

УДК 378.147:811.111

DOI: 10.32342/2522-4115-2021-2-22-23

Р.М. КЛЮЧНИК,

кандидат політичних наук, доцент,

доцент кафедри глобальної економіки

Університету імені Альфреда Нобеля (м. Дніпро)

СОЦІАЛЬНО-ПОЛІТИЧНИЙ ДИСКУРС У КОНТЕКСТІ ВИКЛАДАННЯ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

У статті розглянуто деякі аспекти використання соціально-політичного дискурсу у викладанні англійської мови. Зокрема приділено увагу основним особливостям масмедіа як джерела навчального контенту. Продемонстровано дидактичні можливості газет, радіо, телебачення та Інтернету.

Використання політично забарвленої лексики (не лише політикоректної, а й пейоративної) розширює світогляд здобувачів, готує їх до комунікації в різних соціально-політичних умовах. Доведено, що за допомогою газетних текстів можна глибше дослідити історію країн, мова яких вивчається. Наведено таблицю газетних заголовків, яка ілюструє історичні події у США та світі.

Розглядається діяльність англійськомовних масмедіа у сфері сприяння вивченню англійської мови. Продемонстровано, що деякі матеріали, які випускаються BBC, мають на меті саме ознайомлення глядачів з англійською мовою. Так, проєкт «English Express» містить відеоролики, короткі відомості з граматики та тестові завдання.

Звертається увага на блоги як альтернативні джерела інформації. Адже автори блогів мають різні думки та не зобов'язані бути лояльними до певної редакції. Продемонстровано, що робота з інтернет-сайтами сприяє розширенню медіаграмотності. Акцентується увага на можливостях використання ресурсів, створених з метою мовного обміну. Підкреслено, що здобувачам слід пропонувати не лише сприймати, а й створювати медійний контент. Автор звернув увагу на види робіт, які можна виконувати на основі медійних матеріалів, у тому числі виокремлено проєктну роботу.

Ключові слова: освітній процес, соціально-політичний дискурс, масмедіа, Інтернет, викладання іноземної мови.

Постановка проблеми в загальному вигляді. Соціально-політичний дискурс відіграє важливу роль у функціонуванні сучасного суспільства, його політичної, економічної, культурної сфер. В умовах глобалізації засоби масової комунікації наповнюють світ оцінками фактів, ретранслюють думки, агрегують настрої, а отже, спрямовані на формування думки читача, глядача, слухача. Інформаційна складова з давніх часів вважалася особливо важливою для соціально-політичної діяльності. Ще в давньоіндійській «Артхашастрі» йшла мова про необхідність шпигунства та збирання інформації. У Давньому Римі видавалися «Аннали» та «Акти Сенату», які були прообразами майбутніх газет. У 1766 р. у Швеції було вперше у світі скасовано цензуру, що сприяло бурхливому розвитку вільної преси. У подальшому, з ліквідацією неписьменності в країнах Заходу, масмедіа стали невід'ємною частиною суспільного життя. Телебачення та Інтернет занурили в соціально-політичний дискурс у режимі реального часу більшість населення Землі. Політичні події сучасності свідчать, що масмедіа – це надзвичайно впливова складова сучасного життя. Відповідно, видається логічним, що медійний дискурс можна застосувати при вивченні іноземної мови.

Мета статті – дослідити роль соціально-політичного дискурсу у формуванні навчального контенту в процесі навчання іноземної (передусім англійської) мови.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Використання соціально-політичного в освітньому процесі – проблема не нова для пострадянського простору. Втім змінюються освітньо-професійні програми, удосконалюється методика викладання, з'являються нові технічні засоби та можливості, виникають нові обставини (карантин та дистанційне навчання). Ця проблематика досліджена провідними вченими, які намагалися розглянути можливості використання соціально-політичного дискурсу в умовах викладання англійської. Так, своє бачення соціально-політичного дискурсу пропонують Д. Шапочкін [11] та Т. Дедушкіна [3]. Лінгводидактичний потенціал англійських газет досліджує К. Приміна [7]. О. Тарнопольський та С. Кожушко [10] розглядають можливості інтернет-пошуку. Т. Аль Аріф [12] досліджує дидактичну роль соціальних медіа.

Окремо слід підкреслити важливість використання автентичних англійських текстів, зокрема газет, блогів, форумів, а також сайтів, створених спеціально для мовного обміну.

Виклад основного матеріалу. Соціально-політичний дискурс є середовищем змістового наповнення публічної сфери. Д.В. Шапочкін розуміє під політичним дискурсом особливу знакову систему тієї чи іншої національної мови, що служить політичній комунікації: для пропаганди тих чи інших ідей, емотивного впливу, спонукання громадян до політичних дій, для вироблення громадського консенсусу, прийняття та обґрунтування соціально-політичних рішень в умовах плюралізму точок зору у суспільстві [11, с. 57].

Ми вважаємо за доцільно виокремити два розуміння соціально-політичного дискурсу:

1. Вузьке: соціально-політичний дискурс – це власне весь масив усного та письмового мовлення соціальних та політичних лідерів або осіб, що прагнуть ними стати, провідних громадських активістів.

2. Широке: соціально-політичний дискурс – це множина всіх комунікацій у суспільстві, які прямо чи опосередковано стосуються політичної сфери.

Розглядаючи різновиди власне політичного дискурсу, скористаємося класифікацією вітчизняної дослідниці Т.О. Дедушкіної [3, с. 474–475], яка виокремлює:

1. Інституційний політичний дискурс, який включає в себе передвиборчу агітацію, парламентські дебати, офіційні виступи керівників держави, інтерв'ю політичних лідерів тощо.

2. Масмедійний політичний дискурс, в рамках якого використовуються тексти, створені журналістами і поширені через пресу, телебачення, радіомовлення, Інтернет. Прикладами можуть бути інтерв'ю, аналітична стаття в газеті, написана журналістом, політологом або політичним діячем (часто за допомогою фахівця зі ЗМІ). Журналісти в цьому випадку привертають увагу аудиторії до проблеми, пропонують шляхи її вирішення, повідомляють про ставлення до неї політичних організацій, їхніх лідерів, допомагають лідерам у досягненні цілей.

3. Офіційно-діловий політичний дискурс, у рамках якого створюються тексти, призначені для співробітників державного апарату.

4. Тексти, створені пересічними громадянами, – листи, звернення, адресовані політикам. На нашу думку, сюди ж можна віднести і пости в соціальних мережах та на форумах.

5. «Політичні детективи», «політична поезія» і тексти політичних мемуарів.

6. Тексти наукової комунікації, присвячені політичній сфері.

Кордони між вищепереліченими видами політичного дискурсу є нечіткими, отже, часто можна спостерігати їх взаємоперетин.

На нашу думку, під соціально-політичним дискурсом можна вважати практично всю множину повідомлень, які так чи інакше стосуються соціально-політичної сфери. Сюди належать не тільки заяви президентів та депутатів парламентів, а й висловлювання окремих громадян стосовно, наприклад, політичних демаршів акторів, митців, спортсменів. До соціально-політичного дискурсу можна відносити інформацію будь-якого ступеня достовірності: адже дуже часто саме фейки стають найбільш тиражованими та відомими повідомленнями.

Слід звернути увагу на особливості соціально-політичного дискурсу в умовах поширення сучасної комунікації: 1) екстериторіальність (доступність мережевих ресурсів незалежно від місцезнаходження користувача); 2) мультимедійність (одночасне розміщення різних типів медійного контенту – текстової інформації, аудіо- і відеороликів, сюжетів, виступів, фотографій, гіпертекстових посилань); 3) інтерактивність (можливість організувати

взаємодію з користувачами, забезпечити двосторонню комунікацію замість простої трансляції контенту); 4) оперативність (мережеві ресурси дозволяють розміщувати необхідну інформацію у будь-який момент). Онлайн-ресурси надають можливість щосекундного розміщення оперативної інформації, що особливо важливо в умовах політичних криз та при висвітленні надзвичайних подій у режимі реального часу.

Говорячи про новітні тенденції розвитку соціально-політичного дискурсу, необхідно враховувати, що розкриття інформації через Інтернет, крім позитивних суспільних тенденцій, має і негативні соціальні наслідки. Так, примарна анонімність політичного дискурсу в Інтернеті може формувати і численні деструктивні явища, такі як невмотивована (тому що безкарна) агресія, ігнорування загальноприйнятих норм культури, мови, письма. Останніми роками викид компромату в мережу для спричинення політичного скандалу став звичайним методом політичної боротьби [9, с. 123–124].

Глобалізація соціально-політичного життя потребує вироблення спільних кодів взаємодії (мова, норми, цінності), усього того, що створює єдиний комунікаційний простір. Адже мета глобалізації культури – не в уніфікації, а в збереженні, розвитку та взаємозбагаченні культур за рахунок відповідної культурної політики, спрямованої на домінування національної, етнічної культури. На підставі цього можна стверджувати, що в процесі міжкультурної комунікації необхідно виходити з усвідомлення взаємозалежності культур та осмислення цінності кожної культури [1, с. 52].

Інтервенція публічної політики в приватне життя демонструє ілюзорність автономії приватного від публічного [6, с. 110]. Однією з «революційних» змін останніх років у комунікаційній сфері є перехід від тотального контролю за ЗМІ до вільного (або умовно вільного) політичного дискурсу. Ідеологія саме як теоретичне вираження спільних для соціальної групи інтересів і цінностей перестає бути значущим комунікативним мотивом, що стає більш зіставним з такими рисами сучасної політики, як децентралізація політичної участі, відхід від жорстких структур в управлінні комунікативними процесами, наростання багатоманітності мотивів і орієнтацій, здатних викликати політичну дію. Отже, на зміну централізованого керованому медіапростору приходить плюралізм в інформаційній сфері. Це призводить до того, що думки й погляди дедалі більшої кількості людей враховуються при прийнятті політичних рішень. Втім є й зворотний бік цього процесу: населення, що звикло довіряти одному джерелу інформації, може бути дезорієнтоване в умовах зростаючого плюралізму інформаційних потоків, що часто суперечать один одному.

Використання комунікативних інтернет-технологій для комунікаторів на зразок держави, інших носіїв політичної влади, може бути спрямоване на подолання кризових ефектів у реципієнта. У той же час комунікатор, який має на меті провокування кризи в політичному дискурсі, може застосовувати технології підриву довіри до політичних лідерів, інститутів, рішень тощо. Наслідком таких дій можуть стати політичні скандали, які призводять до делегітимації влади та можуть спричинити відставку голови держави та низки інших посадовців.

Розглянемо детальніше основні канали медійної комунікації, що в нашому випадку тотожні видам медійного матеріалу, який використовується в навчальному процесі.

1. Газети. Назва цього ЗМІ походить від назви італійської монети, яку давали за аркуш новин. Європейські газети сучасного типу з'явилися в XVII ст. Сучасну англomовну пресу можна поділити на дві групи: «якісні газети» (*quality press*) і таблоїди. Якісна преса орієнтована на середній та вище середнього класи. Вони характеризуються строгою версткою, середнього розміру шапками та заголовками, а також дуже невеликою кількістю фото та ілюстрацій. Розглянемо ці ЗМІ на прикладі Великої Британії, де ці видання ще називають *broadsheets*. Прикладами таких видань є «The Times», «The Guardian», «The Telegraph», «The Independent», «Financial Times». Так, «The Times» – це одна з найвпливовіших газет англomовного світу, яка випускається з 1785 р. До речі, саме для цієї газети було створено гарнітуру Times New Roman, яка використовується й донині.

Таблоїди, що становлять другу групу, являють собою малоформатні газети, розраховані на якнайширшу аудиторію. Вони містять великі заголовки, багато ілюстрацій, а матеріал часто претендує на сенсаційність. Серед британських газет сюди відносять «The Daily Mirror», «The Daily Express», «The Sun», «Daily Mail». Часто в таких газетах використовується розмовний стиль, емоційно забарвлена лексика та навіть сленг.

Втім, на нашу думку, не варто обмежуватися британськими варіантами, можна урізноманітнити матеріали, використовувати з дидактичною метою, газетами, що виходять в інших англomовних країнах та в країнах, де англійська традиційно широко використовується. Так, це може бути американська «The Washington Post», індійська «The Hindu», ізраїльська «The Jerusalem Post».

Як зазначає К.В. Приміна, лінгводидактичний потенціал англomовних газет полягає в особливостях газетного стилю:

- економія мовних засобів, лаконічність викладення положень при збереженні інформаційної насиченості;
- використання громадсько-політичної, економічної лексики та фразеології;
- використання характерних мовленнєвих стереотипів, кліше;
- жанрове різноманіття, стильовий плюралізм (використання елементів наукового, художнього, розмовного стилю) [7, с. 268].

Безперечно, для сучасної молоді газета стає символом минулого, оскільки гаджети майже не залишили місця для паперових видань у житті студентів. Але можна зацікавити студентів при вивченні історії англomовних країн (та світу в цілому), опираючись на газетні статті минулих часів.

У табл. 1, спробуємо створити добірку цікавих заголовків, що відображають ключові події минулого. В умовах вивчення іноземної мови студентам може бути запропоновано самостійно проставити дати виходу тих чи інших матеріалів та коротко інтерпретувати описувані події англійською мовою. У табл. 1 використано матеріали як з «*broadsheets*», так і з «*tabloids*».

Таблиця 1

Газетні заголовки як відбиття історичних процесів*

Заголовок	Переклад	Газета (дата)	Подія
<i>Lee surrenders; the war is over</i>	Лі здається; війна завершена	<i>The Civil War News</i> (1865)	Завершення громадянської війни у США
<i>Wall Street crash!</i>	Крах Волл-стріт!	<i>The London Herald</i> (1929)	Початок Великої депресії
<i>Japs attack U.S.</i>	Японці напали на США	<i>The Denver Post</i> (1941)	Вступ США у Другу світову війну
<i>Men walk on Moon</i>	Люди крокують по Місяцю	<i>The New York Times</i> (1969)	Перша висадка американців на Місяць
<i>Berlin Wall tumbles</i>	Берлінська стіна впала	<i>The London Herald</i> (1989)	Завершення Холодної війни
<i>Obama makes history</i>	Обама творить історію	<i>The Washington Post</i> (2008)	Перемога Б. Обами на президентських виборах
<i>Doctor in New York City Is Sick With Ebola</i>	Лікар з Нью-Йорка захворів на лихоманку Ебола	<i>The New York Times</i> (2014)	Боротьба з лихоманкою Ебола
<i>Vaccines for over-70s start today</i>	Вакцинація тих, кому більше за 70 років, розпочнеться сьогодні	<i>The Daily Express</i> (2021)	Боротьба з COVID-19

*Створено автором на основі відкритих інтернет-джерел.

Вищенаведені заголовки не лише допомагають актуалізувати знання з історії англomовних країн. Вони, як було зазначено в попередньому розділі, сприяють ознайомленню з реальним публіцистичним стилем. Є тут місце й політично забарвленій лексиці: в англійській мові слово *Japs* є пейоративною лексемою, що вживається щодо японців з метою їх принизити. Це, безумовно, порушення всім норм політичної коректності, але в 1941 р. необхідно було створити образ ворога, яким щойно стала мілітаристська Японія.

2. Радіо. Вже понад століття радіо є засобом масової комунікації, а до Другої світової війни та поширення телебачення це був єдиний спосіб передавання інформації великій аудиторії в режимі реального часу. Як і газети, радіо часто асоціюється з минулим століттям, але деякі радіопередачі мають вагомий лінгводидактичний потенціал. Перш за все, радіопередачі цінні тим, що в них відсутній відеоряд. Тобто студент може розраховувати лише на свій слух, без допомоги у вигляді субтитрів чи відеоряду, який (у випадку з теленовинами) може допомогти зрозуміти, про що йдеться.

Втім багато історичних радіопередач вже викладені в Інтернет. У цьому можна пересвідчитися на прикладі відомої промови В. Черчилля «The Fourth Climacteric» від 22 червня 1941 р. У ній ми бачимо патетичні звороти, метафори, характерні для офіційних промов політиків.

Сьогодні варто використовувати радіоподкасти. Такі подкасти формує, наприклад, BBC. Н.А. Ігнатенко пропонує поділити передачі в подкастах за тематичною спрямованістю, що відображено в табл. 2.

Таблиця 2

Використання радіоподкастів з дидактичною метою*

Тематика дисципліни	Назви радіопередач
<i>The Role of Music</i>	<i>Mastertapes, Desert Island Disks, Inheritance Tracks, Soul Music</i>
<i>Consumers and Consumerism</i>	<i>Money Issues</i>
<i>Character and its development</i>	<i>In the Psychiatrist's Chair, The Human Zoo, All in the Mind, Moral Maze</i>
<i>Science and Technology</i>	<i>Best of Natural History Radio, Putting Science to Work, Radio 4 General Knowledge Quizzes, BBC Inside Science, Infinite Monkey Cage, In our Time: Science, Costing the Earth, The Life Scientific, Natural Histories, Seven Ages of Science</i>
<i>Family Matters</i>	<i>Woman's Hour, A point of View, Radio 4 Appeal, My Teenage Diary</i>
<i>Creative Arts</i>	<i>Great Lives, In our Time: Culture, Computing Brain, Digital Human, Don't Log off</i>
<i>Jobs and Employment</i>	<i>Dream Job</i>
<i>Language Learning</i>	<i>Word of Mouth, The Reith Lectures, My own Shakespeare, Book of the Week, Book at Bedtime</i>
<i>Writing Fiction</i>	<i>Comedy of the Week, Drama of the Week Bookclub, Books and Authors</i>

*Джерело: [4, с. 152].

3. Телебачення. Протягом другої половини ХХ ст. основним засобом масової інформації стало саме телебачення завдяки своїй можливості передавати відео- та аудіоінформацію в режимі реального часу.

Серед провідних британських телекомпаній варто відзначити BBC (щоправда, це не тільки теле-, але й радіокомпанія). Багато матеріалів, що випускаються цією компанією, мають на меті саме ознайомлення глядачів з англійською мовою. Так, проєкт «English Express» містить відеоролики, короткі відомості з граматики та тестові завдання. Також BBC дає можливість переглядати актуальні новини з акцентуванням уваги на складних словах та в уповільненому темпі. Так, на прикладі проєкту LingoHack ми можемо в цьому пересвідчитися. Випуск від 10 березня 2016 р. складено з трьох новинних сюжетів, подано скрипт (текстовий варіант), а ведучі говорять повільніше. Пропонуються для запам'ятовування слова *solar eclipse, violate, influential, accomplishments* [19]. Крім того, BBC приділяє значну увагу фейковим новинам, вони випустили низку матеріалів, присвячених *fake news*. Так, випуск 1 «*Fake News: Fact and Fiction*» являє собою пояснення дикторки, що супроводжується написанням основних позицій на віртуальній дошці (для кращого розуміння) [16].

Доцільно також використовувати інші англomовні телеканали – CNN (США), Seven (Австралія), CBC (Канада) тощо. Втім, оскільки, як ми пересвідчилися, більшість телематеріалів можна знайти в Інтернеті, то перейдемо до аналізу цього каналу комунікації.

4. Інтернет. Цей спосіб передавання інформації є найновішим, але найбільш популярним, особливо серед молоді. Інтернет побудований на мережі протоколів TCP/IP. У сучасному вигляді він сформувався у 1991 р., а зараз охоплює всі країни. У деяких країнах (Сінгапур, Естонія, Нова Зеландія) через Інтернет можна робити практично всі операції, аж до реєстрації бізнесу, в інших він розвинутий менше. Але майже всі більш-менш популярні паперові видання мають сьогодні онлайн-версії, що розширює їх аудиторію. Серед причин бурхливого розвитку саме інтернет-комунікацій можна особливо виділити те, що кожен користувач може бути творцем медіапродукту (що є складним для газет та майже неможливим для телебачення) – вести власний блог, редагувати Вікіпедію, завантажувати відео в Youtube.

Важливим аспектом впливу Інтернету на життя суспільства є те, що інтернет-лексика (передусім сленг) використовується й у повсякденному житті, і не лише англomовними, а й україно- та російськомовними студентами. За результатами досліджень російських вчених, 67,8% студентів використовують у повсякденному спілкуванні інтернет-сленг. 44,7% використовують запозичення з інших мов [5, с. 209]. Часто зустрічається схема, за якою англійське слово стає частиною інтернет-сленгу вітчизняних студентів, а потім використовується за межами інтернету: хейт (від англійського *hate* – ненависть), тролінг означає провокацію (від англійського *trolling* – спосіб рибальства), IMXO (від англійського IMHO – *in my humble opinion* – на мій скромний погляд).

Для здобувачів усіх спеціальностей необхідно опанувати інтернет-пошук. Інтенсифікований розвиток навичок та вмінь іншомовного читання та аудіювання забезпечується пошуком інформації, що стосується професійного зростання майбутнього фахівця. О. Тарнопольський та С. Кожушко розглядають, як інтернет-пошук використовується для обслуговування та забезпечення основних експерієнційних видів навчальної діяльності [10, с. 103–115].

1. Ділові ігри. Студенти розшукують на автентичних інтернет-сайтах англomовні інтерв'ю, психологічні сесії, дебати політичних лідерів, прес-релізи тощо. З урахуванням знайдених зразків студенти створюють власні продукти подібного змісту – наприклад, розігрують інтерв'ю з політичним діячем.

2. Проектування. Цей вид експерієнційного навчання дозволяє задіяти навички як читання та аудіювання, так і письма та говоріння. Проектне завдання розраховане на досить тривалий час виконання (можливо, навіть на семестр). Інтернет у цьому випадку є цінним ресурсом отримання актуальної інформації та (за можливості) її апробації та презентації.

Наприклад, група здобувачів отримала завдання: дослідити особливості використання політичних евфемізмів. Звичайно, знайти автентичні друковані джерела англійською мовою є досить складним завданням. Тому здобувачі можуть використовувати всю множинну англomовних інтернет-ресурсів з поправкою на їх достовірність та релевантність. Окрім сайтів, можна використовувати соціальні мережі та блоги. Таким чином, команда з трьох-чотирьох студентів може підготувати проект, в якому будуть 50-70 прикладів з їх обґрунтуванням та перекладом (за потреби).

Крім того, проектування надає можливість апробації результатів дослідження. Це може бути сторінка в *livejournal* (Живому журналі), відеозапис на *Youtube*, публікація у *Facebook*, на сайті закладу вищої освіти, публікація в онлайн-виданні тощо. Це мотивує студентів до наукової творчості та до якісного виконання завдання, адже результат побачать користувачі з інших міст та навіть держав, які розуміються на цій проблематиці.

3. Мозковий штурм. Для проведення мозкового штурму Інтернет (особливо мобільний) є корисним, адже за допомогою пошукових запитів можна знайти безліч варіантів вирішення проблеми (іноді – відверто абсурдних, але на першому етапі їх слід включати в «банк ідей»). Потім за допомогою пошуку можна відкинути ті варіанти, що не підходять, та порівнювати ті, що є потенційно здійсненними.

В Інтернеті є мільйони англomовних сайтів, і різні їх типи можна використовувати в навчальній діяльності. Новинні сайти здебільшого належать телерадіокомпаніям, газетам та іншим ЗМІ. Варто приділити увагу блогам як альтернативним джерелам інформа-

ції. Адже вони мають різні думки та не зобов'язані бути лояльними до певної редакції. Як приклад можна навести популярного британського блогера Пола Стейнса (мережевий нікнейм *Guido Fawks*). Його блог <https://order-order.com/> являє собою авторське бачення громадських та політичних подій. Так, реакція на винайдення в Росії вакцини від коронавірусу була досить критичною: блогер зазначив: *This just a month after the UK announced Russian hackers had been attempting to steal Oxford University vaccine research* [20].

Важливим джерелом є соціальні мережі, передусім *Facebook*, але можна використовувати також *Instagram*, *Twitter* та інші мережі. Вони мають потужний мобілізаційний потенціал. Понад 95% індонезійських студентів, що вивчають англійську, мають акаунти в *Instagram* [12, с. 228].

У *Twitter* зареєстровані більшість топових політиків світу, у тому числі колишній Президент США Д Трамп (щоправда, соціальна мережа забанила його акаунт під час протестів 2021 р.). Один з його твітів від 2017 р. набрав понад 500 тисяч уподобань: *«Why would Kim Jong-un insult me by calling me «old,» when I would NEVER call him «short and fat?» Oh well, I try so hard to be his friend - and maybe someday that will happen!»* [14]. Це типовий приклад політичної риторики, не обтяжений політкоректністю. Можна запропонувати студентам переписати цей чи інший різкий твіт, використовуючи правила політичної етики.

Цікавим, на нашу думку, є завдання знайти якийсь допис у соцмережах, який би вплинув на реальні економічні процеси. Яскравим прикладом може бути твіт І. Маска від 1 травня 2020 р.: *Tesla stock price is too high imo*. Після цього ціна акцій компанії «Tesla» різко впала. Заслугує на увагу скорочення *«imo»*, яке частіше пишеться великими літерами та означає *in my opinion* (на мою думку) [15].

Надзвичайно зручною у використанні є мережа *Pinterest*, яка надає вчителю можливість легко використовувати різноманітну інфографіку (наприклад, для пояснення граматичного та лексичного матеріалу), малюнки для розвитку діалогічного та монологічного мовлення під час ситуативного обговорення [8, с. 160].

Важливий психологічний аспект вивчення англійської мови шляхом спілкування у соціальній мережі – можливість дозволити собі більше, ніж у реальному житті. Головне пояснення полягає у тому, що в подібному спілкуванні відсутній візуальний контакт. Написати повідомлення малознайомій людині набагато простіше, ніж підійти до неї й поставити запитання наживо. До того ж при дистанційному спілкуванні завжди є час на обміркування відповіді, у той час як живе спілкування вимагає миттєвої реакції. Нарешті, у відсутності зорового контакту часто буває легше проявити зайву відвертість, що не кожен дозволив би собі у рамках звичайного спілкування [2, с. 44].

Потужний лінгводидактичний потенціал має Вікіпедія. Це найбільша енциклопедія світу та один з найбільш інформативних інтернет-ресурсів. Вона була заснована в 2001 р. Англійський розділ Вікіпедії є найповнішим, оскільки вміщує понад 6,2 млн статей. Завдяки цій енциклопедії можна отримати первинну, ознайомчу інформацію про будь-яке явище, подію, особу. Але на більш просунутому рівні володіння мовою можна запропонувати студентам внести певні правки до Вікіпедії (але з урахуванням правил). Для цього бажано зареєструватися, щоб приналежність усіх правок було видно викладачеві та модераторам Вікіпедії. Якщо ці правки є прийнятними та релевантними, вони будуть прийняті, і стаття стане більш актуальною. Серед рекомендованих тем для таких вправ – біографії відомих людей нашого краю (як правило, в англомовних статтях бракує детальних даних), інформація про населені пункти своєї країни, певні сучасні події. Можна також створити статтю, якщо об'єкт відповідає критеріям значущості Вікіпедії.

Також важливу роль у вивченні іноземних мов відіграють месенджери, які можуть бути встановлені на будь-який сучасний мобільний пристрій. Крім того, варто використовувати мобільні додатки на кшталт *LearningApps* або *Tandem*. Крім того, можна зареєструватися та знаходити співрозмовників на мовних форумах, як-от *Interpals* чи *Duolingo*. Втім слід зазначити, що співрозмовники можуть виявитися не носіями мови та реєструватися на інтернет-платформах не з метою спілкування, а заради інших цілей, не завжди законних (шахрайство, булінг, розпалювання ворожнечі). Тож слід дотримуватися конфіденційності та не повідомляти про себе детальної інформації. Адже проблема анонімності та невідповідності особи людини та її мережевого *alter ego* існує протягом усієї історії Інтернету.

Принципи пошуку співрозмовників та мовного контенту на інтернет-форумах можна розглянути на прикладі сайту <https://interpals.net/> [18], який існує близько 20 років та дозволяє вивчати понад 100 мов. Користувач під час реєстрації вводить нікнейм (псевдонім, під яким буде зареєстровано його сторінку), власне ім'я та іншу особисту інформацію (за бажанням). Важливо вказати на своїй сторінці, які мови користувач знає та на якому рівні, які мови вивчає чи планує вивчати. Можна додати фотографії та посилання на свої сторінки в соціальних мережах. На цьому сайті активно обговорюються, серед іншого, й соціально-політичні проблеми. Шукаючи співрозмовників, можна обмежити пошук певною країною, певною мовою, статтю та віком. Існує опція «не шукати профілі без фотографій». Це дозволяє розвивати навички спрямованого пошуку в мережі Інтернет.

А. Байдаві говорить про три фактори, яким слід приділити увагу перед тим, як обирати медіатекст (передусім друкований) для опрацювання:

1. Практичність. Щоб забезпечити лінгводидактичний потенціал медійного тексту, треба врахувати складності його придбання або доступу до нього.

2. Характеристики студентів. Оскільки всі студенти мають різний характер, здібності (у тому числі когнітивні), спрямованість, це слід враховувати при доборі матеріалу.

3. Завдання. Вони не мають бути нудними і повинні викликати інтерес [13, с. 59].

Втім дослідники говорять і про демотивуючий вплив медіа. У деяких випадках опитані студенти зазначили, що невідповідні (неправильно підібрані) матеріали нових медіа демотивують чи заплутують їх при вивченні англійської [17, с. 21–22].

Отже, медійний матеріал, який використовується у навчанні англійської мови, є різноманітним за своєю формою, змістом, призначенням. Для якомога глибшого занурення в мову варто використовувати як газети, радіо та телебачення, так і Інтернет. Слід зазначити, що кількість інформації в електронному вигляді непинно зростає, політичний дискурс стає все більш суперечливим, отже, студенти мають добре відрізнити достовірну інформацію від сумнівної, а головне – від відвертих фейків. Інтернет-технології є незамінними в експериментальному навчанні, оскільки мотивують студентів до активної пошукової та творчої діяльності при вивченні англійської мови.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Соціально-політичний дискурс – це те невичерпне джерело матеріалів, які можуть стати в пригоді під час викладання іноземної мови. Він відбиває соціально-політичні, економічні, культурні реалії сучасного світу, відтак, його необхідно використовувати для наповнення навчального контенту релевантними прикладами. Під соціально-політичним дискурсом можна розуміти всю сукупність меседжів, які транслюються засобами масової комунікації та впливають на поведінку громадян.

Серед матеріалів, які варто використовувати у процесі навчання, – газети, журнали, радіо, телебачення, Інтернет. Усі вони створюють ефект занурення в мовне середовище, знайомлять здобувачів з реальною мовою, яку використовують носії. Часто ці ресурси містять матеріали, створені спеціально для тих, хто вивчає мову. В Інтернеті можна знайти спеціальні сайти, призначені для мовного обміну. Ми переконалися, що для вільної онлайн-комунікації вже недостатньо бути споживачем медіапродукції – необхідно вміти її створювати: вести блог, завантажувати фото- відео- та текстові матеріали. Особливу увагу слід звертати на фейки та маніпулятивні повідомлення, адже їх поширення є шкідливим для соціально-політичної стабільності.

Отже, використання матеріалів соціально-політичного дискурсу є надзвичайно важливим для формування соціокультурних компетентностей та розвитку мовленнєвих здібностей. На нашу думку, використання всіх розглянутих джерел є дидактичним імперативом, отже, слід прагнути до якнайповнішого використання всіх наявних засобів, методів та форм навчання англійської мови, у тому числі із застосуванням новітніх медійних технологій. Перспективи подальших досліджень вбачаємо у вивченні ролі мобільних додатків у навчанні іноземних мов.

Список використаної літератури

1. Басава Г.І. Міжкультурна комунікація ў сучаснай інфармацыйнай прасторы і яе роля ў падрыхтоўцы спецыяліста. *Труды БГТУ*. 2019. Серія 4, № 2. С. 51–56.

2. Гаркуша І.В., Кайко В.І. Психологічні аспекти та основні мотиви використання соціального мереж. *Вісник Університету імені Альфреда Нобеля. Серія «Педагогіка і психологія»*. 2019. № 2 (18). С. 40–47.
3. Дедушкина Т. Жанровое пространство политического дискурса. *Studia Linguistica*. 2011. Вып. 5. С. 472–477.
4. Игнатенко Н.А. Подкасты англоязычного радио в самостоятельной работе студентов на продвинутом этапе обучения иностранному языку. *Язык и культура*. 2016. № 1 (33). С. 148–159.
5. Кисляков П.А., Сорокоумова С.Н., Егорова П.А. Психолингвистическая безопасность личности студента и её обеспечение в процессе обучения в вузе. *Язык и культура*. 2020. № 49. С. 199–218.
6. Петухов Р.В. Запрос на перемены: политико-ценностное измерение. *Политические исследования*. 2020. № 6. С. 103–118.
7. Примина К.В. Стилистика газетных материалов британских таблоидных газет. *Вопросы методики преподавания в вузе: ежегодный сборник*. 2015. № 4 (18). С. 267–277.
8. Процько Є.С. Використання інтернет-ресурсів у процесі підготовки вчителя англійської мови нового покоління. *Вісник післядипломної освіти. Серія «Педагогічні науки»*. 2020. Вип. 11 (40). С. 154–169.
9. Сидоров М., Табаков Д. Интернет как засіб соціальної комунікації та соціального впливу. *Політичний менеджмент*. 2008. № 4. С. 119–125.
10. Тарнопольський О.Б., Кожушко С.П. Методика навчання студентів вищих навчальних закладів письма англійською мовою. Вінниця: Нова книга, 2008. 288 с.
11. Шапочкин Д. Политический дискурс: когнитивный аспект. Тюмень: Изд-во Тюменского гос. ун-та, 2012. 260 с.
12. Al Arif T.Z.Z. The Use of Social Media for English Language Learning: An Exploratory Study of EFL University Students. *Metathesis: Journal of English Language Literature and Teaching*. 2019. Vol. 3. № 2. P. 224–233.
13. Baidawi A. Using visual media in teaching speaking. *OKARA Journal of Languages and Literature*. 2016, Mei. Vol. 1. Tahun 1. P. 54–65.
14. Donald Trump. Twitter. URL: <https://twitter.com/realdonaldtrump/status/929511061954297857> (дата звернення 30.12.2020).
15. Elon Musk. Twitter. URL: <https://twitter.com/elonmusk/status/1256239815256797184> (дата звернення 29.12.2020).
16. Fake news: fact and fiction. BBC. URL: <https://www.bbc.co.uk/learningenglish/english/course/fakenews/unit-1/session-1> (дата звернення 29.07.2021).
17. Hasan M., Al Younus A., Ibrahim F., Islam M., Islam M. Effects of New Media on English Language Learning Motivation at Tertiary Level. *Advances in Language and Literary Studies*. 2020. Vol. 11. Issue 5. P. 17–24.
18. Interpals. Meet the world. URL: <https://interpals.net> (дата звернення 20.06.2021).
19. Lingohack: англійський по новостям. BBC. URL: https://www.bbc.com/russian/multimedia/2016/03/160310_elt_lingohack (дата звернення 17.07.2021).
20. Putin's Soviet-style COVID vaccine. Guido Fawkes. URL: <https://order-order.com/2020/08/11/russias-sputnik-v-covid-vaccine-is-cold-war-era-propaganda/> (дата звернення 13.07.2021).

References

1. Basava, H.I. (2019). *Mizhkulturnaja kamunikacyja ŭ suchasnoj infarmacyjnaj prastory i jae rolja ŭ padryhtoŭcy specyjalista* [Intercultural communication in the modern information space and its role in the training of specialists]. *Trudy BGTU* [Proceedings of BGTU], vol. 4, no. 2, pp. 51-56 (In Belorussian).
2. Harkusha, I.V., Kaiko, V.I. (2019). *Psykhoholichni aspekty ta osnovni motyvy vykorystannia sotsialnykh merezh* [Psychological aspects and the main motives for the use of social networks]. *Visnyk Universytetu imeni Alfreda Nobelia. Pedagogika i*

psykholohiia. Pedagogichni nauky [Bulletin of Alfred Nobel University. Pedagogy and Psychology. Pedagogical sciences], no. 2 (18), pp. 40-47 (In Ukrainian).

3. Dedushkina, T. (2011). *Zhanrovoe prostranstvo politicheskogo diskursa* [Genre space of political discourse]. *Studia Linguistica*, issue 5, pp. 472-477 (In Russian).

4. Ignatenko, N.A. (2016). *Podkasty angloiazыchnogo radio v samostoiatelnoi rabote studentov na prodvnutom yetape obucheniia inostrannomu yazyku* [The podcasts of the English-language radio on the advanced level of foreign language teaching]. *Yazyk i kultura* [Language and culture], no. 1 (33), pp. 148-159 (In Russian).

5. Kisliakov, P.A., Sorokoumova, S.N., Egorova, P.A. (2020). *Psikholingvisticheskaia bezopasnost lichnosti studenta i ee obespechenie v processe obucheniia v vuze* [Psychological and linguistic safety of student and its support during education in higher school]. *Yzyk i kultura* [Language and Culture], no. 49, pp. 199-218 (In Russian).

6. Petukhov, R.V. (2020). *Zapros na peremeny: politiko-cennostnoe izmerenie* [The request for change: political and value dimension]. *Polis. Politicheskie issledovaniia* [Polis. Political Studies], no. 6, pp. 103-118 (In Russian).

7. Primina, K.V. (2015). *Stilistika gazetnykh materialov britanskikh tabloidnykh gazet* [The stylistics of newspaper materials of the British tabloids]. *Voprosy metodiki prepodavaniia v vuze: ezhegodnyi sbornik* [Problems of teaching methods in higher school: annual collection], no. 4 (18), pp. 267-277 (In Russian).

8. Protsko, Ye.S. (2020). *Vykorystannia internet-resursiv u protsesi pidhotovky vchytelia anhliskoi movy novoho pokolinnia* [The use of Internet sources in training English teachers of the new generation]. *Visnyk pisladyplomnoi osvity* [Bulletin of Postgraduate Education], issue 11 (40), pp. 154-169 (In Ukrainian).

9. Sydorov, M. & Tabakov, D. (2008). *Internet yak zasib sotsialnoi komunikatsii ta sotsialnoho vplyvu* [Internet as a tool of social communication and social influence]. *Politychnyi menedzhment* [Political management], no. 4, pp. 119-125. (In Ukrainian).

10. Tarnopolskyi, O.B. & Kozhushko, S.P. (2008). *Metodyka navchannia studentiv vyshchyykh navchalnykh zakladiv pysma anhliskoiu movoiu* [The methodology of teaching higher school students writing in English]. Vinnytsia, Nova knyha Publ., 288 p. (In Ukrainian).

11. Shapochkin, D. (2012). *Politicheskii diskurs: kognitivnyi aspekt* [Political discourse: a cognitive aspect]. Tiumen, Tiumenskii gosudarstvennyi universytet Publ., 260 p (In Russian).

12. Al Arif T.Z.Z. (2019). The Use of Social Media for English Language Learning: An Exploratory Study of EFL University Students. *Journal of English Language Literature and Teaching*, vol. 3, no. 2, pp. 224-233.

13. Baidawi, A. (2016). Using visual media in teaching speaking. *OKARA Journal of Languages and Literature*, vol. 1, Tahun 1, Mei, pp. 54-65.

14. Donald Trump. Twitter. Available at: <https://twitter.com/realdonaldtrump/status/929511061954297857> (Accessed 30 December 2020).

15. Elon Musk. Twitter. Available at: <https://twitter.com/elonmusk/status/1256239815256797184> (Accessed 29 December 2020).

16. Fake news: fact and fiction. BBC. Available at: <https://www.bbc.co.uk/learningenglish/english/course/fakenews/unit-1/session-1> (Accessed 29 July 2021).

17. Hasan, M., Al Younus, A., Ibrahim, F., Islam, M., Islam, M. (2020). Effects of New Media on English Language Learning Motivation at Tertiary Level. *Advances in Language and Literary Studies*, vol. 11, issue 5, pp. 17-24.

18. Interpals. Meet the world. Available at: <https://interpals.net> (Accessed 20 June 2021).

19. Lingohack: английский по новостям [Lingohack: English using the news]. BBC. Available at: https://www.bbc.com/russian/multimedia/2016/03/160310_elt_lingohack (Accessed 17 July 2021).

20. Putin`s Soviet-style COVID vaccine. Guido Fawkes. Available at: <https://order-order.com/2020/08/11/russias-sputnik-v-covid-vaccine-is-cold-war-era-propaganda/> (Accessed 13 July 2021).

SOCIAL AND POLITICAL DISCOURSE IN THE CONTEXT OF TEACHING ENGLISH

Ruslan M. Kliuchnyk, PhD in Political Science, Associate Professor of the Department of Global Economy, Alfred Nobel University, Dnipro (Ukraine).

E-mail: nobelpolis@duan.edu.ua

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6787-275X>

DOI: 10.32342/2522-4115-2021-2-22-23

Key words: educational process, social and political discourse, mass media, Internet, teaching foreign languages.

The article considers some aspects of the use of social and political discourse in teaching English. In the article, social and political discourse means all the messages that are related to social and political issues. The new trends of modern media development are considered. Some aspects of use of mass media in education have been considered. In particular, special attention has been paid to the main peculiarities of mass media as a source of educational content. The didactic potential of newspapers, radio, television and the Internet have been shown.

It has been demonstrated that the use of politically charged lexicon (not only politically correct words and expressions but also pejorative once) broadens students` outlook and trains them to work in different social and political conditions. For example, euphemisms should be used in the modern political communication in order to avoid conflicts. It has been proved that newspaper texts can help us study history of the countries of the languages being learnt. The difference between the quality press and tabloids has been explained. A table of headlines is given to illustrate historical events in the USA and the world.

The activity of English mass media in facilitating English learning has been considered. It has been demonstrated that some materials issued by the BBC are aimed at familiarizing the audience with the English language. E.g., the English Express project contains video materials and some brief data about the English grammar as well as tests.

The author has emphasized that media often contain wrong, biased or fake information. Fake news is considered as a threat to the stability of communication. It is shown that the students should try to verify all the messages they use in their activities. All types of communication on the Internet and wherever else should meet both legislation and ethical principles.

Special attention is paid to blogs as alternative sources of information. The authors of blogs express different opinions and they do not have to follow any editorial lines. It has been shown that working with webpages increases the level of media literacy of the students. Special attention is paid to the sources created intentionally for language exchange, e.g. Interpals and Duolingo. It is underlined that the students should not only perceive but also create media content. The use of Facebook, Youtube, Wikipedia, Livejournal etc. can facilitate the publication of the students` achievements. The author has paid attention to activities that can be done using media materials, e.g. project work, simulations and others.

Одержано 01.09.2021.