

РОЗВИТОК АУДІОВІЗУАЛЬНИХ УМІНЬ НА УРОКАХ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ

Сучасні методики викладання іноземних мов ніколи не залишають поза увагою розвиток аудіовізуальних умінь тих, хто вивчає мови. Влучний підбір аутентичних відеотекстів уможливує формування і розширення уявлень учнів про правила комунікативної поведінки на конкретній іноземній мові в різних сферах спілкування, які вивчаються. Комунікативна цінність аутентичного відеотексту залежить від рівня сформованості аудіовізуальних умінь. Навіть короткі сюжети з носіями мови створюють атмосферу знаходження в країні, мову якої вивчають. Наприклад, сюжети з циклу «Deutschlandlabor» дають уявлення про актуальні питання, які хвилюють німецьке суспільство, та фокусуються на проблемних ситуаціях повсякденного спілкування.

Аутентичні відеофільми націлені на те, щоб викликати обговорення норм поведінки сучасних німців у повсякденній сфері спілкування та ступеня впливу на них традиційних німецьких стереотипів. Повсякденна сфера спілкування людей, різних за своїм соціальним статусом, регіональними особливостями, професійною діяльністю є однією з домінуючих сфер для учбового моделювання під час вивчення німецької мови як іноземної. Побудова фільмів включає декілька етапів: каталогізацію проблемних ситуацій у повсякденній взаємодії людей, вибір однієї із ситуацій і підготовка бліц-запитань для інтерв'ю з німецькими громадянами на вулиці, обробку інформації і пропозицію ряду запитань для подальшого обговорення.

Предметом аналізу для визначення комунікативної цінності конкретних відеофільмів на німецькій мові є передусім вербальна і невербальна поведінка учасників фільму, а також різні типи інформації (загальнокультурна, національно маркована, оцінна) і різні актуальні для сучасної людини засоби передачі інформації (вербальний, графічний, за допомогою знаків і символів), діапазон комунікативних намірів, які виражені в монологічному і діалогічному мовленні та їхнє стилістичне функціонування. Комунікативна цінність медіа продукту може і не проявитися під час вивчення іноземної мови, якщо рівень комунікативного сприйняття низький, оскільки недостатньо сформовані

аудіовізуальні уміння. Під час використання методично адекватних комунікативно-пізнавальних, комунікативних і соціокультурних завдань, розроблених на основі відеофільмів, можливо розвивати аудіовізуальні уміння, починаючи від рівня А2 і крокуючи до рівнів В1 та В2. Під час демонстрації бліц-опитування можна познайомитися з оформленням спонтанного німецького мовлення, яке може містити також експресивно-образні мовні засоби.

Оксана Загородна (м. Вінниця)

ВИКОРИСТАННЯ TED-TALKS ПІД ЧАС ВИВЧЕННЯ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ ПРОФЕСІЙНОГО СПРЯМУВАННЯ СТУДЕНТАМИ НЕФІЛОЛОГІЧНИХ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ

Викладач іноземної мови в сучасному вищому навчальному закладі став перед задачею підготувати спеціаліста нового формату, спроможного швидко та ефективно отримувати, обробляти та використовувати інформацію з новітніх досягнень у своїй галузі. Нажаль, провідними постачальниками сучасних винаходів є країни Європи, Сполучені Штати Америки та Китай. Переважна більшість провідних світових спеціалістів спілкується англійською мовою. Тому, знання саме цієї мови залишається запорукою швидкого впровадження світових новацій.

Необмежені можливості при вивченні іноземної мови дає Інтернет, так як розміри Інтернет-ресурсів є насправді величезними. Глобальна мережа надає необмежену кількість навчального матеріалу, включаючи любу значущу інформацію, країнознавчий матеріал, газетні та журнальні статті, навчальну літературу і т.п. [4, с. 12].

В останнє десятиліття провідні спеціалісти різних галузей почали звертати свою увагу на конференції Ned-talks. Їх перевагами стало інноваційність, відкритість, лаконічність та прогресивність.

Ted-talks – не є навчальним, у широкому розумінні, ресурсом. TED (аббревіатура від англ. Technology Entertainment Design; Технології, Розваги, Проекти) – некомерційна організація в США, що займається розповсюдженням ідей, що повинні змінити світ. Конференція TED славиться своїми лекціями