DOI: https://doi.org/10.37547/supsci-ojp-06-06-39 Pages: 367-375

Oriental Journal of Philology

ORIENTAL JOURNAL OF PHILOLOGY

journal homepage:
http://www.supportscience.uz/index.php/ojp/about

MEDIA EDUCATION AS A MEANS OF ENHANCING THE EFFECTIVENESS OF RUSSIAN LANGUAGE TEACHING

Damira Khamzaevna Yafasova
Teacher
Uzbekistan State University of World Languages
Email: yad_87@mail.ru
Tashkent, Uzbekistan

ABOUT ARTICLE

Key words: media education, media text, Russian language, communicative competence, speech skills, critical thinking, Internet materials.

Received: 10.10.26
Accepted: 11.10.26
Published: 12.10.26

Abstract: The article examines the role of media texts in modern Russian language teaching. Their importance as a means of developing students' speech skills, critical thinking and communicative activity is substantiated. The possibilities of using news, advertising, visual and Internet materials in language training are also considered.

MEDIA TA'LIM RUS TILINI O'QITISH SAMARADORLIGINI OSHIRISH VOSITASI SIFATIDA

Damira Khamzaevna Yafasova
O'qituvchi
O'zbekiston davlat jahon tillari universiteti
Email: yad_87@mail.ru
Toshkent, O'zbekiston

MAQOLA HAQIDA

Kalit so'zlar: media ta'lim, mediamatn, rus tili, kommunikativ kompetensiya, nutqiy ko'nikmalar, tanqidiy fikrlash, internet materiallari.

Annotatsiya: Maqolada zamonaviy rus tilini o'qitishda mediamatnlarning o'rni ko'rib chiqiladi. Ularning talabalarning nutqiy ko'nikmalari, tanqidiy fikrlashi va kommunikativ faolligini rivojlantirish vositasi sifatidagi ahamiyati asoslanadi. Til tayyorgarligi jarayonida yangiliklar, reklama, vizual va internet materiallaridan foydalanish imkoniyatlari ko'rib chiqiladi.

МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ КАК СРЕДСТВО ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ОБУЧЕНИЯ РУССКОМУ ЯЗЫКУ

Дамира Хамзаевна Яфасова
Преподаватель
Узбекского государственного университета мировых языков
Email: yad_87@mail.ru
Ташкент, Узбекистан

О СТАТЬЕ

Ключевые слова: медиаобразование, медиатекст, русский язык, коммуникативная компетенция, речевые навыки, критическое мышление, интернет-материалы.

Аннотация: В статье рассматривается роль медиатекстов в современном обучении русскому языку. Обосновывается их значение как средства развития речевых навыков, критического мышления и коммуникативной активности обучающихся. Рассматриваются возможности использования новостных, рекламных, визуальных и интернет-материалов в языковой подготовке.

Современное обучение русскому языку происходит в условиях изменения коммуникативной среды. Сегодня обучающийся взаимодействует с информацией не только в учебной аудитории, но и в цифровом пространстве, где сталкивается с новостными сообщениями, рекламой, социальными сетями, видеоматериалами, интернет-публикациями, комментариями и различными видами визуального контента. Это требует от него не только владения языковой системой, но и способности эффективно использовать русский язык в разнообразных коммуникативных ситуациях.

Однако здесь обнаруживается определённое противоречие. Студент может прекрасно выполнить грамматическое упражнение, правильно определить вид сложного предложения, подобрать синонимы, объяснить значение слова, но при этом испытывать затруднения, когда ему необходимо прокомментировать новость, выразить отношение к проблеме, объяснить смысл рекламного сообщения или аргументированно ответить на публикацию в цифровом пространстве. Иными словами, сформированность языковых знаний не всегда означает готовность использовать их в реальной коммуникации.

В связи с этим перед современной методикой преподавания русского языка возникает задача поиска таких средств обучения, которые позволяли бы приблизить учебную речевую деятельность к реальным условиям коммуникации. Одним из таких средств может выступать медиатекст, поскольку он представляет собой не искусственно созданный учебный материал, а продукт реальной информационной среды [3, с.246]. Через новостные сообщения, рекламные тексты, заголовки, инфографику, интернет-публикации и другие медиаматериалы студент получает возможность наблюдать функционирование русского языка в различных коммуникативных ситуациях. Именно поэтому обращение к

медиатексту в обучении русскому языку представляет методический интерес. Работа с ним позволяет соединить языковой анализ с интерпретацией информации, развитием речевой активности, аргументации и критического мышления.

Например, в новостной публикации Telegram-канала Tashkend_Land заголовок «Город, который научился экономить воду» может стать не только материалом для определения структуры словосочетания или анализа значения глагола. Он позволяет поставить целый ряд коммуникативных вопросов:

• Почему автор выбрал именно такой заголовок?

• Что означает выражение «научился экономить» применительно к городу?

• Какой образ города создаётся?

• Какую проблему предполагает заголовок?

• Можно ли заменить его нейтральным вариантом?

• Как изменится воздействие сообщения?

В этом случае язык рассматривается не изолированно, а в действии.

В исследованиях Т. Г. Добросклонской «медиатекст» рассматривается как основная единица массовой коммуникации [2, с.29]. Такой подход позволяет увидеть в медиатексте не просто разновидность текста, а особую форму функционирования языка в информационном пространстве. Для современной методики преподавания русского языка это принципиально важно.

«Медиатекст» демонстрирует обучающемуся, как язык реально работает в различных коммуникативных ситуациях. Здесь можно увидеть сочетание стандарта и экспрессии, нейтральной и оценочной лексики, книжных и разговорных элементов, устойчивых выражений, метафор, языковой игры, сокращений и других средств. Поэтому медиатекст можно рассматривать как своеобразную «лабораторию живого русского языка».

В учебнике студент часто получает уже обработанный языковой материал. В медиатексте он наблюдает язык в процессе функционирования. Это принципиально разные виды познавательной деятельности.

Одна из главных проблем обучения русскому языку заключается в недостатке естественных поводов для речевого взаимодействия.

Можно дать студенту тему: «Моё мнение о современных экологических проблемах» и попросить высказаться. Но такая задача не всегда вызывает интерес. Совсем иначе работает конкретный медиаматериал.

Например, студентам показывают фотографию города после сильного наводнения и короткий заголовок:

«Природа предупреждает?»

Рисунок 1.



Теперь появляется проблема, которую необходимо интерпретировать.

Студент должен понять изображение, соотнести его с заголовком, предположить содержание публикации, выразить отношение, привести аргументы. Возникают вопросы: Что произошло? Почему автор использовал вопросительный знак? Действительно ли это предупреждение природы? Кто несёт ответственность? Что можно изменить? Таким образом, медиатекст выполняет функцию речевого стимула. И это одна из его наиболее важных методических особенностей.

Хороший медиатекст не требует от преподавателя искусственно создавать ситуацию общения. Он сам содержит проблему, оценку, конфликт или информационный повод, который вызывает необходимость говорить [4, с.624].

Современный медиатекст редко ограничивается словом. Он может включать изображение, фотографию, цвет, шрифт, звук, видео и графику. Именно поэтому в современной теории медиакоммуникации используются понятия «поликодовый текст», «креолизованный текст» и «мультимодальность». Е. Е. Анисимова связывает «креолизованные тексты» с взаимодействием вербального и изобразительного компонентов [1, с. 17]. Г. Кресс и Т. ван Левен рассматривают «мультимодальность» как взаимодействие различных способов создания и передачи смысла – словесных, визуальных, графических и других [6, с.23]. К. Джуитт, Дж. Беземер и К. О'Халлоран развивают данный подход, подчёркивая, что в современной коммуникации различные семиотические ресурсы взаимодействуют и совместно формируют содержание сообщения [5, с.13].

Для преподавателя русского языка эти теоретические положения имеют вполне практическое значение.

Представим рекламное сообщение, в котором изображение занимает большую часть пространства, а словесный текст состоит всего из пяти-шести слов. Возникает закономерный вопрос: Можно ли анализировать такой материал только с точки зрения языка? Очевидно, нет. Студенту необходимо понять, как изображение влияет на значение слов, почему выбран именно такой цвет, какую роль выполняет шрифт, почему текст расположен именно в этой части изображения. Следовательно, современный языковой анализ постепенно выходит за пределы предложения и даже традиционного текста. Обучающийся учится видеть взаимодействие языковых и визуальных средств создания смысла.

Медиаобразование важно не только потому, что делает занятие интереснее. Его значение значительно шире. Современный человек постоянно сталкивается с информацией, которая требует оценки. Один и тот же факт может быть представлен с разных позиций.

Сравним два условных заголовка: «В городе увеличилось количество общественного транспорта» и «Наконец-то город избавляется от транспортной проблемы».

Первый заголовок преимущественно информирует. Второй уже содержит оценку и задаёт определённую интерпретацию события. Что произошло? Изменилась не только лексика. Изменилась позиция автора. Такой материал позволяет обсуждать со студентами значение оценочной лексики, эмоциональность, экспрессивность, модальность, авторскую интенцию. Студент учится задавать принципиально важные вопросы: Кто говорит? Для кого? С какой целью? На какие слова предлагается обратить внимание? Что осталось за пределами сообщения? Как автор формирует отношение к событию? И здесь обучение русскому языку соединяется с развитием критического мышления.

Однако работа с медиатекстом не должна заканчиваться его анализом. Следующий шаг – создание собственного сообщения. После анализа новостного текста студент может создать собственный заголовок. После работы с рекламой – разработать рекламный слоган. После анализа инфографики – написать краткий аналитический комментарий. После просмотра видеосюжета – подготовить собственный новостной текст. После обсуждения интернет-публикации – написать аргументированный комментарий. Так возникает важная педагогическая цепочка: восприятие → анализ → интерпретация → оценка → создание.

На последнем этапе студент перестаёт быть только потребителем информации. Он становится автором. Именно здесь медиаобразование приобретает особую ценность для обучения русскому языку: оно позволяет перейти от знания языковых норм к осознанному использованию языка в реальной коммуникации.

Включение медиаобразования в обучение русскому языку меняет не только учебные материалы. Меняется сама логика занятия.

Таблица 1.

Традиционная модель	Медиаобразовательная модель
Готовый учебный текст	Аутентичный медиатекст
Поиск правильного ответа	Интерпретация информации
Выполнение языкового упражнения	Решение коммуникативной задачи
Воспроизведение информации	Анализ и оценка
Индивидуальная работа	Диалог и взаимодействие
Готовый текст	Создание собственного текста
Проверка знания нормы	Осознанное использование нормы

При этом речь не идёт об отказе от традиционных методов. Грамматические упражнения, работа со словарём, анализ предложений, орфографические и пунктуационные задания сохраняют своё значение. Изменяется другое: языковые знания получают коммуникативный контекст. Например, изучая оценочную лексику, студент может работать не с изолированным списком слов, а с реальными заголовками и комментариями. Изучая синтаксис, можно анализировать структуру заголовков. Изучая лексику, – наблюдать использование заимствований и неологизмов. Изучая культуру речи, – редактировать интернет-публикации. Изучая стилистику, – сравнивать способы подачи одного события в разных медиатекстах. Таким образом, медиатекст становится связующим звеном между теорией языка и практикой коммуникации.

Изменение учебного материала закономерно приводит к изменению роли преподавателя. Если раньше преподаватель преимущественно передавал информацию и контролировал её усвоение, то в медиаобразовательной модели он становится организатором интеллектуальной и речевой деятельности. Его задача – не сообщить студенту единственно правильную интерпретацию медиатекста, а создать условия, при которых студент сможет самостоятельно её обосновать. Особенно важен вопрос преподавателя: «Почему вы так думаете?» Именно этот вопрос переводит работу от простого понимания к аргументации. Если студент утверждает, что текст является эмоциональным, он должен найти языковые средства, подтверждающие эту оценку. Если он считает заголовок манипулятивным, необходимо объяснить, какие элементы создают такое впечатление. Если он утверждает, что изображение усиливает содержание текста, необходимо показать, каким образом это происходит. Так формируется культура доказательного высказывания.

Следовательно, эффективность медиаобразования нельзя измерять только интересом студентов к цифровым материалам.

Его результат проявляется в более глубоких изменениях:

• повышается речевая активность;

• расширяется словарный запас;

• развивается способность понимать информацию в различных формах;

• формируется навык аргументированного высказывания;

• совершенствуется языковая наблюдательность;

• развивается критическое отношение к информации;

• формируется способность создавать собственные тексты;

• повышается мотивация к изучению русского языка.

Вместе с тем использование медиатекстов в обучении русскому языку имеет не только преимущества, но и определённые ограничения. Прежде всего, работа с аутентичными медиаматериалами требует от преподавателя тщательного отбора содержания. Не каждый медиатекст соответствует образовательным целям, возрасту и языковому уровню обучающихся. Сложные, перегруженные информацией или недостаточно достоверные материалы могут затруднить восприятие и отвлечь внимание от языковой задачи. Определённую проблему представляет и мультимодальность медиатекста. Одновременное восприятие текста, изображения, звука и графических элементов может создавать дополнительную когнитивную нагрузку, особенно у обучающихся с недостаточным уровнем языковой подготовки. В результате внимание студента может переключаться с языкового материала на визуальное или эмоциональное содержание сообщения. Определённые трудности связаны и с необходимостью постоянного обновления медиаматериалов. Новостные публикации, интернет-материалы и цифровой контент быстро теряют актуальность, поэтому преподавателю необходимо регулярно пересматривать и обновлять учебные материалы. Дополнительной сложностью является необходимость учитывать достоверность информации, авторскую позицию и возможную оценочность медиасообщения. Нельзя исключать и риск поверхностного восприятия медиаматериала. Яркое изображение, эмоциональный заголовок или видеоряд способны вызвать интерес, но сами по себе ещё не обеспечивают глубокого понимания текста. Поэтому использование медиатекстов должно сопровождаться системой вопросов, заданий и аналитических действий, направленных на осознанное восприятие, языковой анализ и аргументированную интерпретацию.

Таким образом, медиатекст не следует рассматривать как универсальное средство, автоматически повышающее эффективность обучения. Его педагогическая ценность определяется прежде всего тем, насколько грамотно он отобран, методически организован и связан с конкретными образовательными задачами. Преимущество медиатекста заключается не в самом факте его использования, а в возможности превратить современный

медиаматериал в средство активной речевой, аналитической и коммуникативной деятельности.

Современная коммуникация предъявляет к человеку новые требования. Сегодня недостаточно просто знать русский язык. Необходимо уметь использовать его в информационной среде, понимать особенности медиасообщений, интерпретировать их содержание, распознавать авторскую позицию, оценивать способы воздействия и создавать собственные высказывания. В этих условиях медиаобразование становится естественным продолжением обучения русскому языку. Его главная ценность заключается не в использовании компьютера, презентации или видеоролика как таковых. Суть медиаобразования заключается в другом – в изменении характера работы с языком. Язык перестаёт быть только объектом изучения и становится инструментом понимания окружающего информационного мира. Медиатекст, в свою очередь, перестаёт быть просто дополнительным материалом к учебнику. Он становится пространством, в котором студент наблюдает живое функционирование русского языка, анализирует его, обсуждает, оценивает и использует для создания собственного смысла. Поэтому перспективной представляется такая модель обучения русскому языку, в которой медиатекст используется не эпизодически, а системно – как средство формирования языковой, речевой, коммуникативной и медиакоммуникативной компетенций. Современный урок русского языка должен учить не только тому, как правильно построить предложение, но и тому, как с помощью языка понять сообщение, выразить позицию, вступить в диалог, убедить собеседника и создать собственный текст. Именно в этом заключается образовательный потенциал медиаобразования и его значение для повышения эффективности современного обучения русскому языку.

Список использованной литературы:

1. Анисимова Е. Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов): учеб. пособие для студентов фак. иностр. яз. вузов. – М.: Академия, 2003. – 128 с.

2. Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ (современная английская медиаречь) : учеб. пособие – М.: Флинта: Наука, 2008. – 263 с.

3. Лагай Е.А. Информационно-коммуникационные технологии в контексте современного филологического образования. //Сб. статей по материалам II Международной научно-практической конференции «Русский язык: традиции и инновации в изучении и преподавании». –Ташкент, 2025. – 647 с.

4. Яфасова Д.Х. Медиатекст как средство формирования языковой и речевой компетентности//Сб. статей по материалам II Международной научно-практической конференции «Русский язык: традиции и инновации в изучении и преподавании». – Ташкент, 2025. – 647 с.

5. Jewitt, C. Introducing Multimodality / C. Jewitt, J. Bezemer, K. O'Halloran. – London; New York: Routledge, 2016. – 232 p.

6. Kress, G. Multimodal Discourse: The Modes and Media of Contemporary Communication / G. Kress, T. van Leeuwen. – London: Arnold, 2001. – 152 p.