

НАУЧНАЯ СТАТЬЯ / ORIGINAL ARTICLE

УДК / UDC 81'42+811.161.1

<https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-767-778>

Шифр научной специальности 5.9.5

Дидактический потенциал аутентичных рекламных текстов на занятиях по русскому языку как иностранному

Марина Викторовна ТЕРСКИХ , Ольга Анатольевна ЗАЙЦЕВА 

ФГАОУ ВО «Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского»

644077, Российская Федерация, г. Омск, просп. Мира, 55-А

terskihm@mail.ru

Аннотация. Изучен дидактический потенциал текстов современной коммерческой рекламы на занятиях по русскому языку как иностранному. В теоретической части исследования авторы обращались к зарубежному опыту рассмотрения аутентичных материалов в качестве средства формирования коммуникативной компетенции при обучении иностранным языкам. Систематизированы подходы к понятию аутентичных материалов, принципам их отбора и алгоритмам применения в педагогической практике. Рекламный текст рассмотрен и как средство совершенствования языковой компетенции, и как инструмент интеграции компонентов культуры в процесс обучения, выявлены достоинства и недостатки рекламных текстов в аспекте их лингвометодической функции, сформулированы критерии отбора рекламных материалов для занятий по русскому языку как иностранному. В качестве практического материала представлен алгоритм работы с рекламными текстами на разных уровнях владения русским языком, предложены образцы заданий для использования на занятиях по русскому как иностранному в соответствии с тремя классическими этапами работы с текстом: подготовительным (преддемонстрационным), познавательным (демонстрационным) и закрепляющим (постдемонстрационным). В работе нашли применение такие методы исследования, как описательно-аналитический метод, метод систематизации и классификации, метод проектирования, а также коммуникативная методика обучения иностранному языку.

Ключевые слова: русский язык как иностранный, аутентичный материал, языковая компетенция, социокультурная компетенция, коммуникативная компетенция, аутентичный текст, коммуникативная дидактика, дидактический потенциал, рекламный текст

Для цитирования: Терских М.В., Зайцева О.А. Дидактический потенциал аутентичных рекламных текстов на занятиях по русскому языку как иностранному // Неофилология. 2023. Т. 9. № 4. С. 767-778. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-767-778>



Материалы статьи доступны по лицензии [Creative Commons Attribution \(«Атрибуция»\) 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) Всемирная



Didactic potential of authentic advertising texts in Russian as a foreign language classes

Marina V. TERSKIKH  , Olga A. ZAYTSEVA 

Dostoevsky Omsk State University
55-A Mira Ave., Omsk, 644077, Russian Federation
 terskih@mail.ru

Abstract. The didactic potential of the texts of modern commercial advertising in Russian as a foreign language classes is studied. In the theoretical part of study, the authors turned to the foreign experience of considering authentic materials as a means of developing communicative competence in teaching foreign languages. Approaches to the concept of authentic materials, the principles of their selection and algorithms of application in pedagogical practice are systematized. The advertising text is considered both as a means of improving linguistic competence and as a tool for integrating cultural components into the learning process, the advantages and disadvantages of advertising texts in terms of their linguo-methodological function are identified, and criteria for selecting promotional materials for classes in Russian as a foreign language are formulated. As a practical material, an algorithm for working with advertising texts at different levels of Russian language proficiency is presented, sample tasks are proposed for use in Russian as a foreign language classes in accordance with the three classical stages of working with text: preparatory (pre-demonstration), cognitive (demonstration) and reinforcing (post-demonstration). In the work, such research methods as the descriptive-analytical method, the method of systematization and classification, the design method, as well as the communicative method of teaching a foreign language are used.

Keywords: Russian as a foreign language, authentic material, linguistic competence, sociocultural competence, communicative competence, authentic text, communicative didactics, didactic potential, advertising text

For citation: Terskikh, M.V., & Zaytseva, O.A. Didactic potential of authentic advertising texts in Russian as a foreign language classes. *Neofilologiya = Neophilology*, 2023;9(4):767-778. (In Russ., abstract in Eng.) <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-767-778>



This article is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



ВВЕДЕНИЕ

В последние несколько десятилетий мы можем наблюдать растущий интерес к использованию аутентичных материалов в практике преподавания иностранных языков. Кроме того, с развитием технологий материалы такого типа становятся более доступными, особенно в цифровых форматах. Несмотря на то, что эти материалы в основном предназначены для непедагогического использования, они могут быть ценным ресурсом для изучения русского как иностранного языка. Очевидно, вместе с тем, что эффек-

тивное использование аутентичных (оригинальных) текстов для целей преподавания и обучения требует системного, методически продуманного подхода. Цель данного исследования – рассмотреть преимущества использования аутентичных материалов (на примере аутентичных рекламных текстов) в практике обучения иностранным языкам, выявить проблемы, которые возникают при работе с текстами такого рода, предложить алгоритм использования оригинальных текстов малых жанров на занятиях русского как иностранного (РКИ).

АУТЕНТИЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ В ПРАКТИКЕ ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ

Для начала остановимся на базовом для нашего исследования понятии аутентичных («естественных») материалов, которые являются средством формирования языковой и социокультурной компетенций.

Вопрос об аутентичности материалов, используемых в процессе обучения иностранному языку, является достаточно дискуссионным. Рассмотрим ряд определений данного понятия для того, чтобы выявить ключевые признаки аутентичности.

1. Аутентичные тексты (либо письменные, либо устные) – это те, которые предназначены для носителей языка: они являются реальными текстами, созданными не для студентов, изучающих язык, а для носителей рассматриваемого языка¹.

2. Под аутентичным мы понимаем любой материал, который не был специально подготовлен для целей преподавания языка².

3. Аутентичными являются реальные тексты, не написанные в педагогических целях³.

4. Аутентичные материалы – это материалы, созданные для достижения определённой социальной цели в языковом сообществе [1, p. 144].

5. Аутентичные материалы – это материалы, которые изначально были направлены на аудиторию, говорящую на родном языке⁴.

6. Текст обычно считается текстуально аутентичным, если он написан не в учебных, а в реальных коммуникативных целях [2, p. 324].

Все приведённые выше определения ориентированы на происхождение материала и основаны на идее, что текст является ау-

тентичным тогда и только тогда, когда он предназначен для аудитории, для которой язык, на котором написан текст, является родным. В отличие от аутентичных материалов неаутентичные материалы специально предназначены для изучения языка. Неаутентичные материалы, как правило, определяются как тексты, которые специально создаются или адаптируются специалистами в педагогических целях. При этом язык в неаутентичных текстах зачастую предстаёт искусственным и неизменным. Цель текстов такого типа – демонстрация того, как правила языковой системы функционируют в предложениях, неаутентичный текст – это «пример использования языка, а не его реальное использование»⁵.

С нашей точки зрения, аутентичные материалы представляют собой широкий спектр аудиовизуальных и письменных текстов, которые изначально были созданы носителями того или иного языка для носителей этого же языка и не были предназначены для педагогического использования. Ценность материалов такого рода заключается преимущественно в их максимальном соответствии реальной коммуникативной практике. При этом, как отмечают П. Молина и Ж. Альфонсо-Варгас, «использование подлинных материалов по-прежнему ограничивается избранной группой учёных, а не является широко распространённой практикой» [3, p. 119].

Исследования, ориентированные на определение роли аутентичных материалов в развитии коммуникативной компетенции учащихся, демонстрируют положительные результаты такого педагогического подхода. Так, А. Гилмор представил сопоставительный анализ результатов использования аутентичных ресурсов и классических учебников. Полученные данные свидетельствуют о том, что использование подлинных материалов и упражнений, созданных на базе оригинальных текстов, является более эффективным, чем учебники, средством формирования и развития языковых, прагматических, социально-прагматических, стратегических и

¹ Harmer J. The practice of English language teaching. Harlow: Longman, 2001. P. 146.

² Nunan D. Designing tasks for the communicative classroom. Cambridge: Cambridge University Press, 1989. P. 54.

³ Wallace C. Reading. Oxford: Oxford University Press, 1992. P. 145.

⁴ Wilkins D. Notional Syllabuses: a taxonomy and its relevance to foreign language curriculum development. Oxford: Oxford University Press, 1976. P. 79.

⁵ Widdowson H.G. Aspects of language teaching. Oxford: Oxford University Press, 1990. P. 43.

дискурсивных компетенций учащихся [4]. Высокая результативность обращения к аутентичным текстам связана, в частности, с возможностью изучать иностранный язык без отрыва от его дискурсивных особенностей.

Аналогичные результаты мы видим в исследовании Л. Сегени «Развитие коммуникативной и прагматической компетентности учащихся с использованием аутентичных языковых данных»: в рамках проведённого эксперимента автор обратил внимание на то, что оригинальные тексты вызывали больший интерес у студентов, в целом воспринимались ими более позитивно⁶. Кроме того, респонденты отмечали, что работа с подлинными языковыми материалами повышала их уверенность в себе, формировала у них ощущение использования языка в реальной коммуникативной ситуации, позволяла совершенно естественным путем создавать комплекс высказываний, направленных на уточнение корректности понимания интенции, смысла и т. п. Исследователь приходит к заключению, что при изучении иностранного языка необходимо делать акцент на различных компонентах коммуникативного подхода. Л. Сегени также высказывает предположение, что грамматика, произношение, лексика лучше усваиваются, когда студенты опираются на аутентичные материалы с понятными коммуникативными целями, а не на искусственно созданные и искусственно звучащие тексты учебников⁷.

Исследование «Влияние подлинных материалов и задач на коммуникативную компетентность учащихся в школе колумбийского языка» [5] также показало, что использование аутентичных ресурсов повышает коммуникативную компетентность изучающих английский язык. Вместе с тем авторы отмечают, что успешная реализация такого подхода к изучению иностранного языка в значительной степени определяется опытом учителя, в том числе его умением оказывать

педагогическую поддержку учащимся во время работы с аутентичными текстами. Очень важна грамотная интеграция оригинальных материалов в план урока: это не должно быть изолированное использование подлинных текстов, необходимо тщательно планировать эффективные переходы между предшествующей, фактической и последующей деятельностью.

Кроме того, лингвистами были тщательно изучены преимущества подлинных материалов для развития навыков аудирования, изучения лексики и понимания прочитанного. Л. Гадерпанахи в статье «Использование аутентичных аудиальных материалов для развития понимания на слух в классе EFL» [6] отмечает, что ученики, которые слушали аутентичные аудиозаписи носителей языка, значительно улучшили своё восприятие на слух. Важно подчеркнуть при этом важную роль упражнений перед прослушиванием и во время него. Так, во время первого прослушивания учитель приостанавливал устный текст после нескольких предложений и просил учеников идентифицировать словарные элементы, которые они практиковали на этапе перед прослушиванием. Затем студенты слушали текст ещё несколько раз с целью определить основную идею и вспомогательные детали. В число дополнительных задач входили ответы на вопросы и определение конкретной информации, которую они впоследствии обсуждали со своими одноклассниками.

Результативность обращения к аутентичным видеороликам на иностранном языке рассмотрена в статье О. Крайова и Т. Цыбанюк «Использование подлинных видеоматериалов при обучении аудированию». По мнению исследователей, можно отметить следующие преимущества работы с подлинным аудиовизуальным контентом: 1) доступ к аутентичной информации о культуре страны/народа; 2) повышение мотивации аудитории при изучении иностранного языка; 3) естественное использование языка в устной коммуникации, приближенной к реальному обмену информацией [7]. В качестве рекомендации авторы предлагают преподавателям проведение следующей подготовительной работы: 1) подбор аутентичных тек-

⁶ *Sequeni L. Developing learners' communicative and pragmatic competence using authentic language data* [Unpublished doctoral dissertation]. Nigeria: Biskra University, 2016. P. 44. <https://bu.unc.edu.dz/theses/anglais/SEG1393.pdf>

⁷ *Ibid.* P. 362.

стов с учётом интересов и потребностей студентов; 2) предпросмотр, направленный на подготовку студентов к обсуждению какой-либо информации; 3) предварительное изучение новой лексики; 4) разбор грамматических конструкций, актуальных для выполнения той или иной коммуникативной задачи.

Одним из актуальных остаётся вопрос целесообразности обращения к оригинальным текстам при изучении новой лексики. Так, в статье Н. Ганбари с соавт. [8] представлен анализ эффективности использования аутентичных материалов при введении новой лексики. В исследовании участвовали две группы студентов, одна из которых использовала интернет-газету в качестве аутентичного материала для словарной практики, в то время как другая группа опиралась исключительно на свой учебник английского языка. Анализ показал, что группа, которая использовала аутентичный материал, продемонстрировала более высокие результаты в освоении новой лексики, чем группа, которая использовала только учебник.

Итак, на основании анализа научной литературы мы можем прийти к следующему выводу. Аутентичные тексты являются ценным материалом при изучении иностранного языка. К их достоинствам можно отнести следующие факторы [9–14]:

1) работа с оригинальными текстами позволяет более результативно осваивать новую лексику;

2) обращение к аутентичным текстам повышает интерес и мотивацию аудитории в процессе обучения иностранному языку;

3) взаимодействие с подлинными текстами формирует у студентов ощущение реалистичности коммуникативной ситуации, уверенность в своих силах, если обучающемуся придётся использовать иностранный язык в естественной коммуникации, облегчает переход от занятий в аудитории к реальной коммуникации;

4) работа с аутентичными текстами повышает концентрацию и вовлечённость студентов в образовательную деятельность;

5) материалы такого типа полезны для формирования и развития межкультурной компетентности.

Очевидно, однако, что у использования аутентичных материалов при обучении иностранному языку есть не только преимущества, но и недостатки. В зарубежных источниках отмечаются следующие сложности, которые возникают при обращении студентов к неадаптированным текстам, и недостатки данной образовательной технологии:

1) поиск соответствующих материалов и разработка сопровождающих их упражнений требуют от преподавателя довольно высокого методического мастерства (гораздо проще – и порой эффективнее – работать с учебником, задания в котором методически выверены специалистами) [15];

2) использование текстов, не соответствующих уровню учащихся, может вызвать разочарование и демотивацию [16];

3) плохо продуманные упражнения или сопровождающие работу с аутентичными текстами обучающие мероприятия также могут препятствовать получению необходимых результатов обучения;

4) быстрое устаревание аутентичных материалов приводит к необходимости тратить больше времени на поиск новых образцов и подготовку заданий [17];

5) в ряде случаев использование аутентичных материалов не может обеспечить необходимую результативность (некоторые специалисты полагают, что аутентичные материалы могут быть непригодны для обучения чтению и грамматике, и рекомендуют прибегать к сочетанию аутентичных и неаутентичных ресурсов [18]);

6) культурные аспекты в подлинных материалах порой требуют слишком много времени для объяснения контекстуальных особенностей.

Однако необходимо понимать, что учебная аудитория является безопасной средой для обучения, в конечном же итоге студентам нужно будет использовать иностранный язык вне класса, поэтому крайне важно применять подлинные материалы, которые будут систематически ориентировать учащихся на процесс естественной коммуникации. Использование трехкомпонентного цикла работы с аутентичными материалами (преддемонстрационный, демонстрационный, по-

стдемонстрационный) в совокупности с грамотно продуманными заданиями позволяет добиться высоких результатов в формировании коммуникативной компетенции.

РЕКЛАМНЫЕ ТЕКСТЫ В ПРАКТИКЕ ПРЕПОДАВАНИЯ РКИ

Рекламные тексты обладают серьёзным лингвометодическим потенциалом и могут использоваться как средство формирования коммуникативной компетенции учащихся в процессе обучения РКИ. Кроме того, рекламные материалы содержат все достоинства аутентичных текстов, которые включены в процесс обучения. Они вполне могут дополнять языковую среду, а в некоторых случаях компенсировать её отсутствие на занятии по РКИ и за его пределами.

В качестве преимуществ рекламных текстов можно назвать следующие их черты: широкую доступность и распространённость, лаконичность, опору на общеизвестные реалии (рекламируемые объекты), наличие всего спектра единиц и фактов русского языка, включённых в учебные программы, демонстрацию живой, современной русской речи. Немаловажным является и аспект, связанный с формированием лингвострановедческой компетенции.

Некоторые исследователи считают, что работу с неадаптированными рекламными текстами целесообразно начинать на продвинутом уровне изучения иностранного языка, поскольку восприятие таких текстов предполагает наличие определённых фоновых знаний у обучающихся [19]. Действительно, многие рекламные тексты построены на прецедентных феноменах, содержат трудные для понимания и интерпретации линвокультуремы, однако рекламный дискурс неоднороден, в нём всегда можно найти доступные для восприятия примеры, которые можно использовать без адаптационной обработки на базовом, а иногда и на элементарном уровне освоения языка.

Элементарный уровень (A1) предполагает умение понимать знакомые слова и простые фразы, произносимые в медленном

темпе в ситуациях повседневного общения, знание основных норм этикета, умение составлять простые предложения о себе, своём хобби, месте жительства и т. д. На данном уровне возможно использование лаконичных рекламных текстов, позволяющих вводить и закреплять актуальную лексику, а также отрабатывать изучаемые грамматические конструкции. Оптимальным вариантом для элементарного уровня представляются тексты номинативного характера, в которых преобладают назывные предложения, включающие в себя имена существительные, прилагательные и предложно-падежные конструкции (в рамках изученных тем):

М.Видео – техника для комфорта. Бонусы + скидки всем! Заказ 24 часа. Бонусная система. Рассрочка 0 %. Удобная доставка.

В приведённом тексте присутствует интернациональная лексика (*комфорт, бонус, система*) и невербальные символы, которые облегчают восприятие и понимание текста. Кроме того, в нём есть актуальные лексические единицы, которые могут понадобиться обучающемуся в инокультурной среде: *заказ, рассрочка, доставка*.

Для работы на базовом уровне (A2) целесообразно подбирать более объёмные и сложные рекламные тексты. Алгоритм работы с рекламными текстами на данном уровне может выглядеть следующим образом.

1. Чтение текста и обсуждение его содержания, ответы на вопросы преподавателя. На данном уровне беседа по тексту может включать оценочные высказывания, выражение собственного мнения обучающихся, дискуссию по теме текста.

2. Лексическая работа с текстом (подбор однокоренных слов, замена лексических единиц синонимами, работа с фразеологическими единицами и т. д.).

3. Работа с грамматическими категориями и конструкциями (определение падежей существительных, составление словосочетаний по модели *существительное + существительное, глагол + существительное* и т. д.).

4. Выполнение заданий на трансформацию текста, а также на продуцирование собственных текстов или фрагментов.

Рассмотрим рекламный текст и комплекс заданий к нему, которые можно предложить обучающимся на уровне А2.

Надоело жить от зарплаты до зарплаты? У тебя есть уникальная возможность решить свои финансовые проблемы. Получи кредит от нашего банка и воплоти в жизнь свою мечту.

Задания к тексту.

1. Прочитайте текст. Как вы понимаете выражение *жить от зарплаты до зарплаты*? На какие цели вы могли бы взять кредит в банке? Что лучше: взять кредит в банке или взять в долг у друзей/родственников? Что значит *жить по средствам*? Должен ли человек жить по средствам? Как вы предпочитаете решать финансовые проблемы?

2. Образуйте прилагательные от существительных *жизнь, проблема, кредит, банк*, составьте словосочетания с полученными прилагательными.

3. Составьте предложения по модели *У тебя/вас есть уникальная возможность + Infinitive...* для рекламы каких-либо товаров или услуг.

4. Предложите свои варианты первого предложения для данного текста.

Приведём ещё один пример рекламного текста, который можно использовать на уровне А2.

«Аврора» – самый большой специализированный салон по прокату свадебных платьев и аксессуаров в Новосибирске. Наши свадебные платья лучшие на рынке проката! В салоне вы найдёте широкий ассортимент фасонов по очень приятным ценам! Для наших невест мы предлагаем модные и изящные платья, о которых мечтает каждая девушка!

Задания к тексту.

1. Прочитайте текст. Объясните смысл выражений *приятные цены, широкий ассортимент, прокат платьев*. Могли бы вы взять свадебное платье напрокат? Какую сумму вы готовы потратить на свадебное платье? А могли бы вы взять кредит на свадебное платье?

2. Составьте словосочетания по моделям: *прокат + Gen.plur.*; *ассортимент + Gen.plur.*

3. Объедините два предложения в одно с помощью слова *который*:

1) *в Новосибирске есть свадебный салон «Аврора». В салоне вы найдёте широкий ассортимент платьев и аксессуаров;*

2) *салон «Аврора» предлагает лучшие свадебные платья. О салоне знают все девушки Новосибирска;*

3) *каждая девушка мечтает купить свадебное платье в салоне «Аврора». Салону нет равных в Новосибирске.*

4. Допишите первое и последнее предложения для данного текста.

На продвинутых уровнях владения языком представляется целесообразным использовать рекламные тексты, построенные на базе прецедентных феноменов (цитат, пословиц и поговорок, фразеологических единиц, аллюзий), вводить задания, которые направлены на сопоставление рекламных текстов, созданных в родной стране, и текстов, созданных в стране изучаемого языка. На данном этапе интерес вызывают не только лексико-грамматические особенности аутентичных материалов, но и те социокультурные категории, которые находят отражение в этих текстах: нормы, ценности, этнические, социальные и профессиональные стереотипы и т. д.

При работе с аутентичными рекламными материалами не стоит забывать о том, что некоторые оригинальные тексты могут содержать речевые, грамматические, орфографические и пунктуационные ошибки, которые в большинстве случаев целесообразно корректировать до предъявления текста обучающимся. Однако в определённых ситуациях ошибочные конструкции могут служить базой для заданий, направленных на выявление и устранение недочётов текста.

Алгоритм работы с рекламными текстами на уровнях В1–В2 обычно включает три этапа.

1. Предтекстовый этап, на котором проводится лексическая и лексико-фразеологическая работа, обсуждаются вопросы, связанные с предметом и темой текста.

2. Этап знакомства с текстом, который предполагает чтение самого текста и беседу по его содержанию, а также задания на до-

полнение, коррекцию, трансформацию текста и его фрагментов.

3. Послетекстовую работу, направленную не только на закрепление лингвистического материала, но и на развитие коммуникативных навыков.

Рассмотрим рекламный текст, посвящённый одному из аквапарков Омска, и послетекстовые задания к нему.

«АкваРИО» – самый большой Аквапарк в Омске! Почему именно мы?

Потому что только у нас 7 горок, 3 бассейна, мокрое кафе, кафе с детским игровым центром, SPA-комплекс и море впечатлений!

Здесь вас ждёт лето и отдых в любое время года:

– *здесь специально для самых маленьких гостей предусмотрен лучший детский комплекс;*

– *здесь есть экстремальные горки, волновой бассейн, детский городок, джакузи;*

– *здесь целый SPA-комплекс услуг с массажем и пилингом рыбками Гарра Руфа;*

– *здесь работает магазин плавательных аксессуаров, фотостудия, два кафе;*

– *здесь вы можете отметить свой незабываемый День Рождения с приятными скидками.*

В качестве предтекстовых заданий обучающимся можно предложить ответить на вопросы по теме текста и разобрать значение некоторых выражений:

1. Вы когда-нибудь были в аквапарке? Вам нравится такой вид отдыха? / Вы хотели бы там побывать? Вы умеете плавать? / Вы хотели бы научиться плавать? Где вы предпочитаете плавать: в открытом водоёме или в бассейне? Почему?

2. Как вы понимаете смысл выражений *море впечатлений, приятные скидки*?

Послетекстовые задания могут выглядеть следующим образом.

1. Вы бы хотели посетить аквапарк, о котором говорится в данном тексте? Как вы думаете, почему аквапарк получил название «АкваРИО»?

2. Придумайте концовку для данного текста.

3. Постройте диалоги со следующими ролями:

1) менеджер аквапарка и посетитель, интересующийся ценами и услугами;

2) супруги, собирающиеся провести выходной в аквапарке;

3) друзья, один из которых является заведующим аквапарков, а другой идёт туда впервые.

4. Напишите позитивный/негативный отзыв о посещении аквапарка.

Нередко иностранные учащиеся, приезжающие в страну изучаемого языка на длительный период, арендуют здесь жильё, у них может возникнуть необходимость приобрести мебель или бытовую технику, а поскольку это товары с достаточно высокой стоимостью, студенты обращаются к таким ресурсам, как Авито, Юла, МЛСН. Для того чтобы обучающиеся могли ориентироваться в подобных объявлениях, можно использовать задания с рекламными текстами, размещёнными на указанных интернет-площадках.

Продаю двуспальную кровать Лих за 7000 руб., покупали в магазине «Много мебели» за 20 тысяч, вместе с ортопедическим матрасом от Askona. Состояние отличное, есть подъёмный механизм, матрас нигде не продавлен. Продаю в связи с переездом. Осмотр по согласованию, только САМОВЫВОЗ! Размеры кровати: длина – 226, ширина – 169, высота изголовья – 110. Размеры спального места – 160×200.

Задания к тексту.

1. Сыграйте диалог продавца и потенциального покупателя, прочитавшего это объявление.

2. Составьте подобное объявление о продаже мебели/бытовой техники/других вещей.

Преимуществом многих рекламных текстов является их поликодовый характер, который позволяет задействовать одновременно несколько каналов восприятия информации и тем самым повысить эффективность работы с данным материалом.

Далее приведём пример работы с поликодовым рекламным текстом (рис. 1) на занятиях по РКИ.

Задания к рекламному сообщению.

1. Рассмотрите рекламу детского сока «Тёма». Какие преимущества продукта отмечены в данной рекламе?

2. Объясните выбор цветовой гаммы и персонажей для этой рекламы.

3. Напишите рекламный текст на основе изображения.

4. Сыграйте диалог двух молодых мам, одна из которых рекомендует второй рекламируемый продукт.

Для развития навыков устной речи на занятиях по РКИ могут быть использованы не только печатные рекламные материалы, но и видеоролики. Например, можно предложить обучающимся посмотреть рекламный видеосюжет без звукового сопровождения, а потом дать задание на составление текста к данному сюжету. Для работы в группе подойдёт задание на разработку сценария видеорекламы какого-либо товара или услуги на основе просмотренных примеров. Для улучшения навыков аудирования целесообразно обращение к текстам радиорекламы.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Использование аутентичных рекламных текстов в практике преподавания иностранного языка, в частности РКИ, может быть весьма результативным ввиду существенного лингводидактического и лингвострановедческого потенциала данного типа материалов. К достоинствам рекламных текстов в аспекте их лингвометодической ценности можно отнести следующие параметры: лаконичность (тексты малоформатного жанра, при этом целостные и коммуникативно завершённые), доступность (представленность в сети Интернет), широкая распространённость (регулярная трансляция посредством массмедиа), привлекательность для реципиента (использование разнообразных аудиовизуальных инструментов воздействия), высокий лингвострановедческий потенциал (формирование представления о культуре и традициях России).

Вместе с тем у рекламных текстов есть и ряд недостатков, о которых необходимо помнить при отборе дидактического материала: наличие сложных для декодирования лингвокультурем; необходимость актуализации определённых фоновых знаний для адекватного понимания смысла; наличие непреднамеренных орфографических, пунктуационных и речевых ошибок, которые могут быть восприняты обучающимися как нормативные языковые конструкции; феномен неестественности дискурсивных действий (порой рекламный дискурс транслирует не вполне естественные коммуникативные практики).

Подчёркнём, что в основу отбора рекламных текстов для использования их в практике РКИ должны быть положены следующие принципы: методическая целесообразность; привлекательность для обучающихся; понятность/доступность текстов для декодирования; репрезентативность / лингвострановедческая ценность (в том числе способность формировать и поддерживать позитивный образ культуры); коммуникативная ценность.



Рис. 1. Реклама детского сока «ТЁМА»

Fig. 1. Advertising of children's juice "TYOMA"

Список источников

1. *Peacock M.* The effect of authentic materials on the motivation // *ELT Journal*. 1997. Vol. 51. Issue 2. P. 144-156. <https://doi.org/10.1093/elt/51.2.144>
2. *Lee W.* Authenticity revisited: text authenticity and learner authenticity // *ELT Journal*. 1995. Vol. 49. Issue 4. P. 323-328. <https://doi.org/10.1093/elt/49.4.323>
3. *Romero-Molina P. X., Alfonso-Vargas J.* Authentic materials and task design: a teaching amalgam for listening // *Colombian Applied Linguistics Journal*. 2023. Vol. 25. № 1. P. 118-131. <http://dx.doi.org/10.14483/22487085.18581>
4. *Gilmore A.* "I prefer not text": developing Japanese learners' communicative competence with authentic materials // *Language Learning*. 2011. Vol. 61. Issue 3. P. 786-819. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9922.2011.00634.x>
5. *Castillo Losada C.A., Insuasty E.A., Jaime Osorio M.F.* The impact of authentic materials and tasks on students' communicative competence at a Colombian Language School // *Profile Issues in Teachers' Professional Development*. 2017. № 19 (1). P. 89-104. <http://dx.doi.org/10.15446/profile.v19n1.56763>
6. *Ghaderpanahi L.* Using authentic aural materials to develop listening comprehension in the EFL classroom // *Canadian Center of Science and Education*. 2012. № 5 (6). P. 146-153. <https://doi.org/10.5539/elt.v5n6p146>
7. *Kraiova O., Tsybaniuk T.* Use of authentic video materials in teaching listening // *Modern Information Technologies in the Sphere of Security and Defence*. 2015. № 3 (24). P. 141-144.
8. *Ghanbari N., Esmaili F., Rezam M.* The effect of using authentic materials on Iranian EFL learners' vocabulary learning // *Theory and Practice in Language Studies*. 2015. Vol. 5. № 12. P. 2459-2468. <http://dx.doi.org/10.17507/tpls.0512.05>
9. *Gómez L.F.* Fostering intercultural communicative competence through reading authentic literary texts in an advanced Colombian EFL classroom: a constructivist perspective // *Profile Issues in Teachers Professional Development*. 2012. № 14 (1). P. 49-66.
10. *Bernal-Pinzón A.N.* Authentic materials and tasks as mediators to develop EFL students' intercultural competence // *HOW Journal*. 2020. Vol. 27. № 1. P. 29-46. <https://doi.org/10.19183/how.27.1.515>
11. *Liu J.* Adaptation of authentic materials in English listening comprehension classes // *Theory and Practice in Language Studies*. 2016. Vol. 6. № 9. P. 1774-1779. <http://dx.doi.org/10.17507/tpls.0609.08>
12. *Зайцева О.А., Терских М.В.* Использование аутентичных текстов на занятиях по русскому языку как иностранному (на примере кулинарных рецептов) // *Коммуникативные исследования*. 2023. Т. 10. № 3. С. 607-624. [https://doi.org/10.24147/2413-6182.2023.10\(3\).607-624](https://doi.org/10.24147/2413-6182.2023.10(3).607-624)
13. *Зайцева О.А., Терских М.В.* Дидактический потенциал новостных видеосюжетов на занятиях по русскому языку как иностранному // *Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики*. 2023. № 2. С. 216-228. <https://doi.org/10.29025/2079-6021-2023-2-216-228>, <https://elibrary.ru/acvbjw>
14. *Цурцилина Н.Н.* К вопросу об обучении русскому языку как иностранному // *Неофилология*. 2018. Т. 4. № 16. С. 32-38. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2018-4-16-32-38>, <https://elibrary.ru/yqhyrn>
15. *Zyzik E.C., Polio C.* *Authentic Materials Myths: Applying Second Language Research to Classroom Teaching*. Michigan: University of Michigan Press, 2017. 184 p. <https://doi.org/10.3998/mpub.7892433>
16. *Al-Azri R.H., Al-Rashdi M.H.* The effect of using authentic materials in teaching // *International Journal of Scientific & Technology Research*. 2014. № 3 (10). P. 249-254.
17. *Torregrosa G., Sánchez-Reyes S.* Use of authentic materials in the ESP classroom // *Encuentro*. 2011. № 20. P. 89-94.
18. *Borucinsky M., Jelčić-Čolakovac J.* Promoting authenticity in the ESP classroom: the impact of ICT and use of authentic materials on reading comprehension // *5th International e-Conference on Studies in Humanities and Social Sciences: Conference Proceedings*. Belgrade: Center for Open Access in Science, 2020. P. 31-44. <https://doi.org/10.32591/coas.e-conf.05.03031b>
19. *Денисултанова В.Д.* Применение рекламных текстов на уроках русского языка как иностранного // *Новый мир. Новый язык. Новое мышление: 5 Междунар. науч.-практ. конф. М.: Дипломатическая академия МИД РФ*, 2023. С. 403-407. <https://elibrary.ru/fxbxsx>

References

1. Peacock M. The effect of authentic materials on the motivation. *ELT Journal*, 1997, vol. 51, issue 2, pp. 144-156. <https://doi.org/10.1093/elt/51.2.144>
2. Lee W. Authenticity revisited: text authenticity and learner authenticity. *ELT Journal*, 1995, vol. 49, issue 4, pp. 323-328. <https://doi.org/10.1093/elt/49.4.323>
3. Romero-Molina P. X., Alfonso-Vargas J. Authentic materials and task design: a teaching amalgam for listening. *Colombian Applied Linguistics Journal*, 2023, vol. 25, no. 1, pp. 118-131. <http://dx.doi.org/10.14483/22487085.18581>
4. Gilmore A. "I prefer not text": developing Japanese learners' communicative competence with authentic materials. *Language Learning*, 2011, vol. 61, issue 3, pp. 786-819. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9922.2011.00634.x>
5. Castillo Losada C.A., Insuasty E.A., Jaime Osorio M.F. The impact of authentic materials and tasks on students' communicative competence at a Colombian Language School. *Profile Issues in Teachers' Professional Development*, 2017, no. 19 (1), pp. 89-104. <http://dx.doi.org/10.15446/profile.v19n1.56763>
6. Ghaderpanahi L. Using authentic aural materials to develop listening comprehension in the EFL classroom. *Canadian Center of Science and Education*, 2012, no. 5 (6), pp. 146-153. <https://doi.org/10.5539/elt.v5n6p146>
7. Kraiova O., Tsybaniuk T. Use of authentic video materials in teaching listening. *Modern Information Technologies in the Sphere of Security and Defence*, 2015, no. 3 (24), pp. 141-144.
8. Ghanbari N., Esmaili F., Rezam M. The effect of using authentic materials on Iranian EFL learners' vocabulary learning. *Theory and Practice in Language Studies*, 2015, vol. 5, no. 12, pp. 2459-2468. <http://dx.doi.org/10.17507/tpls.0512.05>
9. Gómez L.F. Fostering intercultural communicative competence through reading authentic literary texts in an advanced Colombian EFL classroom: a constructivist perspective. *Profile Issues in Teachers Professional Development*, 2012, no. 14 (1), pp. 49-66.
10. Bernal-Pinzón A.N. Authentic materials and tasks as mediators to develop EFL students' intercultural competence. *HOW Journal*, 2020, vol. 27, no. 1, pp. 29-46. <https://doi.org/10.19183/how.27.1.515>
11. Liu J. Adaptation of authentic materials in English listening comprehension classes. *Theory and Practice in Language Studies*, 2016, vol. 6, no. 9, pp. 1774-1779. <http://dx.doi.org/10.17507/tpls.0609.08>
12. Zaitseva O.A., Terskikh M.V. Ispol'zovanie autentichnykh tekstov na zanyatiyakh po russkomu yazyku kak inostrannomu (na primere kulinarykh retseptov) [The use of authentic texts in the classroom in Russian as a foreign language (on the example of culinary recipes)]. *Kommunikativnye issledovaniya = Communication Studies*, 2023, vol. 10, no. 3, pp. 607-624. (In Russ.) [https://doi.org/10.24147/2413-6182.2023.10\(3\).607-624](https://doi.org/10.24147/2413-6182.2023.10(3).607-624)
13. Zaitseva O.A., Terskikh M.V. Didactic potential of news videos in Russian as a foreign language classes. *Aktual'nye problemy filologii i pedagogicheskoi lingvistiki = Current Issues in Philology and Pedagogical Linguistics*, 2023, no. 2, pp. 216-228. (In Russ.) <https://doi.org/10.29025/2079-6021-2023-2-216-228>, <https://elibrary.ru/acvbjw>
14. Tsurtsilina N.N. Russian language teaching as a foreign language. *Neofilologiya = Neophilology*, 2018, vol. 4, no. 16, pp. 32-38. (In Russ.) <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2018-4-16-32-38>, <https://elibrary.ru/yqhyrn>
15. Zyzik E.C., Polio C. *Authentic Materials Myths: Applying Second Language Research to Classroom Teaching*. Michigan, University of Michigan Press, 2017, 184 p. <https://doi.org/10.3998/mpub.7892433>
16. Al-Azri R.H., Al-Rashdi M.H. The effect of using authentic materials in teaching. *International Journal of Scientific & Technology Research*, 2014, no. 3 (10), pp. 249-254.
17. Torregrosa G., Sánchez-Reyes S. Use of authentic materials in the ESP classroom. *Encuentro*, 2011, no. 20, pp. 89-94.
18. Borucinsky M., Jelčić-Čolakovac J. Promoting authenticity in the ESP classroom: the impact of ICT and use of authentic materials on reading comprehension. *5th International e-Conference on Studies in Humanities and Social Sciences: Conference Proceedings*. Belgrade, Center for Open Access in Science Publ., 2020, pp. 31-44. <https://doi.org/10.32591/coas.e-conf.05.03031b>
19. Denisultanova V.D. Application of advertising texts in the lessons of Russian as a foreign language. *5 Mezhdunarodnaya nauchno-prakticheskaya konferentsiya «Novyi mir. Novyi yazyk. Novoe myshlenie»* [The 5th International Scientific and Practice Conference "New World. New Language. New Thinking"]. Moscow, Diplomatic Academy of the Ministry of Foreign Affairs of the Russian Federation Publ., 2023, pp. 403-407. (In Russ.) <https://elibrary.ru/fxbxsx>

Информация об авторах

Терских Марина Викторовна, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры теоретической и прикладной лингвистики, Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, г. Омск, Российская Федерация, <https://orcid.org/0000-0003-0127-6917>, terskihm@mail.ru

Вклад в статью: общая концепция статьи, обобщение опыта исследователей, обработка результатов исследования, написание части текста статьи, оформление.

Зайцева Ольга Анатольевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры теоретической и прикладной лингвистики, Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, г. Омск, Российская Федерация, <https://orcid.org/0000-0003-2704-2158>, o.a.plotnikova@rambler.ru

Вклад в статью: общая концепция статьи, сбор материала для анализа, написание части текста статьи.

Конфликт интересов отсутствует.

Поступила в редакцию 11.06.2023
Поступила после рецензирования 24.08.2023
Принята к публикации 14.09.2023

Information about the authors

Marina V. Terskikh, PhD (Philology), Associate Professor, Associate Professor of Theoretical and Applied Linguistics Department, Dostoevsky Omsk State University, Omsk, Russian Federation, <https://orcid.org/0000-0003-0127-6917>, terskihm@mail.ru

Contribution: general manuscript concept, researches experience synthesis, study results processing, part manuscript text drafting, design.

Olga A. Zaytseva, PhD (Philology), Associate Professor of Theoretical and Applied Linguistics Department, Dostoevsky Omsk State University, Omsk, Russian Federation, <https://orcid.org/0000-0003-2704-2158>, o.a.plotnikova@rambler.ru

Contribution: general manuscript concept, material acquisition for analysis, part manuscript text drafting.

There is no conflict of interests.

Received June 11, 2023
Revised August 24, 2023
Accepted September 14, 2023