

DOI 10.31651/2524-2660-2021-2-25-30
ORCID 0000-0002-0845-5152

ИМАНОВА Севда Рафик гызы

доктор философии по педагогике, доцент, заведующая научным отделом,
Азербайджанский университет языков
e-mail: sev.iman@inbox.ru

УДК 378.016:811.111]:316.774(045)

МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОМПЕТЕНЦИЯ: РОЛЬ СМИ В ПОВЫШЕНИИ КОМПЕТЕНЦИИ СТУДЕНТОВ ЧЕРЕЗ ОБУЧЕНИЕ АНГЛИЙСКОМУ ЯЗЫКУ

Обосновывается актуальность использования средств массовой информации (СМИ) в процессе формирования межкультурной компетенции (МК) в контексте изучения и преподавания иностранных языков в Азербайджанских языковых высших школах.

Ключевые слова: межкультурная компетенция; СМИ; коммуникация; социальные сети; фейсбук; обучение английскому языку.

Постановка проблемы. Учитывая тот факт, что не все студенты имеют возможность в участвовать в реальной жизни в межкультурном диалоге, то можно представить роль современных СМИ. Пандемия COVID 19, которая недавно оказала сильное влияние на образ жизни, поведение и деятельность всех людей, также повлияла на системы образования во всем мире. Переход на онлайн-обучение создал определенные проблемы в формировании межкультурной компетенции на уроках иностранного языка у студентов вузов. Это отражается в трудностях при оценке уровня межкультурной компетенции студентов, и особенно в использовании учителями метода наблюдения, а также в снижении мотивационного фактора у студентов.

Учитывая, что мотивация является важным фактором в процессе овладения

иностранном языком и культурой, учителя должны выбирать языковой материал на основе культуры как носителя языка, так и народа, язык которого изучают, и эффективные способы его представления, исходя из возраста и интересов современной молодежи.

В статье рассматривается исследовательская работа о роли и использовании текущих медиа в формировании МК и в процентном соотношении представлены результаты исследования, проведенного онлайн на платформе GoogleForms с участием 32 студентов Азербайджанского университета языков на основе принципа добровольности.

Результаты исследования показывают, что студенты проявляют большой интерес к общению в социальных сетях. Социальные сети позволяют людям общаться с людьми из других культур, следить за жизнью известных и знаменитых людей, общаться с ними, делиться своими чувствами.

Целью исследования, проведенного онлайн на GoogleForms с участием 32 студентов Азербайджанского университета языков, является определение того, насколько популярны средства массовой

информации среди современной молодежи, какая платформа социальных сетей соответствует, для каких целей учащиеся используют их и какую роль они играют в формировании межкультурной компетенции. На основе этих результатов учителям иностранных языков предстоит изучить методы решения проблемы низкой мотивации, наблюдаемой во время недавнего перехода на формат дистанционного обучения в связи с пандемией Covid 19 с целью развития этой компетенции у учащихся.

Изложение основного материала. Социально-экономические и политические реформы в независимом Азербайджане с начала 1990-х годов оказали значительное влияние на расширение круга общения и активного участия людей в различных областях в межкультурном диалоге. В целом в интеграционных процессах, происходящих в современном мире, несмотря на политическое, религиозное и этническое разнообразие мирового сообщества, межкультурное общение стало важнейшим фактором интеграции народов и сообществ. В этом контексте становится актуальной задача подготовки подрастающего поколения к межкультурному общению как важнейшему механизму межнационального и межгосударственного сотрудничества.

Азербайджанская Республика, являясь с 2001 года членом Европейского Совета, участвует в процессе Болонской декларации, которая охватывает задачи, направленные на качественные методы улучшения образовательной системы. Интеграция азербайджанской системы образования в мир, успешная реализация молодого поколения на рынке труда, учебные программы, учебники и учебные материалы должны быть нацелены на развитие межкультурной компетенции учащихся, что Совет Европы включил в список важных навыков в современном информационном обществе и условиях рынка труда для удовлетворения требований дня.

Известно, что роль культурных связей в жизни народов остается неоспоримым фактом. Языковые и культурные связи являются одними из важнейших факторов между народами и нациями. В этом смысле развитие языка ведет к эволюции всех его уровней. Формирование межкультурной компетенции – это процесс, в котором обе культуры (родная и иностранная) играют одинаково важную роль, происходят как культурное отчуждение, так и культурное сближение, в результате чего возникает третья культура и, следовательно, развитие образования. Человек, освоивший эту новую культуру, уже занимает промежуточ-

ное положение между родной и иностранной культурами. На каждом уровне образования в Азербайджане преподаватели иностранных языков понимают, насколько глубоко студенты овладевают иностранным языком и культурой, которые они изучают, и насколько они проявляют чувствительность к этой культуре.

Теоретические основы исследования.

Что касается теоретической основы изучаемой в статье проблемы, то важно сначала взглянуть на природу МК, способы и методы ее формирования в обучении иностранным языкам, и особенно на исследования роли СМИ, чтобы выявить мотивационный фактор в дистанционном обучении онлайн, которое в последнее время стало очень актуальным в связи с пандемией CORONA-19.

Эта компетенция теоретически изучалась американскими и европейскими учеными в последнее десятилетие и очень актуальна в наше время. Исследуя корни межкультурных отношений, мы видим, что эта история очень древняя. Таким образом, со времени формирования логического мышления, возникновения экономических и военных отношений между народами стали складываться определенные отношения между языками.

После ознакомления со многими исследованиями природы и интерпретации межкультурной компетенции, на наш взгляд, наиболее актуальным, релевантным и исчерпывающим является определение, данное Майклом Байрамом, профессором Даремского университета, одним из ведущих исследователей межкультурной компетенции: «Межкультурная компетенция означает способность успешно общаться как с представителями других культур, так и с представителями своей собственной культуры» [1].

Учебные материалы, связанные со средствами массовой информации, которые считаются полезными для формирования наших культурных знаний, являются наиболее широко используемыми средствами в наше время, включая телевидение и Интернет.

Существует множество исследований, подтверждающих преимущества использования таких сетей для развития межкультурной компетенции в связи с растущей популярностью сайтов социальных сетей. Исследователи настаивают на том, что использование Facebook, Twitter, Mixi и других социальных сетей очень мотивировано для формирования межкультурной компетенции [2, с. 43].

Чэнь Го-Мингун, в настоящее время исполняющий директор Международной

ассоциации исследований межкультурной коммуникации и редактор журнала Chinese Media Research, профессор Университета Род-Айленда, опубликовал многочисленные исследования о влиянии социальных сетей на межкультурную коммуникацию [3; 4].

Изучив существующие исследования влияния СМИ на формирование МК, он делит их на три основные категории: 1) влияние национальной культуры на развитие новых медиа; 2) влияние СМИ на культуру; 3) влияние СМИ (особенно социальных сетей) на различные аспекты межкультурных отношений (например, межкультурные отношения, межкультурный диалог и межкультурное противостояние) [3].

Как известно, формирование межкультурной компетенции тесно связано с развитием у студентов навыков устной речи.

Содержание учебных материалов в качестве стимула создает потребность в создании коммуникативного процесса на изучаемом языке и, как следствие, обуславливает активную вербальную деятельность изучающих язык.

СМИ – одно из самых распространенных средств передачи информации массам современной цивилизации. Нужно обратить внимание, что медиаиндустрия объединяет восемь средств. К ним относятся телевидение, радио, книги, газеты, журналы, звукозаписи, фильмы и Интернет. Телевидение – это прежде всего источник информации. Язык телевидения – это хорошо упорядоченная устная речь, основанная на нормах литературного языка. Все, что звучит на экране, направлено на пропаганду языка. Среди СМИ информационная, эстетическая и идеологическая функции языка более заметны на телевидении. Роль языка не ограничивается предоставлением информации и средством общения. Она характеризуется как единый показатель этической культуры, общения, национального самосознания и мышления. Язык как система выполняет свою социальную функцию посредством речи.

Недавняя ситуация с пандемией также повлияла на систему образования. После того, как стало ясно, что пандемия будет продолжаться еще долго, система образования в Азербайджане начала принимать меры по обеспечению непрерывности образования, и было принято решение. Ежедневно транслировалось 5–6 часов телеуроков, обеспечивалось освещение и доступность образования, к обучению были привлечены 1,6 млн учащихся общеобразовательных учреждений. Выбор телевидения для показа уроков был не случаен. Та-

ким образом, из-за трудностей с обеспечением учащихся бесперебойным и высокоскоростным доступом в Интернет во всех регионах страны, особенно в отдаленных деревнях, некоторые из них могут не иметь возможности пользоваться уроками, поэтому было решено транслировать уроки на 2 телеканалах. Все продемонстрированные ТВ-уроки затем размещаются для бесплатного использования на электронном портале Министерства образования www.video.edu.az и на официальной странице в Facebook, а также на канале YouTube, что создает дополнительные возможности для учащихся. В дополнение к телевизионным урокам каждую неделю проводится 2 часа интерактивных домашних заданий, которые обеспечивают обратную связь со учащимися. Примечательно, что азербайджанский опыт телевизионных уроков позже был использован Грузией, Турцией, Украиной, Великобританией и другими странами.

Что касается высшего образования, то в соответствии с рекомендацией Министерства образования для обеспечения усвоения образовательных программ организованы занятия в высших и средних специальных учебных заведениях через различные онлайн-платформы. На сегодняшний день к этим классам присоединились более 100 000 студентов и преподавателей. Высшие учебные заведения имеют бесплатный доступ к платформе MS Teams, предоставленной Министерством образования [5]. В мире много телеканалов, которые транслируются на английском языке с субтитрами. Многие люди пытаются развить свое восприятие речи на слух и культурные знания на английском языке, просматривая эти телеканалы.

Следует отметить, что это не может полностью обеспечить развитие межкультурной компетенции. Для этого целесообразно заводить друзей в социальных сетях, писать на английском, отправлять голосовые сообщения и так далее.

Также полезно подписаться на англоязычные каналы YouTube. Благодаря широкому распространению социальных сетей, таких как YouTube, в мире становится намного проще получить доступ к иностранным культурным продуктам, что способствует межкультурному потреблению медиаконтента. Несмотря на быстрый рост межкультурного потребления в Интернете, существует нехватка крупномасштабных исследований, изучающих, как культурные продукты, происходящие из определенной культуры, употребляются и пользуются ими среди пользователей разных культур. Йонг Мин Бэк, исследователь из Университета

Ёнсе, основал свое исследование на количестве просмотров на своем канале YouTube и обнаружил, что количество лайков людей из совершенно разных и близких культур у музыкальных клипов, связанных с корейской поп-музыкой, было одинаковым. В этом исследовании были извлечены две, казалось бы, противоположные гипотезы, а именно: 1) гипотеза культурной близости, подчеркивающая культурное сходство как основной мотив межкультурного потребления и 2) гипотеза культурной экзотики, подчеркивающая культурные различия, движущие межкультурным потреблением. Результаты указывают на то, что обе гипотезы подтверждаются эмпирически. Обсуждаются также теоретические и практические последствия полученных результатов [6].

Еще один очень популярный проект на сайте You Tube – TED Talks (Technology, Entertainment, Design) – это конференции, лекции, материалы, дискуссии, которые охватывают глобальные темы науки, развлечений, политики и культуры. Видео с субтитрами этого проекта не только развивают языковые навыки при обучении английскому языку, но и прививают учащимся качества уважения к различным культурам, их идеям и убеждениям [7]. Здесь тоже могут возникнуть определенные трудности. Таким образом, трудно озвучивать материалы на диалектах и говорах. Со временем их становится легче понять.

Фейсбук, самая популярная социальная сеть в наше время, не только полезна и удобна для пользователей, чтобы обсуждать фотографии, видео и делиться ими с друзьями, но также играет важную роль в снятии напряжения и демотивации в процессе обучения. Эти публикации могут включать новости, журнальные статьи, видео, беседы, сообщения в блогах, песни и многое другое.

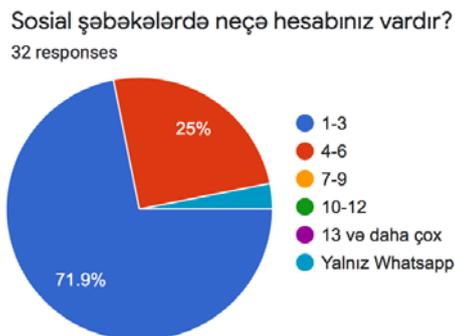
К. Ричард отметил, что Фейсбук является эффективным инструментом для развития цифровой грамотности учащихся, которые изучают иностранный язык, и культурного общения на иностранном языке, учитывая, что использование Фейсбука дает больше возможностей говорить на английском языке [2, с. 200].

Основанный в 2004 году Марком Цукербергом для объединения людей разных национальностей и культур для построения отношений, Фейсбук является ведущей социальной платформой, используемой 59 процентами всех пользователей социальных сетей по состоянию на 2021 год. Фейсбук активно используют 280 миллиардов человек каждый месяц и 1,84 миллиарда человек каждый день [8].

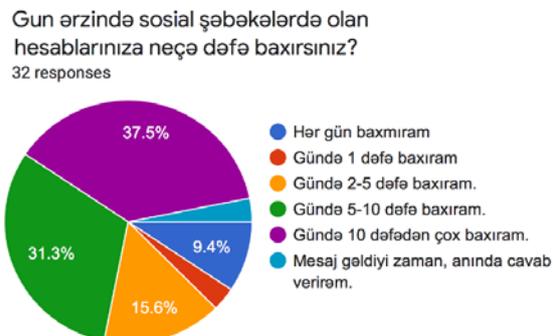
Twitter – это форма социальных сетей, позволяющая людям обмениваться информацией с помощью микроблогов. Люди

используют микроблоги, чтобы делиться личными историями или событиями и искать информацию. Twitter – это социальная сеть, созданная в 2006 году для передачи пользователям информации в реальном времени [9]. Однако платформа Twitter, у которой 175 миллионов пользователей, не очень продуктивна для формирования МК. Эта платформа, в которой большинство пользователей неактивны, не обеспечивает достаточной мотивации для межкультурного диалога [10].

Методология. В этом исследовании респондентам было задано 4 вопроса о влиянии социальных сетей. Опрос проводился онлайн на азербайджанском языке на платформе GoogleForms. Всего в опросе приняли участие 32 человека, каждый из которых является активным пользователем социальной сети. Участие респондентов в опросе было основано на принципе добровольности. Первый вопрос был связан с количеством аккаунтов респондентов в социальных сетях, и по результатам 71,9% респондентов отметили, что у них 1–3 аккаунта в социальных сетях.



Второй вопрос касался того, как быстро их аккаунты в социальных сетях просматривались в течение дня, и, согласно результатам, 37,5% ответили, что просматривали более 10 раз в день, а 31,3% – 5–10 раз.



Пользователи используют социальные сети для различных целей, и опрос показывает, что 78,1% используют социальные сети для чтения новостей и получения информации. Только 15% респондентов заходят в социальные сети для личных контактов.

Sosial şəbəkələrdən nə məqsədlə istifadə edirsiniz?

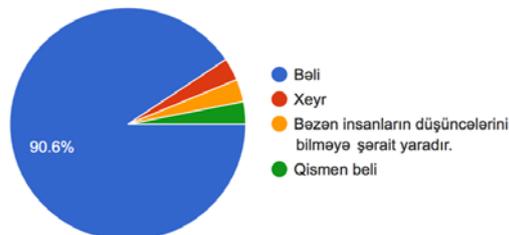
32 responses



На последний вопрос 90,6% респондентов ответили, что социальные сети позволяют им ближе познакомиться с другими культурами.

Sosial şəbəkə mənə digər mədəniyyətlər ilə yaxından tanış olmağa imkan verir

32 responses



Также следует иметь в виду, что работа по привитию межкультурной компетенции изучающим язык через СМИ должна быть целенаправленной, поэтапной и последовательной.

Выявление лингводидактических факторов, лежащих в основе освещения проблемы в СМИ на английском языке, позволяет более эффективно организовать процесс.

Медийные материалы, направленные на развитие межкультурной компетенции, должны разрабатываться с учетом следующих компонентов:

- развитие умения использовать языковые материалы в различных ситуациях;
- умение синтезировать в тексте предложения с разными коммуникативными значениями;
- умение находить выход из сложных ситуаций из-за недостатка знаний и навыков через компетенции, используя вербальные и невербальные стратегии;
- знакомство с социокультурным контекстом, в котором используется язык;
- желание общаться с другими людьми и формирование уверенности в себе, что для этого важно.

Обучающие ситуации в контексте СМИ, в свою очередь, делятся на следующие типы:

- а) ситуации, основанные на жизненном опыте учащихся, использующих аудиовизуальные средства;
- б) условные коммуникативные ситуации, относящиеся к действительности;
- в) ситуации по материалам СМИ;
- г) ситуации, стимулированные учителем и основанные на воображении.

В отличие от естественных ситуаций, учебные ситуации планируются и представляются учителем на фоне спонтанных медиа. Часто рекомендуется, чтобы преподаватель использовал определенный лингвистический материал, который следует усвоить при представлении этих ситуаций. В основном условно-реальные ситуации могут быть связаны с зрительно-речевыми, ситуациями, организованные с помощью материалов для чтения и аудиовизуальных средств, могут быть связаны с описательными-речевыми ситуациями. [3, с. 45].

Также следует отметить, что обучающие ситуации, связанные с медиаматериалами, характеризуются соотношением реальной и нереальной составляющих.

Процессы, происходящие в проблемных ситуациях, требует активацию речи на английском языке у изучающих язык, актуализацию усвоенного языкового материала, реализация потенциальной деятельности, составляющей основу устной речи и создание эффективных условий для формирования межкультурной компетенции у изучающих язык.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Роль социальных сетей в обогащении наших культурных знаний через материалы СМИ незаменима. Изучающим английский язык могут быть представлены ситуации в средствах массовой информации для развития их коммуникативных навыков на этом языке.

Также следует отметить, что на учителя возлагается ряд обязанностей по формированию межкультурной компетенции с материалами СМИ. Прежде всего, учитель должен определить, что такое социальный английский, и изучить цели, потребности и требования изучающих язык при изучении иностранного языка.

СМИ – это стимул для обогащения наших культурных знаний. Учителям рекомендуется создавать виртуальные туры, поездки, видеоконференции, вебинары и интерактивные конференц-клубы для повышения мотивации и творчества учащихся.

Таким образом, при широком использовании медийных материалов на уроках английского можно более эффективно организовать процесс развития устной речи и добиться больших успехов в этом направлении.

Материалы, предоставляемые студентам на английском языке через СМИ, должны побуждать их к устному общению на изучаемом иностранном языке, делая их максимально активными.

Обсуждения на основе массовых информационных материалов должны стать

ключевым компонентом многих уроков. Ключевым моментом здесь является конкретная организация действий, которые приведут к их успеху. Неправильная организация может привести к их провалу.

Список библиографических ссылок

1. Byram M., Morgan C. Teaching and Learning Language and Culture. Clevedon: Multilingual Matters, 1994. 232 p.
2. Richards J.C. Communicative Language Teaching Today. Cambridge University Press, 2006. 471 p.
3. Sawyer R., Chen G.-M. The Impact of Social Media on Intercultural Adaptation. *Intercultural Communication Studies* XXI, 2: 151-169. URL: https://digitalcommons.uri.edu/com_facpubs/15/ (Access date: 22.04.2021).
4. Chen G.-M., Zhang K. New media and cultural identity in the global society. *Handbook of research on discourse behavior and digital communication: Language structures and social interaction*. In Taiwo, R. (Ed.). Hershey, PA: Idea Group, 2010: 801-815.
5. Ali təhsil. URL: <https://edu.gov.az/higher-education> (Access date: 24.04.2021).
6. Baek Y.M. Relationship Between Cultural Distance and Cross-Cultural Music Video Consumption on YouTube. *Social Science Computer Review*, 2015. 33(6): 730-748. URL: <https://www.researchgate.net/publication/284970053> (Access date: 24.04.2021).
7. TED Recommends. Talks recommended just for you, delivered to your inbox. *TED ideas worth spreading* (Access date: 25.04.2021).
8. Mohsin M. 10 Facebook statistics every marketer should know in 2021 [Infographic]. *Oberlo*. URL: <https://www.oberlo.com/blog/facebook-statistics> (Access date: 25.04.2021).
9. Bridging Babel: New Social Media and Interreligious and Intercultural Understanding. URL: https://berkeleycenter.georgetown.edu/publications/bridging-babel-new-social-media-and-interreligious-and-intercultural-understanding/pdf_download/en (Access date: 26.04.2021).
10. Robles P. Twitter isn't very social: study. Econsultancy, 2011. URL: <http://econsultancy.com/uk/blog/7335-twitter-isn-t-very-social-study> (Access date: 29.04.2021).

References

1. Byram, M., Morgan, C. (1994). Teaching and Learning Language and Culture. Clevedon: Multilingual Matters. 232 p.
2. Richards, J.C. (2006). Communicative Language Teaching Today. Cambridge University Press. 471 p.
3. Sawyer, R., Chen, G.-M. (2012). The Impact of Social Media on Intercultural Adaptation. *Intercultural Communication Studies* XXI, 2: 151-169. Retrieved 22.04.2021, from https://digitalcommons.uri.edu/com_facpubs/15/.
4. Chen, G.-M., Zhang, K. (2010). New media and cultural identity in the global society. *Handbook of research on discourse behavior and digital communication: Language structures and social interaction*. In Taiwo, Rotimi (Ed.). Hershey, PA: Idea Group, 2010: 801-815.
5. Ali təhsil. Retrieved 24.04.2021, from <https://edu.gov.az/higher-education>.
6. Baek, Y.M. (2015). Relationship Between Cultural Distance and Cross-Cultural Music Video Consumption on YouTube. *Social Science Computer Review*, 33(6): 730-748. Retrieved 24.04.2021, from <https://www.researchgate.net/publication/284970053>.
7. TED Recommends. Talks recommended just for you, delivered to your inbox. *TED ideas worth spreading*. Retrieved 25.04.2021, from <https://www.ted.com/recommends>.
8. Mohsin, M. (2021). 10 Facebook statistics every marketer should know in 2021 [Infographic]. *Oberlo*. Retrieved 25.04.2021, from <https://www.oberlo.com/blog/facebook-statistics>.
9. Bridging Babel: New Social Media and Interreligious and Intercultural Understanding. Retrieved 26.04.2021, from https://berkeleycenter.georgetown.edu/publications/bridging-babel-new-social-media-and-interreligious-and-intercultural-understanding/pdf_download/en.
10. Robles, P. (2011). Twitter isn't very social: study. Econsultancy. Retrieved 29.04.2021, from <http://econsultancy.com/uk/blog/7335-twitter-isn-t-very-social-study>.

IMANOVA Sevda Rafiq

PhD in Pedagogy, Associate Professor, Head of the Scientific Department,
Azerbaijan University of Languages

INTERCULTURAL COMPETENCE: THE ROLE OF MASS MEDIA IN THE PROMOTING STUDENTS' COMPETENCE THROUGH TEACHING ENGLISH

Summary. Introduction. The paper deals with the important role of using the media (mass media) in the process of forming intercultural competence (IC) in the context of studying and teaching foreign languages in Azerbaijan tertiary education.

The purpose of this paper is to find out appropriate ways and methods of using Media, actually some popular social network as TV, YouTube, Facebook and Twitter in language learning for increasing students' low motivation, which is very important in forming intercultural competence.

Methods. For getting necessary information about current influence of mass media on the cultural education of language learners was used one of the main methods of teaching methodology - quantitative research method in the form of questionnaire. In this study, 32 respondents-Azerbaijan University of Languages students, who are active social network users took part in. They were asked four questions about the impact of social networks. The survey was conducted online in Azerbaijani on the GoogleForms platform. Respondents' participation in the survey was based on the principle of voluntariness.

Originality. The results of the study show that students have a high interest in communicating on social networks. The purpose of before mentioned research, conducted online on Google Forms with thirty two participants was to determine how popular the media is among today's youth, which social networking platform is more

suitable, what for students use it and its role in promoting intercultural competence. Based on these results, foreign language teachers can explore ways of increasing the low motivation - the issue that has recently been observed in distance learning in connection with the Covid 19 Pandemic in order to form this competence in students.

Thus, taking into account current situation social networks give an opportunity to people for communication with people from other cultures and plays a great role in forming students' intercultural competence. It should also be considered that the work on inculcating intercultural competence in language learners through the media should be purposeful, systematic and consistent.

Results. It is clear that the role of social networking sites in the enrichment of our cultural knowledge through the media is irreplaceable. English language learners may be presented with situations in the media in order to develop their communication skills in that language.

Conclusion. Materials presented to students in English through the media should motivate them to engage in real life communication, which will promote intercultural competence.

Keywords: intercultural competence; media; communication; social networks; Facebook; teaching English.

Одержано редакцією: 20.04. 2021
Прийнято до публікації: 06.05. 2021