

К ПРОБЛЕМЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ АУТЕНТИЧНЫХ ВИДЕОМАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ УЧАЩИХСЯ

Современная методика преподавания иностранных языков сталкивается с необходимостью преодоления существенного разрыва между искусственными учебными ситуациями и реальными условиями коммуникации. В условиях глобализации и цифровизации образования возрастает потребность в формировании у учащихся навыков, позволяющих эффективно взаимодействовать в естественной языковой среде. В данном контексте особый исследовательский интерес представляет проблема эффективного использования аутентичных видеоматериалов как средства формирования полноценной коммуникативной компетенции. Видео контент, созданный носителями для носителей, предоставляет уникальную возможность погружения в реальный языковой контекст, что делает его незаменимым инструментом в арсенале современного педагога.

Главная сложность использования аутентичных материалов – найти баланс между их ценностью и доступностью для учащихся. Неадаптированные видео при всей их полезности часто оказываются слишком сложными из-за быстрого темпа речи, использования идиоматических выражений, специфического акцента или культурных реалий, что может привести к снижению мотивации и когнитивной нагрузке обучающихся. Преодоление этой дилеммы требует от преподавателя тщательного анализа лингвистических и психолого-педагогических факторов при отборе контента.

Методически грамотное включение видеоматериалов в учебный процесс требует решения нескольких ключевых задач:

1) тщательного отбора контента по критериям языковой сложности, культурной значимости и актуальности для целевой аудитории и при этом важно учитывать не только уровень владения языком, но и возрастные особенности, интересы учащихся, а также образовательные цели конкретного курса;

2) разработки системы упражнений, обеспечивающих постепенное формирование как рецептивных, так и продуктивных навыков, и эта система должна включать преддемонстрационные, демонстрационные и последедемонстрационные этапы работы, направленные на развитие различных аспектов коммуникации;

3) создания условий для осознанного восприятия не только языковых, но и паралингвистических аспектов коммуникации, таких как жесты, мимика, интонация, которые играют большую роль в реальном общении.

Особого внимания заслуживает вопрос о хронометрировании видеоматериалов. Краткие (1,5–3 минуты) тематические фрагменты демонстрируют наибольшую эффективность, позволяя сочетать просмотр с последующей аналитической и практической работой без перегрузки учащихся. Такой подход способствует лучшему усвоению материала и даёт возможность многократного возвращения к ключевым моментам видео для детального анализа. Вместе с тем, для продвинутых уровней возможно использование более длинных роликов (5–7 минут) с последующим фрагментированием и поэтапной проработкой содержания.

Систематическое использование аутентичных видеоматериалов развивает не только языковые навыки, но и ключевые аспекты коммуникативной компетенции: социолингвистический, дискурсивный и социокультурный. Одновременно повышается мотивация учащихся благодаря работе с естественными образцами языка. Кроме того, видеоматериалы стимулируют визуальное и аудиальное восприятие, что соответствует принципам мультисенсорного обучения и способствует лучшему запоминанию материала [1, с. 78–85].

Таким образом, аутентичные видеоматериалы представляют собой мощный ресурс для формирования коммуникативной компетенции, однако их эффективное использование требует продуманной методической стратегии, учитывающей как потенциал данного вида учебных материалов, так и психолого-педагогические особенности обучающихся.

Литература

1 Гальскова, Н. Д. Современная методика обучения иностранным языкам / Н. Д. Гальскова. – М. : АРКТИ, 2003. – 192 с.

Е. В. Здырко

Науч. рук. **О. Н. Чалова,**

канд. филол. наук, доцент

СПОСОБЫ ОБРАЗОВАНИЯ СЛЕНГА СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

Данная работа посвящена феномену **сленга**, под которым понимается нелитературная (разговорная) лексика, используемая ограниченным кругом людей. Другими словами, это «совокупность слов и выражений, которые отходят от норм литературного языка или имеют значения, отличные от общеупотребительных, и используются представителями определенных сообществ, групп, профессий и т. п.» [1, с. 28].

В фокусе нашего анализа находится такая разновидность сленга, как молодежный сленг социальных сетей. **Актуальность** изучения подобного явления обусловлена его востребованностью в обществе. Кроме того, интерес вызывает способность сленга постоянно развиваться и расширять свой состав. В связи с этим **цель** настоящего исследования состоит в выявлении способов пополнения состава сленгизмов социальных сетей. **Материалом** исследования служат 100 сленгизмов, отобранных из англоязычных комментариев на следующих социальных платформах: *TikTok* и *X (Twitter)*.

В ходе анализа мы выделили несколько способов образования сленгизмов соцсетей:

1) **простые языковые заимствования**: например, слово *loco* ‘сумасшедший, странный’ заимствовано в английский язык из испанского языка и используется в контексте чего-то или кого-то эксцентричного (*He’s acting totally loco today* ‘Он странно себя сегодня ведет’); еще один пример – слово *Kaput*, заимствованное из немецкого языка со значением чего-то сломанного или бесполезного (*My car is kaput – I need to get it fixed!* ‘Моя машина сломана – ее нужно починить’);

2) **интертекстуальные заимствования**: некоторые сленгизмы могут появляться из популярных мемов или «вирусного» контента, что делает их актуальными в среде молодежи лишь в определенный период; например, сленгизм *based* ‘искренний, независимый’ стал популярным благодаря исполнителю в жанре «рэп» *Lil B*, который называл себя *the Based God* ‘бог искренности’, или, например, сленгизм *sus* (сокращение от *suspicious* ‘подозрительный’) набрал свою популярность благодаря известной компьютерной игре “Among Us”;

3) **морфологический способ**, связанный, например, с процессами аббревиации: *LOL* ‘laugh out loud’, *FOMO* ‘fear of missing out’ и др., *ADN* ‘any day now’, *BTW* ‘by the way’ и др.;

4) **семантические изменения**: изменение значения слова, в результате чего последнее может приобретать новый смысл в современном контексте (например, слово *lit* изначально означало ‘освещенный’, но теперь оно употребляется в значении ‘классный’ или ‘веселый’: *You are so lit!* ‘Ты такой классный’);

5) **метаморфоза форм** – игра звуков и форм для создания необычного звучания или передачи эмоций: так, *oof* – звуковое выражение, показывающее лёгкое разочарование или