

УДК 378.047:811.111:070

Вавіліна С. Г.,
кандидат педагогічних наук,
доцент кафедри іноземних мов професійного спрямування,
Запорізький національний університет,
vavilina.s@gmail.com

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ПІАР-ТЕКСТІВ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ В МАЙБУТНІХ ЖУРНАЛІСТІВ ПРОФЕСІЙНО СПРЯМОВАНОЇ АНГЛОМОВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ В ЧИТАННІ

У статті розглянуто питання навчання майбутніх журналістів професійно орієнтованого читання на основі англійських піар-текстів. Зокрема, обґрунтовано актуальність такого навчання в контексті сучасних тенденцій на журналістському ринку праці та розкрито дидактичний потенціал текстів сфери зв'язків із громадськістю для формування в студентів професійно спрямованої англійської компетентності в читанні. Надано рекомендації щодо практичної інтеграції запропонованої методики до курсу «Англійська мова професійного спрямування» на факультеті журналістики в чіткій координації з навчальними планами підготовки майбутніх фахівців. Визначено релевантні для навчання професійно орієнтованого читання принципи та критерії добору текстового матеріалу. Докладно описано етапи навчання, охарактеризовано типи і види вправ, наведено приклади авторських розробок для навчання стратегій читання англійських піар-текстів.

Ключові слова: піар-текст; професійно спрямована англійська компетентність у читанні; майбутні журналісти; медіаграмотність; медіатекст; стратегії читання.

Вавіліна С. Г.,
кандидат педагогічних наук,
доцент кафедри іноземних мов професійного спрямування,
Запорізький національний університет,
vavilina.s@gmail.com

ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПИАР-ТЕКСТОВ ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ У БУДУЩИХ ЖУРНАЛИСТОВ ПРОФЕССИОНАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННОЙ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ В ЧТЕНИИ

В статье рассматривается проблема обучения будущих журналистов профессионально ориентированному чтению на основе англоязычных пиар-текстов. В частности, обосновывается актуальность такого обучения в контексте современных тенденций на журналистском рынке труда и раскрывается дидактический потенциал текстов сферы связей с общественностью в формировании у студентов профессионально ориентированной англоязычной компетентности в чтении. Предоставляются рекомендации относительно практического интегрирования предложенной методики в курс «Английский язык профессиональной направленности» на факультете журналистики в строгой координации с учебными планами подготовки будущих специалистов. Определяются релевантные для обучения профессионально ориентированному чтению принципы и критерии отбора текстового материала. Детально описываются этапы обучения, дается ха-

рактеристика типам и видам упражнений, приводятся примеры авторских разработок для обучения стратегиям чтения англоязычных пиар-текстов.

Ключевые слова: пиар-текст; профессионально ориентированная англоязычная компетентность в чтении; будущие журналисты; медиаграмотность; медиатекст; стратегии чтения.

Vavilina, Svitlana,
PhD in Pedagogical Sciences,
Associate Professor of the Department of Languages for
Specific Purposes,
Zaporizhzhya National University,
vavilina.s@gmail.com

THE PECULIARITIES OF USING PR TEXTS FOR FORMING PRE-SERVICE JOURNALISTS' PROFESSIONAL ENGLISH READING COMPREHENSION COMPETENCE

The article deals with the prospects of using PR texts in teaching journalism students reading comprehension for specific purposes. The main focus is put on the relevance of PR text-based teaching methodology to the reformation processes in the Ukrainian higher education as well as to the current trends in the Ukrainian journalism labour market. Through outlining the main principles and specific criteria that should be applied to selection of educational materials, this research highlights the most substantial features of PR and media texts that will make them pertinent to the proposed methodology. The article also provides references to resources to help teachers find relevant texts and seek for methodological guidance. Another aspect explored in this paper is the role of instructional strategies in developing English reading skills. Introduced with explicit instructions and teacher modelling, these skills can be supported by additional scaffolding tools. The instructional support provided in this research takes the form of graphic organizers designed specifically for reading PR texts of different genres. The article also dwells on the phases of forming pre-service journalists' professional communicative competence in the English language reading and types of learning activities corresponding to each stage. This work contributes the assessment criteria designed to evaluate learners' reading skills. The author's findings may be useful in teaching foreign languages for specific purposes to students majoring in humanities and in creating integrated media literacy courses for students majoring in different other sciences.

Key words: PR text; professional communicative competence in English reading comprehension; pre-service journalists; media literacy; media text; reading strategies.

Постановка проблеми. На сучасному етапі реформування вищої освіти пріоритетність професійно орієнтованого навчання іноземної мови отримала державне визнання. Так, листом Міністерства освіти і науки України «Про організацію вивчення гуманітарних дисциплін» рекомендовано при розробці навчальних планів створювати умови для вивчення англійської мови як мови міжнародного академічного спілкування відповідно до Загальноєвропейських рекомендацій з мовної освіти [3]. Передбачена новим законом «Про освіту» [1] можливість викладання дисциплін двома чи більше мовами, у тому числі англійською, надає законодавчі підстави для створення інтегрованих навчальних курсів іноземної мови з предметами професійного циклу підготовки майбутніх фахівців. Наслідком усіх цих заходів стало запровадження в закладах вищої освіти нових підходів до організації процесу навчання іноземної мови відповідно до вимог ринку праці, на якому студенти будуть функціонувати як спеціалісти [4, с. 5]. Тенденції на сучасному журналістському ринку праці, спричинені економічною глобалізацією та концентрацією власності на медіаринку, впливом нових форматів і технологій, свідчать про послаблення незалежної громадської ролі журналіста, праця якого все більше підпорядкована приватним інтересам медіакорпорацій. В умовах комерціалізації засобів масової інформації та збільшення обсягу інформаційного мовлення журналісти змушені активно звертатися до запропонованих піар-спеціалістами матеріалів, що призводить до експансії піару в журналістику. Ефективне використання піар-текстів у майбутній журналістській діяльності передбачає сформованість у студентів умінь професійно орієнтованого читання відповідних текстів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Актуальні питання формування іншомовної професійної комунікативної компетентності в процесі фахової підготовки студентів факультетів журналістики перебували в центрі наукових інтересів Т. О. Бударіної, Т. В. Ємельянової, Є. О. Макеєвої, Л. Є. Нагорнюк, О. Г. Самохвалова, І. М. Чемерис. Проте в цих дослідженнях не вивчається дидактичний потенціал автентичних піар-текстів у формуванні англійської читацької компетентності.

Поза увагою вчених залишаються й перспективи інтегрованого навчання майбутніх журналістів іноземної мови професійного спрямування

та основ медіаграмотності, яке видається актуальним у світлі зазначених урядових ініціатив і Концепції впровадження медіаосвіти в Україні [2]. Дослідники медіаосвіти та медіадидактики (Барішполець О. Т., Волошенюк О. В., Добросклонська Т. Г., Іванов В. Ф., Нагорнюк Л. Є., Онкович Г. В., Різун В. В., Сахневич І. А., Федоров О. В.) одноставні в думці, що основним засобом формування медіаграмотності є медіатекст. Розвиток у студентів здатності визначати технології впливу медіатекстів дозволяє створити передумови успішного навчання професійно орієнтованого читання англійських піар-текстів, у яких застосовано подібні способи формування громадської думки.

З огляду на викладене вище, актуальність формування у студентів факультетів журналістики професійно спрямованої компетентності в читанні англійських піар-текстів зумовлюється соціальним замовленням суспільства на підготовку фахівців, здатних ефективно використовувати піар-матеріали для створення журналістських текстів, і висуненням вимог до підвищення рівня медіаграмотності студентів закладів вищої освіти України.

Мета статті – описати особливості використання піар-текстів для формування в майбутніх журналістів професійно спрямованої англійської компетентності в читанні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Формування читацької компетентності на основі англійських піар-текстів має відбуватися в межах релевантних тем навчальної програми дисципліни «Англійська мова професійного спрямування» для студентів факультету журналістики у координації з навчальними планами дисциплін професійного циклу, безпосередньо пов'язаних із тематикою дібраного змісту навчання.

Добір текстового матеріалу для навчання майбутніх журналістів професійно орієнтованого читання на основі англійських піар-текстів доцільно здійснювати за принципами інформативності та новизни; автентичності; жанрової достатності та репрезентативності; відповідності комунікативним потребам, інтелектуальному рівню й інтересам студентів; культурологічної та країнознавчої цінності; співвіднесеності типів текстів із видами професійно орієнтованого читання; урахування обсягу текстового матеріалу.

За додатковим критерієм прецедентності передбачається, що англійські піар-тексти мають

бути: 1) значущими для суспільного життя та ціннісними в пізнавальному аспекті; 2) добре відомими в історії піару; 3) такими, посилання на які багаторазово відбувається в дискурсі піар-комунікацій. Так, задовольняють цей критерій піар-тексти, що є складниками відомого прецедентного феномену в історії кризового піару, а саме вибуху нафтової платформи «Deerwater Horizon» у Мексиканській затоці 20 квітня 2010 року. Розлив нафти з платформи, власницею якої була британська нафто-газова компанія «BP», спричинив одну з найбільших екологічних катастроф в історії людства. Дії компанії щодо подолання наслідків аварії залишаються в центрі уваги як піар-комунікацій, що намагаються підтримувати позитивний імідж організації, так і різноманітних засобів масової інформації (ЗМІ), які критикують спроби нафтового гіганта ліквідувати заподіяну довіллю шкоду. Використання таких піар-текстів під час навчання англomовного професійно орієнтованого читання дозволяє звернутися до історії успішного та провального піару, залучити сучасні журналістські матеріали, стимулювати пошукову діяльність студентів.

Зорієнтуватись у різноманітності медіатекстів допоможе дотримання критеріїв багатовимірності та інтерпретаційної неоднозначності письмових текстів масової комунікації. Такі тексти, зазвичай невеликі за обсягом, мають містити паралінгвістичний компонент і високу концентрацію мовних і стилістичних факторів впливу. Багате джерело нестандартних медіатекстів містить безкоштовний електронний архів творчої реклами Ads of the World. Високоякісні тексти, які є номінантами або володарями престижних премій і нагород, розташовані на сайті відповідно до каналу масової комунікації (друковані, аудіо, телебачення, Інтернет, нетрадиційний контекст) і сфер людської діяльності (політика, дозвілля, мистецтво, ЗМІ, спорт тощо), що дає змогу викладачеві організувати цілеспрямований пошук матеріалів для навчання.

Джерелами добору піар-текстів можуть слугувати медіа-центр Британської телерадіомовної корпорації (BBC), веб-сайти британських видань (The Guardian, Daily Mirror), прес-офіси провідних міжнародних компаній та організацій (Apple, BP, Gucci, Benetton, McDonald's), веб-сайт Британського чартерного інституту паблік рілейшнз (CIPR), матеріали для викладачів «Критична медіаграмотність: міждисциплінарний

підхід» Міністерства освіти провінції Онтаріо (Think Literacy: cross-curricular approaches).

На особливу увагу заслуговує такий ресурс, як методичні рекомендації «Медіаграмотність через критичне мислення» (Media Literacy Through Critical Thinking), розроблені Крісом Ворснопом (Chris M. Worsnop) за підтримки NW Center for Excellence in Media Literacy, Канада [5; 6]. Під час створення підсистеми вправ для формування медіаграмотності рекомендовано спиратися на подану в цьому посібнику модель курсу з формування та розвитку вмінь критичного аналізу медіатекстів, що ґрунтується на п'яти ключових положеннях медіаграмотності. Так, загалом запозичаючи схему К. Ворснопа, можна обмежити кількість положень, змінити порядок виконання завдань і вилучити фінальні проектні роботи студентів, що зумовлюється логікою організації навчання та його часовими межами. Тексти й навчальні матеріали слід повністю оновити, модернізувати та дібрати з урахуванням спеціальних потреб студентів факультету журналістики.

Оптимізації процесу навчання майбутніх журналістів професійно орієнтованого читання англomовних піар-текстів сприятиме використання когнітивних стратегій перед, під час і після читання тексту. Студенти опановують стратегії читання за допомогою пояснень викладача та роботи з графічними інструкціями. Такі інструкції становлять собою візуальні опори у вигляді схем, таблиць, навідних питань, пояснень, прикладів і завдань для тренування тих чи інших стратегій читання. Джерелом графічних інструкцій для навчання читання можуть бути численні веб-сайти, але викладачам рекомендуємо створювати власні інструкції, які б урахували особливості навчання різних видів професійно орієнтованого читання, жанрових і лінгвостилістичних ознак дібраних до змісту навчання текстів. Наприклад, запропонована нижче інструкція (рис. 1) була створена нами для активізації фонових знань студентів шляхом аналізу елементів корпоративного стилю (логотипу та слогану) перед читанням тексту.

Рекомендуємо узгоджувати етапи формування вмінь медіаграмотності з етапами навчання професійно орієнтованого читання англomовних піар-текстів таким чином.

На *підготовчому етапі* формуються вміння критичного мислення, які сприяють глибокому розумінню медіатекстів загалом і піар-текстів зо-

Company Logo Analysis Template

LOGO

- 1. Identify the name of the company**
Whose logo is it?
- 2. Activate your background knowledge**
*What do you know about the company?
What field does it operate in?
What is it known for?
What reputation does it have?*
- 3. Analyze the letters**
*Is it an abbreviation or an acronym? Can you decode it?
What is the use of capitalization, bold type, larger font, colour, etc.?
Are there any iconic features? How do they add to the meaning?*
- 4. Analyze the symbols and images**
*What do the symbols (images) stand for?
What information can we get about company's activities, policy and commitments?
How are the colours used to emphasize key company strategies and/or values?*
- 5. Do some research**
 - 1) Logo evolution**
Find the older versions of the logo on the Internet. What changes has it undergone over the time? How do these modifications reflect the changes in corporate ideology, culture, policy, etc. (i.e. going green, elimination of a negative image, differentiation from competitors and so on)?
 - 2) Logo parody**
Find some of the logo parodies on the Internet. Which of the company policies and corporate values do they criticize? How can they help to make a balanced judgment about company's activities and their impact on society?

Рис. 1. Графічна інструкція аналізу логотипу компанії

крема та підвищують мотивацію студентів до вивчення не тільки іноземної мови, а й інших дисциплін професійного циклу. Завдання цього етапу спрямовані на формування вмінь виявляти додаткові рівні значення медіатексту, розуміти зумовленість вибору засобів впливу типом цільової аудиторії тощо. Виконання вже на цьому етапі комунікативних, рецептивно-репродуктивних і продуктивних вправ дозволяє студентам активізувати свої лінгвістичні та фонові знання, акцентувати професійний компонент і створити активну й інтелектуально напружену атмосферу на заняттях, а добір медіатекстів, які є близькими за формою та жанрами до текстів сфери зв'язків із громадськістю, допоможе логічно та послідовно перейти до виконання вправ, які готують до читання піар-текстів.

На основному етапі відбувається подальше формування вмінь медіаграмотності за допомогою вправ для розвитку вмінь аналізувати та інтерпре-

тувати медіаінформацію. Комунікативний та умовно-комунікативний характер цих вправ сприяє розумінню технологій і прийомів створення та функціонування медіатекстів, особливостей взаємодії з цільовими аудиторіями.

Вправи для контролю рівня сформованості вмінь медіаграмотності на завершальному етапі у формі *особистого й аналітичного відгуків* (створених на основі запропонованих К. Ворснопом схем [6, с. 63–70]) дозволяють оцінити рівень сформованості вмінь критичного сприйняття медіаінформації та застосовувати стратегії аналізу текстів ЗМІ для досягнення критичного рівня розуміння англомовних піар-текстів. Метою *особистого відгуку* є висловлювання власних думок і ставлення до тексту. Запропоновані студентам вказівки допомагають обґрунтувати думки та розгорнуто пояснити враження, отримані при читанні тексту. Створення *аналітичного відгуку* дозволяє системно застосувати вміння аналізу медіатекстів з оперттям на всі ключові положення медіаграмотності. Студентам пропонується покрокова інструкція з підготовки аналітичного відгуку та форма для його заповнення. Результатом проведеної аналітичної роботи, крім власне відгуку, є формулювання розгорнутої оцінки медіатексту стосовно ефективності його впливу на цільову аудиторію.

Під час формування професійно спрямованої компетентності в читанні англомовних піар-текстів основними формами організації навчального процесу є практичні аудиторні заняття та самостійна робота. Загалом для навчання студентів-майбутніх журналістів професійно орієнтованого читання на основі англомовних піар-текстів рекомендується відводити по одному аудиторному заняттю (усього 12 занять) у межах тих тем, які дозволяють залучити дібраний за окресленими принципами та критеріями текстовий матеріал. Аудиторні та самостійні завдання є взаємопов'язаними. Останні спрямовані на вдосконалення навичок та розвиток умінь, які формуються під час виконання вправ на аудиторному занятті. Для самостійної роботи студентам пропонується виконання домашніх завдань, читання текстів порівняно великого обсягу, пошук та аналіз медіатекстів, здійснення кейс-стаді, підготовка особистих й аналітичних відгуків.

Перед виконанням вправ для розвитку вмінь професійно орієнтованого читання англомовних піар-текстів проводиться *вхідне тестування* сту-

дентів з метою визначення початкового рівня сформованості навичок і вмінь читання медіа- і піар-текстів. Тривалість написання цього тесту становить дві аудиторні години.

До тесту доцільно залучити завдання для перевірки рівня сформованості таких складників професійно спрямованої комунікативної компетентності в читанні текстів сфери піару, як: 1) умінь медіаграмотності: студенти обирають відповіді на питання, які перевіряють елементарні знання термінології медіаграмотності і медіакультури, а також здатність адекватно визначити авторську позицію; називають лінгвістичні й екстралінгвістичні засоби впливу медіатекстів; 2) мовленнєвих навичок професійно орієнтованого читання: студенти виконують два завдання для перевірки рівня сформованості лексичних навичок: а) знаходять і виписують з тексту п'ять лексичних одиниць із позитивним забарвленням; б) заповнюють пропуски в тексті лексичними одиницями; та два завдання для перевірки сформованості граматичних навичок: а) заповнюють пропуски в тексті сполучниками, прийменниками та іншими засобами синтаксичного зв'язку; б) здійснюють морфологічний розбір слів; 3) умінь референтного читання: студенти визначають структурні компоненти прес-релізу та виконують завдання на встановлення відповідностей між текстами й заголовками до них; 4) умінь інформативного читання: студенти обирають правильні відповіді для визначення цільової аудиторії піар-тексту та ролі мовних засобів із позитивним забарвленням; обирають використані в тексті типи аргументації; дають відповіді на запитання до тексту та роблять висновки про основні напрями діяльності організації.

Перші шість годин аудиторних та три години домашніх занять відповідають *підготовчому* етапу навчання професійно орієнтованого читання на основі англомовних піар-текстів. Крім згаданих вправ для формування вмінь критичного мислення, на цьому етапі необхідно залучити вправи для формування лексичних і граматичних навичок читання, що зумовлено лінгвістичними характеристиками медіа- і піар-текстів. Протягом трьох занять студенти виконують некомунікативні, рецептивно-репродуктивні вправи на розпізнавання та семантизацію нових лексичних одиниць сфери піару, виконують завдання на підстановку слів у речення та мікротексти, тренуючись сполучати слова з метою подальшої реалізації набутих

навичок у мовленні. Вправи на підстановку та розширення зразка мовлення, відповіді на запитання, визначення морфологічної структури слів, аналіз функцій префіксів і суфіксів мають за мету підготувати студентів до сприйняття лінгвістичних і стилістичних особливостей англомовних піар-текстів. На другому занятті студенти знайомляться з напрямками діяльності зв'язків з громадськістю на основі тексту довідково-інформаційного змісту. Вправи наступного уроку, які готують до читання текстів, мають переважно комунікативний характер і спрямовані на аналіз та обговорення особливостей структури піар-текстів і на інтонаційне оформлення речень.

Наступні десять годин аудиторних і п'ять годин самостійної роботи відведено на *основний* етап навчання майбутніх журналістів професійно орієнтованого читання на основі англомовних піар-текстів. Для виконання вправ, спрямованих на формування в студентів умінь медіаграмотності, на цьому етапі відведено від 30 до 40 % аудиторного часу. Рекомендуємо-розкривати сутність основних положень медіаграмотності про упереджену репрезентацію реальності в медіатекстах, особливості їхньої будови та орієнтованість на певну читацьку аудиторію за допомогою матеріалів, що стосуються журналістської діяльності (реклами періодичних видань, головних сторінок газет різного рівня, статей і коментарів).

На цьому етапі вдосконалюються лексичні й граматичні навички професійно орієнтованого читання. Особливістю організації навчального процесу є значно менша частка відповідних вправ порівняно з попереднім етапом та зумовленість їх залучення лише необхідністю розуміння мовного матеріалу текстів.

Тема навчальних піар-матеріалів четвертого заняття присвячена такій сфері діяльності зв'язків з громадськістю, як спонсорство. На цьому аудиторному занятті передбачено виконання вправи для розвитку вмінь узагальнювально-референтного професійно орієнтованого читання, коли студенти повинні придумати заголовки для частин тексту. Вправа для розвитку вмінь прогнозувати предметно-тематичний зміст тексту за ключовими словами (пошуково-референтне читання) виконується на основі статті з корпоративного видання із використанням стратегії прогнозування змісту тексту. На п'ятому занятті студенти ознайомлюються з наступним напрямом діяльності піару – корпоративною соціальною

відповідальністю та виконують вправи для формування вмінь визначати структурні частини звіту про досягнення організації в суспільній сфері. Студенти намагаються сформулювати висновки про відносини компанії з місцевою та світовою громадою і розвинути вміння оцінювально-інформативного професійно орієнтованого читання. На наступному занятті виконуються вправи на основі тексту, у якому йдеться про комп'ютерний жаргон та особливості блогосфери піару. Запис з одного з найпопулярніших піар-блогів The PR News Blog буде цінним у професійному аспекті, оскільки він містить поради відомого американського телеведучого Девіда Леттермана про передумови успішної комунікації. Сьоме заняття присвячено королю піар-жанрів – прес-релізу. На ньому виконуються вправи на основі прес-релізу BBC, розподілені згідно з етапами роботи над текстом. Так, на дотекстовому етапі пропонуються вправи для зняття мовних труднощів, прогнозування змісту тексту й активізації фонових знань. Під час виконання останніх доречно застосовувати графічну інструкцію аналізу логотипу компанії, приклад якої наведено вище. На текстовому етапі відбувається розвиток умінь розуміти загальний зміст прочитаного тексту (оцінювально-інформативне читання) з використанням стратегії визначення найбільш / найменш важливої інформації тексту. Виконання вправи цього етапу для формування вмінь одержання з тексту конкретної інформації (пошуково-референтне професійно орієнтоване читання) передбачає заповнення таблиці відповідями на запитання хто? що? де? коли? навіщо? як?. Під час читання студентам рекомендовано керуватися графічною інструкцією аналізу лінгвостилістичних особливостей прес-релізу (рис. 2), дотримання якої сприятиме стратегічному й усвідомленому підходу до читання цього типу піар-текстів.

Вправи післятекстового етапу дозволяють перевірити рівень сформованості умінь професійно орієнтованого читання шляхом вибору правильної відповіді на запитання та формулювання висновків. Вибір у якості навчального тексту восьмого заняття іміджевого інтерв'ю з власником компанії Venetton дає можливість студентам ознайомитися з прецедентними текстами «шокової» реклами, залученням якої до своїх піар-кампаній відома ця організація. Також студенти мають можливість здійснити порівняльний аналіз цього

Press Release Genre Conventions Template

Linguistic feature	Example from the text	Its function in the text
1. Passive Constructions		
2. Third person self-reference (third person pronoun <i>they</i> or organisation's proper name)		
3. Figures/statistic data		
4. Stylistically neutral lexis		
5. Positively evaluative expressions		
6. Self-quotation		
7. Second person plural pronoun <i>we</i> /possessive adjective <i>our</i> in quotations		
8. References to expectations, predictions and projections about future		

Рис. 2. Графічна інструкція аналізу лінгвостилістичних особливостей прес-релізу

жанру піар-комунікацій із класичним журналістським інтерв'ю. Робота з відповідною спеціально розробленою інструкцією (рис. 3) дозволяє скерувати дії студентів і спрямувати їхню увагу на вивчення особливостей цілей, стилю та лінгвістичних характеристик жанру інтерв'ю в піарі й журналістиці.

На розвиток умінь критично-інформативного виду читання розуміти імпліцитно висловлену інформацію тексту спрямоване виконання вправи з використанням графічної інструкції з визначення можливих перспектив розуміння тексту (Mind And Alternative Mind Portraits), яка допомагає оволодіти стратегіями критичного опрацювання інформації шляхом порівняння різних думок та формулювання судження на основі аналізу обґрунтованості змісту.

Під час останніх восьми годин аудиторної та чотирьох годин самостійної роботи, які становлять *завершальний* етап навчання професійно орієнтованого читання на основі англійських піар-текстів, передбачено виконання вправ для подальшого розвитку вмінь медіаграмотності та

Template for Profile Feature Article (Interview) Analysis	
Interview	
Journalism	Public relations
Aims	
1. To gather supporting material for a news story 2. To provide insight into people/events 3. To interpret the event 4. To explain the event	1. To inform of organisation's background and/or its achievements 2. To inform of the future event 3. To clarify the position of organisation
<i>Which is the aim of this text?</i>	
Context	
Social significance	The part of public relations campaign
<i>How does this text contribute into the campaign?</i>	
Style	
Sharp Polemic Pressing	Positive Favourable Consentient
<i>What linguistic devices are used in the text?</i>	
Interviewee	
A distinguished member of society with his/her personal characteristics, beliefs and outlook	Personification of organizational values
<i>How are the values of the organization projected through the interviewee's personality in the text?</i>	

Рис. 3. Графічна інструкція порівняльного аналізу журналістського та іміджевого інтерв'ю

контролю рівня сформованості відповідних умінь. Написання особистого відгуку на медіатекст дозволяє студентам проаналізувати власні враження, дослідити причини того чи того ефекту, справленого на них текстом. Для створення аналітичного відгуку доречно обрати медіатекст, який дозволяє максимально повно продемонструвати основні положення медіаграмотності, містить паралінгвістичні елементи та використовується в піар-кампанії. Удосконалення референтних та інформативних видів професійно орієнтованого читання відбувається під час виконання вправ на основі тексту про комунікаційні технології в піарі. Студенти ставлять запитання до тексту, визначають речення, у яких сформульовано тему тексту, перефразовують ці речення та доповнюють їх інформацією з тексту з опорою на графічну інструкцію, яка ознайомлює зі

стратегіями інформативного читання. Наступне, десяте, заняття передбачає виконання вправ, розроблених на матеріалі іміджевої статті. На до-текстовому етапі виконуються вправи, які ознайомлюють з досліджуваною проблемою іміджу організації. З цією метою здійснюється аналіз логотипів відомих компаній з опорою на графічну інструкцію та обговорюються питання викладача. На текстовому етапі студенти читають текст з опорою на такі графічні інструкції, як KWL (Що я знаю? Про що я хочу дізнатися? Про що я дізнався?) [5, с. 52], діаграма Вєнна [5, с. 63] тощо. До післятекстового етапу залучені вправи, що спрямовані на контроль рівня сформованості вмінь референтного й інформативного читання. Так, перевірити вміння студентів розуміти експліцитно та імпліцитно висловлену інформацію тексту дозволяє вправа, яка пропонує визначити способи, за допомогою яких організація підтримує свій імідж. Вправи на визначення логічної послідовності подій та заповнення пропусків у тексті вилученими з нього реченнями контролюють уміння студентів розуміти текстову структуру та логіку подання інформації.

Останні чотири години аудиторної і дві години самостійної роботи ознайомлюють майбутніх журналістів із технологіями кризових піар-комунікацій. Звернення до цього аспекту діяльності піару під час навчання майбутніх журналістів професійно орієнтованого читання дає широкі можливості використання прецедентних текстів, обговорення питань професійної етики та відповідальності організацій за свої дії перед суспільством. Ознайомлення з типами кризових ситуацій передбачає звернення студентів до сучасних журналістських новинних матеріалів у контексті навчання професійно орієнтованого читання на основі англomовних піар-текстів. Обрання темою останнього заняття роботи піар-служби нафтовидобувної компанії «BP» на всіх етапах подолання кризи (розливу нафти в Мексиканській затоці у 2010 році) дозволить залучити в ролі навчальних матеріалів заяви компанії для преси, зроблені одразу після катастрофи та кілька років по тому. Вправи на основі цих текстів спрямовано на контроль умінь орієнтуватися в структурі заяви для преси (з опорою на графічну інструкцію), визначати засоби аргументованої подачі інформації, робити висновки про ефективність дій організації, спрямованих на подолання кризи. Вправи, що пропонують студентам дослідити від-

дзеркалення тієї самої ситуації в інших джерелах й отримати об'єктивну картину про стан проблеми, дозволяють перевірити сформованість у них умінь інтегративно-інформативного професійно орієнтованого читання.

Навчальні досягнення студентів оцінюються за 10-бальною шкалою на аудиторних заняттях навчального модуля в процесі виконання ними відповідних усних і письмових аудиторних і домашніх вправ. Завдання для перевірки рівня сформованості деяких складників досліджуваної компетентності можна залучати до модульної контрольної роботи та нараховувати бали за їх виконання відповідно до аспектного складу всієї роботи.

Для оцінки рівня сформованості вмінь медіаграмотності слід використовувати такі критерії: 1) медіаобізнаність; 2) адекватність визначення позиції автора медіатексту; 3) ступінь ідентифікації технік створення медіатексту.

При оцінюванні рівня сформованості мовленнєвих навичок професійно орієнтованого читання рекомендується користуватися такими критеріями: 1) ступінь локалізування лексичних одиниць із позитивним забарвленням; 2) правильність співвіднесення значення слова з контекстом речення; 3) точність визначення засобів синтаксичного та смислового зв'язку в реченні; 4) коректність з'ясування значення слова за морфологічною структурою.

Перевіряти сформованість умінь професійно орієнтованого читання англомовних піар-текстів доцільно за допомогою таких критеріїв: 1) правильність визначення структури тексту; 2) ступінь достовірності прогнозування предметно-тематичного змісту (вміння референтного професійно орієнтованого читання); 3) адекватність визначення функціонального призначення тексту; 4) правильність визначення ролі мовних засобів позитивної оцінки; 5) ступінь ідентифікації аргументації піар-тексту; 6) правильність встановлення цільової аудиторії; 7) інформаційна обізнаність; 8) адекватність висновків про діяльність організації; 9) ступінь конкретизації основних проблем тексту (інформативне читання).

Результати дослідження. Отже, у статті обґрунтовано доцільність залучення англомовного піар-тексту до змісту навчання іноземної мови студентів факультетів журналістики за сучасних реалій переходу від накопичування мовленнєвих і соціокультурних знань, навичок й умінь до фор-

мування здатності їх практичного застосування в конкретних ситуаціях міжкультурної та професійної взаємодії. Результатом успішного навчання читання текстів сфери піару є формування в майбутніх журналістів професійно-значущих умінь, найважливішими з яких є здатність з'ясовувати стилістичні й композиційні відмінності піар- та журналістських текстів; визначати жанроутворювальні ознаки піар-текстів та аналізувати їхній зміст, виявляючи наміри автора та засоби здійснення впливу на цільову аудиторію. Також подано методичні рекомендації, які стосуються особливостей добору навчального матеріалу, організації аудиторної та самостійної роботи студентів, використання критеріїв оцінювання вмінь професійно орієнтованого читання англомовних піар-текстів.

Перспективи подальших розвідок. Подальшого дослідження потребують питання навчання інших видів мовленнєвої діяльності на основі англомовних піар-текстів і створення спеціального англомовного курсу з медіаграмотності для студентів інших гуманітарних, а також природничих спеціальностей.

ЛІТЕРАТУРА

1. Закон України № 2145-VII від 05.09.2017 р. «Про освіту» / Офіційний веб-сайт Верховної Ради України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>.
2. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція) / за ред. Л. А. Найдюнової, М. М. Слюсаревського. – К. : Інститут соціальної та політичної психології НАПН України, 2016. – 16 с.
3. Лист МОН України від 11.03.2015 р. № 1/9-120 «Про організацію вивчення гуманітарних дисциплін» / Офіційний веб-сайт Міністерства освіти і науки України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://old.mon.gov.ua/ua/about-ministry/normative/3666->
4. Програма з англійської мови для професійного спілкування / Бакаєва Г. Є., Борисенко О. А., Зуєнок І. І. та ін. – К. : Ленвіт, 2005. – 119 с.
5. Beyond the Blueprint: Literacy in Grades 4-12 and Across the Content Areas. Section 7: Instructional Strategies That Facilitate Learning across Content Areas [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.sde.ct.gov/sde/lib/sde/pdf/curriculum/section7.pdf>
6. Worsnop C. M. Media Literacy Through Critical Thinking: Student Workbook / Chris M. Worsnop. Seattle: NW Center for Excellence in Media Literacy, 2004. – 86 p.
7. Worsnop C. M. Media Literacy Through Critical Thinking: Teacher materials / Chris M. Worsnop. – Seattle : NW Center for Excellence in Media Literacy, 2004. – 60 p.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. Ads of the World [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.adsoftheworld.com>.
2. Apple Press Info [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.apple.com/pr/library>.
3. BBC Media Centre [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.bbc.co.uk/mediacentre/worldwide>.
4. Benetton Group / Media & Press [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.benettongroup.com/media-press>.
5. BP Global Press Centre [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.bp.com/en/global/corporate/press.html>.
6. CIPR / Chartered Institute of Public Relations [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.cipr.co.uk/content/about-us/about-pr>.
7. McDonald's Sustainability Reports Archive [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.aboutmcdonalds.com/mcd/sustainability/sustainability_CR_reports.html.
8. Ontario Ministry of Education / Think Literacy [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.edu.gov.on.ca/eng/teachers/studentssuccess/think.html>.
9. Osborne A. The Sunday Interview: Alessandro Benetton / Alistair Osborne. – The Telegraph [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.telegraph.co.uk/finance/newsbysector/retailandconsumer/8963171/The-Sunday-Interview-Alessandro-Benetton.html>.
10. Reading A-Z [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.readinga-z.com>.
11. PRNews Blog [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.prnewsonline.com/prnewsblog/pr-lessons-from-david-letterman>.
12. Thinkport Education / Graphic organizers [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.thinkport.org/graphic-organizers.html>.
4. Prohrama z anhliys'koyi movy dlya profesiynoho spilkuvannya / [Bakayeva H. Ye., Borysenko O. A., Zuyenok I. I. ta in.] – K. : Lenvit, 2005. – 119 s.
5. Beyond the Blueprint: Literacy in Grades 4-12 and Across the Content Areas. Section 7: Instructional Strategies That Facilitate Learning across Content Areas [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu : <http://www.sde.ct.gov/sde/lib/sde/pdf/curriculum/section7.pdf>
5. Worsnop C. M. Media Literacy Through Critical Thinking : Student Workbook / Chris M. Worsnop. Seattle : NW Center for Excellence in Media Literacy, 2004. – 86 p.
6. Worsnop C. M. Media Literacy Through Critical Thinking : Teacher materials / Chris M. Worsnop. — Seattle : NW Center for Excellence in Media Literacy, 2004. – 60 p.

SOURCES OF ILLUSTRATIVE EXAMPLES

1. Ads of the World [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: <http://www.adsoftheworld.com>.
2. Apple Press Info [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: <http://www.apple.com/pr/library>.
3. BBC Media Centre [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: <http://www.bbc.co.uk/mediacentre/worldwide>.
4. Benetton Group / Media & Press [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: <http://www.benettongroup.com/media-press>.
5. BP Global Press Centre [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: <http://www.bp.com/en/global/corporate/press.html>.
6. CIPR / Chartered Institute of Public Relations [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: <http://www.cipr.co.uk/content/about-us/about-pr>.
7. McDonald's Sustainability Reports Archive // [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: http://www.aboutmcdonalds.com/mcd/sustainability/sustainability_CR_reports.html.
8. Ontario Ministry of Education / Think Literacy [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: <http://www.edu.gov.on.ca/eng/teachers/studentssuccess/think.html>.
9. Osborne A. The Sunday Interview: Alessandro Benetton / Alistair Osborne. – The Telegraph [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: <http://www.telegraph.co.uk/finance/newsbysector/retailandconsumer/8963171/The-Sunday-Interview-Alessandro-Benetton.html>.
10. Reading A-Z [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu : <https://www.readinga-z.com>.
11. PRNews Blog [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: <http://www.prnewsonline.com/prnewsblog/pr-lessons-from-david-letterman>.
12. Thinkport Education / Graphic organizers [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: <http://www.thinkport.org/graphic-organizers.html>.

REFERENCES

1. Zakon Ukrainy № 2145-VII vid 05.09.2017 «Pro osvitu» / Ofitsiyyny veb-sayt Verkhovnoyi Rady Ukrainy [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>.
2. Kontseptsiya vprovadzhennya mediaosvity v Ukraini (nova redaktsiya) / za red. L. A. Nayd'onovoyi, M. M. Slyusarevs'koho. – K: Instytut sotsial'noyi ta politychnoyi psyholohiyi NAPN Ukrainy, 2016. – 16 s.
3. Lyst MON Ukrainy vid 11.03.2015 № 1/9-120 «Pro orhanizatsiyu vuvchennya humanitarnykh dystsyplin» / Ofitsiyyny veb-sayt Ministerstva osvity i nauky Ukrainy [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu : <http://old.mon.gov.ua/ua/about-ministry/normative/3666->

Отримано 23.01.2018 р.