

УДК 372.881.111.1

ОБУЧЕНИЕ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ ПОД РУКОВОДСТВОМ ИНФЛЮЕНСЕРОВ

Н. М. САВЧЕНКО

Белорусско-Российский университет

Могилев, Беларусь

В соответствии с учебными планами специальностей, по которым осуществляется подготовка в Белорусско-Российском университете, на дисциплину «Иностранный язык» предусмотрено 100 ч аудиторной работы и 116 ч самостоятельной. В большинстве случаев в группе оказывается 2–5 студентов, имеющих хороший уровень владения иностранным языком, в то время как остальные не имеют ни желаний, ни мотивации его повысить. Задача преподавателя – максимально заинтересовать таких студентов в изучении иностранного языка и при этом не упустить и уделить достаточно внимания студентам, желающим расширить круг своих знаний. В связи с этим возрастает роль самостоятельной работы и ее качества. Учитывая, что современная молодежь проводит слишком много времени в социальных сетях, представляется возможным использовать их ресурсы в помощь преподавателю.

Высокоскоростная и доступная сеть Интернет в сочетании с простыми и бесплатными авторскими платформами привели к росту числа «инфлюенсеров» в социальных сетях. Эти онлайн-личности создали большую базу поклонников: тысячи и даже миллионы зрителей регулярно следят за ними в интернете. Они представляют информацию и делятся своими взглядами на продукты, услуги и социальные тенденции. До недавнего времени инфлюенсеры были в основном связаны с маркетингом, но некоторые из них зарекомендовали себя в сфере образования. Инфлюенсеры все чаще формируют решения учащихся о том, чему учиться, у кого и где, при этом стираются границы между развлечением и обучением. Контент, который создают инфлюенсеры, вместе с их подходами к обучению может иметь широкий охват и потенциально глубокое влияние. Все чаще наблюдаем, как к инфлюенсерам относятся как к учителям, а учителя превращаются в инфлюенсеров. Это привело к дискуссиям среди преподавателей о том, можно ли использовать популярность инфлюенсеров и их методы для улучшения качества онлайн-образования [1, с. 35].

Инфлюенсеры в сфере образования бесплатно предоставляют своим зрителям видео и другой контент, выходящий за рамки аккредитованных образовательных программ. Они привлекают большие группы подписчиков благодаря своему стилю презентации, ориентированному на аудиторию. Их видеоролики часто содержат мультимедийные материалы (анимацию, графику, изображения и музыку) для улучшения презентации. Многим удается привлечь многомиллионную аудиторию. Общедоступные и бесплатные платформы созданы для того, чтобы подписчики могли легко взаимодействовать с преподавателем (инфлюенсером) и другими подписчиками, поощряя чувство общности, например, посредством «лайков», комментариев или бесед.

Примером качественного контента является канал English with Lucy на YouTube, созданный носителем английского языка, квалифицированным преподавателем Люси Симкинс и имеющий 10,5 млн подписчиков. За инновации в преподавании английского языка в 2017 г. она была награждена премией ELTon, присуждаемой Британским Советом. Канал неоднократно анализировался методистами и был рекомендован изучающим английский язык. Канал доступен также и на других платформах – Facebook, TikTok и Instagram. Контент полезен для студентов любого уровня владения языком.

Многие университеты во всем мире в настоящее время используют платформы социальных сетей для продвижения своей деятельности, некоторые активно распространяют учебный контент через эти каналы и анализируют методы социального влияния с целью расширения аудитории. Однако нужно учесть и ряд проблем, связанных с преподаванием в социальных сетях. Так, например, по требованию спонсоров инфлюенсеры могут случайно или даже намеренно вводить в заблуждение или дезинформировать своих подписчиков. У самих платформ имеются собственные мотивы для продвижения продукции, они не всегда стремятся удовлетворять интересы или образовательные приоритеты аудитории, которую часто побуждают просматривать то, что выгодно для платформы, а не то, что полезно самим подписчикам [1, с. 37].

Рост нетрадиционных форм обучения, таких как образование под руководством инфлюенсеров, в сочетании с их привлекательностью и охватом широкой аудитории через цифровые и онлайн-платформы, делают такое преподавание своевременным и важным. Критики подобного образования считают, что им движет коммерциализированный образ жизни, а осуществляют его неквалифицированные люди, чьи мотивы, в лучшем случае, сомнительны [1, с. 38]. Тем не менее инфлюенсеры в сфере образования охватывают миллионы, готовых учиться таким способом, и ими накоплен огромный опыт в том, как привлечь и поддерживать аудиторию в новых онлайн-пространствах. Педагогический потенциал, связанный с инфлюенсерами, может принести в современный образовательный процесс множество идей, ведь в настоящее время на первый план выдвигаются новые учебные пространства, гибкость, повсеместность и взаимосвязанность в обучении.

Таким образом, широкомасштабное обучение под руководством инфлюенсеров, по всей видимости, будет играть все более и более возрастающую роль в образовании в будущем. Его положительные стороны можно применять в образовательном процессе как в виде фрагментов аудиторных занятий, так и в самостоятельной работе, а качественный контент уверенно рекомендовать студентам для просмотра и повышения уровня владения иностранным языком.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Influencer-led education // *Innovating Pedagogy 2022: Open University Innovation Report 10*. – Milton Keynes: The Open University. – 2022. – P. 35–39.