

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ЛЕСОСИБИРСКИЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ –
филиал Сибирского федерального университета

Филологический

факультет

Кафедра иностранных языков

кафедра

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

44.03.01 «Педагогическое образование»

код и наименование направления

44.03.01.30 Иностранный язык

наименование профиля

ЗАГОЛОВКИ БРИТАНСКИХ МЕДИАТЕКСТОВ КАК СРЕДСТВО
ВЫРАЖЕНИЯ БРИТАНСКОГО НАЦИОНАЛЬНОГО ХАРАКТЕРА

тема

Руководитель

подпись

Е.В. Семенова

инициалы, фамилия

Студент (ДФ13-01БФИ)

код (номер) группы

подпись

А.А. Тайлакова

инициалы, фамилия

Работа защищена « 21 » июня 2017 г. с оценкой « отлично »

Лесосибирск 2017

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ЛЕСОСИБИРСКИЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ –
филиал Сибирского федерального университета

Филологический

факультет

Кафедра иностранных языков

кафедра

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

44.03.01 «Педагогическое образование»

код и наименование направления

44.03.01.30 Иностранный язык

наименование профиля

ЗАГОЛОВКИ БРИТАНСКИХ МЕДИАТЕКСТОВ КАК СРЕДСТВО
ВЫРАЖЕНИЯ БРИТАНСКОГО НАЦИОНАЛЬНОГО ХАРАКТЕРА

тема

Работа защищена « 21 » июня 2017г. с оценкой « отлично »

Председатель ГЭК



Подпись

Петрищев В. И.

фамилия, инициалы

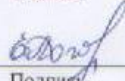
Члены ГЭК



Подпись

Семенова Е.В.

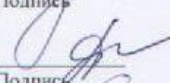
фамилия, инициалы



Подпись

Погорельская Е. В.

фамилия, инициалы



Подпись

Перевалова Л. Н.

фамилия, инициалы



Подпись

Немчинова Н. В.

фамилия, инициалы

Лесосибирск 2017

РЕФЕРАТ

Выпускная квалификационная работа по теме «Заголовки британских медиатекстов как средство выражения британского национального характера» содержит 57 страниц текстового документа, 57 использованных источников.

МЕДИАТЕКСТ, НАЦИОНАЛЬНЫЙ ХАРАКТЕР, БРИТАНИЯ, КУЛЬТУРА, ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК.

Актуальность исследования определяется ростом спроса на продукты англоязычного медиадискурса и его культурной составляющей.

Целью исследования является определение связи культурологической составляющей англоязычного медиадискурса с британским национальным характером. Объект исследования – британский медиатекст в контексте национального характера. Предмет исследования – выражение британского национального характера в заголовках британских медиатекстов.

В результате исследования были раскрыты такие понятия, как «национальный характер» и «медиатекст», рассмотрены черты британского национального характера, проанализирован УМК по английскому языку на предмет содержания заданий и упражнений, отражающих особенности британского характера, а также разработано и проведено внеклассное мероприятие.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	5
1 Британский национальный характер как научная проблема.....	8
1.1 Проблема интерпретации национального характера.....	8
1.2 Характеристика современного британского национального характера.....	16
2 Медиатекст как объект научного исследования.....	25
2.1 Понятие «медиатекст».....	25
2.2 Заголовки британских медиатекстов как средство выражения британского национального характера.....	30
3 Работа с заголовками британских медиатекстов на уроках иностранного языка.....	39
3.1 Анализ УМК по английскому языку для 2 – 9 классов.....	39
3.2 Анализ опытно-экспериментальной работы по теме исследования.....	44
Заключение.....	50
Список использованных источников.....	52

ВВЕДЕНИЕ

Отличительной особенностью цивилизации в XXI веке является процесс глобализации, которая в своем позитиве способствует развитию современного общества, взаимному обогащению культурного наследия народов мира. Одной из форм обмена культурным наследием в рамках глобализации является медиадискурс. Сложно представить современную жизнь без таких проявлений медиадискурса как Интернет, телевидение, радио, печатные издания и др. Медиакультура превратилась в неотъемлемый компонент жизни каждого члена общества.

Изучение британского национального характера посредством медиатекстов подразумевает соприкосновение с новой культурой и огромным потенциалом, заложенным в ней. Поэтому нельзя недооценивать роль изучения культуры стран изучаемого языка, где язык, являясь частью культуры, по сути, выступает средством межкультурного общения. Растущий спрос на продукты англоязычного медиатекста, и, как следствие, его культурной составляющей определяет актуальность нашего исследования.

С научной точки зрения, понятие медиатекста было рассмотрено Т.Г. Добросклонской [16], Г. С. Мельник [19], Г. Я. Солганик [29], А. В. Федоровым [33], Н.В. Чичериной [35], и др. Проблему национального характера исследовали Р. Бенедикт [39], К. Дю Буа [41], А. Инкельс и Д. Левенсон [48], С. Г. Тер-Минасова [31], В.П. Шестков [36] и др.

Цель исследования – изучение заголовков британских медиатекстов на предмет выявления в них выражения британского национального характера.

Объект исследования – британский медиатекст в контексте национального характера.

Предмет – выражение британского национального характера в заголовках британских медиатекстов.

Задачи:

1. Рассмотреть понятие «национальный характер».

2. Исследовать британский национальный характер.
3. Изучить сущность медиатекста и его заголовков.
4. Выявить особенности заголовков британских медиатекстов как средства выражения британского национального характера.
5. Проанализировать УМК по английскому языку на предмет содержания заданий и упражнений, отражающих особенности британского национального характера.
6. Разработать внеклассное мероприятие по иностранному языку с использованием полученных результатов.

Методы исследования:

- анализ специальной литературы;
- метод лингвистического описания;
- поисковый метод;
- интерпретационный метод;
- опытно-экспериментальная работа;
- систематизация;
- обобщение.

Практическая значимость работы заключается в возможности использования полученных результатов в курсе изучения дисциплин «Методика обучения и воспитания (профиль иностранный язык)» и «Лингвострановедение», а также в процессе профессиональной деятельности учителей английского языка.

Апробация и внедрение результатов исследования. Основные положения и выводы выпускной квалификационной работы изложены:

1. Тайлакова, А. А. К вопросу об обучении лингвокультурной компетенции через заголовки британских газет / А. А. Тайлакова // European Scientific Conference: сборник статей III Международной научно-практической конференции. – в 2 ч. Ч.1. – Пенза : МЦНС «Наука и просвещение». – 2017. – С. 218-221.

Статья была подготовлена при поддержке фонда М. Прохорова (победитель конкурса «Академическая мобильность», март 2017).

Результаты проведенной работы были доложены и обсуждены на заседании городского методического объединения учителей иностранного языка г. Лесосибирска (май, 2017).

Структура работы: работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка литературы, включающего 57 наименований. Общий объем работы – 57 печатных листов.

Глава 1 БРИТАНСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ХАРАКТЕР КАК НАУЧНАЯ ПРОБЛЕМА

1. 1 Проблема интерпретации национального характера

Проблема национального характера является одной из самых сложных, запутанных и противоречивых проблем гуманитарного знания. Так или иначе, к ней обращаются все гуманитарные науки: социология, политология, история, философия, этнология, культурология, но более других – этнопсихология, наука, в которой данная проблема занимает центральное место. Несмотря на огромное количество трудов, посвященных проблемам национального характера, до сих пор имеются самые разные точки зрения не только на то, что такое национальный характер, но и существует ли он вообще. Проблема национального характера является ключом к решению многих важнейших вопросов современности, и, несомненно, её актуальность и значимость не снижаются в эпоху глобализации и интеграции, а, наоборот, именно сейчас становятся всё более и более заметными.

Процесс международной, экономической и политической интеграции сделал для многих людей возможным не только свободное и интенсивное передвижение по миру, но и обеспечил постоянные межкультурные контакты на самом разном уровне. Иными словами, в наши дни происходит тесное соприкосновение различных культур, но, несмотря на экономическое сближение народов, внутренние различия очевидны и проблема понимания не ограничивается только языковым аспектом, снимающимся с помощью владения «глобальным» английским языком. Еще одним аспектом в межкультурной коммуникации является знание и понимание такого важного социального феномена как национальный характер.

В разные годы предпринимались различные попытки интерпретации национального характера. Первые попытки не были научно обоснованными, т.к. использовались в литературе о путешествиях для точного описания жизни народов. В центре таких исследований была культура: изучались традиции,

нравы, система верований, особенности семейной жизни, экономика и т.д. С появлением такого явления как психоанализ исследования национального характера обрели новое русло – центральное место получило осмысление личностных особенностей человека. З. Фрейд описывал формирование личности и говорил о том, что в раннем детстве социальное окружение подавляет нежелательные желания и влечения индивида, что в свою очередь наносит психические травмы человеку (сюда он отнес изменения черт характера, наличие психических заболеваний, навязчивые сновидения и даже особенности художественного творчества). Этнологи, переосмыслив идею З. Фрейда, сделали вывод о том, что «различия в практике детского воспитания у разных народов приводит к формированию своеобразных черт характера, ведь дети, выросшие в одной и той же социокультурной среде, получают одни и те же психологические травмы, отличающиеся от тех психологических травм, которые получают дети, растущие в иной социокультурной среде» [20, с. 6]. Однако эта концепция оказалась не очень удобной и в конечном итоге связь между практикой детского воспитания и структурой личности была поставлена под сомнение.

Далее были попытки исследовать национальный характер путем выявления доминирующего типа личности той или иной нации, или, как назвал ее К. Дю Буа, «модальной личности» [41, с. 26]. В рамках данного подхода использовались такие психологические проективные методики как «Тест Роршаха» (интерпретация чернильных пятен) и «ТАТ» (тест незаконченных предложений и тест тематической апперцепции). Однако в результате полевых исследований было выявлено отсутствие той или иной «модальной личности».

Новый этап исследований пришелся на Вторую мировую войну и являлся, по сути, социальным заказом американского военного круга. Американцы полагали, что знания психологии их врагов и лидеров будут полезными для планирования военных действий. Также они считали, что психологические характеристики их союзников могут пойти на пользу, в случае если те станут их врагами. Вдобавок им казалось, что знание американского

национального характера могло бы поднять боевой дух. В исследовании приняли участие такие известные антропологи, как Р. Бенедикт, М. Мид, К. Клакхон и другие. Тогда было предложено несколько теоретико-методологических подходов к исследованию национального характера. Подходы можно разделить на 2 основных направления:

I. Культуро-центрированное направление, включающее три методологических подхода:

1. Понятие «национального характера» соединяется с понятием «культурная модель поведения» (сравнительное описание культурных конфигураций, сравнительный анализ ухода за младенцами и детского воспитания, изучение присущих тем или иным культурам моделей межличностных отношений).

Так, исследование японского национального характера, проведенное Р. Бенедикт, показало, что резкая смена методик воспитания в японских семьях «провоцирует двойственность, амбивалентность японского взгляда на мир» [39, с. 148].

2. Понимание национального характера как системы установок, ценностей и верований, которые приняты среди членов данного общества.

В рамках данной концепции Э. Фромм выдвинул концепцию «социальной личности» и попытался ответить на вопрос, почему немецкий народ поддался диктаторскому режиму Гитлера. По его мнению, это объясняется доминированием в Германии авторитарного типа личности.

Г. Горер, изучая русский национальный характер, отмечал, что традиция туго пеленать младенцев приводит к тому, что они растут сильными и сдержанными. Также данный способ пеленания он связал с тем, что русскому народу свойственны душевные порывы и короткие всплески социальной активности в промежутках между долгими периодами депрессии и «самокопания» [54, с. 68].

3. Исследование национального характера через нахождение национальных особенностей в литературе, искусстве и философии.

Основой данного подхода была идея о том, что «...чтобы понять народ, необходимо и достаточно понять мировоззрение его элиты, поскольку оно связано с мировоззрением всего народа, но выражается в более ясной форме» [20, с. 13].

II. Личностно-центрированное направление, яркими представителями которого были А. Инкельс и Д. Левенсон. Они опирались на понятие «модальная личность». Считалось, что в каждой нации существуют различные типы личностей, но одни встречаются довольно часто, когда другие – совсем редко [47, с. 983]. Получалось, что «модальная личность – это комплекс черт, свойственных одной части нации в противоположность другой ее части» [20, с. 14]. Следовательно, рассматривать национальный характер как систему поведенческих, эмоциональных и других характеристик было бесполезно. Поэтому представители данного направления пришли к выводу, что из-за их ограниченного состояния познания и исследовательской технологии неуместно говорить о том, что нация может иметь национальный характер.

Проблема интерпретации национального характера осложнялась еще и тем, что разные авторы, говоря о национальном характере, подразумевали разное: одни говорили о темпераменте, другие обращали внимание на личностные черты, третьи основывались на ценностных ориентациях, отношениях к труду, власти и т.д. Отсюда наличие самых разных точек зрения не только на то, что есть национальный характер, но и на то, существует ли он вообще.

Также трудностью в понимании, прежде всего, чужого национального характера является этноцентризм – «свойство этнического самосознания воспринимать и оценивать системы взглядов других народов, их нравы и обычаи сквозь призму традиционных установок и ценностных ориентаций своей этнической общности, которая тем самым выступает в качестве некоего эталона или оптимума» [28, с. 253].

Как отмечает Р.Д. Льюис, «determining national characteristics is treading a minefield of inaccurate assessment and surprising exception» («выявление

национальных особенностей сродни хождению по минному полю неточных предположений и неожиданных исключений») [48, с. 312], что еще раз подчеркивает сложность исследования национального характера. Можно сказать, что «национальные характеры сегодня утрируются, активно стереотипизируются и используются в коммерческих целях. И всё же они существуют и реально ощущаются на уровне бытового сознания, хотя научное изучение их представляется крайне сложным и запутанным» [26, с. 52]. Поэтому в настоящее время исследования национального характера проводятся с различных позиций.

Так, с философской точки зрения, национальный характер определяется как «...категория, выражающая синтез этнического и социального в развитии общества как целостной системы, отражающая процесс объективации константных свойств менталитета в социокультурные ценности; системное качество, связывающее общее и единичное, обеспечивающее формы перевода этнонационального бытия субъектов в социально-исторические и государственные формы их жизнедеятельности» [21, с. 26-27].

В политологии национальный характер – это «совокупность нравственных, культурных, политических и иных представлений и качеств, свойственных определенному этносу и закрепленных в его традициях, нормах, стереотипах» [22, с. 574].

Социология определяет национальный характер как «наиболее устойчивый тип личности, наиболее часто встречающийся в данной нации» [30, с. 256].

В психологии национальный характер понимается как категория, «отражающая личностные характеристики среднего представителя национальной популяции, которыми он отличается от средних представителей других национальностей» [25, с. 695].

Этнопсихологическая наука трактует национальный характер как «исторически сложившуюся совокупность устойчивых психологических черт нации, определяющих привычную манеру поведения и типичный образ жизни

людей, их отношение к труду, к другим народам, к своей культуре. В национальном характере тесно переплетаются элементы сознания, идеологии, нравственной культуры, поведения и общественной психики. Отношение к окружающему характеризует направленность национального сознания людей» [38].

Национальный характер — это не только статистическая совокупность наиболее часто встречающихся психологических или иных особенностей мышления, переживания, поведения той или иной этнической общности, и даже не наиболее часто встречающиеся типы личностей, это отражение души народа во всей ее противоречивости и сложности в ее явных и скрытых особенностях. «Это некая форма бытия народа, способ его существования в истории, закрепленный в языке и тенденциях его развития, в системе ценностей, отношений к миру и к самому себе, моделях решения исторических задач, традициях, социальном поведении, в совокупной специфике психологических особенностей. Все эти параметры находятся во взаимосвязи и взаимообусловленности, определяя интегральное и динамичное единство национального характера и логику его развития» [23, с. 169].

Рассмотрим структуру национального характера, в которую входят следующие элементы.

Во-первых, национальный темперамент, который может быть как возбудимым и бурным, так и спокойным и замедленным.

Во-вторых, национальные эмоции, к которым можно отнести, например, «национальную восторженность» или «национальный скептицизм».

В-третьих, национальные чувства, такие, как «национальная гордость» или «национальная уничижительность».

И, в-четвертых, первичные национальные предрассудки – закрепившиеся в эмоциональной сфере мифологемы, касающиеся роли, предназначения или исторической миссии нации или народа. К таким предрассудкам можно отнести, например, «национальный консерватизм», «национальную покорность» или «национальное бунтарство».

Какие же факторы влияют на становление национального характера? Здесь исследователи схожи во мнении о том, что к таким факторам можно отнести следующие:

1. Географический фактор.

Вальтер Шубарт писал: «Из духа ландшафта вырастает народная душа. Он чеканит в ней ее постоянные национальные свойства. В бесконечных, непересеченных, широких равнинах человек отдаст себе отчет в своей ничтожной малости и потерянности. Как много значили в религиозной судьбе человечества степи Китая и России, равнины Индии, пустыни Сирии и Аравии! Совсем иной человеческий тип создают горы. В то время как степь не имеет ни границ, ни имени, в горах каждая вершина, каждая долина имеют свое название и свою индивидуальность. Это благоприятствует укреплению в человеке самостоятельности, но также развивает в нем себялюбие и замкнутость. Это защищает от искусственной централизации, но создает и опасность раздробления» [37, с. 212].

2. Культурно-исторический фактор.

Сюда отнесем «опыт, передающийся от поколения к поколению в традициях, обычаях, преданиях, общность культурных ценностей. Этот опыт представлен в фольклоре, художественной литературе и изобразительном искусстве, музыке, танце. По-видимому, особенно полно и достоверно этот опыт вербализован в фольклоре (пословицах и поговорках, колыбельных, сказках), поскольку фольклорные произведения анонимны, они представляют коллективное творчество, автором которого является народ, и в то же время, отображают социальные архетипы» [23, с. 122].

3. Языковой фактор.

Так, А. Вежбицкая на примере исследования русского национального характера показала, какую богатейшую информацию об этнопсихологии несет в себе семантика языковых знаков. Она соотнесла частое использование восклицательных знаков и прозвищ-кличек в русском языке с такой чертой характера, как эмоциональность.

Большой вклад в лингвокультуральные исследования, в которых анализ особенностей национальной культуры и характера осуществляется сквозь призму языковой картины мира, внесла С. Г. Тер-Минасова. Изучив язык с морфологической точки зрения, она пришла к выводу о том, что обилие уменьшительно-ласкательных суффиксов в русском языке свидетельствует о хорошем отношении русского народа к миру [31, с. 624]. Причем именно к миру, а не только к людям, потому что уменьшительно-ласкательные суффиксы с одинаковым энтузиазмом присоединяются русскими людьми и к одушевленным, и к неодушевленным предметам. Действительно, по-русски можно сказать о людях: *Машенька, Машутка, Машечка, Машуня, Машунечка; девушка, девочка, девонька, девчушка, девчонка, девчоночка; о животных: заяц, зайчик, заечка, зая; собачка, собачушка, собаченька; а также о любом предмете неживого мира: домик, домишечка, домичек, домок, домушка; ложечка, вилочка, кастрюлька, сковородочка* и т. д.

Мельникова А. А. считает, что язык «дает возможность гораздо глубже исследовать культурные установки, чем непосредственный анализ культурных проявлений, ибо последние объемны, многозначны и находятся в постоянном изменении, тогда как лингвистические правила конкретны, обозримы и лишь в малой степени изменяются (причем изменения касаются не синтаксиса, а направлены на коррекцию словарного запаса)» [20, с. 113].

В нашей работе мы также будем рассматривать явление национального характера через призму языка, ведь любой язык располагает комплексами лексико-семантических, грамматических, прагматических средств для построения суждений о каждой из сторон человека.

Итак, исследуя проблему национального характера, можно отметить сложность, но не невозможность его интерпретации. Несмотря на различие мнений на предмет существования национального характера, все же ведутся исследования его формирования, развития. И одним из ведущих направлений в этой области является лингвокультурное исследование.

Таким образом, в данном параграфе мы проследили изменения в понимании сущности национального характера, а также рассмотрели его понятия с различных сторон научного познания.

1.2 Характеристика современного британского национального характера

Британский национальный характер представляет собой результат богатейшей истории страны, ее традиций, привычек поведения; он является отражением особенностей ее климата, природы, географических особенностей. «Культура Англии отличается от других стран мира рядом характерных особенностей, которые трудно выразить словами, но которые, вместе с тем, нельзя не ощутить буквально везде и во всем: в поведении, в быту, традициях, искусстве, морали, религии языке» [36, с. 5].

В английской лингвокультуре есть понятие «Englishness». Оно трудно переводимо и даже отсутствует в англо-русских словарях. Сами англичане определяют Englishness как характерную особенность или свойство, которое отличает англичан, их образ жизни и ментальность. Другими словами, данное понятие «означает не просто принадлежность к английскому, а некую эссенцию английского, самую его сущность» [36, с. 5].

Вот что писал об английской нации Джордж Оруэлл: «Есть что-то своеобразное и легко узнаваемое в английской цивилизации. Она каким-то образом неразрывно связана с сытным завтраком и хмурыми воскресными днями, туманными городами и продувными дорогами, зелеными полями и красными почтовыми ящиками. Все это создает своеобразный аромат культуры» [43]. Его книга была написана в 1953 году, однако данный отрывок легко можно отнести и к характеристике современной Англии. Но это не значит, что английский национальный характер неизменен. Это значит, что он развивается, принимает новые формы, но не изменяет своим традициям. В этом

проявляется одна из основных черт британского национального характера – консерватизм.

Вообще, дух консерватизма глубоко проник в национальный характер англичан. Известный американский историк Генри Стил Коммаджер в своей книге «Американский взгляд на Англию» пишет: «Национальный характер живуч во многих странах. Но ни к какому народу это не относится в большей степени, чем к англичанам, которые, похоже, имеют патент на живучесть своей природы. Если наступит страшный суд или наводнение, англичанин останется невозмутимым англичанином. Англичане меньше всех подвержены подводным течениям. Они в меньшей степени реагируют на изменения в моде, будь то еда, одежда или литература. Ничто не заставит их изменить привычки к послеобеденному чаю» [40, с. 749-750].

И правда, чай является важнейшей частью английской жизни. Еще несколько столетий назад чай стал для англичан не просто способом утолить жажду, но и важным общественным действием: поводом для приятной задушевной беседы, утешением в минуты кризиса, способом расслабиться.

«Английская литература свидетельствует о той огромной роли, которую чаепитие имело в жизни страны. В детективах нашедшему труп для восстановления душевного равновесия предлагается чашка чая, в любовных романах им лечат разбитые сердца, его пьют друзья, отмечая встречу, и враги, чтобы разрядить обстановку. Питер Пэн на вопрос, обращенный к детям: «Чего они больше хотят – чая или приключений», получает немедленный ответ: «Сначала чаю, пожалуйста». Льюис Кэрролл сделал безумное чаепитие центральной сценой своей «Алисы в стране чудес». Трудно найти хотя бы один английский роман XIX века или современный фильм, в котором не присутствовала бы сцена чаепития. Квинтэссенция английской провинциальной мудрости мисс Марпл с помощью чашки чая решает запутаннейшие задачи, и ею же спасает заблудшие души» [15, с. 115].

Вот что о чаепитии говорит англичанка Кэйт Фокс: «И что, пожалуй, особенно важно, приготовление чая — прекрасный защитный механизм: когда

англичане чувствуют себя неловко или испытывают неудобство в социальной ситуации (а это для них почти перманентное состояние), они заваривают и разливают чай. Если не знаешь, что делать, включай чайник. Пришли гости — мы, как всегда, испытываем затруднения при обмене приветствиями и потому говорим: «Пойду, поставлю чайник». Неловкая заминка в беседе, о погоде все, что можно, сказано — мы говорим: «Так, кому еще чаю? Пойду, поставлю чайник». Деловая встреча, предполагается обсуждение вопросов, связанных с деньгами, — мы оттягиваем неловкий разговор, угощая всех чаем. Случилось трагическое происшествие, люди травмированы, в шоке — нужен чай — «Пойду, поставлю чайник». Разразилась третья мировая война, возникла реальная угроза ядерного удара — «Пойду, поставлю чайник». В общем, вы поняли. Мы не можем жить без чая» [34, с.486].

Еще одним проявлением консерватизма является левосторонне движение. Англичане упорно цепляются за свою старую систему и никак не хотят становиться «как все». Действительно, стремление сохранить в первозданном виде особенности быта и поведения, ритуалы и привычки, порой доведенное до абсурда отличает англичан от большинства других народов, подвергается этими другими резкой критике, но и одновременно делает их страну туристически привлекательной для всего мира.

В современной Англии и в вопросах садоводства заметно преобладание традиционализма и консерватизма. Культивирование истории и традиций естественным образом привело к тому, что в английских садах не только успешно сохраняют старое, но и воссоздают многое из ушедшего. В Уорике был восстановлен викторианский розовый сад, в замке Садлей (Sudley Castle) — средневековый, в поместье Лонглит — ландшафтный парк «Умелого» Брауна. Таких примеров множество, и число их растет. Большим энтузиастом исторического садоводства является Национальный Фонд. Не только в своих садах, но и в старинных поместьях, принадлежащих фонду, армия профессионалов-садовников под контролем специалистов-историков и искусствоведов занимаются восстановлением старых форм, характерных для

различных эпох. Сегодня в стране существует огромное количество различных садоводческих обществ и добровольных объединений. Самое известное из них – Королевское общество садоводов (Royal Horticultural Society), основанное еще в 1804 году и с тех пор неутомимо пропагандирующее это прекрасное занятие в Англии.

Но не только садам англичане уделяют столько своего времени, но и дому. Английский дом – средоточие, сердцевина британского духа. Пословица «мой дом – моя крепость» как ничто другое подходит к англичанам.

Говоря о любви к своему дому, не следует забывать и о такой национальной черте английского характера как патриотизм. Но и здесь англичане отличились. При всей своей глубокой и искренней убежденности в собственном превосходстве англичане лишены какого бы то ни было откровенного выражения своего патриотизма. Интересно также и то, что Англия почти что не сохранила своих национальных песен. «Попытка остаться самими собой – вот что такое современный английский патриотизм» [15, с. 206].

Англичан также характеризует особое почитание истории. Для них ценно только то, что проверено временем. «Они верны традициям, установившемуся порядку вещей и предпочитают их всех нововведениям. Они не прочь пользоваться всеми благами научно-технического прогресса, но не променяют свою приверженность институту королевской власти никаким нововведениям в политике» [36, с. 22]. Возможно, именно любовь к истории объясняет консервативность англичан во вкусах и убеждениях.

Такое почитание истории, традиций, такая любовь к дому и родине сделали из англичан снобов. Еще в те времена, когда Британская империя подчинила своей власти чуть ли не четверть человечества, каждому англичанину с самого детства внушалась идея, что он должен демонстрировать превосходство британской системы. И даже после краха Британской империи этот комплекс глубоко засел в подсознании англичан.

Вместе с тем англичане достаточно вежливы. Это проявляется не только в повседневной жизни, но и в том, что они способны уважать мнение собеседника, даже если совсем с ним не согласны. «Англичане еще и вежливые водители, наверное, самые вежливые в Европе. Они непременно пропустят практически в любой ситуации – если вы въезжаете на дорогу, хотите повернуть или развернуться, словом, при любом маневре. Причем сделают это с приятной улыбкой и помашут вам рукой. Англичане очень любят махать рукой и от вас ждут того же» [15, с. 164]. Интересно мнение английской писательницы и исследователя Кейт Фокс: «Вежливость – очень важная норма, усвоенная нами фактически на подсознательном уровне, так что порой проявляется в форме произвольной реакции. В частности, мы, не задумываясь, говорим «извините», когда наталкиваемся на кого-то. Однако зачастую вежливость требует от нас осознанного усилия, по сути, заставляет смущаться. Все с восхищением отзываются об «английской вежливости» и ругают нас за «сдержанность», то есть за высокомерие, холодность и неприветливость. Вне сомнения, наша сдержанность — это симптом социальной неловкости, но — по крайней мере, в какой-то степени — еще и форма вежливости — так называемая отрицательная вежливость, как сказали бы социолингвисты, вежливость в угоду потребностям других людей, не желающих, чтобы им навязывались или вмешивались в их частную жизнь» [34, с. 470].

Англичане очень трепетно относятся к животным. Еще в 1824 году в Великобритании было создано «Общество по защите животных от жестокости», которое имеет статус Королевского. Их чрезмерная любовь к животным даже высмеивается в анекдотах: Гость впервые попадает в дом и видит в гостиной кошку. «Какая симпатичная, – замечает он, – а детей у вас нет?». «Есть, – отвечает хозяйка, – но у кошки оказалась на них аллергия, так что пришлось их увезти». Что касается любви к кошкам, но тут англичане тоже отличились. Чего только стоят кошачьи кладбища, заполненные маленькими надгробиями, на которых написаны трогательные слезливые надписи.

Увлечение лошадьми могут позволить себе не все, однако и к ним любовь превосходит по теплоте человеческие отношения. Скачки в Англии – событие поистине государственного масштаба.

Будучи снобами, англичане достаточно терпеливы. По-видимому, такой сильной нации просто несвойственно демонстрировать свои слабости. Поэтому англичане с упорством преодолевают жизненные трудности, не жалуется на проблемы и редко сетуют на судьбу и обстоятельства. Их терпимость также проявляется и в отношении к окружающим. Англичане не обращают внимания ни на то, как окружающие одеты, ни на то, как те себя ведут. Впрочем, они и на свою внешность не обращают особого внимания, полагая, что качества человека определяет не внешность.

Поэтому одной из отличительных черт англичан является эксцентричность. Еще в 1903 году Р. Эмерсон писал, что «англичанин прогуливается под проливным дождем, помахивая своим сложенным зонтом, как тросточкой. Он может носить парик, завернуть голову в платок, надеть на голову седло или вообще стоять на голове – никто не скажет ему ни слова» [42, с. 62]. Эксцентричность в поведении воспринимается как приятное отклонение от надоевших правил и предписаний, поэтому доктор занимается футболом, адвокат – конным спортом, чиновник – теннисом или философией.

Англичане также являются знаменитыми юмористами. О «тонком английском юморе» стоит сказать, что разгадка его заключается в его простоте, в том факте, что за ним не скрывается глубокий подтекст, и физиологические или туалетные шутки именно таковыми и являются, давая выход накопившимся эмоциям и чувствам. Другое дело образцы английской иронии, сарказма, подлинного юмора. Смеяться над собой и над другими совершенно естественно для англичанина. Это свойство культивировалось веками, считаясь важнейшим достоинством человека. Английские старинные книги хороших манер утверждают, что «чувство юмора можно и нужно культивировать», а «идеальный мужчина должен непременно иметь чувство юмора, иначе он будет далек от совершенства». Иносказание, игра словами, парадоксальные

высказывания, острые шутки – все это составляет славу английского народа и языка. И не всегда одинаково понятно и приятно окружающим, которые нередко «попадают на удочку» английского остроумия.

Вот что думает об английском юморе Кэйт Фокс: «Юмор — наше самое эффективное, заложенное в нас генетически противоядие от нашей социальной неловкости. В других культурах юмору отводится «время и место»; у англичан юмор — это константа, нечто данное. У нас всегда и во всем чувствуется скрытый юмор. Юмор — не особый, отдельный тип разговора. Это наш «режим по умолчанию». Юмор для нас как воздух, без него мы не способны функционировать. Английский юмор — это рефлекс, произвольная реакция, особенно когда мы испытываем дискомфорт или неловкость: если не знаешь, что сказать, шути» [34, с. 488].

Одним из самых ярких проявлений национального английского характера является английский язык. В нем большое количество диалектов и не похоже, что англичане стремятся к какому-то общему, правильному языку. «Можно говорить и как Элиза Дулитл до встречи с профессором Хиггинсом, и как дикторы BBC, или даже архиепископ Кентрберийский. Англичане гордятся разнообразием национальных и местных диалектов, для них это то же самое, что и разнообразие сыров для французов» [36, с. 31]. Более того, английский язык консервативен, не любит новшеств и стремится к сохранению старинных грамматических форм.

Англию часто называют страной противоречий и неожиданностей, ведь она подарила миру больше количество мистиков, поэтов и идеалистов. Англичане заядлые колонисты, неутомимые путешественники, и в то же время страстные садоводы. Мирный народ, вежливый и добрый, но если их разозлить, становятся чрезвычайно воинственными. Хорошие друзья, но и плохие враги, обладающие всеми качествами бульдога. Их часто обвиняют в отсутствии юмора, однако, они дали миру лучших юмористов. Самая законопослушная нация, создавшая лучшие детективы с описанием насилия и преступлений. О парадоксах английской нации так говорил французский писатель Пьер

Данинос: «В конце концов, как можно понять этих людей? Как можно понять тех, кто никогда не задают вопросов о своих соседях, но зато знают всю подноготную о частной жизни своей королевы, словно они служат консьержами в Букингемском дворце. Как можно понять тех, кто не любит разговаривать, но поклоняется ораторам; кто ненавидит жару, но любит камин; кто обладает необычным чувством величественного, но культивирует все маленькое — от коттеджей до модели парового двигателя; кто говорит о пустяках в трезвом виде, но с жаром обсуждает серьезные проблемы, когда выпьет; кто небрежно одевается у себя в замке, но должен надевать серую шляпу и вдевать гвоздику в петлицу, чтобы пойти на выставку коров; кто изобрел для всего мира биде и не имеет его у себя в доме; кто таскает с собой зонтик, когда светит солнце, и ходит без плаща, когда идет дождь; кто постоянно напевает "home, sweet home", но предпочитает жить за границей» [46, с. 81-82].

Таким образом, в данном параграфе мы рассмотрели основные черты британского национального характера и дали их характеристики.

Выводы по первой главе

В первом параграфе главы была дана сущностная характеристика понятия «национальный характер». Было рассмотрено изменение приоритетных мнений при изучении национального характера на протяжении последних веков. При рассмотрении понятия «национальный характер» было выявлено, что оно используется в разных областях научного знания: философии, политологии, социологии, психологии и этнопсихологии, лингвокультурологии. Также мы описали структуру национального характера, факторы, влияющие на его формирование.

Во втором параграфе главы были рассмотрены особенности современного британского национального характера. Мы изучили основные его черты: консерватизм, патриотизм, любовь к дому, почитание истории, снобизм,

вежливость, терпимость, эксцентричность, любовь к дому и к животным, необычное чувство юмора. Было установлено, что британский характер достаточно противоречивый: британцы любят свой дом и страну, но обожают путешествовать, обладают странным чувством юмора, однако подарили миру лучших юмористов, соблюдают законы, но пишут лучшие детективы. В английской лингвокультуре есть специальное слово для обозначения британского национального характера – «Englishness». Таким образом, можно сказать, что культура Англии отличается от других стран мира рядом характерных особенностей, которые нельзя не ощутить буквально везде и во всем: в поведении, в быту, традициях, искусстве, морали, религии языке.

Глава 2 МЕДИАТЕКСТ КАК ОБЪЕКТ НАУЧНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

2.1 Понятие «медiateкст»

Общество на современном этапе своего развития характеризуется беспрецедентным развитием и усилением влияния средств массовой коммуникации, которые в свою очередь формируют глобальную культуру и глобальное информационное общество. Медиакультура стала неотъемлемой частью профессиональной и даже личной жизни каждого члена общества. Поэтому, как отмечает Н. В. Чичерина, «особую актуальность приобретает задача формирования медиаграмотных членов общества, способных адекватно взаимодействовать с потоками информации, критически воспринимать и интерпретировать медiateксты, создаваемые средствами массовой информации, во всем разнообразии их форм» [36, с. 6].

Медиаграмотность в свою очередь рассматривается одновременно как цель и результат медиаобразования, а также является сложным и разноплановым понятием, которое объединяет в себе спектр различных образовательных подходов, теорий, методов, целей и результатов. Тем самым, объединяющим элементом в различных подходах к формированию медиаграмотности выступает медiateкст, который, таким образом, рассматривается как основное средство формирования медиаграмотности [36, с. 7].

Впервые термин «медiateкст» появился в англоязычной научной литературе в 90-х годах XX века, а в нынешнее время он уже является базовой категорией не только в медиаобразовании, но и в медиакультуре и в медиалингвистике, а также является объектом исследования педагогической и философской наук.

Так, концепция медiateкста как основной категории медиалингвистики была впервые разработана Т. Г. Добросклонской, которая подчеркивает, что традиционное определение текста при переносе его в сферу масс-медиа

приобретает расширенное значение, приближаясь к семиотическому пониманию текста [18].

Засурский Я.Н определяет медиатекст как «новый коммуникационный продукт», который может быть включен в различные медийные структуры вербального, визуального, звучащего, мультимедийного планов, а также в разные медийные обстоятельства: газеты, радио и телевидение, Интернет, мобильная связь и т.п.» [17, с. 3].

Солганик Г. Я понимает медиатекст как «разновидность текста, принадлежащую массовой информации, характеризующуюся особым типом автора, специфической текстовой модальностью, рассчитанной на массовую аудиторию» [29, с. 15].

Интерес представляет толкование медиатекста В.В. Прозоровым: «Текст СМИ – это текст-река, в которую можно входить бесчисленное количество раз, окунаться вновь и вновь, а когда отвлекают другие интересы, модно быть уверенным, что река это течения своего не прервет. Она постоянно ждет нашего возвращения» [24, с. 111].

В словаре терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности дается следующее определение: «Медиатекст (media text, media construct) – сообщение, изложенное в любом виде и жанре медиа (газетная статья, телепередача, видеоклип, фильм и пр.). [33, с. 27].

При рассмотрении медиатекста как объекта медиакультуры, выделяются следующие его характеристики.

1. Языковая специфика медиатекстов, которая определяется их ориентацией на массовую аудиторию (усредненность языковой нормы, отказ от уникальных средств выражения, подлинность, эмоциональность речи, субъективно-объективное отношение к действительности и др.)

2. Динамический характер медиатекстов, который проявляется на трех уровнях:

- внутритекстовом (тесная связь с речевой стороной представления действительности в тексте);
- надтекстовом (особое взаимодействие субъектов коммуникативного процесса – автора и читателя);
- гипертекстовом (включенность отдельных медиатекстов в общий информационный поток).

3. Многоплановость, многомерность, полифоничность, гетерогенность и интегральность медиатекстов, обусловленные развитием новых информационных технологий и конвергенций средств массовой коммуникации.

4. Социально-регулятивная природа медиатекстов [35, с. 14-17].

Одним из важнейших и до сих пор в достаточной степени не освещенных аспектов изучения медиатекстов является их типологическое описание ввиду отсутствия единой, универсальной, всеохватывающей типологии. Поэтому будет целесообразно рассмотреть ряд классификаций, отражающих разные стороны и свойства медиатекста.

Так, Г. С. Мельник классифицирует медиатексты с точки зрения их воздействия на аудиторию и группирует их следующим образом:

- а) тексты, рассчитанные на одновременное воздействие и на конкретные социальные институты или конкретных лиц, и на сознание массовой аудитории;
- б) тексты, целью которых является воздействие на сознание массовой аудитории, принципиально рассчитанные на немедленный отклик какого-либо лица или социального института;
- в) тексты, рассчитанные на немедленную реакцию, требующие вмешательства в реальную действительность и не рассчитанные на воздействие на сознание массовой аудитории; г) тексты нейтральные, информирующие, просвещающие и не рассчитанные на немедленную реакцию [19, с. 136.]

Добросклонская Т. Г. строит типологию медиатекста с точки зрения особенностей его производства, канала распространения и лингвоформатных признаков:

1. Способ производства текста (авторский – коллегиальный).

2. Форма создания (устная – письменная).
3. Форма воспроизведения (устная – письменная).
4. Канал распространения (средство массовой информации – носитель: печать, радио, телевидение, Интернет).
5. Функционально-жанровый тип текста (новости, комментарий, публицистика, реклама).
6. Тематическая доминанта или принадлежность к тому или иному устойчивому медиатопику [16, с. 40].

Довольно неожиданную и даже в какой-то степени поэтическую классификацию медиатекстов предлагает В. В. Прозоров. Для типологизации медиатекстов он использует триаду, обращенную к основным поэтическим родам – эпосу, лирике и драме. Исследователь соотносит триаду эпос – лирика – драма с основными разновидностями современных СМИ: печатью, радио и телевидением [24, с. 153]

Процесс медиаобразования предусматривает формирование умений анализа и критической интерпретации медиатекстов различных видов и жанров. Федоров понимает анализ медиатекста как «метод исследования текста, содержащего информацию (изложенную в каком-либо виде и жанре медиа), путем рассмотрения отдельных его сторон, составных частей, художественного своеобразия с целью развития у аудитории самостоятельных суждений, критического мышления, эстетического вкуса» [33, с. 61]. Также он выделяет такие виды анализа медиатекста как:

- контент-анализ;
- структурный;
- сюжетный;
- автобиографический;
- иконографический;
- семиотический;
- идентификационный;

- идеологический;
- философский;
- эстетический;
- этический;
- мотивационный;
- культивационный;
- герменевтический анализ;
- анализ медийных стереотипов, персонажей медиатекстов;
- и др. [33, с. 6].

Среди перечисленных выше видов анализа медиатекста нам больше всего подходят такие, как семиотический (анализ языка знаков и символов в медиатекстах), герменевтический (постижение медиатекста через сопоставление с культурной традицией и действительностью), анализ медийных стереотипов (выявление и анализ стереотипного изображения людей, идей, событий, сюжетов, тем и т.д.), сюжетный (анализ сюжетов, фабул), идентификационный (распознавание/идентификация скрытых сообщений в медиатекстах) и иконографический (ассоциативный анализ изображения в медиатексте, например, вода, огонь – как символы чистоты и разрушения).

Все выше изложенное позволяет сделать вывод о том, что медиатексты характеризуются комплексной характеристикой и в силу этих факторов выступают мощным ресурсным основанием, чтобы стать основным средством формирования медиаграмотности. В данном параграфе мы рассмотрели различные подходы к понятию медиатекста, выявили различные виды его классификации и анализа.

2.2 Заголовки британских медиатекстов как средство выражения британского национального характера

Характерные черты национального характера можно найти и в средствах массовой информации – прессе, радио, телевидении. В Великобритании издается 114 ежедневных газет. Несмотря на то, что в США издается 1745 газет, во Франции – 130, а в Германии – 473, в Англии газеты пользуются большей популярностью, да и читателей там гораздо больше [36, с. 34]. Англичане любят читать газеты и черпают из них информацию о текущих событиях.

При работе с медиатекстом должное внимание уделяется не только самому тексту, но и его заголовку. Так, в журналистике заголовок понимается как «короткая фраза, функциональный смысл которой заключается в отделении материалов друг от друга на полосе издания; главный тезис любого произведения, который выполняет номинативную, коммуникативную, рекламную функции» [27, с. 35].

В нашем исследовании мы изучили заголовки британских онлайн-газет на предмет выявления в них отражения черт британского национального характера. Нами были исследованы следующие онлайн-газеты:

- Evening Standard [44];
- Financial Times [45];
- Morning Star [47];
- The Big Issue [50];
- The Daily Mirror [51];
- The Daily Telegraph [52];
- The Guardian [53];
- The Independent [54];
- The Sun [56];
- The Times [57].

Во втором параграфе первой главы мы детально рассмотрели основные черты национального британского характера и, исходя из этого, мы соотнесли заголовки медиатекстов к той или иной черте. Рассмотрим некоторые примеры отражения британского характера в заголовках медиатекстов.

Такая черта английского характера как консерватизм отражена в следующих заголовках:

- «*Shock report shows MILLIONS of Britons have NO IDEA how to use computers*» [51];

Многие британцы настолько консервативны, что не принимают современные технологии, без которых большинство людей уже не могут представить свою жизнь.

- «*Ten GCSE schoolgirls sent home from school 'for wearing too tight trousers'*» [51];

Как мы видим, некоторые британцы настолько консервативны во взглядах на одежду, что даже в школе заставляют переодеть «слишком узкие штаны».

- «*Krispy Kreme is changing its name in the UK because Brits can't pronounce it correctly*» [51];

- «*Wake up, smell the coffee and vote Conservative*» [56];

Любовь к дому проявляется в таких заголовках, как:

- «*Baking supremo Mary Berry set to release 'home happiness' book with helpful tips on cleaning your toilet*» [55];

В Британии очень популярны подобного типа издания с советами и «лайфхаками» по уходу за своим домом.

- «*CLEANING the house is up there with enjoyable tasks*» [55];

Ухаживать за своим домом для британцев – наслаждение, они любят следить за порядком и делиться своими секретами по уходу за домом с другими. «*Enjoyable tasks*» – приятные, доставляющие удовольствия дела – так британцы относятся к домашним заботам.

- «*Katie Fforde's guide to opening your garden to the public*» [56];

- « *Revealed: The cleaning mistakes that could make your home DIRTIER - from making the bed too often to using a feather duster (so how many are YOU guilty of?)*» [50];

- «*It's too dry and your garden is suffering, but don't panic... How to beat the drought*» [50];

- «*How to create a summer bedding display worthy of a Victorian head gardener*» [51].

Патриотизм британцев виден в заголовках:

- «*THE BRIDGE OF TEARS: Police officer colleagues of hero PC Keith Palmer join injured partner of London terror attack victim as thousands gather for vigil on Westminster bridge to honour those killed in atrocity*» [55];

- «*Queen Mother in pictures: Britain marks the 15th anniversary of the beloved royal's death*» [51];

- «*Share your favourite UK coastal walks – and win a £200 hotel voucher*» [52];

- «*London Bridge terror attack: Facebook activates safety check tool*» [45];

- «*London Bridge terror attack: Good Samaritans offer shelter and free taxi rides to people stranded*» [45];

- «*50 things to do in London this summer*» [45];

Британцы хоть и любят путешествовать, но любовь к своей стране все-таки пересиливает. Можно найти кучу подобных заголовков, предлагающих список дел в любом городе Англии.

- «*The London walk with the greatest views*» [51];

- «*SIGN OF THE TIMES: The most inspirational (and heartwarming) London Underground tube signs revealed*» [55];

В связи с террористическими атаками и прочими неприятными событиями британцы поддерживают дух вдохновляющими надписями в метро, что в очередной раз показывает, насколько сильна их любовь к своей стране.

- «*HEROES RETURN: British World War Two veterans taken by convoy of 90 black cabs to Pegasus Bridge for the first time on 73rd D-Day anniversary*» [55];

- «*THE REAL JAMES BOND'S M: Incredible true story of Britain's most decorated Cold War spy who topped MI6, inspired Ian Fleming and came out of retirement to take on the IRA*» [55].

Выявлены также заголовки, в которых отражается снобизм британского характера:

- «*HOTTER THAN THE CANARIES: Britain set for hottest day of the year today as blast of tropical air sends temperatures soaring to 22C*» [55];

- «*Krispy Kreme is changing its name in the UK because Brits can't pronounce it correctly*» [50];

Снобизм проявляется здесь в чистом его виде: целая кампания изменит свое название только потому, что британцы не хотят запоминать правильное произношение ее названия.

- «*"You stupid Spanish": Disabled man's foul-mouthed rant at man who didn't speak to his mum in English*» [50];

- «*The British scientists on the brink of changing the human race forever*» [51];

- «*ASTRA-NOMICAL SPEED: Mad £74,500 Vauxhall VXR8 GTS-R is Brit maker's most powerful car ever but just 15 will be made*» [55];

- «*The 75 best British films ever made*» [51];

- «*Why the UK election matters to the world*» [45];

И даже парламентские выборы должны повлиять на весь мир, считают снобы-британцы.

Большая любовь к животным выражается в следующих заголовках:

- «*SLEEPING BEAUTIES: These adorable pictures of pups in pyjamas will melt your heart*» [55];

Британцев настолько умиляют спящие животные, что они называют их «спящими красавцами».

- «*Tragic end for elephant trapped in a TREE TRUNK: Male bull dies after getting its foot stuck while trying to reach fruit*» [50];

- «*FINDING GOBI: Story of adorable dog who was rescued by ultra runner in the desert and brought home to Britain will be made into Hollywood movie*» [55];

- «*Hilarious moment tiny puppy pushes its friend down flight of stairs*» [50];
- «*Hey Macarena! Adorable polar bear cub appears to show off its dance moves in the Alaskan wilderness*» [50];

- «*Animal charity offers refuge to homeless dogs*» [50];

- «*The beauty brands that don't test on animals*» [51];

Многие британцы предпочитают использовать косметику, которая не тестируется на животных.

- «*ANIMAL CRACKERS: These camera-loving critters pose at the perfect time in hilarious award-winning wildlife snaps*» [55];

- «*RHINO-DORABLE: Cute baby rhino tries to charge at tourists before getting scared and running back to its mum*» [55];

- «*Sleeping cuties! Adorable brother and sister kittens can't sleep unless they cosy up together in bed*» [50].

Эксцентричность британцев отражается в таких заголовках как:

- «*ON TRACK: Trainspotter couple are on a record-breaking mission to visit all 2,563 railway stations in Britain this summer*» [55];

- «*Angry tenant, 34, 'sprayed the words 'Arab', 'rapist' and 'no means no' on her landlord's white BMW after he evicted her'*» [50];

- «*Britain's most tattooed man, 37, who has more than 300 ink-works could lose an ARM after his modified body REJECTS a knuckle-duster implant*» [50];

- «*DRY BY: Fearless gran stops joy riders in their tracks with hair dryer 'speed gun'*» [55];

Бабушка заскучала и решила поднять себе настроение довольно странным способом.

- «*REAL-LIFE CALL OF DUTY: US soldiers are training for war using video game-style virtual reality headsets*» [55];

Готовиться к войне, используя прототип компьютерной игры? Почему бы нет.

- «*Father overdoses on heroin to persuade his son to visit rehab*» [53];

- «*David and Samantha Cameron show off their feet on Instagram to mark wedding anniversary*» [45];

- «*Bread and heaven: how compromising over food can save a marriage*» [53];

- «*LIFE'S A BEACH: New York is now so expensive that some couples find cheaper to live on CRUISE SHIPS*» [55];

- «*TATT'S CRAZY! Devoted dad breaks Guinness World Record by getting his daughter's name tattooed on his back 267 TIMES*» [55];

- «*Cruel to be kind? Fed-up parents teach their daughter a lesson by STEALING her unlocked new bike outside a shop then FILMING her tearful search for it*» [51];

Довольно необычное поведение для взрослых, хоть и в «педагогических целях».

Знаменитый британский юмор прослеживается в таких заголовках как:

- «*INCY WINCY NIGHTMARE: Spiders could eat up every human on the planet within less than a YEAR, researchers calculate*» [55];

Шуточное название «*крошечный ночной кошмар*».

- «*KING OF THE BUNGLE: Careless elephant rescued by mechanical digger after night spent trapped in huge muddy hole*» [55];

Автор подсмеивается над животным, называя его «*королем неуклюжества*».

- «*HOTTER THAN THE CANARIES: Britain set for hottest day of the year today as blast of tropical air sends temperatures soaring to 22C*» [55];

- «*IT'S SWEET PETITE: Chocolate bars and cakes could shrink by 20 per cent over war on obesity*» [55];

- «*'IT'S THE POOPOCALYSPE': Dad discovers his Roomba robotic Hoover has run over dog poo in the night... and then spread it EVERYWHERE*» [55];

Британцы отлично умеют смеяться над собой и над тем, что происходит с ними. Смешное слово «*роорocalypse*» придумал британец для описания неприятной ситуации.

- «*FULL HOUSE: Sue Radford from 19 Kids And Counting is pregnant with her 20TH child... but will she have a girl to make it 10 kids of each sex*» [55];

Тонкая метафора скрыта в заголовке, которую можно понять по-разному: при дословном переводе «*full house*» как «*полный дом*» мы видим, что автор указывает на большое число детей в семье; но можно и провести параллель с покером, где «*full house*» это комбинация, состоящая из трех карт одного достоинства и двух карт другого достоинства.

- «*BBC's Debate Night Of Cheers, Boos And ... Er ... Crowd Surfing*» [47];

- «*Doctor's Diary: Does Donald Trump suffer from Narcissistic Personality Disorder?*» [51];

- «*True cost of being a pensioner revealed*» [51];

- «*Jeremy Corbyn asks us to hug a money tree; Theresa May hides her axe*» [56];

- «*KAT-ASTROPHE: Kerry Katona's left red-faced as her button pops off her jeans live on stage*» [55];

Интересная игра слова с использованием имени героини и ситуации, в которой она оказалась.

- «*You're behaving like a toddler! From crying over ice cream that's TOO cold to sobbing over broken cheese - parents share the very trivial things kids throw tantrums about*» [50].

Почитание истории мы видим в следующих заголовках:

- «*Queen Mother in pictures: Britain marks the 15th anniversary of the beloved royal's death*» [50];

«*Beloved royal's death*» - спустя 15 лет, британцы не утратили своей любви к Королеве Елизавете, матери Королевы Елизаветы II.

- «*HEROES RETURN: British World War Two veterans taken by convoy of 90 black cabs to Pegasus Bridge for the first time on 73rd D-Day anniversary*» [55];

- «*THE REAL JAMES BOND'S M: Incredible true story of Britain's most decorated Cold War spy who topped MI6, inspired Ian Fleming and came out of retirement to take on the IRA*» [55].

Страсть британцев к путешествиям выражена в таких заголовках как:

- «*10 hotels around the world with amazing gardens*» [45];
- «*10 reasons why Hyderabad is India's new must-visit destination*» [45];
- «*Revealed: The world's 22 cheapest cities for 2017*» [51];
- «*ON TRACK: Trainspotter couple are on a record-breaking mission to visit all 2,563 railway stations in Britain this summer*» [55];

Некоторые британцы настолько любят путешествия, что бьют даже рекорды Гиннеса.

- «*Italy's most breathtaking sights you need to see across the biggest regions from Rome to Tuscany*» [51];
- «*The ultimate guide to holidaying in France's most breathtaking regions from Provence to Normandy*» [51];
- «*Everything you need to know if you're travelling to India*» [51];
- «*24 incredible Game of Thrones filming locations you must visit in your lifetime*» [52];
- «*A taste of St Petersburg, Russia*» [45].

Таким образом, в данном параграфе мы проанализировали британские газеты и их заголовки и нашли достаточно доказательств того, что национальный характер довольно четко прослеживается в текстах заголовков.

Выводы по второй главе

В первом параграфе данной главы мы изучили различные подходы к определению понятия «медiateкста», который появился в англоязычной научной литературе в 90-х годах XX в., а сегодня он уже является базовой категорией не только в медиаобразовании, но и в медиакультуре и в медиалингвистике, а также является объектом исследования педагогической и философской наук. Также мы рассмотрели структуру медiateкста, различные подходы к его классификации, рассмотрели виды анализа медiateкста.

Во втором параграфе данной главы мы проанализировали такие британские онлайн-газеты как Evening Standard, Financial Times, Morning Star, The Big Issue, The Daily Mirror, The Daily Telegraph, The Guardian, The Independent, The Sun, The Times и выявили в них те заголовки, которые отражают черты британского национального характера. Проанализировав эти заголовки, мы пришли к выводу о том, что в медиатексте часто проявляются те или иные черты национального характера.

Глава 3 РАБОТА С ЗАГОЛОВКАМИ БРИТАНСКИХ МЕДИАТЕКСТОВ НА УРОКАХ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА

3.1 Анализ содержания УМК по английскому языку для 2 - 9 классов

Учебники по английскому языку для 2–4 классов серии FORWARD предназначены для изучения иностранного языка на уровне начального общего образования и принадлежат к завершённой предметной линии учебников, разработанной в соответствии с требованиями, регламентированными федеральным государственным образовательным стандартом начального общего образования. Учебники по английскому языку серии FORWARD предназначены для последовательного изучения английского языка со 2 по 11 класс общеобразовательных организаций и обеспечивают преемственность содержания, методов и форм работы. В учебниках представлены задания для работы в парах и группах, что позволяет организовать иноязычную коммуникацию между участниками образовательных отношений на уроках.

В учебники линии Forward 2–4 включены задания, позволяющие младшим школьникам применять полученные знания об иностранном языке в своей практической деятельности (например, при переписке с англоязычными сверстниками, при подготовке постеров и поиске информации, а также при выполнении проектных заданий). Материал учебников организован по тематическому принципу, что отражено в его структуре, способах отбора материала и последовательности его изложения в каждой главе.

Мы проанализировали учебники для 2–4 классов на предмет содержания в них упражнений и заданий, включающих в себя информацию о национальном британском характере.

Так, учебник «Forward 2 класс, часть 1» [1] знакомит обучающихся с флагом Великобритании и некоторых других стран (Unit 1 «Давайте говорить по-английски!», страница 5, упражнение 3). Обучающиеся узнают о том, что столицей Великобритании является Лондон (Unit 8 «Я знаю много английских слов», стр. 32, упражнения 2 и 4). На этом знакомство со страной

заканчивается. Соответственно, мы не выявили наличие заданий и упражнений на тему британского характера.

Учебник «Forward 2 класс, часть 2» [2] не содержит новой информации о Великобритании, также отсутствуют какие-либо упражнения и задания на тему национального британского характера.

В учебнике «Forward 3 класс, часть 1» [3] мы также не выявили никаких упражнений и заданий, включающих в себя информацию о национальном британском характере.

В учебнике «Forward 3 класс, часть 2» [4] было выявлено одно упражнение, связанное с культурой Великобритании, в частности, с праздниками (Unit 21 «Adventure holidays/Активный отдых», стр. 48, упр. 6).

Из учебника «Forward 4 класс, часть 1» [5] обучающиеся узнают, что людей из Британии называют «British» (Unit 1 «New friends», страница 6, упражнение 5). Также учебник знакомит обучающихся со столицей Великобритании – Лондоном (Unit 8 «Capital city», стр. 56, упр. 1; стр. 57, упр. 3). Не было выявлено наличие информации о характере британцев.

В учебнике «Forward 4 класс, часть 2» [6] не было выявлено никаких упражнений и заданий, включающих в себя информацию о национальном британском характере.

Таким образом, можно сделать вывод, что серия учебников «Forward 2-4» не содержит никакой информации о характере британцев.

Учебники по английскому языку для 5–9 классов серии FORWARD предназначены для изучения иностранного языка на уровне основного общего образования и принадлежат к завершённой предметной линии учебников, разработанной в соответствии с требованиями, регламентированными федеральным государственным образовательным стандартом. Основными критериями отбора и включения материала в содержание учебников являлось выполнение требований ФГОС основного общего образования по формированию личностных, метапредметных, предметных результатов.

Отбор, организация, изложение языкового материала глав учебников данной линии проводились с учётом возрастных особенностей школьников и интересов подростков обоих полов. В учебники включены задания, стимулирующие учащихся аргументированно высказывать свою точку зрения по проблемам, входящим в сферу интересов подростков. В учебниках представлены задания для работы в парах и группах, что позволяет организовать иноязычную коммуникацию между участниками образовательных отношений на уроках. Задания на поиск информации в прочитанном и прослушанном тексте, её переработку в табличную форму из текстовой и наоборот; на овладение выборочным, поисковым, просмотровым, изучающим чтением; выделение ключевых слов, основной и дополнительной информации, овладение способами сжатия текста формируют навыки смыслового чтения и навыки самостоятельной учебной деятельности на уровне основного общего образования.

В учебниках Forward для 5 – 9 классов содержится отдельный блок под названием «Dialogue of cultures », посвященный культурным особенностям разных стран.

Так, в учебнике «Forward 5 класс, часть 2» [8] такой блок посвящен Великобритании. Обучающиеся узнают, что в состав Великобритании входит 4 страны: Англия, Шотландия, Ирландия и Уэльс. Также они знакомятся с некоторыми фактами о государстве, узнают о национальных праздниках. («Dialogue of cultures», стр. 80-83). В Unit 12 «A glimpse of history» обучающиеся знакомятся с традиционным английским праздником «Pancake day» (стр. 42-43, упр. 27 и 31).

В первой части учебника «Forward 5 класс» [7] мы не обнаружили заданий, отражающих национальный характер британцев. Однако можно отметить наличие упражнений, содержащих в себе статьи и заголовки газет (Unit 4 «On the oil rig», стр. 39, упр. 9 и 11).

Учебник «Forward 6 класс, часть 1» [9] еще глубже погружает обучающихся в мир Великобритании. Так, в учебнике есть упражнения,

которые знакомят с улицами Лондона, его достопримечательностями (Unit 1 «Greeting and introductions», страницы 4-5, упражнения 1-3; Unit 8 «Holidays and travelling», стр. 74, упр. 15). Также обучающиеся знакомятся с Королевской семьей (Unit 3 «Family members», стр. 30-31, упр. 23-25), с национальными символами стран государства (Unit 7 «A postcard from another country», стр. 66, упр. 9), узнают разницу между Англией и Великобританией (Unit 7 «A postcard from another country», стр. 64, упр. 5), узнают об особенностях погоды в Англии (Unit 7 «A postcard from another country», стр. 69, упр. 17).

В данном учебнике мы выявили упражнения, которые знакомят обучающихся именно с особенностями поведения в Англии, и даже косвенно с некоторыми чертами национального британского характера. Например, есть упражнения, из которых можно узнать о том, как правильно приветствовать и поздравлять людей в Британии, как правильно выражать согласие (Unit 1 «Greeting and introductions», стр. 8, упр. 8, стр. 13, упр. 22; Unit 4 «Favourite things», стр. 33, упр. 12). Также обучающиеся узнают о любви британцев коллекционировать вещи, в чем как раз выражается их консерватизм (Unit 4 «Favourite things», стр. 42, упр. 24). Узнают обучающиеся и об огромной любви британцев к животным (Unit 6 «Animal life», стр. 60, упр. 19-22).

Вторая часть учебника «Forward 6 класс» [10] продолжает знакомить обучающихся с миром Англии. Здесь обучающиеся узнают про традиционную британскую еду, про школы, про дома, известных людей (Units 9,10,11,13,16). Здесь же говорится о любви британцев к своему дому (Unit 11 «Homes and houses», стр. 31, упр. 23).

Таким образом, можно сказать, что учебники Forward для 6 класса содержат упражнения, которые отражают национальный британский характер.

Учебник «Forward 7 класс, часть 1» [11] знакомит обучающихся с системой школьного образования в Англии, с историей транспорта в Лондоне (Units 1,2). Также обучающиеся сталкиваются с консерватизмом британцев (Unit 3 «Talking about old times», упражнения 28-29) и с их терпимостью (Unit 7 «Pocket money», упр. 22). Вторая часть учебника не содержит упражнений на

тему национального характера британцев. Здесь учебник знакомит с праздниками Британии и ее политической системой (Units 9, 14) [12].

Учебник «Forward 8 класс» [13] включает в себя новый раздел «Exam focus», который содержит задания для подготовки к ОГЭ. Учебник предлагает задания, в которых обучающиеся узнают про национальности Великобритании (Unit 1 «Who am I?», раздел «Reading and speaking», упр. 1-4, 6, 11). В одном из упражнений есть предложение, из которого обучающимся становится известно, что британцы скромно ведут себя с иностранцами (Unit 1 «Who am I?» раздел «Vocabulary», упражнение 4). Мы выявили упражнения, содержащие тексты, которые отражают эксцентричность британцев (Unit 5 «No place like home», раздел «Grammar and reading», упр. 3 и 4). Раздел учебника «Dialogue of cultures» рассказывает об образовании в Британии и России, о Москве и Лондоне, о монархии и об известных местах в Великобритании и в России.

В учебнике «Forward 9 класс» [14] мы не выявили никаких заданий или упражнений, которые отражали бы черты национального характера британцев. Разделы «Dialogue of cultures» и «Exam focus» содержат информацию только о культурных особенностях Великобритании.

Проанализировав серию учебников «Forward 5 – 9», можно сделать вывод о том, что учебники больше направлены на ознакомление обучающихся с культурными особенностями стран изучаемого языка, чем с особенностями национального характера людей, живущих в этих странах.

Таким образом, изучив учебники серии «Forward» для 2 – 9 классов, можно сказать, что учебный материал, представленный в этих учебниках, не дает целостного представления о национальном британском характере. Только некоторые национальные особенности были отмечены в заданиях и упражнениях. Отсюда можно сделать вывод о том, что обучающиеся не получают полной информации о характере британцев, их представления остаются стереотипными.

Исходя из вышесказанного следует, что для формирования у обучающихся целостного представления о национальном британском

характере, в учебный материал следует включать больше упражнений и заданий, отражающих особенности характера британцев.

Так, в рамках изучения отдельного Unite можно:

- использовать на уроке дополнительные задания на изучения особенностей характера британцев;
- определить знакомство с чертами британского характера в качестве домашнего задания;
- изыскать время на уроке для ознакомления с национальным характером британцев.

Кроме того, можно:

- организовать внеклассное мероприятие по знакомству с национальным британским характером;
- в течение недели иностранного языка организовать викторину на знание особенностей британского характера и др.

Можно сделать вывод о том, что для целостного знакомства с национальным британским характером следует использовать дополнительные ресурсы.

Таким образом, в данном параграфе мы проанализировали учебники серии «Forward» для 2 – 9 классов на предмет содержания заданий и упражнений, отражающих особенности британского национального характера. Не выявив большого количества таких упражнений, пришли к выводу о том, что данная серия учебников не дает целостного представления о характере британцев.

3.2 Анализ опытно-экспериментальной работы по теме исследования

При обучении иностранных языков мы имеем дело с различными видами межкультурной коммуникации. В учебном процессе постоянно происходит взаимодействие с текстом, представляющим другую культуру. Отсюда вытекает значимость работы с такими текстами. «Работа с текстами массовой

информации предоставляет учителю огромные возможности в решении целого ряда методических задач: от тренировки восприятия текста на слух и расширения лексического запаса до развития навыков устной речи и получения знаний о стране изучаемого языка» [16, с. 230]. Что касается культурного слоя текстов массовой информации, Т.Г. Добросклонская отмечает, что «чрезвычайно важна мысль о том, что текст – это вербально-знаковая символизация культуры» [16, с. 202].

На основе изученного материала и проведенного исследования было разработано и проведено внеклассное мероприятие по теме «Englishness» Мероприятие разрабатывалось на основе ФГОС [32] и проводилось в 10 «б» классе МБОУ СОШ № 9 г. Лесосибирска.

Данное мероприятие было направлено на формирование у обучающихся целостного представления о британском национальном характере.

Целью проведения внеклассного мероприятия являлось приобщение обучающихся к культуре Великобритании.

Нами были поставлены следующие [0]:

I. Образовательные:

- обеспечить в ходе урока отработки навыка использования в речи конструкции «*I think/consider that...because*»;
- создать условия для отработки навыков и умений в чтении и говорении;
- актуализировать знания о культуре страны изучаемого языка;
- расширить общий и филологический кругозор учащихся.

II. Развивающие:

- создать условия для развития коммуникативных навыков через разнообразные виды речевой деятельности;
- создать условия для развития памяти, внимания, воображения;
- содействовать развитию умений осуществлять рефлексивную деятельность.

III. Воспитательные:

- способствовать развитию умения отстаивать свою точку зрения;

– способствовать развитию культуры взаимоотношений при работе в парах, группах;

– содействовать формированию толерантности в отношении к культуре своего и других народов;

– содействовать развитию интереса к изучению иностранного языка.

Для проведения мероприятия необходимо следующее оборудование:

– компьютер;

– интерактивная доска;

– раздаточный материал.

Форма работы на уроке предусматривается как коллективная, так и групповая.

Мероприятие начинается с вопроса: «*What countries speak English language?*». После того, как будет получен ответ на вопрос, задается следующий вопрос: «*All these countries have English language in common. But what differentiates them?*». Здесь начинается дискуссия о том, что различает англоговорящие страны. Когда обучающиеся назовут, что это «*national character*», последует вопрос: «*But what is national character?*».

После обсуждения, что такое национальный характер, подводим к национальному британскому характеру: «*Today we are going to speak about national character of one country. But what country you should guess. I'm going to read an extract describing character and you should name a country*».

Обучающимся зачитывается следующий отрывок: «Страна противоречий и неожиданностей. Она подарила миру больше количество мистиков, поэтов и идеалистов. Они заядлые колонисты, неутомимые путешественники, и в тоже время страстные садоводы. Мирный народ, вежливый и добрый, но если их разозлить становятся чрезвычайно воинственными. Хорошие друзья, но и плохие враги, обладающие всеми качествами бульдога. Их часто обвиняют в отсутствии юмора, однако, они дали миру лучших юмористов. Самая законопослушная нация, создавшая лучшие детективы с описанием насилия и преступлений».

Когда обучающиеся узнают в данном отрывке британцев, предлагается обсудить британский характер: «*What can you say about British national character? What do you know about it?*».

Далее обучающимся предстоит более детально ознакомиться с британским национальным характером, а точнее, с основными его чертами. Им предлагается в парах выполнить следующее задание: на листочках, которые будут им розданы, соотнести ту или черту с ее описанием. Задание выглядит следующим образом:

Таблица 1 Match trait of national British character with its description:

Conservatism	Понять его не может никто, особенно в самом ярком его проявлении – любви к физиологическим шуткам. Падающие брюки, туалетные остроты, непрямые намеки на разного рода сальности и неприличности мистера Бина вызывают у остальных народов недоумение.
Patriotism	Англичанин прогуливается под проливным дождем, помахивая своим сложенным зонтом, как тросточкой. Он может носить парик, завернуть голову в платок, надеть на голову седло или вообще стоять на голове – никто не скажет ему ни слова.
Humor	Представление о прирожденном превосходстве англичан перед другими нациями: каждому англичанину внушалось с самого детства, что он должен подавать моральный пример всему миру, демонстрировать при этом превосходство британской системы.
House pride	Англичане крайне трепетно относятся к животным. Бескрайнюю любовь к животным подтверждает и тот факт, что еще в 1824 году в Великобритании было создано Общество по защите животных от жестокости, которое имеет статус Королевского.
Eccentricity	Проявляется как в повседневной жизни, так и в том, что они уважают мнение собеседника, даже если они не согласны с ним совершенно.
Politeness	Свой рай по сердцу выбирай, А я, с судьбой не споря, Люблю мой край, мой дивный край, - Да, Сассекс мой, у моря!

Big love for animals	Англичане меньше других наций подвержены подводным течениям и водоворотам истории. Они в меньшей степени реагируют на изменения в моде, будь то еда, одежда или литература. Ничто не заставит их изменить привычки к послеобеденному чаю.
Snobbery	«Мой дом – моя крепость»: англичане большое внимание уделяют своему жилищу. В их домах вы найдете превосходные коллекции мебели, посуды, старинных картин.
Wanderlust	Англичане легко передвигаются по всему миру. Они спокойно ездят на каникулы в Индию и Пакистан, а за покупками в Нью-Йорк.

Во время проверки этого задания на экране высвечиваются ответы. После проверки выполнения задания, обучающимся задается вопрос: «*Where can we see demonstration of national character?*». Когда называется СМИ, учитель знакомит с новым заданием: «*Now I offer you to try to find demonstration of national British character in newspaper headlines*». Обучающиеся работают в парах. Им раздаются листочки с заголовками.

Перед началом проверки задания учитель объясняет, как нужно отвечать: «*When you are ready to answer, raise your hands and don't forget to use the structure «I think/consider that...because* ». Допускается ответ на русском языке.

После выполнения задания обучающимся раздаются стикеры с чертами английского характера и предлагается приклеить к нарисованному на доске человечку те черты, которые, по их мнению, наиболее выражены в национальном британском характере.

Далее проводится рефлексия, где учащиеся отвечают на вопросы:

- «Изменилось ли ваше представление о характере британцев?»
- «Что для вас было новым или даже необычным?».

В ходе рефлексии обучающиеся отметили, что их представление о британцах стало намного шире, также их удивило необычное чувство юмора британцев, их огромная любовь к животным и глубоко засевший в сознании

консерватизм. Удивило их то, что британцы заядлые путешественники и то, что им присущ снобизм.

После проведенного мероприятия были подсчитаны стикеры и выявлено, что для обучающихся британцы – люди консервативные, эксцентричные, с необычным чувством юмора и любящие животных.

Поставленные цель и задачи были достигнуты в полном объеме.

Таким образом, в данном параграфе было дано методическое обоснование содержанию в медиатекстах информации о национальном характере. Опыт работы по теме исследования подтвердил ее целесообразность и необходимость в современных условиях.

Выводы по третьей главе

В первом параграфе данной главы был проанализирован УМК «Forward» для 2–9 классов, разработанный в соответствии с требованиями, регламентированными федеральным государственным образовательным стандартом. Изучив данную серию учебников по английскому языку на предмет содержания заданий и упражнений, отражающих особенности британского национального характера, можно сказать, что они не дают обучающимся целостного представления об особенностях национального характера британцев. Было выявлено недостаточное количество таких заданий и упражнений.

На основе теоретического исследования и на основе выявленных во второй главе заголовков медиатекстов, отражающих особенности британского национального характера, было разработано и проведено внеклассное мероприятие. Второй параграф данной главы дает подробное описание опыта проведенной работы с обучающимися 10 «б» класса МБОУ СОШ № 9 г. Лесосибирска. Можно сказать, что использование заголовков на уроках иностранного языка поможет сформировать целостное представление о характере британцев.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Подведем итоги проделанной работы.

Мы рассмотрели проблему «национального характера», проанализировали попытки интерпретации которого предпринимались в разные годы и с разных сторон научного знания. Несмотря на огромное количество трудов, посвященных проблемам национального характера, до сих пор имеются самые разные точки зрения не только на то, что такое национальный характер, но и существует ли он вообще.

Мы пришли к выводу, что национальный характер — это совокупность наиболее часто встречающихся психологических или иных особенностей мышления, переживания, поведения той или иной этнической общности, а также это некая форма бытия народа, способ его существования в истории, закреплённый в языке и тенденциях его развития, в системе ценностей, отношений к миру и к самому себе, моделях решения исторических задач, традициях, социальном поведении, в совокупной специфике психологических особенностей.

Рассмотрев особенности современного британского национального характера, мы пришли к выводу о том, что он полон противоречий, неожиданностей и исключений. Также мы выявили, что наиболее ярко выраженными чертами национального характера британцев являются консерватизм, патриотизм, почитание истории и любовь к дому, снобизм, вежливость, терпимость, особая любовь к животным, эксцентричность и необычное чувство юмора.

Мы изучили понятие «медиатекста», который появился в англоязычной научной литературе в 90-х годах XX века, а в нынешнее время является базовой категорией не только в медиаобразовании, но и в медиакультуре и в медиалингвистике, а также выступает объектом исследования педагогической и философской наук.

Нами были проанализированы британские онлайн-газеты и выявлены заголовки, отражающие те или иные черты британского национального характера.

В ходе практического исследования, мы изучили серию учебников «Forward» для 2–9 классов на предмет содержания заданий и упражнений, отражающих особенности британского национального характера. Мы выявили небольшое количество таких упражнений и пришли к выводу о том, что школьная программа по английскому языку не обеспечивает целостного формирования у обучающихся представления о национальном британском характере.

На основе проведенного теоретического и практического исследования было разработано и проведено внеклассное мероприятие на тему «Englishness». Данное мероприятие было нацелено сформировать у обучающихся 10 «Б» класса МБОУ СОШ № 9 г. Лесосибирска целостное представление о характере британцев. По итогу проведения данного внеклассного мероприятия было отмечено достижение цели.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Английский язык : 2 класс : учебник для учащихся общеобразовательных организаций : в 2 ч. Ч 1 / М. В. Вербицкая, Б. Эббс, Э. Уорелл и др. ; под ред. М. В. Вербицкой. – 2-е изд., дораб. — Москва : Издательский центр Вентана-Граф : Pearson Education Limited, 2015. — 80 с.

2. Английский язык : 2 класс : учебник для учащихся общеобразовательных организаций : в 2 ч. Ч 2 / М. В. Вербицкая, Б. Эббс, Э. Уорелл и др. ; под ред. М. В. Вербицкой. – 2-е изд., дораб. — Москва : Издательский центр Вентана-Граф : Pearson Education Limited, 2014. — 96 с.

3. Английский язык : 3 класс : учебник для учащихся общеобразовательных организаций : в 2 ч. Ч 1 / М. В. Вербицкая, Б. Эббс, Э. Уорелл и др. ; под ред. М. В. Вербицкой. – 2-е изд., дораб. — Москва : Издательский центр Вентана-Граф : Pearson Education Limited, 2013. — 96 с.

4. Английский язык : 3 класс : учебник для учащихся общеобразовательных организаций : в 2 ч. Ч 2 / М. В. Вербицкая, Б. Эббс, Э. Уорелл и др. ; под ред. М. В. Вербицкой. – 2-е изд., дораб. — Москва : Издательский центр Вентана-Граф : Pearson Education Limited, 2013. — 80 с.

5. Английский язык : 4 класс : учебник для учащихся общеобразовательных организаций : в 2 ч. Ч 1 / М. В. Вербицкая, Б. Эббс, Э. Уорелл и др. ; под ред. М. В. Вербицкой. – 2-е изд., дораб. — Москва : Издательский центр Вентана-Граф : Pearson Education Limited, 2013. — 80 с.

6. Английский язык : 4 класс : учебник для учащихся общеобразовательных организаций : в 2 ч. Ч 2 / М. В. Вербицкая, Б. Эббс, Э. Уорелл и др. ; под ред. М. В. Вербицкой. – 2-е изд., дораб. — Москва : Издательский центр Вентана-Граф : Pearson Education Limited, 2013. — 96 с.

7. Английский язык : 5 класс : учебник для учащихся общеобразовательных организаций : в 2 ч. Ч 1 / М. В. Вербицкая, Б. Эббс, Э. Уорелл и др. ; под ред. М. В. Вербицкой. – 2-е изд., дораб. — Москва : Издательский центр Вентана-Граф : Pearson Education Limited, 2013. — 104 с.

8. Английский язык : 5 класс : учебник для учащихся общеобразовательных организаций : в 2 ч. Ч 2 / М. В. Вербицкая, Б. Эббс, Э. Уорелл и др. ; под ред. М. В. Вербицкой. – 2-е изд., дораб. — Москва : Издательский центр Вентана-Граф : Pearson Education Limited, 2013. — 104 с.

9. Английский язык : 6 класс : учебник для учащихся общеобразовательных организаций : в 2 ч. Ч 1 / М. В. Вербицкая, Б. Эббс, Э. Уорелл и др. ; под ред. М. В. Вербицкой. – 2-е изд., дораб. — Москва : Издательский центр Вентана-Граф : Pearson Education Limited, 2017. — 112 с.

10. Английский язык : 6 класс : учебник для учащихся общеобразовательных организаций : в 2 ч. Ч 2 / М. В. Вербицкая, Б. Эббс, Э. Уорелл и др. ; под ред. М. В. Вербицкой. – 2-е изд., дораб. — Москва : Издательский центр Вентана-Граф : Pearson Education Limited, 2017. — 112 с.

11. Английский язык : 7 класс : учебник для учащихся общеобразовательных организаций : в 2 ч. Ч 1 / М. В. Вербицкая, Б. Эббс, Э. Уорелл и др. ; под ред. М. В. Вербицкой. – 2-е изд., дораб. — Москва : Издательский центр Вентана-Граф : Pearson Education Limited, 2017. — 104 с.

12. Английский язык : 7 класс : учебник для учащихся общеобразовательных организаций : в 2 ч. Ч 2 / М. В. Вербицкая, Б. Эббс, Э. Уорелл и др. ; под ред. М. В. Вербицкой. – 2-е изд., дораб. — Москва : Издательский центр Вентана-Граф : Pearson Education Limited, 2016. — 112 с.

13. Английский язык : 8 класс : учебник для учащихся общеобразовательных организаций / М. В. Вербицкая, Б. Эббс, Э. Уорелл и др. ; под ред. М. В. Вербицкой. – 2-е изд., дораб. — Москва : Издательский центр Вентана-Граф : Pearson Education Limited, 2017. — 96 с.

14. Английский язык : 9 класс : учебник для учащихся общеобразовательных организаций / М. В. Вербицкая, Б. Эббс, Э. Уорелл и др. ; под ред. М. В. Вербицкой. – 2-е изд., дораб. — Москва : Издательский центр Вентана-Граф : Pearson Education Limited, 2017. — 152 с.

15. Англия и англичане / А. В. Павловская. – Москва : МГУ, 2005. – 272 с.

16. Добросклонская, Т.Г. Вопросы изучения медиатекстов : Опыт исследования современной английской медиаречи : монография. - Изд. 3-е. – Москва : КРАСАНД, 2010. – 288 с.
17. Засурский, Я.Н. Колонка редактора : медиатекст в контексте конвергенции / Я. Н. Засурский // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика, – 2005. – № 2. – С. 3–6.
18. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ [Электронный ресурс] : Т. Г. Добросклонская. – Режим доступа : <http://www.ffl.msu.ru/research/publications/dobrosklonskaya/dobrosklonskaya-medialingvistika.pdf>
19. Мельник, Г. С. Mass Media: Психологические процессы и эффекты / Г. С. Мельник. – Санкт-Петербург : СПбГУ, 1996. – 161 с.
20. Мельникова, А. А. Язык и национальный характер. Взаимосвязь структуры языка и ментальности / А. А. Мельникова. – Санкт-Петербург : Речь, 2003. – 320 с.
21. Моисеева, Н. А. Национальный характер как проблема социально-философского анализа : автореф. дис. ... док. философ. наук : 09.00.11 / Моисеева Нелли Алексеевна. – Москва, 2012. – 42 с.
22. Политология : учебник / под ред. А. Ю. Мельвиля. – Москва : МГИМО(У), 2011. – 618 с.
23. Проблема характера : традиции и современность [Текст] : монография / Н. Я. Большунова ; М-во образования и науки РФ, ФГБОУ ВПО "Новосибирский гос. пед. ун-т". - Новосибирск : Изд. НГПУ, 2011. - 234 с.
24. Прозоров, В. В. Власть современной журналистики, или СМИ наяву / В. В. Прозоров. – Саратов : Изд-во Сарат. ун-та, 2004, – 240 с.
25. Психологическая энциклопедия / под ред. Р. Корсини, А. Ауэрбаха. 2-е изд. – Санкт-Петербург, 2006. – 1096 с.
26. Пургина, Е. С. Концепция английского национального характера в романах Э.М. Форстера : дис. ... канд. фил. наук : 10.01.03 / Пургина Екатерина Сергеевна. – Екатеринбург, 2008. – 205 с.

27. Радченко, И. А. Учебный словарь терминов рекламы и публичных рилейшенз / под ред. Е. Е. Топильской. – Воронеж : ВФ МГЭИ, 2007, – 114 с.
28. Словарь социолингвистических терминов / В. А. Кожемякина, Н. Г. Колесник, Т. Б. Крючкова и др. – Москва, 2006. – 312 с.
29. Солганик, Г.Я. К определению понятий «текст» и «медиа́текст» / Г.Я. Солганик // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. – 2005. – № 2. – С. 7–15.
30. Социология : Энциклопедия / Сост. А. А. Грицанов, В. Л. Абушенко, Г. М. Евелькин, Г. Н. Соколова, О. В. Терещенко. — Минск : Интерпрессервис; Книжный Дом, 2003. — 1312 с.
31. Тер-Минасова, С. Г. Язык и межкультурная коммуникация : учебное пособие / С. Г. Тер-Минасова. – Москва : Слово / Slovo, 2000. – 624 с.
32. Федеральный Государственный Общеобразовательный Стандарт Среднего Общего Образования (10—11 классы) [Электронный ресурс] : федер. закон от 17 мая 2012 г. № 413. – Режим доступа: <http://минобрнауки.рф/документы/2365>
33. Федоров, А.В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности / А. В. Федоров. – Таганрог : Изд-во Таганрог. гос. пед. ин-та, 2010. – 64 с.
34. Фокс, К. Наблюдая за англичанами. Скрытые правила поведения / К. Фокс; пер. с англ. И. П. Новоселецкой. – Москва : Рипол классик, 2011. – 512 с.
35. Чичерина, Н.В. Медиа́текст как средство формирования медиаграмотности у студентов языковых факультетов / Н.В. Чичерина. – Москва : Издательство ЛКИ, 2008. – 232 с.
36. Шестаков, В. П. Английская литература и английский национальный характер / В.П. Шестаков. – Санкт-Петербург : Нестор-История, 2010. – 312 с
37. Шубарт, В. Европа и душа Востока / В. Шубарт. – Москва : «Русская идея», 2000. – 443 с.

38. Этнопсихологический словарь [Электронный ресурс] : Национальная энциклопедическая служба. – Режим доступа : <https://vocabulary.ru/slovari/etnopsihologicheskii-slovar.html>
39. Benedict, R. The chrysanthemum and the sword / R. Benedict. – Boston, 1946. – 324 p.
40. Commager, H. S. (ed). Britain Through American Eyes. – New York, 1974. – 767 p.
41. Du Bois, C. The people of alor : a socio-psychological study of an east Indian island / C. Du Bous. – Minneapolis, 1944. – 706 p.
42. Emerson, R. W. English Traits // Emerson R. W. – London, 1903, – 386 p.
43. England, Your England [Электронный ресурс] : George Orwell. – Режим доступа : http://orwell.ru/library/essays/lion/english/e_eye
44. Evening Standard [Электронный ресурс] : Онлайн-газета. – Режим доступа : <http://www.standard.co.uk/>
45. Financial Times [Электронный ресурс] : Онлайн-газета. – Режим доступа : <https://www.ft.com/>
46. In a fog. The Humorists Guide to England / ed, by R. Wechsler. – London, 1992, - 334 p.
47. Morning Star [Электронный ресурс] : Онлайн-газета. – Режим доступа : <https://www.morningstaronline.co.uk/>
48. National character : The study of modal personality and sociocultural systems / A. Inkeles, D. J. Levinson ; ed. by G. Lindzey, E. Aronson. The Handbook of Social Psychology. – London, 1969. – 1086 p.
49. Richard D. Lewis. When Cultures Collide : Leading Across Cultures / Richard D. Lewis. – 3rd Ed., 2006. – 597 p.
50. The Big Issue [Электронный ресурс] : Онлайн-газета. – Режим доступа : <http://www.bigissue.com/>
51. The Daily Mirror [Электронный ресурс] : Онлайн-газета. – Режим доступа : <http://www.mirror.co.uk/>

52. The Daily Telegraph [Электронный ресурс] : Онлайн-газета. – Режим доступа : <http://www.telegraph.co.uk/>
53. The Guardian [Электронный ресурс] : Онлайн-газета. – Режим доступа : <https://www.theguardian.com/uk-news>
54. The Independent [Электронный ресурс] : Онлайн-газета. – Режим доступа : <http://www.independent.co.uk/>
55. The people of great Russia : a psychological study / G. Gorer, J. Rickman. – London, 1949. – 236 p.
56. The Sun [Электронный ресурс] : Онлайн-газета. – Режим доступа : <https://www.thesun.co.uk/>
57. The Times [Электронный ресурс] : Онлайн-газета. – Режим доступа : <https://www.thetimes.co.uk/>