ЛІТЕРАТУРА
1. Овчарук О.В. Компетентнісний підхід у сучасній освіті: Світовий досвід та українські перспективи. Бібліотека з освітньої політики / О.В. Овчарук. – К.: К.І.С., 2004. – 112 с.
2. Барсукова Н.К. Один из подходов к формированию научного мировоззрения студентов / Н.К. Барсукова, Т.И. Шишелова // Современные проблемы науки и образования. – 2008. – № 4. – С. 60-61.
3. Веселова Е.А. Формирование научного мировоззрения студентов в образовательно-воспитательном процессе высшей школы: автореф. дис. … канд. пед. наук: 13.00.01 / Е.А. Веселова. – Нижний Новгород: Нижегород. гос. архитектурно-строительный ун-т, 2008. – 27 с.
4. Егорова Л.С. Процесс формирования профессионального мировоззрения студенческой молодежи / Л.С. Егорова, В.Ю. Старосотникова // Вест. Нижегород. ун-та им. Н.И. Лобачевского. Сер.: Социальные науки. – 2009. – № 4 (16). – С. 58-63.
5. Жеглова О.А. Формирование языковой личности студентов вуза в условиях гуманитаризации высшего образования / О.А. Жеглова // Молодой ученый. – 2011. – № 6, т.2. – С. 148 – 150.
6. Кузнецов В.Н. Основания современного мировоззрения: социологические особенности мировоззрений 2012 года и последующих лет в контексте РИО+20 / В.Н. Кузнецов. – М.: Книга и бизнес, 2012. – 685 с.
7. Митина Л.М. Психологическое сопровождение выбора профессии / Л.М. Митина. – М.: Флинта, 1998. – 180 с.
8. Мусалаева А.Р. Особенности формирования профессиональной направленности психологов в период вузовского обучения / А.Р. Мусалаева. – Ставрополь: СевкавГТу, 2004. – 25 с.
9. Пряжников Н.С. Профессиональное и личностное самоопределение. – М.: Изд-во “Институт практической психологии», 1996. – 256 с.
10. Редькина Е.Б. Влияние особенностей мотивации формирования мировоззрения на уровень его развития у учащихся: автореф. дис. … канд. психол. наук: 19.00.07 / Е.Б. Редькина. – М.: МГУ им. М.В. Ломоносова, 1992. – 21 с.
11. Решетова З.А. Психологические основы процесса подготовки студентов вуза / З.А. Решетова. – Полтава: ПГПИ, 1991. − 78 с.

Т.С. СУХОМЛИН. ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МИРОВОЗЗРЕНИЯ БУДУЩЕГО УЧИТЕЛЯ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА

Резюме. *В статье рассматривается понятие профессионального мировоззрения и профессиональной компетентности педагога, приводится классификация профессиональных знаний, умений и навыков, которые составляют когнитивно-технологический компонент профессиональной компетентности преподавателя иностранного языка.*

Ключевые слова: *профессиональное мировоззрение, профессиональная компетентность, социокультурный компонент, аутопсихологическая компонент, когнитивно-психологический компонент, персональный компонент.*

T.S. SUKHOMLYN. PEDAGOGICAL CONDITIONS OF PROFESSIONAL OUTLOOK FORMATION OF FUTURE FOREIGN LANGUAGE TEACHERS

The summary. *The article discusses the concept of professional outlook and professional competence of the teacher, a classification of professional knowledge and skills that make up the cognitive and technological component of professional competence of a foreign language teacher.*

Key words: *professional outlook, professional competence, social and cultural component, autopsychological component, cognitive psychological component, personal component.*

Одержано редакцією 13.02.2015 р.

УДК: 377. 3: 070 **Н.Р. БОБАЛЬ**

ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ТЕКСТІВ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ У ФОРМУВАННІ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ

Резюме. *В статті обґрунтовано доцільність використання текстів ЗМІ у формуванні соціокультурної компетентності, окреслені основні критерії відбору текстів, етапи роботи, типи завдань, а також перелічені уміння, які здобувають студенти у процесі роботи з текстами ЗМІ.*

Ключові слова: *соціокультурна компетентність, тексти ЗМІ, мова ЗМІ.*

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв’язок із важливими науковими чи практичними завданнями. У Загальноєвропейських рекомендаціях із мовної освіти особлива увага приділяється необхідності формування навичок міжкультурного спілкування у процесі навчання іноземних мов: здатності встановлювати зв’язок між власною та іноземною культурою, готовності виконувати роль посередника між різними культурами, ефективно керувати розв’язанням конфліктів тощо. Таким чином, особлива увага приділяється формуванню соціокультурної компетентності. На нашу думку, *соціокультурна компетентність студентів* – це їхня здатність реалізувати набуті в процесі навчання знання про різноманітність культур, вміння знаходити й

виокремлювати відомості про культурні особливості для правильної інтерпретації, аналізу подій та фактів у процесі отримання інформації про актуальні проблеми сучасності [1, 111].

Водночас сьогодні засоби масової інформації (надалі ЗМІ) є основним способом здійснення комунікації, тобто спілкування, передачі інформації від людини до людини. Комунікація сприяє соціальній і культурній єдності за допомогою використання мов і знаків. Отже, у формуванні соціокультурної компетентності основну увагу ми приділяємо роботі з текстами ЗМІ.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. На важливість формування соціокультурної компетентності у процесі мовної підготовки студентів наголошується у сучасних науково-педагогічних дослідженнях як зарубіжних, так і вітчизняних учених: з психології навчання іноземним мовам і мовній педагогіці (І.А. Зімняя, Р.П. Мільруд, А.А. Леонтьєв тощо); теорії та методики навчання іноземним мовам і міжкультурної комунікації (Т.В. Сисоєв, С.Г. Тер-Минасова, В.П. Фурманова та ін); лінгвокраїнознавства (Е.М. Верещагін, В.Г. Костомаров); взаємозв'язку мови і культури (В.Ф. Гумбольдт, В.З. Панфілов, Є. Сепир, Б.Л. Уорф та ін. У той же час, незважаючи на важливість і актуальність цих досліджень особливості застосування текстів ЗМІ у формуванні соціокультурної компетентності не була предметом спеціального педагогічного дослідження.

Формулювання цілей статті, постановка завдань. Метою нашої статті є дослідити особливості застосування текстів ЗМІ у формуванні соціокультурної компетентності. Відповідно до мети нами визначено основні завдання: дослідити особливості текстів ЗМІ, мови ЗМІ зокрема та визначити критерії відбору текстів ЗМІ для навчання студентів та формування у них соціокультурної компетентності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Тексти ЗМІ – це продукція засобів масової інформації: газет, журналів, телепрограм, радіопередач, реклама. Слід зазначити, що поняття «текст» стосовно сфери масової інформації не лише використовується для позначення власне текстового вербального ряду, а й набуває рис об'ємності та багатовимірності, охоплюючи такі важливі для продукції ЗМІ складові, як: візуальний ряд у його графічному або телевізійному втіленні, а також аудіоряд у вигляді твору. Тому поняття «текст ЗМІ» не лише відноситься до словесного ряду, а й містить сукупність усіх екстралінгвістичних, значущих компонентів: графіку, образи, звуки і т. ін., конкретний набір яких залежить від типу ЗМІ.

Тексти ЗМІ – це соціально значущі повідомлення, які переважають у суспільстві над усіма іншими видами текстів. Домінування текстів ЗМІ зумовлюється тим, що у процесі свого розвитку суспільство створило такі мас-медійні структури, що незалежно від бажання і волі індивіда створюють особливе середовище, насичене інформаційними потоками, які продукуються ЗМІ. Як член суспільства, людина не може уникнути взаємодії з його інформаційним простором: вона сприймає, переробляє різноманітні інформаційні потоки і часто діє під впливом ЗМІ. Соціальний зміст текстів обумовлений актуальністю і новизною, відповідністю запитам аудиторії, глибиною аналізу соціальної дійсності, випереджуючою постановкою суспільно значущих проблем, наявністю ідеалів і соціально-політичних орієнтирів, досконалістю форми подачі матеріалу. Тексти ЗМІ також виконують функцію орієнтації людини в навколишньому середовищі, є джерелом значущої для людини інформації про природну та соціальну реальність, на основі якої вона приймає життєво важливі рішення та дають досить повне уявлення про політичні, економічні та соціокультурні процеси (Т. Добросклонская, Н. Кирилова, С. Сметаніна та ін). «Автор і його аудиторія роз'єднані у часі, але живуть в загальному національно-культурному полі» [2, 44].

Вчені виокремлюють особливу мову ЗМІ як знакову систему змішаного типу, якій притаманні певні риси. Мова ЗМІ – це: весь корпус текстів, вироблених і поширюваних засобами масової інформації; стійка внутрішньомовна система, що характеризується певним набором мовностилістичних властивостей і ознак; особлива знакова система змішаного типу з певним співвідношенням вербальних і аудіовізуальних компонентів, специфічним для кожного з засобів масової інформації: преси, радіо, телебачення, Інтернету [3, 19-20].

«Мова масової інформації», що виразилося у виокремленні в ній рівня вербального і рівня медійного, або аудіовізуального, розглядається як знакова система змішаного типу, що поєднує в собі вербальні та аудіовізуальні коди. Це дало можливість визначити мовну специфіку кожного конкретного засобу масової інформації.

Так, специфіка мови преси полягає у взаємодії вербальних та графічних компонентів. Тип і розмір шрифту, наявність ілюстрацій, використання кольору, якість паперу, розташування матеріалів на смузі – все це щільно поєднується зі словесним рядом, утворюючи єдине ціле – синкретичну мову преси.

Головною особливістю мови радіо є поєднання словесного і звукового ряду. Використання широкого спектру можливостей аудіоряду музики, шумових ефектів, фонетичних і паратембральних властивостей мовлення (інтонація, темп, впізнаванні акценти, індивідуальні голосові якості) робить мову радіо потужним засобом впливу на масову аудиторію.

Мова телебачення є ще більш досконалою системою кодифікованого впливу, оскільки до рівнів вербального й звукового додається рівень візуальний, а саме рухоме кольорове зображення. Тому телебачення вважається найефективнішим у плані впливу на суспільну свідомість засобом масової інформації.

Незважаючи на різноманіття видів текстів, всі вони мають спільні риси: відображають світ соціальної реальності і творче «я» журналіста; несуть відбиток джерела інформації; створюються з урахуванням того чи

іншого каналу комунікації; підпорядковуються професійним критеріям, виробленими тим колективом, де працює автор.

Аналіз наукової літератури довів, що при відборі навчального матеріалу, на нашу думку, слід користуватися наступними критеріями:

1. *Лінгвокраєзнавча цінність*. Формування культурологічного фону має проходити на основі вивчення студентами національної культури.
2. *Сучасність і загальновідомість у середовищі носіїв мови*. Відбирати слід інформаційні одиниці соціокультурного характеру, які є актуальними на цей час.
3. *Чітка диференціація з рідною культурою*. Це необхідно для запобігання культурної інтерференції, яка зумовлена соціальним перенесенням загальноприйнятих принципів одної культури на принципи іншої культури.
4. *Тематичність*. Матеріал має бути об'єднаний за актуальними темами.
5. *Урахування психологічних особливостей адресата інформації*. Підбір матеріалів має узгоджуватися потенційною можливістю їх сприйняття студентами.

Також при відборі таких текстів слід керуватися додатковими критеріями:

- наявність у кожному інформаційному матеріалі новизни в поданні обговорюваної проблеми, нових аспектів розгляду, нових штрихів;
- наявність у текстах, інформаційному матеріалі, запропонованих для дискусії, різних точок зору на одну й ту ж проблему;
- тема, запропонована для обговорення, повинна бути досить усталеною.

О. Федоров представив роботу з текстами ЗМІ у вигляді таких основних блоків [5]:

- констатувальний (початковий) блок: констатація рівнів розвитку та сприйняття текстів ЗМІ в конкретній студентській аудиторії на початковому етапі навчання;
- практично-креативний блок: розвиток практичних умінь студентів самовиражатися (створювати тексти ЗМІ різних видів і жанрів);
- перцептивно-креативний блок: осмислення тексту ЗМІ (з урахуванням видів і жанрів текстів ЗМІ, їх зв'язків із різними мистецтвами і т. ін.); передбачає такі творчі завдання, як, наприклад, написання статей для преси;
- аналітичний блок: розвиток умінь студентів аналізувати тексти ЗМІ різних видів і жанрів;
- констатувальний *(підсумковий) блок*: констатація рівнів розвитку та сприйняття творів у даній студентській аудиторії на фінальному етапі навчання.

Для формування соціокультурної компетентності з використанням текстів ЗМІ пропонуємо такий цикл практичних вправ і творчих завдань:

- підбір інформації з якої-небудь теми з доступних джерел;
- пропозиція теми і назви передач, статей, відео- або аудіопродукції, які можуть доповнити досліджуваний матеріал із якого-небудь предмету;
- вибір трьох кращих фільмів / мультфільмів поточного телетижня, обґрунтування свого вибору;
- ранжування запропонованої інформації за її соціальною значущістю;
- складання тематичної добірки інформаційних матеріалів із газет і журналів із будь-якої теми, короткого опису відеосюжету на певну тему;
- запис на відеомагнітофон декількох телесюжетів із певної теми, складання до них завдань і коментарів;
- прослуховування усної інформації з подальшим викладенням її у вигляді коміксу або ілюстрації у вигляді малюнків, усної інформації з наступним складанням сценарного плану відеосюжету;
- виклад запропонованої інформації у формі послання в майбутнє / минуле; наприклад в жанрі публікації в «Аргументи і факти»; зі зміною інформації таким чином, щоб вона стала доступною малюкові;
- ознайомлення з телепрограмою з наступним складанням анонсів кількох передач за їх назвами; з інформацією з метою визначення аудиторії, якій вона адресована; зміни інформації з урахуванням запропонованого нового адресата;
- ознайомлення з інформацією та з коментарем до неї з метою обґрунтування власної позиції до коментаря; виявлення та виправлення у ній помилок; складання анонсу або рецензії;
- ознайомлення з інформаційним повідомленням із метою складання плану, за яким можна відтворити його головну думку або сюжет; знайти на контурній карті місця, де відбуваються викладені події; представлення запропонованої інформації в табличній формі тощо [4, 78].

Завдання сприяють розвитку в студентів наступних умінь: *практико-креативних* (самовираження за допомогою медіатехніки, тобто створення текстів ЗМІ різних видів і жанрів); *перцептивно-креативних* (з урахуванням видів і жанрів текстів ЗМІ, їх зв'язків із різними мистецтвами і т. ін.); *аналітичних* (аналіз текстів ЗМІ різних видів і жанрів).

Висновки з описаного дослідження і перспективи подальших розвідок. Формування соціокультурної компетентності студентів забезпечується оволодінням мовою в нерозривному зв'язку з пізнанням культури країни, що вивчається, орієнтації навчально-виховного процесу на розвиток у студентів розуміння відмінностей між рідною та іншою культурами, усвідомленню важливості культурного різноманіття, толерантного ставлення до іншої культури; спрямування навчання на опрацювання текстів ЗМІ.

Саме тексти ЗМІ є джерелом інформації про природну та соціальну реальність, дають уявлення про політичні, економічні та соціокультурні процеси, служать основою для опису сучасного стану мови. Саме в

текстах ЗМІ відображення і фіксуються численні зміни мовної дійсності, всі процеси, характерні для сучасного вживання мови.

Нами окреслені основні критерії відбору текстів ЗМІ в якості навчального матеріалу, етапи роботи, типи завдань, а також перелічені уміння, які здобувають студенти у процесі роботи з текстами ЗМІ.

Проведене дослідження, звісно, не вичерпує всіх аспектів окресленої проблеми. Подальшого дослідження потребують проблеми організації самостійної пізнавальної, пошукової діяльності студентів на навчальних заняттях з використанням текстів ЗМІ.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бобаль Н.Р. Формування соціокультурної компетентності майбутніх журналістів у процесі професійної підготовки: дис. ... канд. пед. наук: 13.00.04 / Наталія Робертівна Бобаль. – Вінницький держ. пед. ун.-т ім. М. Коцюбинського, 2002. − 224 с.
2. Богуславская В.В. Моделирование текста: лингвосоциокультурная концепция. Анализ журналистских текстов / Вера Васильевна Богуславская. − М., 2008. – 280 с.
3. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ (Современная английская медиаречь) / Татьяна Георгиевна Добросклонская. – М.: Флинта: Наука, 2008. − 264 с.
4. Зазнобина Л.С. Стандарт медиаобразования, интегрированного в гуманитарные и естественно-научные дисциплины начального общего и среднего общего образования / Людмила Семеновна Зазнобина; под ред. Л. С. Зазнобиной // Медиаобразование. − М.: Изд-во Московского института повышения квалификации работников образования, 1996. – С. 72-78.
5. Федоров А.В. Развитие медиакомпетентности и критического мышления студентов педагогического вуза / Александр Викторович Федоров. – М.: Изд-во МОО ВПП ЮНЕСКО «Информация для всех», 2007. – 616 с.

Н.Р. БОБАЛЬ. ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ТЕКСТОВ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ В ФОРМИРОВАНИИ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ

Резюме. *В статье обоснована целесообразность использования текстов СМИ в формировании социокультурной компетентности, очерчены основные критерии отбора текстов, этапы работы, типы задач, а также перечислены умения, которые получают студенты в процессе работы с текстами СМИ.*

Ключевые слова: *социокультурная компетентность, тексты СМИ, язык СМИ.*

N.R. BOBAL. APPLICATION OF MEDIA TEXTS IN FORMING OF SOCIOCULTURAL COMPETENCE

The summary. *The Common guidance on language education focuses on the need to develop intercultural skills in foreign languages learning: the ability to communicate between its own and foreign culture, willingness to mediate between different cultures, to effectively manage conflict resolution and so on. Thus, special attention is paid to the formation of sociocultural competence.*

Using of media texts in forming of the sociocultural competence is grounded in the article, as the above-mentioned texts represent information about the natural and social reality, give an idea of the political, economic and socio-cultural processes, provide an opportunity for describing the current state of the language. The main criteria for selecting texts, task types, and skills that students acquire in the process of work with media texts are outlined.

Key words: *sociocultural competence, media texts, media language.*

Одержано редакцією 03.02.2015 р.

УДК: 378. 147: 811 **Л.О. ПОТЕНКО**

РОЛЬ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У НАВЧАННІ ІНОЗЕМНИХ МОВ У ВИЩІЙ ШКОЛІ

Резюме. *Стаття висвітлює актуальні питання впровадження та використання інноваційних педагогічних технологій і методик у вищих навчальних закладах України. Проаналізовано сучасні підходи до визначення інноваційних технологій навчання іноземних мов, обґрунтовано доцільність використання інноваційних методів у практиці навчання іншомовного спілкування.*

Ключові слова: *педагогічні технології, інноваційні технології, навчання іноземної мови, інноваційні навчальні методи.*

Постановка проблеми та її актуальність. Глобалізація світових економічних і політичних процесів, а також події останнього часу в Україні висувають нові вимоги до структури та якості освіти. Одним із шляхів реформування освітньої системи України постає впровадження в навчальний процес вишів інноваційних педагогічних технологій і методів. Використання сучасних інноваційних технологій у вищій школі сприяє розвитку особистості, забезпечує адаптацію інноваційних методик до європейських освітніх стандартів. Інтеграція України в культурний, освітній і економічний простір європейської спільноти вимагають якісної підготовки фахівців, здатних до успішного вирішення проблем, обумовлених політичними, соціально-економічними, світоглядними й іншими факторами, серед яких варто виділити необхідність підвищення якості освіти.