

L. A. Tavdgiridze (Voronezh) VIDEO LECTURES IN TEACHING

The article deals with the use of video lectures as one of the forms of factoring. It considers the factors which cause the use of multimedia technologies in the educational process. The advantages and peculiarities of such technologies have also been analyzed as well as the points concerning the preparation and demonstration of video lectures.

The article contains information on the stages of preparing a videolec-
ture, on the types of video lectures and their structure. The theoretical
model of lecturer communicative personality with verbal and non-
verbal habits has been represented.

ВИДЕОЛЕКЦИИ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ

Значение дистанционных форм обучения в организации и осуществлении учебного процесса не вызывает сомнения. Конкуренция в сфере высшего образования страны делает особо актуальными вопросы внедрения новых способов обучения и, в частности, мультимедийных технологий. Использование в процессе обучения мультимедиа обусловлено следующими факторами:

- минимальное количество времени, затрачиваемое на поиск информации;
- рост популярности дистанционных форм обучения.

Таким образом, повышение эффективности работы преподавателя возможно только на основе высоких технологий в образовании.

Для организации изучения теоретического материала в Институте менеджмента, маркетинга и финансов используется такой вид учебных занятий, как видеолекция. К числу её преимуществ, как отмечает В. Н. Серов, можно отнести следующие:

- возможность прослушать учебную информацию в любое удобное время, повторно обращаясь к «проблемным местам»;
- иллюстративный материал, представленный кинофрагментами, анимацией, таблицами делает содержание лекции запоминающимся;
- появляется возможность знакомиться с опытом работы ведущих преподавателей и сохранять его;
- «прозрачность» деятельности преподавателя стимулирует необходимость постоянного совершенствования им своих знаний;
- устраняются психологические барьеры в обучении за счёт создания эффекта индивидуального контакта преподавателя со студентом;
- появляется возможность для студента работать дома (Серов 2004: 146).

Однако видеолекция имеет и некоторые специфические особенности, которые необходимо учитывать. Важным в этом отношении является то, что приоритетной становится самостоятельная работа студента, поэтому при дистанционном обучении необходимо использовать такие методы и технологии, которые способствуют умению вычленять нужные сведения и анализировать

их. Роль же преподавателя принципиально меняется и сводится, в основном, к управлению учебным процессом.

При разработке видеокурса необходимо иметь в виду психофизиологические особенности, создающие возможность удерживать информацию в памяти и воспроизводить её.

Одна из проблем автоматизированных обучающих систем заключается в том, что нет обратной связи между преподавателем и студентом, так как компьютер не может чувствовать эмоциональное состояние человека. Ситуация усложняется ещё и тем, что восприятие нового материала имеет несколько фаз. Доза информации, перерабатываемая человеком за фиксированный промежуток времени, образует информационную нагрузку.

Очевидно, чтобы достичь высокой эффективности процесса обучения, следует корректно определять количество презентуемого материала.

Увеличение объёма самостоятельной работы студентов требует разработки специальных методических материалов, которые могли бы использоваться в качестве консультативной помощи.

С учетом указанных специфических черт мультимедиакурсов мы стремились решить следующие задачи:

- определить, какие знания и навыки студент должен получить в процессе работы;
- привести содержание видеокурсов в соответствие с требованиями учебной программы изучаемых дисциплин;
- выбрать наиболее рациональные методы, приёмы, средства обучения;
- решить вопрос об обеспечении оптимального темпа обучения.

Опыт показывает, что каждая видеолекция должна длиться не более 30 минут, в противном случае наблюдается процесс падения внимания слушателей (Ахромушкин 2005: 86). В ней может быть рассмотрен отдельный, логически завершённый вопрос темы или целиком вся тема. Таким образом, осуществляется принцип дозирования учебной информации.

Практика использования мультимедийных технологий выявила некоторые проблемы в создании видеолекций.

Основной трудностью является отсутствие у преподавателей навыка работы «перед камерой». Кроме того, на качество учебного «видеопродукта» оказывают влияние такие факторы, как при-

влекательность / непривлекательность внешнего вида видеолектора; особенности речи (четкость артикуляции, повторы, речевые ошибки и т. д.), которые в условиях непосредственного общения со студентами могут быть «смягчены» эффектом присутствия преподавателя, а в ситуации работы с видеоматериалом проявляются особенно ярко.

Создание видеокурса проходит несколько стадий.

Записи видеолекции должен предшествовать серьёзный подготовительный этап. Необходимо оценить образовательный уровень слушателей, чтобы не повторять уже известные для них темы; обеспечить наличие самой последней информации в данной предметной области.

После того, как выбраны учебный курс и аудитория, для которой он предназначен, определяются цели обучения, степень сложности материала, который будет предъявлен в видеолекции.

Далее следует создание учебного текста (сценария) (Ахромущин 2002: 48). Прежде всего, программа дисциплины разбивается на модули (разделы). Модули в свою очередь — на темы. Далее определяется место каждого структурного элемента лекции по теме, по всему модулю в целом. Отснятый материал монтируется и редактируется. В редакторском процессе может участвовать и сам «видеолектор». Имея рабочую версию лекции, преподаватель корректирует её, предлагая исправленный вариант.

По своей функциональной роли в учебном процессе используемые видеоматериалы можно разделить на следующие группы: вводные видеолекции и тематические видеолекции.

Вводные видеолекции представляют собой общий обзор основных позиций теоретической и практической частей темы с указанием ключевых разделов, на которые следует обратить повышенное внимание.

Тематические лекции содержат основной учебный материал темы, который необходимо усвоить студенту. Титры, включённые в лекцию, дают в сжатой форме сведения, которые необходимо записать.

Видеосюжеты в учебном видеоматериале позволяют акцентировать внимание слушателей на очень важных вопросах темы, которые раскрывают и иллюстрируют основные положения лекции. Длительность видеосюжетов – от 1 до 3 минут.

Отношение к учебному видео в ИММиФ можно назвать основательным и серьёзным. В течение последних двух лет в нашем вузе были созданы учебные видеоконспекты по ряду дисциплин, соответственно возникла необходимость в подготовке преподавателей к этому новому для них виду деятельности.

В этой связи для нас представляется важной разработка теоретической модели коммуникативной личности видеолектора. Данная модель является развитием и обобщением теоретико-гносеологической модели языковой личности Ю. Н. Караулова и Г. Н. Беспятовой (Беспятова 1994: 20) на коммуникативно-прагматическом уровне.

С этой целью нами было проведено исследование, направленное на выявление тех качеств преподавателя, которые непосредственно влияют на восприятие слушателями учебного материала.

Был поставлен эксперимент, проведённый в форме группового анкетирования. Основными методами исследования явились экспериментальные методики свободного анкетирования, метод закрытого альтернативного анкетирования.

Сначала реципиентам предъявлялись видеозаписи фрагментов видеолекций различных преподавателей ИММиФ. После просмотра им предлагалось оценить параметры коммуникативных личностей ведущих. В опросе участвовали семьдесят студентов ИММиФ. Испытуемым были даны следующие инструкции: *«охарактеризуйте личность и коммуникативное поведение данного преподавателя по предложенным параметрам. По каждому из предложенных параметров выберите одно качество, которое в наибольшей мере соответствует Вашему представлению о данном лекторе. Затем отметьте по оценочной шкале, насколько данное качество способствует/не способствует восприятию преподносимой информации»*.

Было обработано 70 анкет с 58 параметрами. Время заполнения анкет — 15 минут. Анкета отражает структуру коммуникативной личности ведущего.

Основу коммуникативной личности преподавателя – ведущего составляют вербальные и невербальные параметры. Среди невербальных параметров выделяются внешние и паралингвистические. К внешним характеристикам мы относим: *внешность, личное обаяние, телегеничность, поведение перед камерой, наличие вкуса*. Охарактеризуем данные параметры.

Экспериментальные исследования показали, что впечатление, которое формируется о другом человеке у впервые видевшего его субъекта, определяется прежде всего особенностями, присущими облику и поведению воспринимаемого человека. Этот параметр можно рассматривать как фактор *привлекательности*.

Параметр *личное обаяние* понимается нами как «самоподача», сущность которой выражается в управлении социальным восприятием партнера. Термин «*телегеничность*» определяется нами как совокупность поведенческих качеств коммуникатора, обеспечивающих его контакт с телевизионной аудиторией.

Поведение перед камерой проявляется в виде определённого поведенческого стереотипа («напряжённое, скованное, свободное, развязное»), воспринимается как показатель статуса и самооценки ведущего.

Психологические исследования показывают, что *наличие вкуса* в одежде является существенным признаком в процессе восприятия человека. При этом оценка статуса зависит от стиля и качества одежды, её соответствия с модой и т. д.

К паралингвистическим факторам мы относим *голос, взгляд, мимику, дикцию, манеру изложения*. Рассмотрим данные параметры подробнее.

Характеристики голоса. В создании «звукового образа» говорящего важное место занимает основной тон голоса. Достижение «середины голоса» соответствует в наибольшей степени индивидуальности ведущего.

Громкость голоса. Выразительность этого качества голоса связано с возможностью использования его степеней, уровней звучания. Важным является умение установить наиболее благоприятную для слушателей и для характера текста силу голоса.

Отчетливость речи. Имеется в виду способность/неспособность коммуникатора четко формулировать звуки, кодифицированные в виде произносительных норм.

Интенсивность изложения. От неё в значительной степени зависит восприятие информации как в количественном, так и в качественном отношении.

Мимика лица. Данный параметр включен в структуру модели коммуникативной личности телеведущего, так как различные степени выразительности мимики лица по-разному влияют на восприятие информации реципиентами.

Взгляд. На основе субъективного восприятия реципиентов целесообразным представляется оценочные формулировки «теплый, холодный».

Жестикуляция. Классификация жестов, сопровождающих процесс коммуникации, протекающей в условиях повышенной требовательности к общей культуре общения, пока не разработана. При шкалировании этого параметра мы используем критерии «отсутствие», «выразительная».

Манера речи. Речевое воздействие в сфере телекоммуникации является процессом, предусматривающим воздействие как на интеллектуальную, так и на эмоциональную структуру психики реципиентов.

Вербальные параметры распределяются следующим образом:

- *тематический диапазон* речевого сообщения («разнообразная – неразнообразная» информация). Отражение тематического разнообразия является для реципиентов существенной характеристикой содержательности речи сообщения;

- *познавательная ценность* сообщения. Новизна информации является критерием её познавательной ценности («высокая – средняя»);

- *количество воспринимаемой информации.* Параметр выделен на основании определения исследователями проблемы насыщенности (избыточности) информации. Этот параметр дан со шкалой качеств: «оптимальная, избыточная, недостаточная»;

- *доказательность тезисов речевого сообщения.* Представляется необходимым включить данный параметр с характеристикой «наличие речевых ошибок: встречаются, отсутствуют, редки». Существует допущение, что самый квалифицированный ведущий в экстремальных условиях телевизионной коммуникации способен допускать речевые ошибки. Данный эксперимент позволяет выяснить, влияет ли это свойство ведущего на эффективность его речевого действия.

Параметр «модально-апеллятивные факторы» выделен на основании того, что речевое высказывание телеведущего может содержать или не содержать элементы субъективной модальности, которые выражают эмоциональные и оценочные отношения субъекта речи к сообщаемому.

Параметр «манера подачи материала» характеризует определённые приемы вербализации сообщения, которые могут усилить

или смягчить смысл сообщаемого. Таким образом, манера подачи материала рассматривается как «жесткая» или «мягкая».

Как показал анализ результатов эксперимента, невербальные качества экранного образа преподавателя в большей степени, чем его вербальные характеристики, отражают индивидуальные особенности преподавателя, выступающего в роли видеолектора.

Так, в процессе оценки коммуникативного поведения преподавателя студентами количество выделенных невербальных и вербальных характеристик соотносится как 80 % : 20 %.

Эксперимент также продемонстрировал, что восприятие преподавателя на экране имеет гендерную окрашенность: для экранного образа преподавателя-женщины частотны внешние и паралингвистические качества, для мужчины-видеолектора – умеренные характеристики доминантных внешних и паралингвистических качеств.

Из вербальных качеств языковой личности преподавателя в условиях видеолекции, в которых наиболее ярко проявляется его коммуникативная индивидуальность, можно назвать группу модально-апеллятивных факторов.

Результаты эксперимента позволяют ранжировать средства, которые видеолектор использует в процессе речевого воздействия на аудиторию по степени эффективности, а также определить эталонные качества эффективной языковой личности преподавателя в данных условиях обучения.

Установлено, что эталон эффективной языковой личности представляет собой совокупность стандартных качеств, которые способствуют оптимальному усвоению информации.

Можно сконфигурировать полевую модель такого рода эталона. К числу основополагающих его свойств эталона относятся 4 вербальных качества (*тематическое разнообразие, познавательная ценность, количество воспринимаемой информации, доказательность тезисов речевого о сообщении*), а также 3 невербальных качества, которые относятся к группе паралингвистических факторов: *четкость артикуляции речи, диапазон голоса, энергичность изложения*.

Полученные результаты дают возможность разработать практические рекомендации по повышению эффективности профессиональной коммуникативной деятельности видеолектора.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ахромушкин Е. А. Применение видеотехнологий в современных автоматизированных учебных комплексах (АУК) по техническим дисциплинам / Е. А. Ахромушкин // Современная образовательная среда : тез. докл. Всеросс. конф. – М. : ВВЦ, 2002. – С. 47-51.
2. Ахромушкин Е. А. Интерактивные видеолекции с синхронными слайдами в системе дистанционного обучения / Е. А. Ахромушкин // Образовательная среда–2005 : тез. докл. Всеросс. конф. – М. : ВВЦ, 2005. – С. 93-95.
3. Беспмятнова Г. Н. Языковая личность телевизионного ведущего / Г. Н. Беспмятнова : автореф. дис.... канд. филол. наук. – Воронеж, 1994. – 25 с.
4. Серов В. Н. Основные концепции создания видеолекций для электронного учебника / В. Н. Серов // Дистанционные образовательные технологии. Пути реализации. – Вып. 1: сб. науч. трудов. – М., 2004. – Вып. 1. – С. 145-149.

Получено 20.06.2009

Тавдгиридзе, Любовь Альбертовна – кандидат филологических наук, доцент кафедры философии и социально-гуманитарных дисциплин АО-НО ВПО «Институт менеджмента, маркетинга и финансов», г. Воронеж; elta777@yandex.ru