю. Хлызова
Иркутск, Россия

ОПОСРЕДОВАННОЕ ОБЩЕНИЕ КАК СРЕДСТВО ФОРМИРОВАНИЯ МЕДИАКОМПЕТЕНТНОСТИ ВТОРИЧНОЙ ЯЗЫКОВОЙ ЛИЧНОСТИ

В статье предпринята попытка теоретического рассмотрения возможностей опосредованного или медиатизированного общения в формировании медиакомпетентности вторичной языковой личности. Предложен принципиально новый подход к опосредованному общению на современном этапе информатизации общества, в котором описанный феномен выступает как средство медиаобразования и средство обучения иностранному языку.

Ключевые слова: опосредованное (медиатизированное) общение; медиакомпетентность вторичной языковой личности; медиаобразование; иностранный язык; средство обучения.

N. Ju. Khlyzova
Irkutsk, Russia

MEDIATED COMMUNICATION AS MEANS TO FORM MEDIA COMPETENCE OF THE SECONDARY LANGUAGE PERSONALITY

The article deals with the issue of mediated communication to form media competence of the secondary language personality. It gives a new approach to the mediat-

ed communication at the present stage of society informatization where the described phenomenon is both means of media education and a tutorial to a foreign language.

Key words: mediated communication; media competence of the secondary language personality; media education; foreign language; tutorial.

Человечеству понадобились миллионы лет, чтобы развить межличностное общение, взаимодействие индивидов, коммуникацию через обоняние, осанку, жестикуляцию, одежду, звуки, мимику и речь. Появление электронных медиа, а прежде всего интернета, изменения социальной жизни, вхождение в мировое информационное сообщество вовлекли человека, как в непосредственное, так и в опосредованное медиатизированное общение.

Анализ литературы свидетельствует, что наряду с термином медиатизированное общение широко употребляется термин медиатизированная коммуникация (А. В. Шариков, М. В. Зимин, Е. Воинова и др.). Многие исследователи не разделяют понятия «общение» и «коммуникация», считают их взаимозаменяемыми синонимами. Так, например, Ю. Д. Прилюк, И. А. Федякин, В. П. Конечная, Е. В. Руденский рассматривают данные термины как тождественные. Другие учёные, — Грушевицкая Т. Г., Попков В. Д., Садохин А. П., — напротив, полагают, что мы имеем дело с разными лингвистическими единицами, имеющими неравнозначные дефиниции и не предполагающие взаимозаменяемость. «В отечественной литературе понятия «общение» и «коммуникация» зачастую употребляются как синонимы, хотя при более внимательном подходе между ними обнаруживаются некоторые различия» [Грушевицкая, 2002, с. 48] пишут исследователи. Остановимся на семантическом анализе вышеупомянутых понятий для установления или опровержения их тождественности.

Исходя из определения толкового словаря русского языка С. И. Ожегова и Н. Ю. Шведовой, общение есть взаимные сношения, деловая или дружеская связь. Психологический словарь трактует общение как сложный многоплановый процесс установления и развития контактов между людьми, порождаемый потребностями совместной деятельности и включающий в себя: обмен инфор-

мацией, выработку единой стратегии взаимодействия, восприятие и понимание другого человека. Из данного определения общения получается, что это сложный процесс, состоящий из трех компонентов:

- коммуникативный, заключающийся в обмене информацией;
- интерактивный – организация взаимодействия между индивидами;
- перцептивный – процесс восприятия и взаимопонимания.

Иными словами, общение есть организация совместной деятельности и взаимоотношений участвующих в ней индивидов.

Нам очень интересны мнения лингвистов, которые акцентируются на социальных характеристиках общения, правилах и особенностях речевого поведения, понятийных интерпретациях коммуникативных актов и речевых поступков. Общение ими определяется как «деловые или дружеские взаимоотношения, обмен мыслями при помощи языковых знаков» [Грушевицкая, 2002, с. 48]. Исследователи большое внимание уделяют психологическим характеристикам коммуникантов, особенностям речевой деятельности, правилам речевого поведения.

Словарная статья слова «коммуникация» состоит из двух значений: во-первых, это путь сообщения, линия связи. Во-вторых, — сообщение, общение. Как видим, термин «коммуникация» представляется более ёмким и также используется как научное понятие в разных научных областях. В социологии под коммуникацией подразумевают передачу социальной информации. Американский социолог Чарлз Хортон Кули определяет коммуникацию как средство актуализации «органически целого мира человеческой мысли» [Cooley, 1953, с. 36]. В психологии коммуникацию понимают, как «процессы обмена продуктами психической деятельности». В философии коммуникация – смысловой и идеально-содержательный аспект социального взаимодействия. В кибернетике – обмен информацией между сложными динамическими системами и их частями, которые в состоянии принимать информацию, накапливать ее, преобразовывать [Урсул, 1971, с. 186].

В английском языке communication есть не что иное, как общение. В русском же языке не представляется возможным поставить знак равенства между коммуникацией и общением, как показало изучение понятийной и семантической сущности рассматриваемых понятий. И коммуникация, и общение – это некий обмен, но если коммуникация рассматривается как обмен информацией, то общение, помимо информационного обмена, предполагает обмен деятельностью, навыками, умениями, опытом. В отличие от коммуникации, общение предполагает не только информационную, но и личностно-экзистенциальную связь между людьми. Таким образом, можно с достаточной определенностью сказать, что коммуникация – это разновидность общения, его информационный аспект, процесс обмена информацией, причем обмен может быть как личностным, так и медиатизированным.

В предлагаемом исследовании нас интересует медиатизированное общение в контексте обучения иностранному языку, способствующее формированию медиакомпетентности вторичной языковой личности студента.

Иванова Л. А. определяет иноязычное медиатизированное общение как «взаимодействие человека с иноязычными СМК, содержанием которого является осмысление сравнительной ценности данного медиапродукта, его эмоционально-смысловых отношений и скрытой составляющей» [Иванова, 2008].

Действительно, информация иноязычных средств массовой коммуникации представляет собой аутентичный источник информации и широко используется в организации педагогического процесса, особенно если речь идет о лингвистических специальностях. Но научить людей общаться опосредованно, через технические средства, научить производить, создавать, а не только понимать иностранную речь – это трудная задача, которая стоит перед педагогическим процессом, осложненная еще и тем, что медиатизированное общение – не просто вербальный процесс. Его эффективность, помимо знания языка, зависит от множества факторов: от условий, культуры общения, правил этикета, от умений создавать, передавать сообщения, способностей к критическому анализу, адек-

ватной оценки получаемой информации и др. Возникает острая необходимость в медиакомпетентности личности.

По словам И. В. Челышевой, «практически любая область деятельности современного человека так или иначе связана с медиа. Современные информационные технологии, появление все новых медиаканалов, широкие мультимедийные возможности и т. п. предъявляют к специалистам различных областей требования, касающиеся не только собственно профессиональных знаний, но и развитой медиакомпетентности» [Челышева, 2009, с. 86]. Нельзя не согласиться, особенно применительно к лингвистическим специальностям. На наш взгляд, вопросы медиакомпетентности личности в обучении имеют особое значение. В большей степени именно через медиатизированное общение происходит формирование медиакомпетентности личности, под которой мы, вслед за А. В. Фёдоровым, понимаем «совокупность ее мотивов, знаний, умений, способностей, способствующих использованию, критическому анализу, оценке и передаче медиатекстов в различных видах, формах и жанрах, анализу сложных процессов функционирования медиа в социуме» [Фёдоров, 2007, с. 40].

Важными представляются выделенные Дж. Поттером три компонента медиакомпетентности: «Первый компонент – опыт. Чем больше у нас опыта контактов с медиа и с реальным миром, тем больше наш потенциал для развития более высокого уровня ... Второй компонент – активное приложение умений в сфере медиа. Третий компонент – созревание/готовность к самообразованию» [Potter, 2001, с. 18]. Как видим, содержание медиакомпетентности формируется через медиатизированное общение, которое направлено на реализацию всех перечисленных компонентов.

Исследователь Бойль считает медиатизированное общение коллективным обучением, которое «дает возможность учащимся выполнять задания и развивать осмысление, чего невозможно достичь в одиночку. ... необходимость излагать и выражать идеи мотивирует учащихся систематизировать знания и выявлять недостатки в своем понимании» [Bjork, 2005, с. 164]. В соответствии с данным утверждением, медиатизированное общение является коллективной де-

тельностью, в которой студент не только излагает и выражает идеи на иностранном языке, но и учится оценивать, критически анализировать, получать, передавать иноязычные медиатексты, т. е. в данном виде деятельности формируется медиакомпетентность вторичной языковой личности.

Ученые Стилс и Джоунс в качестве преимущества медиатизированного общения как формы обучения выделяют социальные аспекты: «мотивация к онлайн общению в пределах учебной группы (или учебного сообщества) капитализирует социальные аспекты обучения» [Bjork, 2005, с. 165]. Студенты получают медиаобразование, учатся работать с информацией на иностранном языке, формируют умения поиска, получения, передачи медиатекстов, развивают способности к оценке, критическому анализу полученных данных, изучают сложные процессы функционирования иноязычных медиа в социуме. Также авторы акцентируют компонент, который в контексте обучения иностранному языку нами интерпретируется как культура. С точки зрения организации процесса обучения иностранному языку данный аспект очень весом, поскольку на современном этапе образования мы говорим об изучении иностранных языков и культур, о диалоге культур, о межкультурной коммуникации. Процесс обучения, формой которого является медиатизированное иноязычное общение, направлен на формирование медиакомпетентности вторичной языковой личности. Основой обучения является аутентичная коммуникация. Получается, что студенты изучают иностранный язык в сопоставительном плане и в диалоге культур, овладевая и совершенствуя как язык, так и культуру. Бесспорно, аутентичность устной и письменной речи неотделима от аутентичности поведения, знакомства с менталитетом, традициями, привычками, характеризующими носителей языка. Как правильно приветствовать, знакомиться, как пользоваться общественным транспортом, как делать покупки на рынке, в супермаркете и как их оплатить, как принято стоять в очереди и т. п. – это и многое другое включается в аутентичность экстралингвистической информации, составляет содержание обучения и характерно для современных методических представлений.

Основным средством осуществления медиатизированного общения на сегодняшний день стал интернет. Глобальная сеть предполагает неограниченные возможности иноязычного медиатизированного взаимодействия людей на межкультурном уровне, максимально приближенного к межличностному общению, обеспечивающая, при необходимости, аудиовизуальной поддержкой или, наоборот, сохраняя анонимность. Сетевое общение дает все возможные виды коммуникации: массовую, групповую, межличностную, которые, в свою очередь, могут объединяться и давать уникальную возможность пользователю одновременно участвовать во всех видах всемирного медиатизированного общения. Например, электронная почта (e-mail) представляет собой межличностное общение (переписка двух студентов), групповое – рассылка сообщений группе студентов, массовое – рассылка учебному сообществу. Конференции, телемосты, предполагающие участие студентов, дистанционно удаленных друг от друга, являются групповым общением. Трансляция иноязычных новостей – массовым. Не представляется возможным скомбинировать и одновременно использовать все перечисленные формы коммуникации, в отличие от интернета. Важно понимать, что многие интернет-ресурсы доступны студентам в одностороннем режиме, делая обозревателя пассивным получателем. А. А. Новикова и А. В. Фёдоров отмечают, что «учащиеся часто используют информационные интернет-ресурсы лишь в «корыстных целях», например, бездумно копируя готовые рефераты. Такая деятельность, естественно, не становится реальной базой для развития медиакомпетентности личности. Пассивное восприятие любой информации может привести к потребительскому отношению к медиа, плагиату текстов, работ, идей, в конечном итоге – к стереотипному мышлению и искаженному мировоззрению» [Новикова, 2008, с. 71]. Для того чтобы использовать эту технологию более результативно в педагогическом плане, медиаресурсы должны быть интерактивными, направленными на формирование и развитие медиакомпетентности личности, превращая студента в активного участника. Поэтому медиатизированное общение, как средство медиаобразования и обучения иностранному языку, основано на двустороннем взаимодействии. Важным

является и то, что обучение, будучи персональным, не обязательно индивидуальное: студент учится больше от других и вместе с другими. Обучение представляется весьма эффективным за счет участия студента в привычных для него повседневных развлекательных видах деятельности, которые в данном случае осуществляются под руководством педагога и являются целенаправленными. Речь идет об интернет-форуме, чате, онлайн-конференции. Для достижения коммуникации и социализации в интернет-работах студентов широко используется система, обеспечивающая асинхронную групповую коммуникацию в системе онлайн-конференции, с помощью которой, в первую очередь, преодолевается коммуникативный барьер, студенты становятся активнее и увереннее в общении.

Анализ литературы показывает, что медиатизированное общение не является инновационным феноменом. Практика применения этого качественно нового способа общения в организации педагогического процесса достаточно широка. Так, например, медиаобразовательные проекты, направленные на формирование медиакомпетентности личности, такие как «web quests». Идея проекта состоит в создании образовательного сайта, где учащиеся в группах осуществляют исследования, посвященные проблемам медиаобразования. Структура web quests состоит из нескольких обязательных разделов:

- введение (где сформулирована тема проекта, обоснована ценность проекта);
- задание (цель, условия, проблема и ее оптимальное решение);
- процесс (поэтапное описание процесса работы, распределение ролей, обязанностей каждого участника, список информационных ресурсов (в электронном виде – на компакт-дисках, видео/аудионосителях, в бумажном виде, ссылки на интернет-ресурсы, адреса сайтов по теме));
- руководство к действиям (как организовать и представить собранную информацию), которое может быть представлено в виде направляющих вопросов, организующих учебную работу (например, связанных с определением временных рамок, общей концепцией, рекомендациями по использованию электрон-

ных источников, предоставлением «заготовок» веб-страниц для облегчения технических трудностей при создании ими самостоятельных страничек как результата изученного ими материала и др.);

- оценка (может включать как шкалу для самооценки и оценки работы коллег по группе, так и описание критериев оценки преподавателем);

- заключение (обобщение результатов, подведение итогов (чему научились, какие навыки приобрели; возможны риторические вопросы или вопросы, мотивирующие дальнейшее исследование тематики)).

После презентации результатов в классе проекты, как правило, размещаются в интернете для ознакомления другими учащимися [Новикова, 2008, с. 72]. Данная технология является популярной за рубежом и приобретает популярность в России. Разработаны так называемые web quests по физике, химии, экологии и другим предметам.

Существуют интернет-проекты по изучению иностранных языков. Пример: проект по изучению иностранных языков через интернет «Тандем». Идея этого проекта состоит в изучении иностранных языков двумя партнерами с разными родными языками с целью совершенствования знаний языка, знакомства со страной, приобретения знаний профессиональной направленности, расширения образовательного и культурного пространства обучаемых. Помимо работы в парах с носителями языка, существует интернет-форум, в котором участвуют не только изучающие иностранные языки, но и преподаватели, которые имеют возможность исправлять ошибки, консультировать и давать рекомендации по лексическим и грамматическим трудностям, стилю и способам выражения. Как отмечает координатор русской версии проекта С. Е. Биятенко-Колоскова, «изучение иностранных языков в интернете имеет большие потенциальные возможности для непрерывного образования» [Биятенко-Колоскова, 2000]. Данный проект приобретает все большее распространение во всем мире. В России существует пока только немецко-русская подсеть. Но несмотря на популярность вышеописанных проектов, нами не найдено ни одного проекта, направленного

на формирование медиакомпетентности вторичной языковой личности студента.

Новым аспектом в использовании медиатизированного общения в педагогическом процессе является применение его как средства медиаобразования, направленное на формирование медиакомпетентности, и средства обучения иностранному языку, направленное на формирование вторичной языковой личности. В этом состоит принципиально новый подход к медиатизированному общению на современном этапе информатизации общества, на котором обучение иностранному языку становится невозможным без медиакомпетентности личности.

Тесная взаимосвязь преподавания иностранного языка и медиаобразования настолько очевидна на сегодняшний день, что вряд ли нуждается в пространственных разъяснениях. Однако анализ практики процесса обучения иностранному языку в высших учебных заведениях показывает отсутствие в ряде случаев медиаобразовательного компонента в содержании обучения. Не наблюдается целенаправленного педагогического руководства в области средств массовой коммуникации. Мультимедиа как ведущее средство обучения по-прежнему используется редко, а в целях формирования медиакомпетентности вторичной языковой личности студентов не используется вообще. Применение информационных технологий в организации процесса обучения иностранному языку, как правило, направлено на реализацию однонаправленной дидактической функции, интенсификации обучения английскому языку, в то время как медиаобразовательный потенциал не учитывается. Медиатизированное общение как форма обучения не применяется. Большой акцент делается на межличностное, непосредственное общение, не дающее возможности формирования практического речевого навыка в отсутствие носителей языка. Таковы некоторые выводы.

Библиографический список

1. Биятенко-Колоскова С. Е. Русская версия международной программы e-mail тандем. Изучение иностранных языков через интернет / С. Е. Биятенко-Колоскова // Материалы конференции «Интернет. Общество. Личность – ИОЛ- 2000» Ростовский государственный университет. –Ростов н/Д, 2000. [Электронный ресурс] <http://www.ict.edu.ru> (дата обращения: 12.05.2014)
2. Воинова Е. Медиатизированная политическая коммуникация: способ медийного искажения политики или способ организации дискурса? / Е. Воинова // Меди@льманах. – 2006. – № 6 http://www.nordicmedia.ru/finrusproject_files/page1174.htm
3. Грушевицкая Т. Г. Основы межкультурной коммуникации: учебник для вузов / Т. Г. Грушевицкая, В. Д. Попков, А. П. Садохин (под ред. А. П. Садохина). М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. 352 с.
4. Зимин М. В. Эффективность медиатизированной массовой коммуникации в избирательном процессе: теоретические модели и электоральная практика / М. В. Зимин / [Электронный ресурс] <http://ej.kubagro.ru/2006/04/pdf/11.pdf> (дата обращения: 08.11.2013)
5. Иванова Л. А. Интеграция медиаобразования и учебной дисциплины «иностраный язык» в образовательном процессе через аудиовизуальные СМК / Л. А. Иванова // Фундаментальные исследования. – 2008. – № 5, с. 75-77. URL: <http://www.rae.ru/fs/pdf/2008/5/27.pdf>
6. Новикова А. А. Медиаобразовательные квесты / А. А. Новикова, А. В. Фёдоров // Инновации в образовании. – 2008. – № 10. С. 71–93.
7. Урсул А. Д. Информация. Методологические аспекты / А. Д. Урсул. М.: Наука, 1971. 211 с.
8. Фёдоров А. В. Развитие медиакомпетентности и критического мышления студентов педагогического вуза / А. В. Фёдоров / М.: Изд-во МОО ВПП ЮНЕСКО «Информация для всех», 2007. 616 с.
9. Чельшева И. В. От медиакультуры – к медиаменеджменту / И. В. Чельшева // Медиаобразование. – 2009. – № 1. С. 86–89.
10. Шариков А. В. Программа дисциплины «Социология массовых коммуникаций» / А. В. Шариков / [Электронный ресурс] http://www.hse.ru/data/093/700/1235/soc_m_komm.doc. (дата обращения: 08.11.2013)
11. Bjork & Holt, Education Across Borders: Philosophy, Policy, Pedagogy – New Paradigms and Challenges / Waseda University Media-Mix Co., Ltd, 2005. 617 с.
12. Cooley Ch.H. The Significance of Communication // Reader in Public Opinion and Communication / Ed. by Berelson B., Janowitz M. – New York, 1953. pp. 145–153.
13. Potter W.J. Media Literacy. Thousand Oaks – London: Sage Publication, 2001, 423 p.