

Список використаних джерел

1. Borges J.L., Ferrari O. Lesen ist Denken mit fremdem Gehirn: Gespräche über Bücher und Borges. — Zürich: Arche. — 1990.
2. Luhmann N. Lesen lernen. — Frankfurt am Main: Short Cuts. — 2000.

Капустіна О.В.

кандидат педагогічних наук, доцент кафедри іноземних мов і міжкультурної комунікації

Сініцина Н.М.

старший викладач кафедри іноземних мов та міжкультурної комунікації

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

ВІДЕО ЯК ЖАНР ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ ТА ВИКОРИСТАННЯ ПЕВНИХ ТИПІВ ВІДЕО У ПРОЦЕСІ ВИКЛАДАННЯ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ

Анотація. У статті розглядається важливість використання відео у процесі викладання іноземної мови, надаються деякі ідеї з приводу класифікації відео та думки спеціалістів із викладання іноземної мови стосовно ефективності застосування мультимедійних продуктів. Автори пропонують свої ідеї щодо вибору навчального матеріалу та методів роботи з ним.

Ключові слова: текст, жанр, відео, мультимедійний продукт, фільм.

Abstract. The article discusses the importance of introducing videos into the process of teaching a foreign language, provides some ideas about the classification of video products and the opinions of experts in teaching a foreign language on the effectiveness of using multimedia products. The authors suggest their ideas concerning the choice of educational materials and methods of working with them.

Key words: text, genre, video, multimedia product, film.

Всі погодяться з тим, що, враховуючи пандемію, зараз практично неможливим стало викладання будь-якого предмета без електронних засобів, хоча значною мірою вони вже протягом довгого часу є невід'ємною частиною методики проведення занять з іноземної мови та організації самостійної роботи студентів. До таких засобів належать веб-сайти, комп'ютерні програми, програмне забезпечення для створення презентацій, електронні словники, розробки для чатів та обміну повідомленнями в електронній пошті, прослуховування аудіоматеріалів, учбові та художні фільми і відео.

Відео як вид засобів масової інформації стає все більш популярним і використовується для різних цілей, включаючи вивчення іноземних мов.

Один із відомих видів відео, що став популярним і часто використовується для навчальних цілей — «TED Talks».

Слід відмітити тенденцію споживачів інформації до скорочення часу, який вони можуть і хочуть присвятити перегляду того чи іншого відео. Це пояснюється звичкою переглядати багато інформаційних матеріалів, а також тим, що відео передає сутність події, а не просто описує її.

У зв'язку з розповсюдженням відео як виду засобів масової інформації існують дослідження щодо їх жанрів та різновидів, зокрема огляд поглядів на їх

жанри можна знайти в [1], де зазначено, що всі жанри мас медіа походять від літературних жанрів, тому включають певні елементи цих жанрів. Різниця між ними полягає в різних засобах, які використовуються для передачі змісту та впливу на цільову аудиторію. Інший автор, який досліджує засоби масової інформації, стверджує, що сучасний текст як продукт журналістики, не існує сам по собі, а є синтезом тексту, музики, образів, особливих ефектів [1]. Зближення жанрів *mass media* розглядається як реалізація їх потенціалу в певному інформаційному середовищі. Тому автори дослідження [1] пропонують замінити терміни «жанр», «текст», «витвір» терміном «мультимедійний продукт», що передбачає використання декількох каналів зв'язку одночасно: аудіо, відео та віртуальний зв'язок. Різниця між різними жанрами або видами відео полягає в засобах, які використовуються для передачі змісту та мети створення того чи іншого продукту, при цьому можуть використовуватися елементи таких жанрів, як коментар, інтерв'ю, огляд тощо.

Незважаючи на вищезазначені твердження, існує більш-менш умовне розподілення відео на жанри або види, що може бути використане для практичних цілей. Прикладом є нижчезазначена класифікація [4]:

1) **навчальні**, які дозволяють здійснювати навчання, використовуючи можливості комплексного сприйняття інформації, більшій зацікавленості та кращому запам'ятовуванню. До цього типу належать різні курси онлайн. Прикладами можуть бути відеокурси вивчення ділової англійської мови «*Market Leader*», де в кінці кожного уроку надається відеоінтерв'ю з коментарями експертів з приводу матеріалів певного *Case Study*, які є суттєвими та змістовними.

Іншим прикладом є ситуативні відео іншого підручника видавництва «*Dinternal Education*», які є прекрасною ілюстрацією основних ідей та лексичного матеріалу уроків підручника.

2) **реklamні** відео, які відрізняються від звичайних рекламних фільмів тим, що глядачі самі вибирають, чи варто їх дивитися.

3) **інформаційні** відео, які дуже стисло надають інформацію про поточні події, які ви спостерігаєте начебто безпосередньо, або короткі інтерв'ю.

4) **документальні** фільми, які поєднують інформаційний аспект із розважальним. Вони зображують події в тому вигляді, як вони відбуваються, з коментарями різного характеру.

5) **розважальні**, які можуть відрізнитися метою та виступати у різноманітних жанрах, таких як подорожі, комедійні шоу тощо. Слід зазначити, що ця класифікація є умовною, тому що є багато відео, які включають елементи декількох або всіх вищезазначених жанрів. Усі вони мають за мету надання певної інформації у досить розважальному виді та мотивувати глядачів на виконання певних дій або прийняття певних рішень.

Існує багато досліджень, присвячених ефекту використання відео для вивчення іноземних мов. Зокрема в роботі [2] міститься огляд джерел, присвячених позитивному педагогічному та психологічному ефекту вживання

відео для вивчення іноземної мови, а також їх позитивний когнітивний ефект, їх вплив на подолання студентами мовного бар'єру. Вчені дослідили, що у порівнянні з учнями, які використовували тільки печатні та звукові тексти, студенти, яких навчали за допомогою відео, розуміли та пам'ятали більше [2].

Згідно з [2] комбінація різних модальностей, тобто яскравих та динамічних образів, звукових та друкованих текстів, вважається більш ефективним засобом, що сприяє засвоєнню студентами нових слів, у порівнянні з нерухомими картинками, тому що допомагають їм створювати ментальні образи та викликають зацікавленість, що, в свою чергу, підвищує концентрацію уваги.

Інший дослідник вважає, що когнітивна підтримка відео у вивченні іноземної мови є вирішальною для засвоєння студентами вокабуляра, граматики та покращення їх лінгвістичних навичок читання, мовлення та сприйняття усної інформації.

За допомогою відео різні концепції набувають статусу емоціонального, психологічного та когнітивного досвіду студентів, люди реагують на ідеї та концепції більш глибоко у порівнянні з ситуаціями, коли вони просто читають тексти. Деякі дослідження показали що цікаві відео мотивують студентів вдвічі більше, ніж друковані тексти, і можуть бути порівняні з спілкуванням із носіями мови.

Дослідники також дійшли висновків, що добре підібрані відео допомагали вивчаючим моделювати комунікативне середовище, знижувати їх занепокоєність, зменшувати їхні мовні бар'єри, підвищити їх впевненість під час мовлення та взагалі покращити їх мовленнєві навички.

Психологічною основою використання відеоматеріалів є те, що під час їх сприйняття активізуються та синтезуються різні види діяльності: слухова, зорова, розумова. Студенти спостерігають міміку дійових осіб, жести, манери, вираз обличчя. Г.В. Колшанський [3] відзначав, що жести, рухи, манера висловлювання та вираз обличчя мають певне значення у процесі спілкування, отже словами визначається не більш, ніж 35% суспільного значення бесіди.

Не можна заперечувати також емоційний вплив відео, що може залежати як від технічних особливостей, таких як кольорова гама та контрастність кадрів, так і новизни та неочікуваності змісту.

Величезне значення має знайомство з культурою, політикою та економікою країн, мова яких вивчається, а також глобальними проблемами.

Дуже важливо те, що студенти навчаються розуміти усні висловлювання різних носіїв мови, вивчаючи нову лексику, та практикуватися в її використанні.

Багато залежить від методів та прийомів, які використовуються викладачами для засвоєння матеріалу відеофільмів та від вибору фільмів. Вибір може визначатися як тематикою, яка вивчається, так і наявністю фільмів, які висвітлюють актуальні події.

У зв'язку з цим хочеться відзначити *Financial Times Videos* [5], які мають цілу низку важливих особливостей, і тому є цінним матеріалом для перегляду,

прослуховування та обговорення. На думку авторів цієї статті, до їх переваг належать нижчезазначені особливості:

1. Багато з них присвячені найбільш болючим та нагальним проблемам сучасності: політичним, економічним, екологічним.

2. Вони завжди підготовлені професійно як в технічному аспекті, так і з точки зору змісту та якості мови.

3. У багатьох з них можна побачити життя та події у різних куточках світу в динаміці, іноді з музичним супроводом.

4. Представлені ситуації та ідеї можуть здаватися дивними та неочікуваними, такими, що збагачують знання студентів про навколишній світ і досягнення науки та стимулюють зацікавленість. Прикладом може бути відео «*Space Junk*» [5], в якому розповідається про безліч предметів та уламків, що обертаються навколо Землі, і про небезпеку, яку вони спричиняють. Аналізуються технічні та економічні проблеми, пов'язані з «виловлюванням» таких уламків.

5. Відео «*Financial Times*» представлені у різних жанрах, наприклад, фільм, який був присвячений показу демонстрації у Лондоні, направленої проти того, щоб країна залишала Європейський Союз [5]. У фільмі поєднані жанри: інформативного та документального фільму, що відображають реальну подію, яка відбувається в Лондоні, та інтерв'ю, яке журналіст-коментатор бере в учасників демонстрації. Студенти мали змогу почути непідготовлене мовлення демонстрантів та коментар журналіста, побачити центр Лондона. Все це створювало цілісне враження і сприяло запам'ятовуванню.

Останнім часом значна кількість відео присвячена різним аспектам пандемії коронавірусу, тому, як різні країни відповідають на ці сучасні виклики, а також наслідки цієї епідемії для різних сфер життя — здоров'я людини, освіти, економіки.

Прикладом такого відео може бути фільм [5], що є повною протилежністю вищенаведеного («*Could the Pandemic Lead to a Fairer Economy*»). Його жанр можна визначити як «театр одного актора»: ми бачимо одну людину, яка ділиться з нами своїми думками та спостереженнями. За декілька хвилин він малює ситуацію у світі, яка існувала до появи епідемії, соціальну несправедливість та нерівність, які існують у багатьох суспільствах, відзначає, що ті, хто вже потерпали від несправедливості суспільства, опинилися в категорії, що найбільш постраждала від епідемії, тобто змалював досить безнадійну ситуацію. Але потім він наводить приклад Великої депресії в США, після якої країна відродилася і стала процвітати, і висловлює свої думки з приводу покращення та відродження світового суспільства, які він бачить у більшому оподаткуванні багатих, обмеженні шкідливих викидів, сприянні освіти та набутті молодими нових знань та навичок.

Прослуховуючи такий інформативно-персуазивний виступ, студенти познайомилися з багатьма термінами та виразами, що характеризують сьогодення, такими як *carbon emission*, *fragile*, *welfare state*, *to penalise*, *to*

redistribute, remote working, catalyst, once in a lifetime, to be exposed to something, regional inequality. Ці та багато інших відео дають важливий мовний та екстралінгвістичний матеріал для вивчення та обговорення.

Пропонуємо деякі види роботи з відеоматеріалами:

1. Введення нової лексики, що є важливим для розуміння змісту.
2. Надання деякої інформації про сферу, до якої має відношення матеріал відео або питання про те, що відомо студентам про ситуацію, що висвітлена у відео.
3. Перегляд відео та перевірка розуміння основних ідей.
4. Другий перегляд та додаткові питання щодо деяких особливостей змісту та стосовно відношення студентів до змісту переглянутого.
5. Домашнє завдання зазвичай включає вивчення нових слів та виразів і вживання їх у своїх реченнях або написання короткого оповідання або опису, що містить нові слова та словосполучення, інший варіант — написання короткого резюме переглянутого відео. На наступному занятті студенти наводять свої приклади та пропонують групі перекласти їх або читають свої короткі оповідання з новими словами та виразами.

На завершення можна зазначити, що перегляд відео, зокрема «*Financial Times Videos*», та робота з ними:

- 1) розширюють світогляд студентів;
- 2) розвивають їх навички сприйняття усного мовлення;
- 3) є важливим із точки зору засвоєння студентами нової лексики та здобування ними навичок її використання;
- 4) привертають увагу до важливих проблем сьогодення, і таким чином збільшують коло тем для обговорення.

Список використаних джерел

1. Serdali B.K., Ashirbekova G.S., Orazbekuly K., Abiev B.M. Genres of Modern Mass Media. International Electronic Journal of Mathematics Education, 11(5), 2016, pp. 1075–1085.
2. Yang P. The Cognitive and Psychological Effects of YouTube Video Captions and Subtitles on Higher-Level German Language Learners / Technology and the Psychology of Second Language Learners and Users/ edited by M. R. Freiermuth, N. Zarrinabadi. Palgrave Macmillan, 2020, 620 p.
3. Колшанский Г.В. Контекстная семантика / Г. В. Колшанский. — М.: Наука, 1980. — 118 с.
4. <https://www.reeldesigner.com/5-different-types-of-video-production/>
5. <https://www.ft.com/video>