

Зубарева Татьяна Вадимовна

преподаватель,
Витебский государственный университет
имени П.М. Машерова, Витебск
e-mail: tanyazubareva97@mail.ru

РЕКЛАМНЫЙ ТЕКСТ КАК ДИДАКТИЧЕСКАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ПРИ ОБУЧЕНИИ РКИ

Аннотация: рассматривается возможность использования рекламных текстов при формировании коммуникативных умений на занятиях по РКИ, предлагаются варианты заданий, которые может применять преподаватель при обучении иностранных студентов чтению, говорению, аудированию, письму.

Ключевые слова: русский язык как иностранный, рекламный текст, речевая деятельность.

Zubareva Tatyana

Instructor
Vitebsk State University after P.M. Masherov, Vitebsk
e-mail: tanyazubareva97@mail.ru

ADVERTISING TEXT AS A DIDACTIC COMPONENT IN TEACHING RUSSIAN AS A FOREIGN LANGUAGE

Abstract: The article is dedicated to the possibility of using advertising texts in the formation of communication skills in Russian as a foreign language classes. It offers options for tasks that can be used by teachers when teaching foreign students to read, speak, listen, and write.

Keywords: Russian as a foreign language, advertising text, speech activity.

Необходимость совершенствования профессиональной подготовки иностранных студентов-филологов определяет возможность включения в систему учебных лингвометодических средств рекламного текста благодаря богатому спектру коммуникативных, собственно языковых средств, заключенных в нем [1, с. 28].

Реклама (франц. *réclame*, от лат. *reclamo* – выкрикивать) – объявление, плакат, содержащие сведения о чем-нибудь для потребителя и имеющие целью создать широкую известность товару и привлечь потребителей [4, с. 665].

Специфические качества рекламного текста позволяют использовать его в качестве дидактического материала на уроках РКИ так же, как и фрагменты художественных фильмов, тексты произведений художественной литературы и учебные тексты различных стилей и жанров.

Задача преподавателя – подготовить занятие таким образом, чтобы заинтересовать, вовлечь в активную работу наибольшее количество учащихся. При активной деятельности студентов в учебном процессе повышается уровень усвоенности материала, что вызывает прочное закрепление в памяти сообщаемых сведений, а также содействует более стремительному и качественному развитию и совершенствованию умений и навыков. Все это позволит стимулировать интерес иностранных студентов к изучению русского языка [2, с. 64].

На занятиях по РКИ необходимо применять различные формы и приемы работы со студентами, позволяющие оптимально использовать учебное время, добиваясь максимальной производительности обучения.

По дидактическому назначению рекламный текст является условно учебным материалом, однако это существенное аудиовизуальное средство воздействия, которое управляет зрительным, слуховым и эмоциональным каналами человека.

В рекламном тексте выявляется ряд экстралингвистических «достоинств»:

– краткость (любая реклама представляет собой свернутый иногда до фразы, девиза, текст: чем короче текст, тем больше вероятности, что человек его прочтает, прослушает до конца);

– широкая распространенность и доступность (через Интернет, масс-медиа и др.);

– опора на общеизвестные реалии.

В основу отбора рекламных текстов для обучения РКИ нами положены следующие принципы:

– методическая целесообразность;

– тематическая и профессионально-коммуникативная ценность;

– доступность и «посильность» (соответствие этапу обучения, образовательным и языковым возможностям учащихся при учете их будущих профессиональных интересов);

– репрезентативность, лингвострановедческая ценность, позитивность текстового материала [3, с. 3 – 9].

Рекламный текст может быть использован при обучении всем видам речевой деятельности:

1. Для отработки навыков *чтения* студентам предлагаются печатные рекламные тексты, которые также необходимо проанализировать, выполняя следующие задания:

– подобрать синонимы / антонимы к указанным словам;

– найти существительные / прилагательные, определите их род;

– найти однокоренные слова, определить их значение;

– образовать от глаголов существительные со значением процесса, от прилагательных – существительные со значением признака;

– выявить в тексте языковые средства выразительности и т.д.

2. С целью развития и совершенствования навыков *устной коммуникации* студентам можно предложить задания, предполагающие использование как печатной, так и аудиовизуальной рекламы, например:

– создание текста на основе просмотренного видеоролика: студенты смотрят телевизионную рекламу без звукового сопровождения; задача – подготовить аудиоряд;

– создание рекламного текста, в том числе по предложенному началу.

3. Не менее важной представляется выработка у иностранных студентов навыков *письма*. Обучение русской графике и законам грамматики на начальном этапе продолжается на более высоком уровне при работе с текстами, в том числе рекламного характера. Так, можно предложить студентам следующие упражнения:

– выявить в предложенном рекламном тексте главную мысль и трансформировать текст до одного предложения;

– расширить рекламный текст, используя однородные члены предложения;

– определить частеречную принадлежность каждого слова рекламного текста;

установить частотность использования различных частей речи в рекламном тексте;

– произвести морфемный и словообразовательный анализ отдельных лексем, что в ряде случаев позволит установить подтекст;

– изменить грамматическую структуру предложения рекламного текста путем изменения форм входящих в него слов и т.д.

4. Одним из самых сложных навыков, которые необходимо развить у студентов при обучении РКИ, является *аудирование*, так как, в отличие от чтения, прослушивание требует осмысления в режиме реального времени. В этом случае можно воспользоваться прослушиванием радио- или телерекламы. Такая работа способствует развитию фонематического слуха:

– студентам предлагается прослушать текст рекламы и затем дописать в заранее подготовленные преподавателем распечатанные тексты недостающие слова, например:

– текст аудиорекламы: *Спешите приобрести новую стиральную машину «Indesit», которая обладает уникальными возможностями и работает в семь раз быстрее. При этом машина выполняет деликатную стирку. Торопитесь, тест-драйв уже скоро;*

– текст для студентов: *Спешите _____ новую стиральную _____ «Indesit», которая _____ уникальными возможностями и работает в семь раз _____. При этом машина выполняет деликатную _____. Торопитесь, тест-драйв уже _____.*

Подобные задания могут выполняться индивидуально и в группах. Они способствуют вовлечению иностранных студентов в творческий созидательный процесс, формируют стремление к речевому совершенствованию.

Работа с дидактическим материалом, содержащим рекламный текст, позволит не только развить универсальные коммуникативные навыки студентов-иностранцев, но и научит их оформлять свои мысли в устной и письменной форме с учетом жизненных ситуаций, выбирать адекватные языковые средства для успешного решения коммуникативных задач.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Кохтев, Н.Н. Реклама: искусство слова. Рекомендации для составителей рекламных текстов / Н. Н. Кохтев. – М. : МГУ, 2004. – 96 с.
2. Лapidус, Б.А. Интенсификация процесса обучения иноязычной устной речи: (Пути и приемы) / Б.А. Лapidус. – М. : Высш. шк., 1970. – 223 с.
3. Слесарева, И.П. Проблемы описания и преподавания русской лексики / И.П. Слесарева. – М. : Русск. яз., 1980. – С 3 – 9.
4. Толковый словарь русского языка: в 4 т. / Под ред. Д.Н. Ушакова. – М. : ТЕРРА – Книжный клуб, 2007. – 752 с.