

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕМОВ В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ

ФИЛОНОВА Екатерина Александровна

ассистент кафедры английского языка и профессиональной коммуникации
ФГБОУ ВО «Нижегородский лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова»
г. Нижний Новгород, Россия

В данной статье описываются способы использования мемов при работе с новым поколением студентов. Основная цель работы – проанализировать особенности поколения Z и представить возможные эффективные формы взаимодействия с ними в учебном процессе. Актуальность исследования обусловлена принципиально новыми учебными потребностями учащихся, выросших в эпоху технологического прогресса.

Ключевые слова: теория поколений; поколение Z; интернет-мемы; визуализация; обучение иностранному языку.

Одной из современных тенденций в образовании является широкое использование информационных технологий в процессе обучения. Объясняется это тем, что Интернет в XXI в. настолько прочно вошел в нашу жизнь, что воспринимается уже как данность. Более того, он оказывает значительное влияние на новое поколение. Следовательно, невозможно не оперировать ресурсами интернета при взаимодействии с учащимися, для которых виртуальная реальность – естественный и обязательный элемент жизни.

Современное поколение, с которым мы имеем дело в образовательном процессе, известно как поколение Z (постмиллениалы, зумеры, Digital Natives – «цифровое поколение»). Это люди, родившиеся в цифровую эпоху, которые приобрели особые личные качества, обусловленные ежедневным нахождением в виртуальной среде.

Идея о теории поколений впервые была выдвинута американскими учеными в 1991 г. Теорию поколений определяют как «описание временных циклов в истории и связанных с ними характерных особенностей и взглядов людей, родившихся в определенные хронологические отрезки» [1]. В России группа исследователей во главе с Евгенией Шамис начала анализировать воздействие культуры, общественных событий и особенностей эпохи на систему ценностей людей в 2003-2004 гг. [3]. В соответствии с этой теорией, в России можно выделить следующие поколения:

- Величайшее поколение (1900 – 1923);
- Молчаливое поколение (1923 – 1943);
- Поколение беби-бумеров (1943 – 1963);
- Поколение X («Икс») (1963 – 1984);
- Поколение Y («Игрек») (1984 – 2000);
- Поколение Z «Зэд» (с 2000);

Стоит отметить, что временные рамки, представленные здесь для каждого поколения, довольно условны. В зависимости от источника, даты могут варьироваться, но в целом, говорить о появлении нового поколения можно приблизительно через каждые двадцать лет. Каждое из выделенных поколений характеризуется особыми чертами характера и взглядами на мир, сформировавшихся под воздействием периода времени, в течение которого они росли. Наибольшей интерес для данного исследования представляет поколение Z. Говоря о временных рамках, социологи относят к зумерам людей, родившихся и выросших в промежуток времени с 1995/97-200 гг по 2012/14 гг. Некоторые ученые также считают, что с 2011 появилось новое поколение – альфа [8]. Однако в настоящем исследовании поколение альфа отдельно не выделяется и рассматривается как часть поколения Z.

Зумеров отличают от других поколений следующие характеристики:

1. *Сокращение живого общения.* Зумеры предпочитают пользоваться социальными сетями и мессенджерами для обсуждения идей и событий вместо того, чтобы общаться

вживую. Более того, они способны легко переключаться между реальным и виртуальным мирами, так как для нового поколения эти два вида реальности не являются чем-то абсолютно разным, а наоборот, гармонично дополняют друг друга.

2. *Использование гаджетов (смартфонов, планшетов, компьютеров и т.д.) с раннего возраста и наличие определенной зависимости от них.* Смартфоны в настоящее время являются естественным атрибутом любого человека. Кроме этого, для цифрового поколения телефоны перестали быть простым средством связи, превратившись в довольно личную, можно даже сказать, интимную вещь, в которой хранится персональная информация. Именно поэтому существует мнение, что забирать телефон у ребенка или подростка сейчас уже не совсем правильно, ведь таким образом мы вторгаемся в его личное пространство.

3. *Беспрерывный и моментальный обмен информацией.* Это обусловлено тем, что постмиллениалы находятся в режиме онлайн почти всегда. В XXI веке скорость появления информации в сети чрезвычайно высока, так как люди пытаются осветить все события, происходящие в мире, в Интернете.

4. *Ранняя самостоятельность* – зумеры, в силу вовлеченности в современные технологии с детства, способны при помощи Интернета осуществлять практически любую деятельность, необходимую им для жизни [5]. Они могут быстро находить источники дохода в Интернете (через ведение блогов, YouTube каналы, Tik-Tok и Instagram аккаунты), хорошо разбираются в стартапах, заинтересованы в индивидуальном предпринимательстве. Современное поколение покупает вещи онлайн, заказывает еду на дом, покупает билеты и т. д. Особый вклад в популярность онлайн покупок и заказов оказала пандемия коронавируса 2020 г.

5. *Гедонизм* – вместо того, чтобы копить деньги, поколение Z предпочитает получать от жизни удовольствие прямо сейчас. Они с легкостью меняют работу, если она их не устраивает, и не стремятся работать целыми днями, осознавая, что у человека должно оставаться время на отдых и развлечения.

Именно вследствие этого зумеры куда больший интерес проявляют к удаленной работе, нежели офисной. Они предпочитают гибкий график и возможность продолжать работу, находясь в любом месте. Стабильность, которая для многих предыдущих поколений была одним из высших благ, чаще всего ассоциируется для них с рутинной.

6. *Общественная активность.* Зумеры активно выражают свое мнение, преимущественно онлайн: в Twitter, Instagram, YouTube и Telegram каналах и блогах. Таким образом, они не просто используют контент Интернета, но еще и создают и контролируют его [8].

7. *Многозадачность* – цифровое поколение способно выполнять несколько задач одновременно.

8. *Быстрая обучаемость* – зумеры быстро схватывают информацию, способны самостоятельно научиться выполнять какой-либо вид работы, просматривая ролики на YouTube или проходя онлайн-курсы.

9. *Рассеянное внимание* – вследствие того, что зумеры пропускают через себя значительный объем информации, им бывает сложно сосредоточиться на чем-то одном.

10. *Клиповость мышления* – современное поколение лучше воспринимает информацию небольшими фрагментами, а не длинным текстом.

С.М. Голубицкий также отмечает, что новое поколение оторвалось не только технологически от предыдущих поколений, но и этически. Система ценностей зумеров в корне отличается от идеалов бумеров. Например, в той же статье С.М. Голубицкий утверждает, что материальные ценности не представляют для зумеров особого значения, так как они знают, что можно легко и быстро заработать в Интернете. Кроме этого, зумеры проявляют тенденцию резко негативно реагировать на насилие в обществе.

Для данной работы особое значение имеют психологические особенности нового поколения в контексте их применения для обучения зумеров. В этой связи особый интерес представляет исследование, описанное в статье «The Challenge of Teaching Generation Z» [7]. В ней анализируются образовательные

предпочтения студентов-зумеров университета в Южной Африке, на основе чего описываются наиболее эффективные методы преподавания материала новому поколению. Эмпирической базой исследования послужили результаты опроса студентов третьего курса в течение 7 лет (с 2011 по 2016). В статье зумерами считаются люди, родившиеся после 1995 г.

Ниже представлены краткие результаты исследования:

- в современной школе подразумевается, что у каждого участника образовательного процесса есть смартфон и компьютер. В отличие от предыдущего поколения, постмиллениалы часто используют компьютеры для записи конспектов во время занятий;

- общение с преподавателями также часто переносится в виртуальную реальность: студенты предпочитают задавать вопросы не на лекциях, а онлайн, активно обмениваются информацией с преподавателями в социальных сетях и мессенджерах. Кроме этого, студенты не любят ждать, а требуют немедленного ответа;

- все чаще студенты предпочитают не распечатывать материалы, а использовать планшеты и телефоны с файлами и документами. Некоторые студенты также выполняют задания не на бумаге, а в телефоне;

- студенты часто считают, что разбираются в современных технологиях лучше, чем преподаватели;

- студенты хотели бы, чтобы на занятиях использовались современные технологии в большем количестве;

- от лекций современные учащиеся ждут яркости и некоего развлекательного элемента;

- почти все зумеры – визуалы. Для них зрительный канал восприятия информации является наиболее чувствительным. Это обусловлено клиповостью мышления нового поколения в том числе. Из этого следует, что для большей эффективности занятия, необходимо увеличивать процент наглядности. Устные формы обучения (лекции и дискуссии) неэффективны, воспринимаются негативно. И, напротив, интерактивные игры, совместные проекты, челленджи вызывают интерес.

Из всего этого следует вывод, что для по-

вышения эффективности занятий, преподавателям необходимо применять больше информационных технологий и интернет-ресурсов, использовать социальные сети, форумы, сайты или мессенджеры для быстрого обмена информацией со студентами, использовать больше наглядности и интерактивности.

Одним из способов найти контакт с зумерами – использовать их способы общения и их язык. Наиболее популярный – это мемы. Вероятно, мемы стали языком общения нового поколения в силу того, что они в максимально сжатой визуальной форме передают большой объем информации. Это позволяет постмиллениалам воспринимать информацию быстрее и естественным, привычным образом. Термин «мем» впервые был использован английским биологом Ричардом Докинзом в 1976 г. Под мемом исследователь понимал элемент культуры (идею, символ, поведение или событие), который распространяется в обществе от одного человека к другому посредством имитации. Термин появился в книге ученого *The Selfish Gene*, и был образован от греческого слова *mimeme* – «сымитированная вещь». Во время своего распространения мем может видоизменяться. В дальнейшем термин «мем» стал использоваться в том значении, в котором он сейчас известен большинству людей. Мем как явление интернета существует онлайн в виде цифрового файла и распространяется через всемирную паутину. Он может иметь разную форму: комбинация изображения и текста, фотография, видео, гиф-изображение или даже хэштег. Когда мем близок большому количеству людей, он быстро распространяется через социальные сети и платформы: Twitter, Facebook, вконтакте, Instagram, Telegram. Чем больше мем распространяется, тем большее влияние он оказывает на общество. Обычно мемы юмористичны, сатиричны или ироничны, что, привлекает внимание людей и заставляет их делиться мемом с другими. Чтобы стать мемом, изображение или другой цифровой элемент должен быть легко копируемым, должен быстро распространяться и должен суметь остаться в сети на длительное время (*copy-fidelity, fecundity, and longevity, or*

staying power). Докинз также отметил, что самыми популярными мемами являются те, что отвечают культурным потребностям населения или отражают современные реалии и события. Мем позволяет людям почувствовать, что окружающие испытывают те же эмоции, те же переживания, то есть являются «своими». Таким образом, мемы укрепляют социальные узы и вызывают социальную солидарность. Наиболее распространенными являются мемы о детях, процессе их воспитания, домашних животных и ежедневных событиях, происходящих в жизни каждого из нас. Особую группу представляют мемы на социальную и политическую темы, которые связаны с недавними важными событиями, происходящими в обществе и мире [9].

В настоящее время существует ряд исследований, посвященных внедрению мемов в уроки английского языка. Использование мемов методически обусловлено: они позволяют визуализировать информацию, а также легко запоминаются вследствие своей яркости и юмора; мемы могут познакомить учащихся с культурой изучаемого языка; в англоязычных источниках есть значительное количество мемов на английском языке, со слэнгом, грамматическими и фонетическими феноменами, которые можно рассматривать и анализировать с учащимися; мемы интересны современному поколению, поэтому их использование на занятиях мотивирует учащихся. Стоит отметить, что обычно мемы используются не со школьниками, а со студентами. В одном из исследований представлены результаты опроса, проведенного с целью выявления отношения учеников старших классов, студентов-бакалавров и магистрантов к мемам [6]. Авторы статьи отмечают, что согласно опросу, 91% респондентов узнавали лексику и языковые конструкции из мемов, а 84% опрошенных лучше понимали значение новой лексики, если она была представлена в интернет-меме.

Среди преимуществ использования мемов на уроках английского языка можно выделить следующие:

- повышение мотивации учащихся;
- привнесение разнообразия в занятия;
- развлекательная форма подачи материала;

– визуализация и примеры использования явлений языка;

– знакомство с культурой стран изучаемого языка.

В этом же исследовании авторы предлагают несколько примеров упражнений для работы с мемами во время занятия:

- придумать подпись к мемам;
- самостоятельно или в группах придумать мем на заданную тему;
- найти мем по заданной теме с определенной грамматикой или лексикой;
- перевести мем на родной язык с сохранением эффекта или впечатления от мема;
- перевести мем с родного языка на английский с сохранением впечатления.

Мемы можно эффективно использовать для знакомства с новым материалом и в качестве повторения или закрепления пройденного материала. Нами были использованы мемы со студентами первого и второго курсов направления подготовки «Лингвистика» во время занятий в рамках дисциплин «Индивидуальное чтение» и «Систематизирующий курс фонетики», в Нижегородском лингвистическом университете им. Н.А. Добролюбова. Работа с мемами была включена в программу в 2019 г., так как было замечено, что студенты не только проявляют интерес к мемам, но и общаются мемами друг с другом. Часто они пересылали мемы с изученными словами или ситуациями, которые возникают во время учебы, преподавателям. В целях адаптации курса в соответствии с интересами нового поколения и особенностями восприятия зумеров, студентам было предложено две формы работы с мемами. Первому курсу после завершения работы с книгой «The Phantom Tollbooth» предлагалось придумать подписи юмористического содержания на английском языке, связанными с сюжетом прочитанной книги, для мемов, отобранных преподавателем. В 2019 г. работа проводилась оффлайн, студенты делали подписи на распечатанных мемах, работая в группах. В 2020 г. в связи с пандемией коронавируса студенты работали над мемами в группах и индивидуально, в онлайн форме, в Google документах. Ниже представлены примеры результаты:



Такая же работа проводилась со вторым курсом в 2019 и 2020 гг. на последнем занятии «Систематизирующего курса фонетики английского языка». Студентам нужно было придумать подписи для мемов, которые отражали бы изученный теоретический материал по фонетике. В обоих случаях мемы использовались для повторения материала на последнем занятии, а также в качестве развлекательного элемента.

Таким образом, можно утверждать, что в настоящее время перед системой образова-

ния возникла необходимость модернизировать формы и средства обучения, адаптировав их под нужды и психологические особенности нового поколения. Представляется, что мемы в данном случае – идеальный вариант, как как это естественный язык общения зумеров и удобоваримая форма восприятия информации для них. Кроме этого, при работе с мемами студенты чувствуют вовлеченность преподавателя в их среду, а также учатся использовать то, что видят в интернете, в образовательных целях.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Бочагов А.* Теория поколений X, Y, Z, беби-бумеров, альфа в России – их ключевые особенности и различия. – URL: <https://prostudio.ru/journal/generation-x-y-z/> (дата обращения 20.03. 2021).
2. *Голубицкий С.М.* Бумер умер – почему старшим поколениям уже не понять людей, выросших в новой технологической реальности. – URL: https://novayagazeta.ru/articles/2021/02/26/89387-dalshe-deystvovat-budut-memy?utm_source=vk&utm_medium=novaya&utm_campaign=-pochemu-ok--bumer--eto-tochnyy-diagno (дата обращения 02.03. 2023).
3. *Дергунов Т.* Теория поколений. – URL: <https://psixologiya.org/razdely/biznes/2155.html?showall=1> (дата обращения 20.03. 2021).
4. *Загоруйко А.О., Ефремова М.А.* Потенциал использования интернет-мемов в качестве обучающего средства // Вопросы методики преподавания в вузе. – 2019. – № 28. – С. 12-21.
5. Поколение Z: кто это такие, 7 отличительных признаков. – URL: <https://yandex.ru/turbo/dnevnik-znaniy.ru/s/znaj-i-umej/pokolenie-z.html> (дата обращения 18.03. 2021).
6. *Самофалова М.В., Ужакина К.Г.* Возможности использования интернет-мемов как средства мотивации учащихся в контексте обучения иностранному языку // Гуманитарные и социальные науки. – 2020. – № 4. – С. 303-310.
7. *Cilliers E.J.* The challenge of teaching generation Z // PEOPLE: International Journal of Social Sciences. – 2017. – № 3. – С. 188-198.
8. *Dolot A.* The characteristics of generation Z. – URL: <http://www.e-mentor.edu.pl/artukul/index/numer/74/id/1351> (дата обращения 19.03.2021).
9. *Gil P.* What is a meme. – URL: <https://www.lifewire.com/what-is-a-meme-2483702> (дата обращения 20.03.2021).
10. Why are some memes funny while others fall flat. – URL: <https://www.thoughtco.com/science-of-memes-4147457> (дата обращения 15.03. 2023).