

УДК 811.161.1'243(072)

МЕДИАИНФОГРАФИКА КАК СРЕДСТВО НАГЛЯДНОСТИ НА ЗАНЯТИЯХ ПО РУССКОМУ ЯЗЫКУ КАК ИНОСТРАННОМУ

Л. Г. Шестернёва

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Беларусь, shesternjova@bsu.by*

Исследование посвящено изучению лингводидактического потенциала медиаинфографики в практике обучения русскому языку как иностранному. В настоящее время визуальная информация, аудио-изобразительный ряд, иллюстрирование, паралингвистические письменные средства становятся важнейшим элементом текстообразования. В таких текстах можно обнаружить богатый грамматический и лексический материал, относящийся к разным сферам общения, что позволяет использовать лингводидактический потенциал текстов с использованием медиаинфографики при формировании и развитии навыков и умений в разных видах речевой деятельности на занятиях по русскому языку как иностранному. Доказывается, что тексты медиаинфографики являются эффективным средством мотивации учащихся к изучению русского языка как иностранного: они стимулируют творческую активность, стремление к самообразованию, способствуют повышению интереса учащихся к языку и культуре страны изучаемого языка.

Ключевые слова: поликодовые тексты; инфографика; медиаинфографика; русский язык как иностранный; лингводидактический потенциал; лексика; грамматика.

MEDIA INFOGRAPHICS AS MEANS OF VISUALIZATION AT RUSSIAN AS A FOREIGN LANGUAGE CLASSES

L. G. Shesterneva

*Belarusian State University,
Kalvariyskaya St., 9, 220004, Minsk, Belarus, shesternjova@bsu.by*

The study is devoted to the study of the linguodidactic potential of media infographics in the practice of teaching Russian as a foreign language. Currently, visual information, audio-visual series, illustrations, paralinguistic writing tools are becoming the most important element of text formation. In such texts, one can find rich grammatical and lexical material related to different spheres of communication, which makes it possible to use the linguodidactic potential of texts using media infographics in the formation and development of skills and abilities in various types of speech activity in the classroom in Russian as a foreign language. It is proved that the texts of media infographics are an effective means of motivating students to learn Russian as a foreign language: they stimulate creative activity, the desire for self-education, help to increase students' interest in the language and culture of the country of the studied language.

Key words: polycode texts; infographics; media infographics; Russian as a foreign language; linguodidactic potential; vocabulary; grammar.

В современном мире актуальны следующие тенденции в обучении иностранным языкам: коммуникативность, разноуровневый подход, формирование творческого подхода, использование современных технических средств. Как никогда ранее, актуально формирование привычки к самообразованию, стремление к познанию, нестандартное

оригинальное мышление, настойчивость в изучении языка, самостоятельная работа студента/магистранта.

В современных условиях при подготовке будущих журналистов и специалистов в области PR, наблюдается тенденция к активному использованию поликодовых текстов, которые становятся важным инструментом коммуникации и обладают высоким лингвадидактическим потенциалом в практике преподавания РКИ.

Поликодовые, креолизованные, видеовербальные, семиотически сложные тексты впервые начали изучать с позиций семиотики, где изображение рассматривалось как особый знак, позже стали изучать взаимоотношения вербальных и невербальных знаков [1, с. 327]. Лингвисты не имеют единого мнения относительно термина «креолизованные тексты» и используют различную терминологию: «изовербальный комплекс» [2], или «изоверб» [3], «лингвовизуальный комплекс» [4], «видеовербальные тексты» [5], «семиотически осложнённые тексты» [6]. В работе Г. В. Ейгера и В. Л. Юхта был введён термин поликодовый текст, который был принят многими лингвистами: А. А. Бернацкой, Л. С. Большаковой, Л. М. Большиановой, А. Г. Сониным и др. Г. В. Ейгер и В. Л. Юхт утверждают, что «к поликодовым текстам в широком семиотическом смысле должны быть отнесены и случаи сочетания естественного языкового кода с кодом какой-либо иной семиотической системы (изображение, музыка и т.п.)» [7, с. 107]. Более подробно соотношение понятий «поликодовый текст» и «креолизованный текст» рассматривает в работе, например, О. И. Максименко [8]. Таким образом, *поликодовый текст* – это текст, в котором сообщение представлено вербальными и невербальными компонентами, взаимосвязанными в структурном и содержательном аспектах.

Целесообразность использования поликодовых текстов для эффективного усвоения учебной информации объясняется тем, что такие тексты содержат визуальный образ, который повышает восприятие почти наполовину. Поликодовые тексты отражают национальный характер носителей данного языка; содержат большой объём лингвострановедческой информации, что позволяет формировать у учащихся представление о нормах поведения, обычаях и традициях носителей изучаемого языка; стимулируют творческую активность и стремление к самообразованию. Жанры поликодовых текстов разнообразны, и их список постоянно расширяется. С точки зрения воздействия на различные органы чувств, поликодовые тексты можно условно разделить на три группы:

- 1) визуальные;
- 2) аудиальные;
- 3) аудиовизуальные.

Жанры поликодовых текстов разнообразны, и их список постоянно расширяется, их можно условно разделить на три группы: визуальные, аудиальные и аудиовизуальные. Внимание современных исследователей привлекают поликодовые интернет-тексты, которые могут использоваться в процессе обучения РКИ.

- *Демотиватор* включает в себя расположенное на черном или синем фоне изображение или надпись и лаконичный комментарий-слоган (чаще белым шрифтом). Среди особенностей демотиватора исследователи выделяют сочетание в его структуре изображения (фотографии или рисунка) и нестандартной, неожиданной подписи к нему.

- *Интернет-комиксы* являются разновидностью интернет-мемов. Интернет-комиксы отличаются от традиционных комиксов минимализмом оформления и наличием шаблонных элементов. Такие комиксы выглядят не очень неаккуратно, однако вызывают у пользователей интерес и положительные эмоции благодаря юмористическому сюжету.

- *Мэм/эдвайс* представляет собой соединение изображения определенного персонажа на квадратном поле и подписи, которая отражает типичное стереотипное мышление или поведение этого героя.

Среди поликодовых текстов, получивших широкое распространение в СМИ (демотиватор, карикатура, фотоизображение, рисунок, коллаж), особое место занимает медиаинфографика – сочетание текста и графики, визуальное представление информации с целью ее быстрой и четкой передачи. По мнению Я. В. Лайковой, «инфографика – это разновидность креолизованного текста, смысл которого заложен одновременно в двух плоскостях – вербальной и невербальной. И здесь визуализация имеет решающее значение: дизайнер использует те изобразительные компоненты, которые помогают правильной интерпретации текста (композиция, форма и контрформа, цвет, шрифт и др.)» [9, с. 41].

На сегодняшний день инфографика является важным помощником в обучении студентов на всех уровнях. Инфографику включают преимущественно на уровне В1, поскольку именно на этом этапе студенты уже могут обсуждать информацию в минигруппах, но можно включать инфографику и на элементарном уровне обучения [10]. Как отмечает Алексей Новичков, руководитель отдела инфографики РИА-

Новости, «ценность инфографики заключается в том, что она позволяет представить серьезный объем полезной или важной информации для пользователя в максимально удобном и простом виде» [11].

Как известно, в практике преподавания РКИ медийный текст является одним из важнейших средств обучения. Медиатекст как один из форматов медиаинфографики привлекает все большее внимание преподавателей русского языка как иностранного оригинальностью материала, или аутентичностью, возможностью использования при работе со студентами разных уровней владения русским языком, начиная от элементарного (ТЭУ/А1) и заканчивая четвертым уровнем (ТРКИ-IV/С2), тематическим разнообразием информации, актуальностью, визуализацией данных (компактное изложение и четкая организация информации способствуют лучшему усвоению материала учащимися), размещение медиаинфографики в открытом доступе.

Медиаинфографика, как уже отмечалось, является важным дидактическим инструментом в преподавании РКИ и должна быть включена в учебный процесс. Приведем конкретные примеры использования инфографического материала на занятиях по русскому языку как иностранному.

Медиаинфографика как средство обучения аспектам языка.

1. Средство обучения лексике

Пример 1. В инфографике «Портрет белорусской семьи» (<https://www.belta.by/infographica/view/portret-belorusskoj-semji-20753/>), «Семья и брак в современной России» (<https://ria.ru/20190805/1557121163.html>) можно:

- проанализировать и составить портрет типичной белорусской / китайской семьи,
- ввести в активное употребление понятий *полная/ неполная семья, бездетная семья, благополучная / неблагополучная семья; средний возраст вступления в брак, супружество, родительство;*
- закрепить тему «Количественные и порядковые числительные»;
- обсудить проблемы подростков семье, их желания и стремления.

Пример 2. Инфографика по теме «СПОРТ» (https://socportal.info/ru/archive/youtube_opredelil_samye_populjarnye_vidy_sporta_v_mire/) наглядно представляет лексику, связанную с разными видами спорта, их популярностью на всех континентах, олимпийскими играми. Материал может быть использован как на этапе введения новой лексики по теме, так и на этапе контроля. Параллельно с номинациями, называющими виды спорта (*биатлон, фристайл, баскетбол, волейбол, хоккей* и др.), могут быть введены названия спортсменов, которые

занимаются данными видами спорта (*биатлон – биатлонист – биатлонистка, фристайл – фристайлист – фристайлистка* и т.д.).

Пример 3. Лексическая тема «НОВЫЙ ГОД» богато представлена в медиаинфографике на сайтах новостных агентств ТАСС, РИА Новости, БелТА, БелаПАН, Sputnik; портале tut.by и др. Изучение темы целесообразно начинать со знакомства с особенностями празднования Нового года у белорусов и русских (презентация на тему Нового года, текст с предтекстовыми и послетекстовыми заданиями), и только после вхождения в лексическую тему, накопления лексического и фактического материала предложить работу по инфографике. Примеры медиаинфографики позволяют сравнить Деда Мороза и Санта Клауса, изучить новогодние мечты начальника и подчинённых, отметить общее и разное у всеми любимого новогоднего салата оливье (классический рецепт французского повара Люсьена Оливье и современный рецепт) и т. д.

Например, можно привлечь медиаинфографику «Новогодние планы россиян» <https://ria.ru/20101224/312865095.html> или материал о том, какое самое популярное блюдо на новогоднем столе у белорусов <https://news.tut.by/go/666764.html>. В зависимости от подготовленности группы будут варьировать и задания, которые предложит преподаватель. Так, для студентов уровня А1, недавно приступивших к изучению русского языка, можно попросить прочитать содержимое инфографики и затем высказать свое отношение к прочитанному, используя конструкции: «Мне тоже нравится встречать Новый год...»; «Мои друзья предпочитают...»; «Я (не) согласен, что...»; «Я думаю, что...»; а также подумать, какие еще вопросы могли бы быть заданы участникам социального опроса, и спрогнозировать возможные ответы. Студентам уровня В1 можно предложить рассмотреть слайд и описать увиденное, а затем прокомментировать полученную информацию, сделав резюме на тему: «Что планируют делать россияне на Новый год?». Возможно привлечь обучающихся к участию в дискуссии с небольшими выступлениями (3–5 фраз) на заданную тему:

- «Новый год – семейный праздник?»;
- «Новый год – праздник для детей»;
- «Новый год – время зимней сказки»;
- «Новогодний подарок: шоколадка или автомобиль?»;
- «Новогодние каникулы: плюсы и минусы» и т.п.

По данной медиаинфографике можно задавать следующие вопросы, актуализирующие активную лексику и отработать окончания в предложном падеже: *Где россияне собираются праздновать Новый*

год? (дома, на даче, в ресторане, в другом городе, на море, с друзьями, в компании, на курорте, на Эвересте, в магазине, в кафе, на пикнике, в аэропорту и др.; закрепить правильное употребление количественных числительных в русском языке ответив на вопрос: **Какую сумму в рублях россияне собираются потратить на новогодние подарки?**

На образовательной платформе БГУ Ms Moodle магистрантам факультета журналистики первого года обучения по дисциплине «Русский язык в современной коммуникации» было предложено это задание с использованием медианфографики. В качестве домашнего задания нужно было подготовить собственный проект инфографики на тему «Новый год в моей стране».

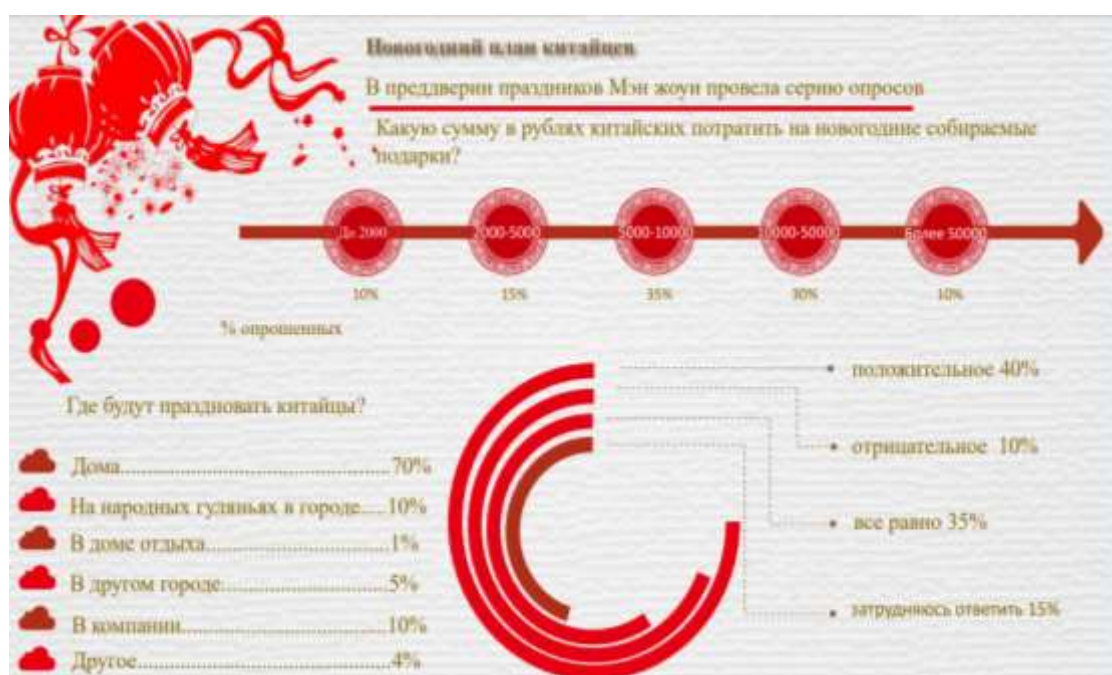


Рисунок – Медиаинфографика магистрантки факультета журналистики Мэн Жоуи, представленная на образовательном портале БГУ Ms Moodle

2. Средство обучения грамматике

Пример 4. Медиаинфографика «Чем гордится русский человек» (<https://pravoslavie.fm/interested/infografika-religiya-patriotizm-i-tradicionnie-cennosti-v-nashey-jizni/>) может быть использована для закрепления темы «Творительный падеж». На ней представлены ответы россиян на вопрос «Чем гордится русский человек?». Студентам можно задать вопрос «Чем/кем гордится гражданин Китая?», где нужно правильно поставить имя существительное в творительный падеж: культурой, наукой, Конфуцием, природой, армией, традициями и др.

Пример 5. Медиаинфографика по теме «БЕЗРАБОТИЦА» (<https://uz.sputniknews.ru/infographics/20190201/10696577/>) позволяет отработать грамматику при изучении темы «Сочетание дробных числительных с существительными», так и актуализировать знания в контексте других лексико-грамматических тем, так как здесь представлена информация в процентах о мужской и женской безработице, безработице среди молодёжи.

Пример 6. Тема коронавируса затронула абсолютно все мировые СМИ, телеграфные агентства и т.д. На инфографических примерах (<https://www.belta.by/infographica/view/koronavirus-covid-19-20076/>) можно одновременно изучить новую лексику (*одышка, тошнота, диарея, тахикардия*) на русском языке о болезни и в грамматическом аспекте закрепить употребление форм винительного падежа (*пить воду, принимать лекарства, укреплять иммунитет, использовать маску*), предложного падежа (*боль в горле, в груди*), творительного падежа (*головные боли с тошнотой и общей слабостью*).

Медиаинфографика выступает в качестве источника фоновой информации знаний о культуре страны изучаемого языка. Фоновые знания – это обоюдное знание реалий говорящим и слушающим, которые представляют собой идеальную модель внешнего мира, они являются основой языкового общения, когда коммуниканты принадлежат к различным лингвокультурным общностям.

Необходимость достижения взаимопонимания между людьми разных национальностей в ходе диалога культур обязывает искать новые подходы к проблеме языка и культуры в ряду некоторых условий. Изучение «чужого» языка – это постижение языковой картины мира его носителей. Однако познать культуру другой страны зачастую нелегко. Это связано с тем, что у разных народов предметы и явления могут быть совершенно разными, потому что они живут и функционируют в разных мирах и культурах. Например, источником фоновой информации о культуре и народах, является инфографика на тему «СВАДЬБА» (<https://ria.ru/20130125/919785117.html>). Здесь можно увидеть особенности составления бюджета на свадьбу, познакомиться со свадебными атрибутами и традициями, получить ответы на вопросы: как и где появилась традиция бросать свадебный букет подружкам и бить на счастье посуду, почему так популярен Марш Мендельсона и др.

Таким образом, медиаинфографика как разновидность поликодового текста обладает большим дидактическим потенциалом в практике преподавания РКИ, поскольку характеризуется аутентичностью материала, тематическим разнообразием, актуальностью, визуализацией

данных, компактным изложением и четкой организацией информации. В арсенале преподавателя русского языка как иностранного должен присутствовать инфографический материал и грамотно составленные упражнения к нему, поскольку все это способствует активизации речевой деятельности обучающихся и делает процесс изучения языка более увлекательным, повышает мотивацию студентов.

Библиографические ссылки

1. *Якобсон Р. О.* Язык в отношении к другим системам коммуникации // Избранные работы. М. : Наука, 1985. С. 319–321.
2. *Бернацкая А. А.* Подпись как тип текста // Проблемы лингвистического анализа текста и коммуникации. Иркутск : Педагогический институт, 1987. С. 8–128.
3. *Михеев А. В.* О некоторых типах взаимодействия изображения и текста // Типы коммуникации и содержательный аспект языка: сборник научных трудов. М. : Институт языкознания, 1987. С. 191–199.
4. *Большаянова Л. М.* Внешняя организация газетного текста поликодового // Типы коммуникации и содержательный аспект языка. М. : Институт языкознания, 1987. С. 50–56.
5. *Пойманова О. В.* Семантическое пространство видеовербального текста: дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19. М., 1997.
6. *Протченко А. В.* Типологические и функционально-стилистические характеристики англоязычного путеводителя: дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04. Самара, 2006.
7. *Ейгер Г. В., Юхт В. Л.* К построению типологии текстов // Лингвистика текста: материалы научной конференции при Московском государственном педагогическом институте иностранных языков им. М. Тореза: в 2 ч. Ч. I. М., 1974. С. 103–109.
8. *Максименко О. И.* Поликодовый vs. Креолизованный текст: проблема терминологии // Вестник РУДН. Серия «Теория языка. Семиотика. Семантика». 2012. № 2. С. 93–103.
9. *Лайкова Я. В.* Инфографика в СМИ разного типа // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2014. № 4. С. 41–53.
10. *Павлушова Е. А., Шкабара Н. И.* Применение новых форм обучения русскому языку как иностранному (элементарный уровень обучения). Инфографика [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/primenenie-novyh-form-obucheniya-russkomu-yazyku-kak-inostrannomu-elementarnyy-uroven-obucheniya-infografika/viewer> (дата обращения: 17.12.2020).
11. *Новичков А.* Виды инфографики [Электронный ресурс]. URL: <http://comagency.ru/vidy-infografiki> (дата обращения: 10.12.2020).