

Agnieszka RUMIANOWSKA

## Muzyczny wideoklip na lekcji języka obcego

### 1. Wstęp

Jednym z podstawowych założeń współczesnej, zorientowanej na ucznia dydaktyki języka obcego jest odwołanie się do zainteresowań i potrzeb afektywnych uczących się. W zgodnej opinii wielu dydaktyków językowych te właśnie czynniki decydują w końcowym efekcie o sukcesie lub niepowodzeniu w nauce języka obcego. Obecnie przyjmuje się, że żadne metody, żadne zabiegi i poczynania dydaktyczne nie przyniosą oczekiwanych efektów, jeśli nie wzbudzą one w uczących się pozytywnych emocji, takich jak ciekawość czy zainteresowanie.

W tym kontekście szczególnie dużego znaczenia nabiera postulat głoszący, aby osoba kierująca procesem dydaktycznym wiedziała jak najczęściej o rzeczywistych zainteresowaniach swoich podopiecznych, ich doświadczeniach czy też naturalnych upodobaniach w zakresie rozrywki i spędzania wolnego czasu, tak aby mogła je uwzględnić na lekcji języka obcego i — co za tym idzie — pobudzić bezpośrednią motywację uczniów.

### 2. Rzeczywistość medialna — fascynacje i oczekiwania

Zdecydowana większość psychologów, pedagogów i socjologów jest zgodna co do tego, że to, co aktualnie z punktu widzenia przeciętnego młodego człowieka jest najbardziej atrakcyjne, to rzeczywistość medialna, która go otacza. Nieodzowną częścią tej rzeczywistości jest przy tym telewizja muzyczna, prezentująca wideoklipy, czyli krótkie, kilkuminutowe filmy wideo, będące wizualnym zobrazowaniem jakiegoś utworu muzycznego, najczęściej piosenki. (Jarecka 1999:115) Oglądalność tego typu programów przez młodzież w wieku szkolnym jest zadziwiająco wysoka. Mówi się nawet o dwóch godzinach w ciągu dnia spędzanych przed telewizją muzyczną. (Neumann-Braun 2000:28) Te jak i inne, nieco skromniejsze dane na ten temat wskazują, że kanały muzyczne i wideoklipy stały się dla obecnego młodego pokolenia integralną częścią jego kultury i codzienności. Niektórzy autorzy sugerują nawet, że najbardziej popularne kanały, jakimi są angielskojęzyczne MTV i niemieckojęzyczna VIVA, to już nie tylko zwykłe programy telewizyjne, lecz określony styl życia, z którym młodzież w wieku szkolnym wyjątkowo chętnie się identyfikuje.

Warty podkreślenia jest aspekt socjalno-integrujący tego fenomenu. Telewizja muzyczna i muzyczne wideoklipy to bowiem zdaniem badanych nie tylko wyraz ich odczuć i odzwierciedlenie typowej dla nich postawy życiowej, lecz również źródło informacji na

temat rynku muzycznego, aktualnych trendów i wydarzeń. Dzięki muzyce i wiedzy na jej temat łatwiej nawiązać kontakt z grupą rówieśników i łatwiej się w tej grupie odnaleźć. Jak podkreślają specjaliści, muzyka popularna to obok komputera, techniki i filmów jeden z najbardziej ulubionych tematów podejmowanych przez młodzież w wieku szkolnym (Apelt / Koernig 1994:167).

### 3. Związek między motywacją a muzyką pop

Jeśli więc, jak wskazują przedstawione rozważania, telewizja muzyczna, a dokładniej mówiąc, muzyczny wideoklip odgrywa tak znaczącą rolę w życiu młodego człowieka, to należałoby się zastanowić nad możliwością wykorzystania tego medium w procesie nauki języka obcego. Przeprowadzone do tej pory badania dotyczące wykorzystania generalnie muzyki pop na lekcji języka obcego wykazały, że zdecydowana większość uczniów bardzo wysoko ocenia taką formę pracy. (1994:241). Warto przy tym zaznaczyć, że choć analizy te nie odnoszą się bezpośrednio do wideoklipu, to można oczekiwać, że dodanie do ścieżki dźwiękowej oprawy wizualnej jeszcze bardziej spotęguje pozytywne odczucia uczniów.

Najpoważniejszą metodyczno-dydaktyczną publikacją na temat możliwości dydaktyzacji wideoklipu jest praca Engelberta Thalera, który jako pierwszy w sposób całościowy zajął się tą tematyką. Wykazał on, że zdecydowana większość uczniów niemieckich szkół gimnazjalnych jest pozytywnie nastawiona do pracy z wideoklipem na lekcji języka angielskiego. W uzasadnieniu swojego zdania uczniowie podkreślili takie czynniki jak: urozmaicenie na lekcji, zabawa i zainteresowanie prezentowanym materiałem.

W oparciu o te stwierdzenia, wydaje się niezbędne przeprowadzenie z dydaktycznego punktu widzenia analizy najważniejszych cech wideoklipu i ich wartości motywacyjnej. Na uwagę zasługuje w pierwszym rzędzie lingwistyczna i kulturowa autentyczność tego produktu. Należy pamiętać, że wideoklip jest wytworem danej wspólnoty językowej, a nie sztucznie sfabrykowanym produktem, stworzonym specjalnie dla celów językowo-dydaktycznych. Świadomość, że prezentowany materiał jest oryginalny, aktualny i w nienaruszonej postaci wyjęty ze świata młodzieżowej kultury popularnej, zachęca uczniów do starannego wniknięcia w treść i pomaga pokonać trudności przed nimi stojące.

Dodatkowym czynnikiem mogącym podnieść motywację ucznia do nauki jest treść wideoklipu. Wideoklip jest bez wątpienia źródłem relewantnej dla ucznia informacji. Przedstawione w nim treści odnoszą się do codziennej rzeczywistości uczniów, do ich aktualnych zainteresowań, jak i bezpośrednio do ich sfery emocjonalnej. W porównaniu do tekstów podręcznikowych, w których często dokładna kontrola i dobór materiału leksykalnego i gramatycznego w sposób oczywisty utrudnia identyfikację ucznia z treścią, praca z wideoklipem stwarza uczącym się sposobność wypowiedzania się na tematy, które ich bezpośrednio dotyczą i rzeczywiście zajmują.

Na osobną uwagę zasługują czynniki afektywne, towarzyszące pracy z muzyką popularną. Wywołanie przy pomocy muzyki pozytywnych uczuć i emocji powoduje, że odbierane z zewnątrz informacje (input) są przez ucznia lepiej i skuteczniej przyswajane. Rola wideoklipu sprowadza się w tym kontekście do otwarcia tzw. filtra afektywnego i — co za tym — idzie stworzenia niewymuszonej atmosfery, sprzyjającej osiągnięciu optymalnych rezultatów w pracy lekcyjnej.

Na koniec warto wspomnieć o jeszcze jednej motywacyjnej właściwości teledysku, jaką jest jego atrakcyjność medialna. Okazuje się, że w dobie gwałtownego rozwoju branży medialnej obiekt audiowizualny nierzadko cieszy się wśród młodzieży w wieku szkolnym o wiele większą popularnością niż tekst drukowany. Dodatkowo potrzeba nowości, chęć przewycięzania znudzenia, zachwyt iluzją i nowoczesnymi formami technicznego przekazu medialnego powoduje, że w ocenie młodzieży najpopularniejszym środkiem audiowizualnym pozostaje niezmiennie wideoklip. W porównaniu do swoich audiowizualnych rywali cechuje go krótki czas trwania, dynamiczne ujęcia, intensywność przekazu, ruch, prędkość, inwazja kolorów i kształtów jak również nowoczesne efekty wizualne i dźwiękowe.

Sumując dotychczasowe rozważania, należałoby niedwuznacznie stwierdzić, że wideoklip dzięki zawartemu w nim inherentnie walorowi autentyczności, aktualności i atrakcyjności jest w stanie uruchomić i podtrzymać motywację uczących się.

#### 4. Realizacja celów nauczania za pomocą wideoklipu

Naturalnie należy pamiętać, że potencjał motywacyjny, jaki tkwi w muzycznych przedstawieniach klipowych, nie może stać się z dydaktycznego punktu widzenia wystarczającym i jedynym uzasadnieniem potrzeby wykorzystania tego medium na lekcjach języka obcego. Jeśli wideoklip ma pełnić rolę powszechnie zaakceptowanego przez nauczycieli narzędzia dydaktycznego, to nie wystarczy tu tylko deklarowana przez uczniów gotowość do takiej formy pracy, lecz również przekonanie, że proponowane narzędzie w sposób sensowny i efektywny będzie realizowało podstawowe cele nauczania.

Celem nadrzędnym nauki języka obcego jest naturalnie zdolność do porozumiewania się w tym języku zarówno w mowie, jak i piśmie. Aby to osiągnąć, konieczne jest opanowanie języka na płaszczyźnie leksyki, fonetyki i gramatyki przy jednoczesnym rozwijaniu sprawności rozumienia ze słuchu, mówienia, czytania i pisanie. O tym, że muzyka i piosenka mogą być bardzo pomocne w realizacji tych celów, przekonana jest znaczna część autorów.

We współczesnej literaturze glottodydaktycznej najłatwiej jest przy tym znaleźć przykłady wskazujące na pozytywny związek między piosenką a zapamiętywaniem materiału leksykalnego. Wkomponowanie słów w rym, rytm i melodię jak również ciągle ich powtarzanie powoduje, że są one lepiej zapamiętywane i utrwalane. W odniesieniu do wideoklipu rozszerzanie i utrwalanie słownictwa przebiega zarówno na płaszczyźnie wizualnej, jak i werbalnej. Szczególnie duże możliwości stwarza wykorzystanie samego tekstu piosenki, w oparciu o który można zaproponować szeroki wybór ćwiczeń leksykalnych.

Teksty piosenek kryją w sobie również pewne możliwości opanowania materiału gramatycznego, aczkolwiek wymaga to od nauczyciela selektywnego wyboru. Szczególnie przydatne w nauczaniu gramatyki są te teksty, które skupiają w sobie określone struktury gramatyczne, najlepiej wielokrotnie powtórzone. Za przydatne metodycznie uznać również należy opracowanie przez uczniów własnych tłumaczeń tekstów piosenek czy też porównanie ich z innym opublikowanym przekładem. Można sądzić, że takie kontrastywne podejście do pracy z tekstem pomoże uświadomić uczniom pewne syntaktyczne i stylistyczne problemy i granice związane z tłumaczeniem tekstów o walorach literackich. Dalszym, niewątpliwym wyróżnikiem pracy z tekstem współczesnej piosenki popularnej jest kontakt z żywym, obarczonym pewnymi dewiacjami, językiem. Pamiętając o tym, że są one naturalną składową współczesnego języka mówionego, wydaje się pożądane, aby były

one uczniowi na pewnym etapie nauki uświadomione. Celem nie jest przy tym ich aktywne użycie, lecz jedynie pasywna wiedza na ten temat. Warto wspomnieć, że zjawisko to nie dotyczy tylko i wyłącznie składni i gramatyki, lecz również leksyki i fonetyki.

Innym ciekawym do rozważenia zagadnieniem jest możliwość fonetycznego kształcenia uczniów za pomocą wideoklipu. Przyjmuje się, że piosenka jest pomocna przy ćwiczeniu poprawnej wymowy, akcentu wyrazowego, rytmu i intonacji. Praca z piosenką porównywana jest często do drylu językowego, podczas którego akcent i rytm języka zostaje automatycznie powtarzany i utrwalany. Należy przy tym mieć świadomość ograniczonego charakteru takiej formy ćwiczeń. Wyniki badań wskazują, że dobra wymowa i płynność, którą uczniowie demonstrują przy śpiewaniu, nie zawsze zostaje automatycznie transferowana do normalnej komunikacji. Ćwiczenia ułatwiające transfer uważane są więc tu za konieczne (Thaler 1999:147).

Kolejnym, istotnym celem nauczania języka obcego jest osiągnięcie przez ucznia określonego poziomu kompetencji kulturowej. Zgodnie z założeniem podstawy programowej dla szkół gimnazjalnych treścią lekcji języka obcego powinno być „rozszerzenie komponentu kulturowo-cywilizacyjnego, z ukierunkowaniem na styl życia i zachowania w kraju języka docelowego“ (1998:50). Praktyczną realizację tego postulatu umożliwia w pewnym stopniu muzyczny wideoklip. Chociaż nie zawiera on typowych informacji krajoznawczych i realioznawczych, to jednak pozostaje on ciągle integralną częścią kultury danej społeczności językowej i przez to w naturalny sposób odzwierciedla specyficzne kulturowe treści. Praca z obcojęzycznym wideoklipem może dodatkowo pomóc w wytworzeniu świadomości interkulturowej i tolerancji wobec innych.

Na osobne podkreślenie zasługuje wreszcie możliwość rozwinięcia u uczniów kompetencji medialnej. Zajęcia szkolne, na których wykorzystywany jest wideoklip, mogą stać się okazją do zdobycia „umiejętności krytycznej analizy wartości oferty mediów“ (1998:67).

## 5. Praktyczne uwagi na temat pracy z wideoklipem

Kwestią, przed którą staje nauczyciel chcący wykorzystać teledysk na lekcji, jest odpowiedni wybór z szerokiej oferty programów muzycznych. Nadrzędnym kryterium powinna być przydatność dydaktyczna materiału, czyli możliwość realizacji dzięki takiej formie pracy podstawowych celów nauczania. Należy zwrócić uwagę na zrozumiałość akustyczną piosenki jak równieżygramatyczny i leksykalny stopień trudności tekstu. Nie bez znaczenia jest strona wizualna wideoklipu, od której oczekujemy oprócz walorów estetycznych, również funkcji wspomagającej zrozumienie całości utworu.

Z techniczno-organizacyjnego punktu widzenia warto wspomnieć o możliwościach pozyskania wideoklipu i tekstu piosenki. Nagranie piosenki z jakiegokolwiek kanału muzycznego na kasecie wideo nie powinno stwarzać większych problemów. Nieco więcej trudności może przysporzyć uczniom czy też nauczycielowi skompletowanie tekstów piosenek, choć nie jest to wbrew pozorom rzeczą bardzo trudną. Znaleźć je można albo na okładkach kaset, albo w czasopismach młodzieżowych lub też w sieci internetowej. Szukanie odpowiednich tekstów czy też nawet wybór wideoklipu można również powierzyć uczniom. Sposób ten może stać się okazją do kształtowania uczniów samodzielnych i decydujących o swoim procesie nauki.

Jest rzeczą oczywistą, że prezentowany materiał nie może przedstawiać scen budzących zastrzeżenia ze strony etycznej czy moralnej. Trzeba przy tym podkreślić, że

obecna w niektórych wideoklipach przemoc, agresja i seksualność to obecnie najpoważniejszy zarzut wysuwany pod adresem telewizji muzycznej.

## 6. Podsumowanie

Wideoklip, jak każde nowe medium, budzi zainteresowanie psychologów, pedagogów medialnych, socjologów czy też krytyków współczesnej kultury audiowizualnej. Jedni widzą w nim sztukę awangardową, nowy język wizualności końca XX wieku, inni zaś mało wartościowy produkt masowej popkultury i szczyt powierzchowności. Najczęściej przeważają jednak opinie, że jest to jedyna w swoim rodzaju mieszanka komercji ze sztuką, kultury wysokiej z popularną, mikstura przekazów, konwencji, gatunków filmowych i stylów.

Warto przy tym podkreślić, że wideoklip stał się integralną częścią kultury młodzieżowej i bez względu na nasze opinie tak na pewno pozostanie, zanim nie zostanie on wyparty przez kolejne nowe medium. Świadomość tego faktu wymusza na nauczycielach, w tym przede wszystkim na nauczycielach języków obcych, podjęcie próby wkomponowania tego narzędzia do procesu dydaktycznego. Zgodne jest to z postulatem współczesnej pedagogiki, która proponuje, aby traktować młodzież taką, jaka jest, wraz z jej socjalizacją, oczekiwaniami, zainteresowaniami i doświadczeniami medialnymi.

## Bibliografia

- Apelt, Walter; Koernig Heike. 1994. „Affektivität im Fremdsprachenunterricht (I)” *Fremdsprachenunterricht* 38, 161 – 168.
- Apelt, Walter; Koernig Heike. 1994. „Affektivität im Fremdsprachenunterricht (II)” *Fremdsprachenunterricht* 38, 241 – 247.
- Dublin, Fraida. 1974. „Pop, rock and folk music: an overlooked resource” *English Teaching Forum* 3, 1 – 6.
- Glogauer, Werner. 1998. *Die neuen Medien verändern die Kindheit, Nutzung und Auswirkungen des Fernsehens, der Videofilme, Computer- und Videospiele, der Werbung und Musikvideoclips*. Weinheim: Deutscher Studien Verlag.
- Jarecka, Urszula. 1999. *Świat wideoklipu*. Warszawa: Oficyna Naukowa.
- Podstawa Programowa Kształcenia Ogólnego. 1998.
- Szalek, Marek. 1992. *Sposoby podnoszenia motywacji na lekcjach języka obcego*. Poznań: Wydawnictwo reklamowe Art Print.
- Schmidbauer, Michael; Löhr, Paul. 1999. „See me, feel me, touch me! Das Publikum von MTV Europe und VIVA”. In: Klaus Neumann-Braun (Hgg.). *Viva MTV! Popmusik im Fernsehen*. Frankfurt am Main: Edition Suhrkamp, 325 – 351.
- Thaler, Engelbert. 1999. *Musikvideoclips im Englischunterricht. Phänomenologie, Legitimität, Didaktik und Methodik eines neuen Mediums*. München: Langenscheidt-Longman.
- Zimmermann, Rainer. 1994. „Videoclips im Englischunterricht”. *Fremdsprachenunterricht* 38, 93 – 100.

Agnieszka RUMIANOWSKA

## **Musikvideoclip im Fremdsprachenunterricht**

### **Zusammenfassung**

Der vorliegende Beitrag hat zum Ziel, die methodisch-didaktischen Aspekte der Verwendung von Musikvideoclips (MVC) im Fremdsprachenunterricht darzustellen. Ausgehend von der Frage nach dem motivationsfördernden Potential des neuen Mediums soll erörtert werden, inwieweit der MVC helfen kann, die Lernziele des Fremdsprachenunterrichts zu erreichen. Neben den theoretischen Überlegungen werden auch praktische Hinweise bezüglich der Auffindung passender MVC gegeben.