Анашкина Ариадна Валерьевна

Студентка кафедры немецкого языка и культуры

Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова

Arinn.ru@mail.ru

**ИНТЕГРАЦИЯ ВИДЕОБЛОГОВ В ПРОЦЕСС ОБУЧЕНИЯ НЕМЕЦКОМУ ЯЗЫКУ КАК ИНОСТРАННОМУ**

Ariadna Anashkina

**USAGE OF VIDEO BLOGS IN TEACHING OF THE GERMAN LANGUAGE AS A FOREIGN LANGUAGE**

 *Использование видеоблогов в рамках учебного процесса является перспективным направлением в преподавании немецкого языка как иностранного. Занимаясь изучением видео, созданных непосредственно носителями языка, и выполняя направленные на контроль понимания аудиотекста задания, обучающиеся оптимизируют комплекс навыков: аудирование, говорение, а также навык по работе с программным обеспечением. В данной статье приводятся примеры тенденций употребления в видеоблогах Youtube языковых единиц молодёжного языка, а также основных упражнений, обеспечивающих успешное внедрение видеоблогов в учебный процесс.*

***Ключевые слова:*** *видеоблог, видеоконтент, блогер, СМИ, новые медиа, устная речь, молодёжный язык.*

*Using of video blogs is a promising tool in the teaching of the German language as a foreign language. Studying video blogs created by native speakers and doing exercises aimed at improving listening skills is a good way for students to develop listening and reading skills. Students also get a better understanding of the software usage when studying video blogs. The article explains the way the slang lexical units are implemented in the Youtube video blogs. It also describes basic exercises that ensure the successful implementation of video blogs in language learning.*

***Key words:*** *video blogs, video content, blogger, mass media, new media, speaking, youth language.*

В современном мире изучение и преподавание иностранных языков немыслимо без использования новейших информационных технологий. Компьютерные технологии и Интернет открывают новые пути получения знаний, поскольку позволяют учащимся работать с разнообразными материалами, содержащими реальную информацию. Так, одним из современных способов создания увлекательного контента для занятий немецким языком как иностранным является использование на уроках видеоблогов. Созданные непосредственно носителями языка видео являются аутентичным материалом, а, следовательно могут использоваться в качестве аудиовизуального компонента на занятиях студентов лингвистического вуза, уровень языкового владения которых соответствует уровню В2 по шкале общеевропейских компетенций.

Обращение к использованию видеоблогов в качестве аудиовизуальных средств на уроке иностранного языка обусловлено рядом причин. Во-первых, видеоблоги являются аудиовизуальными средствами обучения. Они образуют систему пособий, рассчитанных на зрительно-слуховое восприятие, что позволяет реализовать дидактический принцип наглядности и, следовательно, способствовать лучшему запоминанию новой информации. Среди прочего, использование аудиовизуальной техники на уроке иностранного языка позволяет учащимся расширить рамки речевой коммуникации посредством наблюдений за действиями говорящих: во время просмотра видеоблога студенты имеют возможность определить возраст, социальное положение и даже моральный настрой презентующего [3].

Во-вторых, представленные на платформе Youtube видеоблоги имеют широкую тематическую направленность. Это позволяет обеспечивать каждую группу учащихся разнообразными материалами, коррелирующими с их ключевыми увлечениями. В ходе лингводидактического анализа 50 видеоблогов немецкоязычных авторов из Германии и Австрии было установлено, что с целью создания разнообразного контента опубликованные видеоблогерами видео принадлежат к более чем 15 рубрикам. Разноплановость форматов видеоблогов Youtube подтверждает и тематическая классификация классических рубрик видеоблогов Youtube, согласно которой все видео можно подразделить на 6 основных тематических направлений (см. Рис. 1).

20%

14%

10%

10%

28%

**Рис.1**

Тематическая характеристика рубрик видеоблогов Youtube

Как свидетельствует диаграмма, большинство видеоблогов посвящено теме модных течений – в 28% случаев немецкоязычные видеоблоггеры не упустят возможность рассказать зрителям о новых косметических новинках и продемонстрировать современные наряды. Далее следует видео, созданные с целью познакомиться с подписчиками поближе – видеоблоги, посвященные теме «Селф-брендинг» составляют 20% от общего количества и повествуют об интересных фактах из жизни самих видеоблогеров. 17% от всех видеоблогов созданы специально для того, чтобы молодёжь разнообразила свой отдых. Поскольку, согласно Е.П. Прохорову, основной функцией новейших средств массовой информации является развлекательная функция («развлечение, разрядка, снятие напряжение и поднятие настроения») [2: 101], неудивительно, что большое количество видеоблогов направлены именно на развлечение и поднятие настроения потенциальных зрителей. Немалый процент видео (14%) посвящен видеоблогам семейной направленности. Следует отметить, что, согласно нашему анализу, количество таких видео постоянно увеличивается: еще несколько лет назад Youtube не рассказывал о том, каким образом происходит переезд многодетной семьи и, к примеру, об развивающих играх, способствующих развитию моторики у маленьких детей. Лишь 10% всех видеоблогов приоткрывают завесу того, каким образом осуществляется работа видеоблогера. Наименьшей популярностью также пользуются и видео комедийной направленности. Созданные с целью рассмешить зрителя видеоблоги составляют всего 10% от общего числа рубрик. Это кажется вполне логичным, ведь такие видеосюжеты требуют повышенной подготовки – написание сценария, привлечение к участию друзей и других видеоблоггеров, а также длительный монтаж, обусловленный большим количеством людей в кадре. Следует также отметить, что количество возможных рубрик постоянно растёт и находится в прямой зависимости от возникающих в немецкоязычных странах модных тенденций и направлений.

Основными критериями отбора видеоблогов для их дальнейшего использования на занятиях являлись:

* использование видеоблогером стандартного (не регионального) варианта немецкого языка;
* отсутствие особенностей устной речи говорящего (дефектов речи и акцент);
* новизна видеоблога (2016-2017 гг. выпуска)
* актуальность поднятого в видеоблоге вопроса;
* популярность конкретного Youtube канала (поскольку от числа последователей видеоблогера зависит техническое качество представляемого контента);
* наличие в видео воспитательного и образовательного потенциала;
* присутствие в видео социокультурного компонента.

В-третьих, большой выбор сюжетов также позволяет работать над развитием разных видов речевой деятельности. Аудирование часто называют самым сложным видом речевой деятельности. Просмотр видеоблогов в рамках занятия немецким языком также способствует развитию у учащихся аудитивных навыков. Являясь ярким примером аудирования коммуникативного вида, просмотр видеоблогов Youtube развивает у студентов навык глобального понимания аудиотекста. В результате использования разноплановых упражнений у студентов наблюдается подъем мотивации к изучению иностранного языка и интерес к самостоятельной работе. Внедрение видеоблогов также создаёт визуально привлекательную и интерактивную атмосферу на занятиях, поскольку большинство популярных видеоблогеров прекрасно вживаются в роль красноречивых и коммуникабельных корреспондентов.

В-четвёртых, аутентичные видео Youtube представляют собой достоверный источник лексических особенностей молодёжного сленга. Как было отмечено А.Н. Щукиным, при изучении стилистически окрашенной лексики мы увеличиваем рецептивный словарь учащихся. Цель овладения данным лексическим пластом – развитие у студентов навыков более глубокого восприятия публицистических статей и разговорной речи. В данном конкретном случае лингвистический интерес представляют и номинации классических рубрик видеоблогов Youtube. В ходе нашего исследования был проведён частеречный анализ классических рубрик видеоблогов Youtube. Исследование в данном направлении показало, что значительное большинство наименований видеоблогов являются **существительными** (*Favoriten* – фавориты/любимые продукты, *Haul* – сюжет о покупках, *Routine* – сюжет о повседневно совершаемых действиях). Большое распространение получают и **термины-предложения** (*Draw my life* – нарисуй историю своей жизни, *Follow me around* – следуй за мной повсюду). **Глаголы** же, однако, в номинациях рубрик практически не встречаются по причине стремления видеоблоггеров к компактному и ёмкому названию.

Следует также отметить, что среди номинаций классических рубрик видеоблогов Youtube можно констатировать широкое распространение англицизмов (*Fan calls* – звонок поклоннику, *Challenge Video* – видео-соревнование, *No go* – «так не пойдет»), аббревиаций (*DIY*(Do it yourself) – клуб «очумелые ручки», *GRWM* (Get ready with me) – собираемся вместе, *Q&A* (Questions and answers) – вопросы и ответы, а также слов, полученных путем **словосложения** (*Schwangerschaftsupdate* – истории о протекании беременности, *Familienleben* - семейная жизнь, *Tauschpaket* – посылка в подарок).

В-пятых, следует отметить, что видеоблоги несут в себе не только лингвистический, но и социокультурный компонент. Наличие телевизионной картинки даёт возможность обратить внимание на такие невербальные средства коммуникации как жесты, мимика. Кроме того, многие видеоблоги становятся источниками лингвокультурологической информации, то есть, раскрывают реалии культурной жизни страны. Так, например, в видео «10 nervige SITUATIONEN an WEIHNACHTEN! » (Что в Рождественскую пору раздражает больше всего) Барбара Софи сообщает об одном из главных немецких праздников следующее [6]:

* *«Okay, man kann kein Video drehen mit nervigen Weihnachtsdingen, ohne „Last Christmas“ zu erwähnen! Wer von euch hatte schon in diesem Jahr ein Ohrwurm von diesem Lied?»* («Невозможно снять видео о самых раздражающих вещей в Рождественскую пору, не упомянув песню «Last Christmas». Наверняка, многие из вас тоже уже ни раз не могли прекратить напевать её!»)
* *«Wer sind die Menschen, die im September schon Schockonickoläuse und Lebkuchen kaufen?»* («Кто эти люди, которые покупают шоколадных Дедов Морозов и рождественские пряники уже в сентябре?»)
* «*Weihnachtsmärkte. Es ist meistens viel zu voll, voll viele Leute sind 1schon irgendwie ab 12Uhr oder so was betrunken, weil sie schon zu viel Glühwein hatten. Und dann wären da noch die Preise»* («Рождественские рынки. В большинстве случаев там слишком много народу, очень многие люди употребляют алкоголь (например, глинтвейн) уже в 12 дня! Кроме того, нельзя не упомянуть и очень высокие цены…»)

Вне сомнения, информацию такого рода нельзя получить из учебника по иностранному языку. Единственным источником в этом случае являются сами носители немецкого языка, к кому мы обращаемся посредством использования видеоблогов.

Поскольку занятие, подразумевающее просмотр одного или более видеофайлов, требует чётко продуманной структуры, представленный в данном разделе цикл заданий и упражнений руководствуется следующим ключевым принципом: процесс внедрения в учебный процесс видеоблога проходит в три этапа – преддемонстрационный этап, этап собственно просмотра видео и последемонстрационный этап. В данном случае мы руководствовались классификацией, разработанной Е.Н. Солововой [4: 97-98].

Первая стадия работы (преддемонстрационный этап) – это задания и упражнения, выполняемые студентами до просмотра предложенного видеоблога. Основная цель данного этапа – предотвратить возникновение возможных лингвистических и экстралингвистических трудностей, а также стимулировать повышение мотивации учащихся. Именно по этой причине в преддемонстрационный этап нами были включены задания творческой направленности. Среди прочего, это:

* составление учащимися интеллектуальной карты (с целью аккомодации имеющихся знаний);
* работа над стоп-кадром (метод интеллектуальных догадок);
* просмотр видеоблога (или его части) в беззвучном режиме;
* работа над фрагментом транскрипции видеоблога;
* антиципация содержания видеоблога без опоры на изображение.

Преддемонстрационному этапу следует этап собственно просмотра видео. Создав необходимую мотивационную основу, преподаватель предлагает учащимся перейти к просмотру и разбору видеоблога. На данном этапе (параллельно с просмотром видеоблога) проходит и выполнение заданий, направленных на развитие у учащихся лингвистических, речевых и социокультурных компетенций. С целью убедиться в качестве усваивания информации преподаватель может организовывать в просмотре видеоблога паузы, заполняя их вопросами, направленными на контроль глобального понимания аудиотекста. На данном этапе возможно включение преподавателем следующих видов упражнений:

1.Задания на совершенствование рецептивных видов речевой деятельности:

* работа в парах над фрагментами транскрипции видеоблога (заполнение пропущенных в тексте слов);
* тест с множественным выбором ответа;
* организация построения изречений текста в логической последовательности.

2. Задания на совершенствование навыков говорения:

* описание происходящего на видео (реализуется с помощью стоп-кадра);
* фиксация используемых презентующим лексических, грамматических и фонетических особенностей [1: 158-160].

Заключительным же этапом занятия становится последемонстрационный этап. Его основной целью является контроль восприятия студентами полученной информации. Учитель принимает во внимание устные ответы учащихся, а также выполненные ими тестовые и контрольные задания на проверку содержания аудиотекста. Также возможно включение в урок следующих упражнений:

* заполнение таблицы с пропусками;
* описание внешности презентующих видеоблоггеров;
* изложение ключевых событий сюжета;
* анализ конкретной сцены видеоблога;

Апробация разработанного нами урока на Факультете иностранных языков и регионоведения показала, что интеграция видеоблогов на уроке немецкого языка как иностранного способствует повышению мотивации учащихся и усиливает их стремление к последующему самостоятельному изучению языка.

Подводя итог, следует сказать, что интеграция видеоблогов в учебный процесс способствует повышению уровня восприятия информации. Однако, в то же время, использование видеосюжетов данного типа также предусматривает большие временные затраты на подготовку преподавателя к занятию. Если раньше учитель ориентировался на представленный учебным пособием материал, то с появлением возможности совершенствовать занятия с технической стороны преподаватель сталкивается с необходимостью постоянно находиться в поиске новой информации и работать над созданием собственного методического архива.

**Литература**

1. Лазутова Л.А. Информационно-коммуникативные технологии как средство формирования иноязычной речевой компетенции // Теория и практика общественного развития. – 2013. – №1. – С. 158 – 161.
2. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. Учебник. – М.: Аспект Пресс, 2009. – 351 с.
3. Свирина Л.О. Технология использования видео на уроке иностранного языка. Методические рекомендации к семинарским занятиям по методике преподавания иностранного языка. [Электронный ресурс] URL: kpfu.ru/docs/ (Дата обращения: 02.02.2017).
4. Соловова Е.Н. Методика обучения иностранным языкам: базовый курс лекций: пособие для студентов пед. вузов и учителей. – 4-е изд. – М.: Просвещение, 2006. – 239 с.
5. Щукин А.Н. Методика обучения речевому общению на иностранном языке. Учебное пособие для преподавателей и студентов языковых вузов. – М.: Икар, 2014. – 454 с.
6. 10 nervige SITUATIONEN an WEIHNACHTEN! Автор: Barbara Sofie

Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?v=XE82xfu5kdU (Дата обращения: 20.02.2017).