

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)

**АВТОРЕФЕРАТ**

диссертации на соискание ученой степени  
кандидата педагогических наук

Иркутск – 2011

Работа выполнена на кафедре методики преподавания иностранных языков Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «ИРКУТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ».

Научный руководитель — кандидат педагогических наук, доцент  
**Игумнова Жанна Ивановна**

Официальные оппоненты — доктор педагогических наук, профессор  
**Языкова Наталья Витальевна**

кандидат педагогических наук, доцент  
**Трофимова Ирина Дмитриевна**

Ведущая организация — Национальный исследовательский Иркутский государственный технический университет (НИ ИрГТУ)

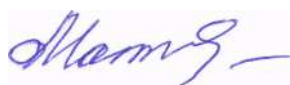
Защита диссертации состоится «16» декабря 2011 г. в 11.00 часов на заседании диссертационного совета Д 212.022.08 по защите диссертации на соискание ученой степени кандидата педагогических наук в Бурятском государственном университете по адресу: г. Улан-Удэ, ул. Смолина, 24 а.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Бурятского государственного университета.

Электронная версия автореферата размещена на сайте Бурятского государственного университета имени Д. Банзарова «15» ноября 2011 г.  
(<http://www.bsu.ru>)

Автореферат разослан «16» ноября 2011 г.

Ученый секретарь  
диссертационного совета  
кандидат педагогических наук  
доцент



Матвеева Д.Г.

**Актуальность** диссертационного исследования обусловлена повышением требований к уровню иноязычной профессиональной коммуникативной компетенции выпускников неязыковых вузов и факультетов, 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.

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. Примерная программа дисциплины «Иностранный язык», определяющая цели обучения иностранному языку на разных этапах подготовки студентов неязыковых вузов, включает «Иностранный язык для профессиональных целей» в один из четырех содержательных блоков. Согласно программе владение иностранным языком является неотъемлемой частью профессиональной подготовки всех специалистов в вузе [Примерная программа, 2009:3].

Федеральный государственный образовательный стандарт (ФГОС) подготовки бакалавров по направлению 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 вышесказанным актуальной становится разработка методики преподавания иностранных языков в сфере рекламы и связей с общественностью.

Главным инструментом осуществления профессиональной письменной коммуникации по рекламе и связям с общественностью являются рекламные и PR-тексты. На современном этапе проведены лингвистические и лингводидактические 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 рекламные и PR-тексты как материал для профессионально ориентированного чтения. Необходимо отметить, что при конкурсном отборе на вакантную должность, выпускники вузов должны продемонстрировать знания различных видов PR-текстов. Как показали маркетинговые исследования, важнейшим требованием работодателя является умение специалиста по рекламе и связям с общественностью писать 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 деятельности и навыками работы с рекламными и *PR-текстами* на родном и иностранном языках [ФГОС, 2010:16].

В методике преподавания иностранных языков проведены исследования, посвященные различным аспектам обучения письму и письменной речи: на разных ступенях языкового вуза (М.К. Алтухова 2007, И.В. Головань 2008, Т.Н. Дорожкина 2006, А.А. Казанцева 2004, Е.М. Казанцева 2008, Н.Г. Кизрина 2009, Л.К. Мазунова 2004, Л.В. Сабанова 2007, Н.Н. Тутатчикова 2004, М.А. Татаринова 2005); в неязыковом вузе (Т.А. Апарина 2006, Н.Ю. Есина, С.А. Лещенко 2003, Н.А. Замуруева 2008, И.С. Папуша 2006, Е.Ю. Симакова 2004, Л.Р. Читао 2007, И.Н. Хмелидзе 2009). Исследованы проблемы формирования коммуникативной компетенции в письменной речи (Л.В. Каплич 1998, О.В. Кудряшова 2005, С.Н. Мусульбес 2005); вопросы преподавания письменной речи на русском языке как иностранном (Го Лицзе 2001, Н.В. Гужова 2003).

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, вышеизложенные факты указывают на ряд **противоречий**, существующих в профессиональной 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 неязыковых 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 предопределил выбор **темы** исследования «Методика обучения студентов неязыковых вузов написа-

нию 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 коммуникации и разработки методической типологии аутентичных PR-текстов на примере одного из видов;
2. научного обоснования методической системы формирования иноязычной профессиональной письменной коммуникативной компетенции студентов 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; моделирование; 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 анкети-