

УДК: 37.022

DOI: 10.25629/НС.2022.05.21

## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ВИДЕОСЮЖЕТА НА ЗАНЯТИЯХ ПО ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ В ЦЕЛЯХ РАЗВИТИЯ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ

Юрковская И.В.<sup>1</sup>, Серебрянская В.Н.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта

<sup>2</sup>Академия социального управления

**Аннотация.** В статье рассматриваются приемы и методы использования видеосюжетов на занятиях по иностранному (немецкому) языку, анализируется их педагогическая и дидактическая целесообразность в рамках развития социокультурных и шире – коммуникативных компетенций с учетом основных тенденций современного высшего образования (практическая ориентированность, компетентностный подход); автором выявляются социокультурные и страноведческие аспекты современных видеоматериалов. На конкретных примерах иллюстрируются формы организации работы с видеосюжетами страноведческой тематики, предлагаются вниманию способы интеграции учебного материала со страноведением, культурологией и др.

**Ключевые слова:** видеосюжет, иностранный (немецкий) язык, методика преподавания, высшее образование, коммуникативные технологии и компетенции.

### Введение в проблему

Как известно, образовательные стандарты в рамках современной высшей школы нацелены на формирование профессиональных компетенций, реализуемых в различных областях профессиональной деятельности. Основными способами преподавания иностранного языка в профильном учреждении можно назвать современные информационные и коммуникативные технологии, используемые в целях развития делового и профессионального взаимодействия. В целом современные технологии и их возможности воздействуют как на преподавание, так и на изучение иностранного языка. Они позволяют знакомить обучающихся с аутентичным языком и аутентичной действительностью другой культуры, способствуют их профессиональной компетенции, самостоятельному обучению, дают возможность применять различные методы преподавания, изменяют роль преподавателя. Основные тенденции современного высшего образования вызывают необходимость разработки и применения новых, ориентированных на совершенствование профессиональной практики педагогических технологий. Компетентностный подход к освоению иностранного языка в современном вузе осуществляется в том числе и на основе применения технических средств обучения: учебные видеофильмы, видеофрагменты, презентации и др.

### Результаты исследования

Современные интернет-ресурсы предоставляют широкие возможности для изучения иностранного языка в социокультурном и страноведческом аспектах [1, 2]. Так, социокультурные особенности немецкой туристической отрасли отражены в роликах «Deutschland als Reiseziel» («Германия как центр туризма») 1, 2, «Urlaub in Deutschland» («Отпуск в Германии») 3.; их изучение позволяет рассмотреть социокультурное поведение носителей немецкого языка как предмет обучения иностранному языку, что со своей стороны помогает понять разговорные варианты речи.

Перейдем к обсуждению серии упражнений с применением видео сюжетов «Германия как центр туризма», продолжительностью около 3 мин. Занятие с видеоматериалом проходит следующим образом:

первый этап – снятие лексических трудностей и подготовки группы к выполнению заданий;

второй этап – просмотр видео с целью первичного восприятия лексических единиц в аутентичной речи;

третий этап – этап формирования лексического навыка.

Итак, на первом этапе обучающиеся получают раздаточный материал, содержащий слова, которые в последствии выполняя домашнее задание необходимо записать в словарь. Указанные ниже слова зачитываются в аудитории с преподавателем (3 минуты) на немецком языке: средний (в среднем), сотрудник, работодатель, маршруты, стрелять, диски, предложение, катание на санях, деятельность, голодный, правила, пункт назначения, занять место, обнаружить, опыт, путешествовать. Далее следует задание, которое необходимо выполнить во время и после просмотра видеоролика.

Задание 1. Выберите правильные и исправьте неправильные высказывания на немецком языке:

- 1) «Die Deutschen machen ihren Urlaub am meisten im Winter
- 2) Die absolute Nummer eins für die Deutschen ist Spanien als Reiseziel, den zweiten Platz belegt Italien und den dritten – Deutschland
- 3) In Garmischpartenkirchen kann man Aktivurlaub in den Bergen erleben und den höchsten Berg Deutschlands sehen
- 4) Die meisten Touristen, die nach Garmischpartenkirchen kommen, sind aus China.
- 5) Die Hälfte der Deutschen macht einmal pro Jahr eine Urlaubsreise.

Далее студенты смотрят видеозапись и осуществляют первое задание, в течение пяти минут выбранное специально для него. После чего на третьем этапе, в течение 7–8 мин. осуществляется проверка выполненного 1-го задания и исполнение последующих заданий номер 2 и 3, адресованных для развития навыков немецкой лексики.

Задание 2. Установите соответствия между частями и составьте из них предложения:

1. Im Durchschnitt haben Arbeitnehmer...	A)...mit den Ski eine Strecke so schnell wie möglich laufen, dann auf Scheiben schießen.
2. Garmischpartenkirchen bietet...	B)...Schifahren, rodeln, Schlittschuhlaufen, wandern, Biathlon und andere...
3. Die Deutschen nennen die wichtigsten Aktivitäten im Urlaub, wie ...	C)...hungrig.
4. Für einen Winteraktivurlaub gibt es Möglichkeiten, wie...	D)...Urlaub in den Bergen, Kultur und Natur.
5. Die Regeln für Biathlon sind:...	E)...langen Schlaf, das Genießen der Natur, das Wandern und das Essen.
6. Aktivurlaub macht die Menschen immer...	F)...sechs Wochen Urlaub.

Задание 3. Вставьте указанные ниже слова в соответствующих предложениях ...erholen.... (восстанавливаться), ...genießen... (наслаждаться), ...verreisen... (путешествовать), ...Bahn... (Железная дорога), ...entdecken... (обнаружить), ...beste... (лучшие), ...Familien.....(семьи), ...Flugzeug.....(самолет), ...Auto.....(автомобиль), ...Aktivitäten.....(мероприятия).

Die Deutschen machen sehr gern Urlaub. Im Urlaub \_\_\_\_\_ sich die Deutschen, sie \_\_\_\_\_ neue Städte oder \_\_\_\_\_ die Natur. Jeder fünfte ist zweimal im Jahr unterwegs mit dem \_\_\_\_\_, mit der \_\_\_\_\_, mit dem \_\_\_\_\_. Der Sommer ist die \_\_\_\_\_ Zeit für den Urlaub, weil die Schüler auch die Ferien haben. So können die ganzen Familien zusammen in die warmen Länder \_\_\_\_\_. Aber auch Frühjahr, Herbst und Winter bieten schöne \_\_\_\_\_ für den Urlaub, wie Wanderungen und Sport.

Использование видеосюжета позволяет активизировать различные структурные уровни иностранного языка. Форма и содержание видеосюжета определяется общими и частными целями занятия: развитие навыков и умений коммуникативных (речевых), монологической и диалогической речи, а также развитие и совершенствование навыков перевода научных текстов.

Использование аудиовизуального материала в процессе занятий по любому иностранному языку имеет ряд бесспорных преимуществ. Обучающиеся имеют возможность слышать аутентичную речь, совершенствовать произносительные навыки, а также умение воспринимать речь на слух. Наибольшую дидактическую ценность они представляют в процессе изучения диалогических тем, в рамках которых вырабатывается адекватное ситуации поведение, означающее развитие восприятия окружающей среды, связывание старого опыта с новым, распознавание закономерностей, позволяющих адаптироваться к условиям жизни и окружающей среды. Таким образом, учебная цель видеоматериала заключается в приобретении, применении и поддержании необходимых знаний изучаемого иностранного языка, выявлении возможного сходства с родным языком, развитии способности адекватного реагирования на изучаемом иностранном языке. Подобные задания ставят студентов в условия, позволяющие активизировать знания для решения конкретных задач, значимых для будущей профессиональной деятельности.

С целью формирования изложенных коммуникативных навыков к видео «Urlaub in Deutschland» [3] предлагается следующий алгоритм учебной работы.

Итак, на первом этапе работы с видеоматериалом (2-3 минуты) снимаются лексические трудности студентов; преподаватель называет занимающемуся тему видеосюжета, например, «Urlaub in Deutschland». Далее предлагается совсем незнакомая для занимающихся раздаточный лексический материал, после этого под контролем преподавателя зачитываются новые слова. По окончании занятия занимающимся предлагается выполнить задание дома, состоящее из конспектирования в словарь, изученных на уроке лексических единиц.

Задание 1. На основе приводимых в задании картинок-подсказок, дайте правильный ответ на вопрос.



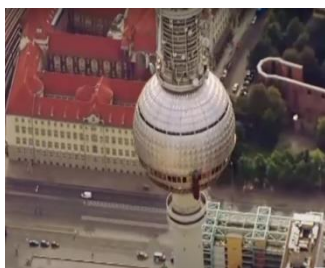
1) Welches Bundesland ist Deutschlands Reiseziel Nummer 1? (Bayern)



2) Wie heißt das beliebteste Schloss Bayerns? (Neuschwanstein)



3) Wo verbringen viele Touristen gern ihre Sommermonate in Deutschland? (an der Ostseeküste)



4) Welche deutsche Großstadt ist am populärsten? (Berlin)

В качестве пояснения и иллюстрации приводим перевод вопросов в задании.

1. Welches (какая) Bundesland (федеральная земля) ist (является) Deutschlands (в Германии) Reiseziel (туристическим направлением) Nummer 1 (номер 1)? Правильный ответ – Bayern (Бавария)

2) Wie (как) heißt (называется) das beliebteste (самый популярный) Schloss (замок) Bayerns (Баварии)?

Правильный ответ – Neuschwanstein (Нойшванштайн)

3) Wo Где verbringen любят проводить viele многие Touristen туристы gern ihre Sommermonate летние месяцы in Deutschland (в Германии)?

Правильный ответ – an der Ostseeküste (на побережье Балтийского моря)

4) Welche Какой deutsche немецкий Großstadt крупный город ist является am populärsten (самым популярным)?

Правильный ответ – Berlin (Берлин).

Преподаватель информирует обучающихся о том, что задание 2 необходимо выполнить только после демонстрации ролика. Лишь только на этап просмотра видео фильм показывается впервые в течение одной минуты. Далее преподаватель формулирует вопросы повторно (таблица А.2). Только после этого видеofilm демонстрируется второй раз, в течение трех-четырех минут. На этапе после демонстрации фильма, третьем по счету, обучающиеся приступают к выполнению задания 2, направленного на развитие лексических навыков немецкого языка, в течение пяти минут по теме «Отпуск в Германии».

Задание 2. Вставьте указанные ниже слова в пропуски в тексте, следующем за ними.

...Sprung (перейти)..., ...Besucherrekorde (посещаемость) ..., ...beliebt (популярные) ..., ...Großstädten (большие города) ..., ...Reiseziel (пункт назначения) ..., ...Ostseeküste (побережье Балтийского моря) .....

Deutschlands \_\_\_\_\_ Nummer eins ist Bayern. Dank Sehenswürdigkeiten wie dem \_\_\_\_\_ Neuschwanstein ist der Freistadt besonders \_\_\_\_\_. Beliebt ist auch die \_\_\_\_\_ vor allem in den Sommermonaten. Bei heißen \_\_\_\_\_ kommt ein \_\_\_\_\_ ins kühle Wasser. Von den Deutschen \_\_\_\_\_ steht Berlin an der ersten Stelle. Jahr für \_\_\_\_\_ verzeichnet die Stadt neue \_\_\_\_\_.

Приводим полный текст правильно выполненного задания, который в последствии выдается обучающимся.

Deutschlands Reiseziel Nummer eins ist Bayern. Dank Sehenswürdigkeiten wie dem Schloss Neuschwanstein ist der Freistadt auch bei ausländischen Gästen besonders beliebt. Beliebt ist auch die Ostseeküste vor allem in den Sommermonaten. Bei heißen Temperaturen kommt ein Sprung ins kühle Wasser. Von den deutschen Großstädten steht Berlin an der ersten Stelle. Jahr für Jahr verzeichnet die Stadt neue Besucherrekorde.

Таким образом, видеосюжеты могут быть использованы в целях мотивировки для организации дискуссии, а также в качестве визуализации абстрактной грамматической информации за счет динамического представления тем, представляющих трудности при освоении. Дидактическое значение видеоматериалов в этом случае заключается в живом иллюстративном изучении грамматических проблем иностранного языка в его конкретном прикладном применении (распространенное определение, причастные обороты, инфинитивные обороты, модальные конструкции, конъюнктив, сложноподчиненные предложения и др.).

Эффективность применения аутентичных видео на занятии подтверждается тем, что дидактически-аутентичный видеоматериал – это не просто комбинация картинки и звука, это всегда

история, привлекающая внимание зрителя, осознанно или неосознанно вынуждающая использовать знания языка, стимулирующая познавательную активность и способствующая развитию мотивации к самосовершенствованию.

### **Заключение**

В целом, работа с видеоматериалами в учебных целях отвечает основному концептуальному требованию современной педагогики – отражать практико-ориентированный подход к обучению, использующий конкретное знание учебных предметов и обусловленный необходимостью их отработки (активизации, закрепления, контроля) на значимом для учащегося материале. В зависимости от конкретных учебных целей данная задача может быть использована и как обучающая, и как контролирующая (итоговая).

### **Библиография**

1. Aufenanger S. *Lernen mit neuen Medien – Was bringt es wirklich? Medien praktisch. Zeitschrift für Medienpädagogik*, 23, 1999, Heft 4.
2. Tschirner E. *Deutsch als Fremdsprache im Medienzeitalter. Fremdsprache Deutsch, Sondernummer II. 1997*. Trends 2000.
3. <https://www.youtube.com/watch?v=tTg4XS1qhjM>.

## **USING A VIDEO IN FOREIGN LANGUAGE LESSONS FOR THE DEVELOPMENT OF SOCIO-CULTURAL COMPETENCE**

**Yurkovskaya I.V.<sup>1</sup>, Serebryanskaya V.N.<sup>2</sup>**

Immanuel Kant Baltic Federal University  
Academy of Social Management

**Abstract.** The article discusses the techniques and methods of using video clips in the classroom in a foreign (German) language, analyzes their pedagogical and didactic feasibility within the framework of the development of socio-cultural and, more broadly, communicative competences, taking into account the main trends of modern higher education (practical orientation, competence-based approach); the author identifies the socio-cultural and regional aspects of modern video materials. Using specific examples, the forms of organizing work with video plots of regional studies are illustrated, ways of integrating educational material with regional studies, cultural studies, etc. are offered.

**Keywords:** video, foreign (German) language, teaching methods, higher education, communication technologies and competencies.