

ВСЕСВІТНЯ МЕРЕЖА ІНТЕРНЕТ ЯК ЗАСІБ ФОРМУВАННЯ КОМУНІКАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ МАЙБУТНІХ УЧИТЕЛІВ ІНОЗЕМНИХ МОВ

Ясько О.М.

Луганський національний університет імені Тараса Шевченка

Стаття присвячена використанню всесвітньої мережі Інтернет як засобу формування комунікативної культури майбутніх учителів іноземних мов. Автор розглядає функції медіакультури, характеризує особливості Інтернету, визначає його функції у сучасному суспільстві та аналізує Інтернет-ресурси, які можуть бути використані для формування комунікативної культури майбутніх учителів іноземних мов. У процесі аналітико-синтетичної діяльності автор доходить висновку, що всесвітня мережа Інтернет реалізує себе як засіб формування комунікативної культури майбутніх учителів іноземних мов через використання електронної пошти, чатів та автентичних текстів на заняттях з іноземної мови.

Ключові слова: Інтернет, комунікативна культура, медіа культура, медіа педагогіка, комунікативна функція, Інтернет-ресурси.

Постановка проблеми. Засоби масової інформації, які є основним джерелом отримання інформації у сучасному світі, розвиваються стрімко, пронизуючи усі сфери життя людини, освітню в тому числі. У зв'язку з цим виникає необхідність цілеспрямованої підготовки особистості до вмілого і безпечного користування ними. Широкого розвитку набуває галузь педагогіки, яка вивчає закономірності масової комунікації: преси, телебачення, радіо, кіно, відео, Інтернету – медіа освіта. Головна мета медіа освіти – забезпечення всебічної підготовки дітей і молоді до безпечної та ефективної взаємодії із сучасною системою медіа, формування у них медіа-обізнаності, медіа-грамотності і медіа-компетентності відповідно до їхніх вікових та індивідуальних особливостей [1]. Одним з найпоширеніших засобів масової інформації є Інтернет, ресурси якого останнім часом використовуються на заняттях з різних дисциплін, у тому числі на заняттях з іноземної мови, тому дослідження цього питання є актуальним у сучасній педагогіці.

Аналіз останніх публікацій. Аналіз сучасних педагогічних праць засвідчує, що існують дослідження, пов'язані з використанням ресурсу Інтернет у різних сферах життя людини, включаючи освітню. Це дослідження таких вчених, як А. Пастухов, П. Федорук, А. Кисельова, Н. Духаніна, Л. Владімірова, С. Водолад, О. Філатова, В. Леонт'єв, М. Кастельс, Є. Полат та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Проаналізувавши роботи вчених з питання використання ресурсу Інтернет у педагогічному процесі, ми дійшли висновку, що недослідженим залишається аспект використання всесвітньої мережі Інтернет для формування комунікативної культури майбутніх учителів іноземних мов.

Мета даної статті:

- розглянути функції медіа культури;
- охарактеризувати всесвітню мережу Інтернет як один із засобів досягнення мети комунікативної функції медіа культури;
- проаналізувати Інтернет-ресурси, які можуть бути використані для формування комунікативної культури майбутніх учителів іноземних мов.

Виклад основного матеріалу. Структуру медіа освіти складають наступні компоненти: медіа педагогіки, медіа культура, медіа обізнаність, медіа грамотність, медіа компетентність, медіа освітній рух. З точки зору нашого дослідження нас цікавить категорія медіа-культури. Поняття «медіа культура» пов'язане із сучасною культурологічною теорією для позначення особливого типу культури інформаційного суспільства, що є посередником між суспільством і державою, соціумом і владою. Аналізом специфіки медіа культури і її впливу на суспільство і особистість займаються як зарубіжні, так і вітчизняні дослідники. Серед них: В. Бен'ямін, Ж. Дельоза, М. Маклюен, Н. Кирилова, М. Ямпольський, А. Якимович та ін.

Медіа культура – особливий тип культури інформаційного суспільства, це частина загальної культури: світу книг, газет і журналів, кінематографа, радіо і телемовлення, Інтернет, CD, DVD. Всього того, що пов'язує людину з навколишнім світом, інформує, розважає, пропагує, впливає на оцінки, думки і поведінку людей. Йде формування «планетарного», «глобального» мислення [2, с. 38]. Розглянемо функції медіа культури. У нашому дослідженні за основу ми беремо функції медіа культури, виділені Кириловою Н.Б. [3, с. 64].

Перша функція – інформативна. Медіа культура являє собою особливий тип інформаційного процесу. Оскільки медіа культура – це сукупність інформаційно-комунікативних засобів, то ми маємо справу з соціальною інформацією, носієм якої вона є. Завдяки медіа культурі в суспільстві стає можливим накопичення і множення інформації.

Друга функція – нормативна. Суть її в тому, що медіа культура несе відповідальність за процес соціалізації особистості, засвоєння нею соціального досвіду, знань, норм, ідеалів, які відповідають даному суспільству, даній соціальній групі. Сюди також відносяться звичаї і традиції, етикет, закони і конституційні акти. Все це ті ціннісні орієнтації, без яких неможливий процес соціалізації особистості, який забезпечує збереження суспільства, його структури і сформованих у ньому форм життя.

Третя функція – релаксаційна. Вона пов'язана з потребою особистості у фізичному і психологічному розслабленні. Сучасна індустрія розваг, яка є складовою медіа культури, пропонує широкий спектр спеціальних засобів релаксації – від фільмів певних жанрів до інтерактивних ігор по телебаченню або подорожей у віртуальних комп'ютерних світах.

Четверта функція – креативна. Суть її полягає в освоєнні і інтерпретації світу, навколишнього життя, середовища проживання. За допомогою одержуваної інформації індивід розширює свої пізнання про світ, осмислюючи його з різних точок зору: філософської, моральної, економічної, естетичної, правової і т.д.; при цьому виявляється його допитливість, бажання пізнати себе в навколишньому світі, проникнути в таємниці природи і людського буття.

П'ята функція – інтеграційна. Суть її в тому, що культура об'єднує народи, соціальні групи, держави. Збереження культурної спадщини, національних традицій, історичної пам'яті створює зв'язок між поколіннями. Кінець ХХ століття ознаменувався небувалим стрибком у розвитку глобальних інформаційних і комунікаційних технологій, істотно вплинули на функціонування медіа культури в світі.

Шоста функція – посередницька. Суть її полягає в тому, що медіа культура виступає як соціальний посередник, що встановлює зв'язок між структурами суспільства. Вона дає можливість різним соціальним групам спілкуватися один з одним, встановлювати контакти. Особливе значення в цьому зв'язку набуває медіа культура як інструмент управління суспільством.

Сьома функція – комунікативна. Суть комунікативної функції полягає в тому, що медіа культура – це акт спілкування між владою і суспільством, різними країнами, народами, соціальними групами, індивідами і т.д. Саме комунікативна функція медіа культури дає їй можливість виступати потужним каталізатором діалогу культур, завдяки чому відбувається обмін культурною інформацією в історико-філософському та історико-літературному контексті і тим самим інтенсифікується соціальний прогрес.

Структуру комунікативної функції медіа культури складають наступні компоненти: мета, механізм досягнення мети та результат. Метою даної функції є формування комунікативних здібностей, мовленнєвої культури, механізмом досягнення мети є засоби масової інформації, а результатом – сформованість комунікативних здібностей, мовленнєвої культури. Отже, механізмами, за допомогою яких досягається мета комунікативної функції медіа-культури, виступають засоби масової інформації, однією з форм існування яких є всесвітня мережа Інтернет.

Інтернет став засобом загальносвітового віщання, механізмом поширення інформації, а також середовищем для співпраці і спілкування людей, що охоплює всю земну кулю. Інтернет являє собою середовище для комунікації, що включає міжособистісну і публічну форми спілкування, як індивідуальну, так і групову.

Вчені зазначають, що своєчасне та коректне використання Інтернету спеціалістами, що працюють в освітній сфері, може бути запорукою ефективною підготовки спеціалістів різноманітного профілю. Вводиться поняття «Інтернет-ресурси»: сукупність інтегрованих програмно-апаратних та технічних засобів, а також інформації, призначеної для публікації в мережі Інтернет, яка відображається у певній текстовій, графічній або звуковій формах [4, с. 253]. У сучасному суспільстві Інтернет виконує ряд функцій, охарактеризуємо їх.

Перша функція – інформаційна. Її особливість полягає в тому, що інформаційні контакти протікають в режимі відкритості і загальнодоступності. Інформаційна функція забезпечує зберігання, механізми пошуку і доступу до наявної інформації. [5, с. 130].

Друга функція – ціннісно-регулююча. Її особливість полягає у встановленні загальної ціннісно-нормативної бази. Ціннісно-регулююча функція проявляється різноманітно: не тільки в самому змісті, а й через відбір повідомлень, їх коментування, розташування в певній послідовності, на певних сторінках [6].

Третя функція – соціальна, що призводить до утворення нових форм комунікативної поведінки в середовищі, де панують горизонтальні зв'язки і відсутні територіальні, ієрархічні і часові межі. Ця функція впливає на крос-культурні процеси, що відбуваються в суспільстві, і в кінцевому підсумку, як стверджують експерти, призведе до зміни культурних парадигм.

Четверта функція – розважальна. Найбільш очевидна тенденція в освоєнні Інтернету людством полягає в тому, що поряд з інструментом пізнання, засобом навчання та інформування він перетворюється в спосіб розваги для маси людей.

П'ята функція – комунікативна. Інтернет робить комунікацію транскордонною. Спілкування перестало бути прив'язаним до місця розташування учасників комунікативного процесу. У зв'язку з цим мережа Інтернет може формувати нові спільноти з єдиною інформаційною базою і загальним ціннісно-нормативним фундаментом. Загальна спрямованість розвитку засобів поширення інформації полягає в утвердженні гетерархічного (горизонтального, рівноправного) порядку замість ієрархічного (вертикального, з домінуванням одного з суб'єктів спілкування). Відбувається перехід від односторонньої до двосторонньої моделі комунікації.

Структуру комунікативної функції мережі Інтернет складають наступні компоненти: мета, механізм досягнення мети та результат. Метою даної функції є формування комунікативної культури, механізмом досягнення мети є комунікативні Інтернет-ресурси, а результатом – сформованість комунікативної культури.

Отже, ресурс Інтернет реалізує себе як засіб формування комунікативної культури через комунікативні Інтернет-ресурси. Під комунікативними Інтернет-ресурсами будемо розуміти ресурси мережі Інтернет, які можуть бути використані для формування комунікативної культури. На

нашу думку, специфіка діяльності вчителя іноземної мови відображена у максимальному ступені у наступних трьох ресурсах: автентичний текст, електронна пошта, чат. Ці Інтернет-ресурси і будуть розглядатися нами як засіб формування комунікативної культури майбутніх учителів іноземних мов. Коротко на них зупинимося.

Засіб перший. Автентичний текст. У лінгвістичному аспекті автентичні тексти характеризуються своєрідністю лексики: у них є багато займенників, часток, вигуків, слів з емоційним забарвленням, словосполучень, розрахованих на виникнення асоціативних зв'язків, фразеологізмів, модних слів, і своєрідністю синтаксису: стислість і нерозгорнутість речень, фрагментарність, наявність структурно-залежних речень, спожитих самостійно. Також можлива недомовленість, обрив розпочатого речення, перевага віддається простим реченням.

Соціокультурний фон реалізується через продуктивний словниковий запас, в який входять найбільш комунікативно-значущі лексичні одиниці, поширені в типових ситуаціях спілкування, в тому числі оціночна лексика для вираження своєї думки, розмовних кліше, а також слів з національно-культурним компонентом: фонові лексика, безеквівалентна лексика, реалії, пов'язані з відпочинком, дозвіллям, реалії повсякденного життя. Вони дозволяють проникнути в іншу національну культуру, оволодіти повсякденною лексикою носіїв мови.

У психологічному аспекті в таких текстах знаходить своє вираження діяльнісна структура говоріння. Текст виступає, з одного боку, як продукт говоріння і є способом мовленнєвого впливу на читача, з іншого боку, він виступає як об'єкт смислової обробки і створює необхідний зміст і комунікативну базу для розвитку говоріння: він має комунікативну цілісність, завдяки якій відповідає пізнавальним і емоційним запитам учнів, активізує їх розумову діяльність.

Носонович Є. В. і Мильруд Р. П. виділяють сім аспектів автентичності тексту [7, с. 9]:

1. Культурологічна автентичність – використання текстів, які формують уявлення про специфіку іншої культури, про особливості побуту, про звички носіїв мови.

2. Інформативна автентичність – використання текстів, які несуть значущу для учнів інформацію, відповідну їх віковим особливостям та інтересам.

3. Ситуативна автентичність припускає природність ситуації, запропонованої в якості навчальної ілюстрації, інтерес носіїв мови до заявленої теми, її обговорення.

4. Автентичність національної ментальності, що роз'яснює доречність або недоречність використання тієї чи іншої фрази.

5. Реактивна автентичність – при розробці навчального тексту йому потрібно надавати здатність викликати в учнів автентичний емоційний, розумовий і мовної відгук.

6. Автентичність оформлення, що привертає увагу учнів і полегшує розуміння комунікативного завдання тексту, встановлення його зв'язків

з реальністю.

7. Автентичність навчальних завдань до текстів – завдання повинні стимулювати взаємодію з текстом, повинні бути засновані на операціях, які здійснюються у позанавчальний час при роботі з джерелами інформації. Завдання викладача полягає в тому, щоб домогтися гармонійного поєднання всіх параметрів автентичності.

Засіб другий. Електронна пошта.

Говорячи про використання електронної пошти для формування комунікативної культури майбутніх учителів іноземних мов, вважаємо за доцільне зробити перелік переваг її використання:

- дає можливість автентичного спілкування, тобто спілкування з носіями мови, а не лише з викладачем;

- розширює коло спілкування: студенти переписуються зі своїми однолітками, професорами, фахівцями у сфері, яка їх цікавить;

- є одним з джерел поповнення знань про культуру суспільства, мова якого вивчається;

- дає студенту можливість «вийти» за межі навчальної програми, тому що безпосередньо на занятті викладач не може приділяти багато часу якійсь одній проблемі;

- забезпечує майже 100% участі студентів у процесі навчання, тобто підвищує мотивацію;

- дозволяє створити ситуацію, де роль викладача вже не є центральною, студенти самі обирають теми для спілкування, змінюють напрямки обговорень, оскільки основною метою є спілкування, а не відтворення писемного мовлення без помилок.

Використання електронної пошти сприяє підвищенню мотивації студентів, адже для них важливо, що тексти створюються не для викладача з метою продемонструвати свої знання та отримати оцінку, а для партнерів-однолітків з метою передачі інформації чи обговорення актуальної проблеми.

Засіб третій. Чати. Як чат на іноземній мові може допомогти у процесі формування комунікативної культури майбутніх учителів іноземних мов? По-перше, якщо мова йде про стандартний чат, студенти мають можливість практикувати навички орфографії і відпрацьовувати знання граматики при написанні повідомлень. По-друге, якщо ми говоримо про голосові чати англійською мовою, на перший план виступає практика вимови, тренування сприйняття англійської мови на слух, а також вдосконалення розмовної мови. Одночасно з голосовим чатом англійською мовою можна використовувати і відео-чат.

Використовуючи чат і голосовий зв'язок, можна:

- проводити уроки-проекти зі студентами з інших країн;

- обговорювати теми з гостем-представником іншої країни, що є компетентним в тій або іншій галузі наукового знання;

- пропонувати нові, нестандартні завдання.

- аналізувати чатлог (Chatlog) після закінчення спілкування з метою виправлення граматичних, лексичних, мовленнєвих помилок, для того, щоб уникнути їх у процесі наступного спілкування.

Висновки та пропозиції. Отже, у даній статті ми розглянули функції медіакультури, охарактеризували всесвітню мережу Інтернет як один із засобів досягнення мети комунікативної функції медіа культури та проаналізували Інтернет-ресурси, які можуть бути використані для формування комунікативної культури майбутніх учителів іноземних мов. Можна дійти висновку, що всесвітня мережа Інтернет реалізує

себе як засіб формування комунікативної культури майбутніх учителів іноземних мов через використання електронної пошти, чатів та автентичних текстів на заняттях з іноземної мови. Перспективи подальших досліджень вбачаємо у розробці системи вправ для роботи з Інтернет-ресурсами на заняттях з іноземної мови, головною метою яких є формування комунікативної культури.

Список літератури:

1. Концепція впровадження медіа-освіти в Україні [Електронний ресурс] // Інститут соціальної та політичної психології Національної академії педагогічних наук України. – Режим доступу: http://www.ispp.org.ua/news_44.htm.
2. Інтернет в гуманітарній освіті / Під ред. Е. С. Полат. – М.: Владос, 2001.– 169 с.
3. Кириллова Н. Б. Медіакультура: теорія, історія, практика: Учебное пособие. / Н. Б. Кириллова. – М.: Академический Проект; Культура, 2008. – 496 с.
4. Леонтьев В. П. Новейшая энциклопедия интернета. / В. П. Леонтьев. – М.: ОЛМА Медиа групп, 2008. – 748 с.
5. Кастельс М. Галактика Интернет / М. Кастельс.- М., 2003. – 220 с.
6. Филатова О. Г. Интернет как масс-медиа [Электронный ресурс] //Режим доступу: http://www.russcomm.ru/rca_biblio/f/filatova.shtml
7. Носонович Е. В., Мильруд Р. П. Критерии содержательной аутентичности учебного текста // Иностранные языки в школе, 1999. – № 2. – С. 6-12.

Ясько Е.Н.

Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко

ВСЕМИРНАЯ СЕТЬ ИНТЕРНЕТ КАК СПОСОБ ФОРМИРОВАНИЯ КОМУНИКАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ БУДУЩИХ УЧИТЕЛЕЙ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ

Резюме

Статья посвящена использованию всемирной сети Интернет как способу формирования коммуникативной культуры будущих учителей иностранных языков. Автор рассматривает функции медиа культуры, характеризует особенности Интернета, выделяет его функции в современном обществе и анализирует Интернет-ресурсы, которые могут быть использованы для формирования коммуникативной культуры будущих учителей иностранных языков. В процессе аналитико-синтетической деятельности автор приходит к выводу, что всемирная сеть Интернет реализует себя как способ формирования коммуникативной культуры будущих учителей иностранных языков посредством использования электронной почты, чатов и автентичных текстов на занятиях по иностранному языку.

Ключевые слова: Интернет, коммуникативная культура, медиа культура, медиа педагогика, коммуникативная функция, интернет-ресурсы.

Yasko E.N.

Lugansk Taras Shevchenko National University

THE INTERNET AS A TOOL OF FUTURE FOREIGN LANGUAGES TEACHERS' COMMUNICATIVE CULTURE FORMATION

Summary

The article is devoted to the usage of the Internet as a tool of future foreign languages teachers' communicative culture formation. The author characterizes the peculiarities of the Internet and analyzes its functions. Special attention is paid to the communicative function, which specificity gives an opportunity to develop people's communicative culture. In the process of the analysis the author makes a conclusion that communicative Internet-resources can be used in the process of future foreign languages teachers' communicative culture formation. These communicative Internet-resources are: authentic texts, electronic mail and chats. The peculiarities of these Internet-resources are analyzed.

Key words: the Internet, communicative culture, media culture, media education, communicative function, Internet-resources.