

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«ИРКУТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ»**

На правах рукописи

Подкаменная Елизавета Васильевна

**МЕТОДИКА ОБУЧЕНИЯ СТУДЕНТОВ НЕЯЗЫКОВЫХ ВУЗОВ
НАПИСАНИЮ PR-ТЕКСТОВ**

**(направление подготовки 031600 Реклама и связи с общественностью,
английский язык)**

**Специальность 13.00.02 – теория и методика обучения и воспитания
(иностранные языки)**

Диссертация

на соискание ученой степени кандидата педагогических наук

Научный руководитель:
кандидат педагогических наук,
доцент Ж.И. Игумнова

Иркутск - 2011

Содержание

Введение.....	3
Глава I. Теоретические основы обучения студентов неязыкового вуза иноязычной профессионально ориентированной письменной речи.....	14
1.1 Особенности письменной коммуникации в профессиональной подготовке в сфере рекламы и связей с общественностью.....	14
1.2 PR-текст как объект лингводидактического исследования.....	26
1.3 Специфика функционирования механизмов профессионально ориентированной письменной речи на иностранном языке.....	53
Выводы по главе I.....	72
Глава II. Методическая система обучения студентов старших курсов написанию PR- текстов на иностранном языке в сфере рекламы и связей с общественностью.....	74
2.1 Иноязычная профессиональная письменная коммуникативная компетенция как цель обучения в неязыковом вузе.....	74
2.2 Принципы, методы, средства обучения студентов старших курсов написанию PR-текстов.....	89
2.3 Методическая типология аутентичных пресс-релизов.....	100
Выводы по главе II.....	122
Глава III. Технология обучения студентов неязыковых вузов написанию иноязычных PR-текстов в сфере рекламы и связей с общественностью..	125
3.1 Технология обучения написанию пресс-релизов.....	125
3.2 Результаты экспериментального обучения.....	142
Выводы по главе III.....	163
Заключение.....	165
Список использованной литературы	169
Приложение №1.....	196
Приложение №2.....	197
Приложение №3.....	198

Введение

Актуальность диссертационного исследования обусловлена повышением требований к уровню подготовки как к устной, так и к письменной профессиональной коммуникации на иностранном языке выпускников различных вузов, в т.ч. бакалавров по рекламе и связям с общественностью. Формирование единого европейского пространства высшего образования, инициированное Болонской декларацией, привело к серьезной переоценке сложившихся подходов к целям, задачам, технологиям обучения. Владение иностранным языком является в настоящее время неотъемлемой частью непрерывного, диверсифицированного и гибкого образования, способом реализации важнейшего фактора – мобильности студентов в российском и международном образовательном пространстве. В современном глобализированном мире выпускникам различных вузов почти с неизбежностью придется работать в мультикультурной среде, охватывающей и профессиональную сферу.

Переход на двухуровневую систему образования основан на компетентностном подходе и предполагает ориентацию обучения на подготовку специалиста, готового решать профессиональные задачи, обладающего необходимыми для этого знаниями, способного добиваться результатов и владеть ситуацией профессионального общения, что в целом составляет его профессиональную компетентность. Федеральный государственный образовательный стандарт (ФГОС) для бакалавров направления подготовки 031600 Реклама и связи с общественностью ориентирует вузы на формирование у выпускников профессиональных коммуникативных компетенций, необходимых для работы в ситуациях межкультурного общения в международной среде, и способности взаимодействовать с иноязычной аудиторией.

В связи с этим актуальной становится разработка методики преподавания иностранных языков в сфере рекламы и связей с общественностью.

Ведущими видами деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью являются коммуникационная, организационно-управленческая и проектная деятельность, включающие проведение мероприятий по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок; участие в проектировании программ и отдельных мероприятий в области связей с общественностью, обеспечение средств и методов реализации проектов, участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации [ФГОС, 2010:4-5]. Профессиональная деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью ориентирована на общение с зарубежными партнерами. Именно поэтому резко возросла потребность в специалистах, владеющих продуктивной письменной речью на иностранном языке, что в свою очередь значительно влияет на успех развития бизнеса, получение выгодных контрактов, налаживание и поддержание взаимовыгодных связей.

Главным инструментом осуществления профессиональной письменной коммуникации в сфере рекламы и связей с общественностью являются рекламные и PR-тексты. На современном этапе проведены лингвистические, лингводидактические, профессиональные исследования, посвященные изучению различных аспектов рекламных текстов (Ю.А. Воропаева 2008, Е.С. Дикова 2010, А.Г. Дульянинов 2002, Квон Сун Ман 2006, Е.Ю. Панина 1999, И.А. Сазонова 2006, А.Т. Смирнова 2004 и др.). Однако исследования PR-текста с позиций лингводидактики на данный момент практически отсутствуют, за исключением работы Ю.А. Воропаевой, рассматривающей PR-текст как материал для профессионально-ориентированного чтения. Необходимо отметить, что при конкурсном отборе на вакантную должность выпускники вузов как правило должны продемонстрировать способность создавать письменные PR-тексты, в частности пресс-релизы, на родном и иностранном языках. В содержание базовой части профессионального цикла дисциплин основной образовательной программы (ООП) федерального образовательного стандарта (ФГОС) входит владение традиционными и современными технологиями профессиональной дея-

тельности и навыками работы с рекламными и *PR-текстами* на родном и иностранном языках [ФГОС, 2010:16].

Между тем практика показывает, что студенты не видят тех возможностей, которые несет PR-текст и как следствие, не способны создать текст, отвечающий условиям профессиональной письменной коммуникации. В связи с этим представляется важным обратиться к проблеме обучения иноязычной профессионально ориентированной письменной речи студентов, обучающихся по направлению 031600 Реклама и связи с общественностью.

Следует отметить, что на сегодня создан определенный теоретический базис для изучения поставленной проблемы. С интенсивным развитием таких сфер деятельности как реклама и связи с общественностью появились исследования по:

- массовым коммуникациям (И.В. Алешина (1997), С.А. Бикбаева (2004), В.Т. Виноградов (2008), М.А. Кузьменкова (2005), Д.А. Мажоров (2008), С.Г. Меркулов (2005), Г.Г. Почепцов (2000), О.В. Сидельникова (2008), Г.Л. Тульчинский (1994), А.И. Чумиков (2003), М.А.Шишкина (1999), Э.Х. Янбухтин (2007));

- PR-тексту (А.Д. Кривоносов (2001), А.Е. Богоявленский (2006), С.В. Володина (2004), Т.А. Елаева (2004), С.А. Лучкина (2005), М.В. Хлопкова (2006), Н.Э. Шарабарина (2004));

- формированию профессиональной иноязычной коммуникативной компетенции специалистов по связям с общественностью (Т.В. Емельянова (2006), А.Г. Измайлова (2003), О.В.Шевченко (2007));

- обучению профессионально-ориентированному чтению на материале иноязычных рекламных и PR-текстов (Ю.А.Воропаева (2008));

- профессиональной иноязычной подготовке по связям с общественностью на основе учебно-речевых ситуаций (Е.А. Гуляева (2006)).

Выпущено несколько учебников по английскому языку в сфере рекламы и связей с общественностью, одобренных УМО. Однако анализ данных учеб-

ников и учебных пособий свидетельствует о фрагментарности содержащихся в них материалов. Большинство текстов, хотя и связаны с будущей профессией специалиста по связям с общественностью, но представляют собой в основном теоретические сведения о профессии. Использование этих учебников в процессе обучения не способствует формированию достаточно высокого уровня иноязычной профессиональной коммуникативной компетенции.

Рассмотрение различных подходов к обучению письменной речи, изучение нормативных документов и программных требований к данному виду речевой деятельности позволили установить, что наиболее востребованным и в то же время наименее исследованным звеном являются технологии обучения профессионально ориентированной письменной речи для новых направлений высшего профессионального образования, таких как 031600 Реклама и связи с общественностью. На сегодняшний день в теории и практике профессиональной подготовки в сфере рекламы и связей с общественностью нет исследований, посвященных методике обучения профессионально ориентированной письменной речи на иностранном языке; не выявлена специфика аутентичных PR-текстов по сравнению с PR-текстами на русском языке; не разработана методическая типология различных видов англоязычных PR-текстов.

Таким образом, все вышеизложенное указывает на ряд **противоречий**, существующих в профессиональной вузовской подготовке по иностранному языку в области письменной коммуникации в сфере рекламы и связей с общественностью:

- между социальным заказом общества на высококвалифицированных специалистов в сфере рекламы и связей с общественностью и недостаточным уровнем их профессиональной иноязычной письменной коммуникативной компетенции;

- между современным уровнем требований к выпускникам бакалавриата направления подготовки 031600 Реклама и связи с общественностью по иностранным языкам в области письменной речи и несоответствующим этому

уровню содержанием и технологиями обучения, представленных в учебниках и учебных пособиях для вузов;

- между накопленными сведениями о функционировании механизмов порождения речи и сложившейся технологией обучения профессионально ориентированной письменной речи на иностранном языке;

- между профессиональным и лингвистическим потенциалом аутентичного PR-текста, который представляет собой образец лексического, грамматического и стилистического оформления профессионального письменного высказывания, и недостаточностью использования этого потенциала в обучении профессионально ориентированной письменной речи.

Поиск путей преодоления данных противоречий predetermined выбор **темы** «Методика обучения студентов неязыковых вузов написанию PR-текстов (направление подготовки 031600 Реклама и связи с общественностью, английский язык)».

Объектом исследования является процесс обучения иноязычной профессионально ориентированной письменной речи студентов старших курсов, обучающихся по направлению подготовки 031600 Реклама и связи с общественностью.

Предмет исследования - методика обучения написанию PR-текста на иностранном языке в сфере рекламы и связей с общественностью.

Целью диссертационной работы является создание научно-обоснованной и проверенной на практике методической системы обучения иноязычной профессионально ориентированной письменной речи студентов старших курсов направления подготовки 031600 Реклама и связи с общественностью.

Гипотеза исследования основана на предположении о том, что обучение написанию PR-текста на иностранном языке будет эффективным при условии:

1. выявления специфики профессиональной письменной коммуникации в сфере рекламы и связей с общественностью, рассмотрения особенностей PR-текста как средства осуществления профессиональной письменной коммуни-

кации и разработки методической типологии аутентичных PR-текстов на примере одного из видов;

2. научного обоснования методической системы формирования иноязычной профессиональной письменной коммуникативной компетенции в единстве целей, содержания, принципов, методов и средств обучения;

3. разработки технологии обучения написанию PR-текстов, нацеленной на совершенствование специфических механизмов профессиональной письменной речи.

Задачи исследования:

- определить специфику профессиональной письменной коммуникации в сфере рекламы и связей с общественностью;
- дать лингводидактическую характеристику PR-текста как основного средства осуществления профессиональной письменной коммуникации;
- выявить механизмы письменной речи, обеспечивающие успешное написание PR-текстов на изучаемом языке;
- обосновать методическую систему обучения студентов старших курсов профессионально ориентированной иноязычной письменной речи;
- разработать методическую типологию аутентичных пресс-релизов;
- разработать технологию обучения, нацеленную на формирование и совершенствование специфических механизмов написания PR-текстов;
- экспериментальным путем проверить эффективность предложенной технологии.

Для решения поставленных задач и проверки гипотезы использовались следующие **методы исследования**: анализ лингвистической, методической, педагогической, психологической литературы; изучение литературы по теории и практике связей с общественностью, теории коммуникации; анализ нормативных документов; изучение и обобщение опыта работы преподавателей иностранных языков вузов с PR-материалами; беседа с информантами; наблюдение за процессом обучения иностранному языку; беседы и анкетирование студен-

тов; методы математической статистики; экспериментальное обучение.

Методологическую основу исследования составляют идеи и теоретические положения компетентностного подхода в контексте модернизации профессионального образования (Н.И. Алмазова, В.И. Байденко, В.В. Сериков, И.А. Зимняя, В.В. Медведев, Общеввропейские компетенции владения иностранным языком ..., А.В. Хуторской, В.Д. Шадриков); личностно-деятельностного подхода (С.Л. Рубинштейн, Л.С. Выготский, А.А. Леонтьев, И.А. Зимняя), системно-структурного подхода к изучению предмета исследования (И.Л. Бим), исследований механизмов формирования связной речи (Н.И. Жинкин, И.А. Зимняя, А.А. Леонтьев, А.Р. Лурия, Т.В. Рябова), теории и методике обучения иностранным языкам (Н.Д. Гальскова, И.В. Рахманов, И.И. Халеева, Н.В. Языкова), фундаментальные работы по теории и методике профессионального образования (Т.Н. Астафурова, А.А. Вербицкий, В.В. Краевский, Э.П. Комарова, Н.Ф. Талызина), профессиональной лингводидактике (А.К. Крупченко).

Теоретическую базу исследования составляют работы теории речевой деятельности (Л.С. Выготский, Т.И. Дридзе, Н.И. Жинкин, И.А. Зимняя, А.А. Леонтьев, А.Н. Леонтьев, Д.Б. Эльконин, Ч. Осгуд, Т. Силва, С. Крашен, К. Роджерс), теории и практике связей с общественностью (И.В. Алешина, К.И. Иванова, А.Д. Кривоносов, А.И. Чумиков, М.А. Шишкина), методике обучения иноязычной письменной речи (Л.К. Мазунова, Е.В. Мусницкая); концепции иностранного языка для специальных целей (П. Стревенс, П.В. Сысоев, С.Г. Тер-Минасова, А. Уотерс, Р. Харрисон, Т. Хатчинсон и др.), лингвистике текста (И.Р. Гальперин, Г.В. Колшанский, Ю.М. Лотман), теории дискурса (Н.Д. Арутюнова, В.В. Голоднов, В.И. Карасик), теории коммуникативной компетенции (Л.Ф. Бахман, И.Л. Бим, Т.А. Дейк ван, Р.П. Мильруд, В.В. Сафонова и другие).

Научная новизна исследования заключается в том, что впервые в методике преподавания ИЯ:

- разработана модель иноязычной профессиональной письменной коммуникативной компетенции в сфере рекламы и связей с общественностью;
- выявлены наиболее значимые для написания PR-текста механизмы письменной речи, которые необходимо совершенствовать в процессе обучения иностранному языку студентов старших курсов: механизм памяти, механизм осмысления, механизм упреждающего синтеза по трем линиям упреждения, механизм ретроспективного анализа, механизм речевого воздействия;
- научно обоснована методическая система обучения студентов старших курсов написанию PR-текстов на иностранном языке.

Теоретическая значимость исследования:

- выявлены особенности иноязычной профессиональной письменной коммуникации в сфере рекламы и связей с общественностью;
- определено содержание обучения иноязычной профессионально ориентированной письменной речи бакалавров направления подготовки 031600 Реклама и связи общественностью;
- создана методическая типология аутентичных пресс-релизов как вида PR-текста, включающая три типа пресс-релизов: совпадающие с русскоязычными, частично совпадающие и полностью отсутствующие в отечественной практике.

Практическая значимость исследования:

- разработана технология обучения иноязычной профессионально ориентированной письменной речи, направленная на формирование специфических механизмов написания PR-текстов;
- разработано учебное пособие “Press Release”, реализующее предлагаемую систему обучения иноязычной профессионально ориентированной письменной речи, которое может быть использовано в практике обучения английскому языку студентов, обучающихся по направлению 031600 Реклама и связи с общественностью.