

УДК 378.016:811.581  
ББК Ш171.1-9

ГРНТИ 14.35.07

Код ВАК 5.8.2

### **Корнеева Лариса Ивановна,**

SPIN-код: 9252-5828

доктор педагогических наук, профессор, заведующий кафедрой иностранных языков и перевода, Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина; 620002, Россия, г. Екатеринбург, ул. Мира, 19; e-mail: lorakorn@list.ru

### **Цао Паньпань,**

аспирант кафедры иностранных языков и перевода, Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина; 620002, Россия, г. Екатеринбург, ул. Мира, 19; e-mail: tsaopanpan@yandex.ru

## **СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА КАК ИНСТРУМЕНТ ОБУЧЕНИЯ РАЗГОВОРНОМУ ЯЗЫКУ**

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** обучение разговорному языку; китайский язык; методика преподавания китайского языка; методы обучения; социальная реклама; языковой контекст; студенты; семинары

**АННОТАЦИЯ.** Данная статья начинается с анализа сложившейся в настоящий момент ситуации в обучении разговорному языку, указывает на недостатки традиционного обучения. На текущий момент ситуация с преподаванием разговорного китайского языка выглядит следующим образом: во-первых, не делается акцент на воспитании у учащихся учебных привычек и интереса к учебе. Во-вторых, при обучении разговорному китайскому языку по-прежнему используются традиционные методы обучения. При этой форме обучения игнорируются привычки и интерес учащихся к обучению, что приводит к тому, что студенты имеют высокие баллы, но низкие практические навыки. По сравнению с обычной телевизионной рекламой, телевизионная социальная реклама должна иметь более яркие, красочные и оригинальные слоганы. Телевизионная социальная реклама часто учит людей правильным нормам поведения и нравственным привычкам, которые как раз отражают проблемы, существующие в китайском обществе. Применение телевизионной социальной рекламы является мультимедийным методом обучения. Внедрение телевизионной социальной рекламы в преподавание китайского языка в значительной степени компенсирует некоторые недостатки традиционных методов обучения. Авторы считают, что введение телевизионной социальной рекламы в программу обучения разговорному китайскому языку может компенсировать эти недостатки и сделать обучение более эффективным. Предлагаются три метода обучения: создание языкового контекста/ситуаций, ориентирование на выполнение задачи, семинары. Благодаря созданию учебных примеров подробно объясняется, как методы обучения должны быть реализованы на аудиторных занятиях.

**ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ:** Корнеева, Л. И. Социальная реклама как инструмент обучения разговорному языку / Л. И. Корнеева, Цао Паньпань. – Текст : непосредственный // Педагогическое образование в России. – 2023. – № 6. – С. 207–211.

### **Korneeva Larisa Ivanovna,**

Doctor of Pedagogy, Professor, Head of Department of Foreign Languages and Translation, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia

### **Cao Panpan,**

Postgraduate Student of Department of Foreign Languages and Translation, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia

## **SOCIAL ADVERTISING AS A TOOL FOR TEACHING SPOKEN LANGUAGE**

**KEYWORDS:** conversational language training; Chinese; methods of teaching Chinese; teaching methods; social advertisement; linguistic context; students; seminars

**ABSTRACT.** This article begins with an analysis of the current situation in teaching spoken language; the article points out the shortcomings of traditional teaching. The current situation of teaching spoken Chinese is as follows: First, there is no emphasis on cultivating students' study habits and interest in learning, which results in a lack of interest in learning. Secondly, traditional teaching methods are still used when teaching spoken Chinese. This form of teaching ignores students' learning habits and interests, resulting in trained students having high scores but low practical skills. Compared to regular television advertising, television social advertising should have brighter, more colorful and original slogans. Television public service announcements often teach people correct behavior and moral habits, which precisely reflect the problems existing in Chinese society. The use of television social advertising is a multimedia teaching method. The introduction of television public service advertising into Chinese language teaching largely compensates for some of the shortcomings of traditional teaching methods. The author believes that the introduction of television public service advertising into the spoken Chinese language teaching program can compensate for these shortcomings and make teaching more effective. Three teaching methods are offered: creating language contexts/situations, task orientation and workshops. Through the creation of teaching examples, it is explained in detail how teaching methods should be implemented in the classroom.

**FOR CITATION:** Korneeva, L. I., Cao, Panpan (2023). Social Advertising as a Tool for Teaching Spoken Language. In *Pedagogical Education in Russia*. No. 6, pp. 207–211.

Язык – это инструмент, при помощи которого люди общаются друг с другом и выражают свои мысли [14]. Сегодня целесообразность изучения китайского языка русскими студентами предельно ясна, их конечной целью является общение, а разговорный язык является наиболее важным и распространенным способом коммуникации [15]. Поэтому больше всего русские студенты, обучающиеся в Китае, нуждаются в скорейшем приобретении определенных навыков устного общения для повседневной жизни и учебы, а также для повышения уверенности в изучении китайского языка. Однако из четырех лингвистических навыков китайского языка «аудирование, говорение, чтение и письмо» русские студенты обычно считают, что говорение является самым сложным, даже для русских студентов, которые какое-то время изучали китайский язык и могут говорить, речь их зачастую очень проста, и им трудно ясно выражать свою точку зрения.

На текущий момент ситуация с преподаванием разговорного китайского языка выглядит следующим образом: во-первых, не делается акцент на воспитании у учащихся учебных привычек и интереса к учебе; у учащихся отсутствует необходимая практика, у большинства преподавателей есть один метод обучения, что приводит к отсутствию интереса к учебе. Во-вторых, при обучении разговорному китайскому языку по-прежнему используют традиционные методы обучения. К традиционному методу обучения китайскому языку как иностранного относится лекционный метод [12], при котором преподаватель во время занятий в классе, используя устную речь, объясняет учебный материал [9], а учащиеся внимательно слушают и выполняют упражнения. При этой форме обучения игнорируются привычки и интересы учащихся к обучению; отсутствует поддержка практики и опыта учащихся, что приводит к тому, что обучающиеся имеют высокие баллы, но низкие практические навыки. Поэтому на занятиях устного китайского языка необходимо каждого учащегося разговаривать и заставить активно учиться.

Внедрение мультимедийного обучения в преподавание китайского языка как иностранного способствует трансформации методов обучения. В то же время применение телевизионной социальной рекламы в обучении может не только повысить интерес в России к изучению китайского языка, но также вызвать у учащихся сильное желание изучать китайский язык, и постепенно они осмелятся и захотят заговорить по-китайски [13]. Содержание социальной рекламы очень разнообразно. Учащиеся могут

получать обширные учебные ресурсы из Интернета, выбирать учебный материал в соответствии со своими интересами и увлечениями и определять сложность обучения в соответствии со своими способностями. Такой подход способствует созданию новой учебной среды, другими словами, это обеспечивает лучшую среду обучения для учащихся [1]. Поскольку иностранные учащиеся не понимают китайскую культуру, им трудно понять предысторию полученных знаний и среду, в которой они используются. Короткую и реальную ситуацию можно увидеть через телевизионную социальную рекламу, это поможет русским студентам интуитивно понять основу полученных ими знаний, предоставит им опыт непосредственного использования рекламы, позволит учащимся лучше понять значение китайских выражений (слоганов), повысит их интерес к изучению китайского языка, их энтузиазм и инициативу. Таким образом, это может сделать преподавание более результативным и позволит изучающим китайский язык повысить эффективность своего обучения.

#### **Методы обучения разговорному языку при помощи социальной рекламы.**

**1. Создание языкового контекста/ ситуации.** Создание языковой ситуации заключается в воспроизведении сцены в соответствии с конкретным устным заданием и ее имитацией [2]. Например, в рекламном ролике появляется определенный набор предложений. Такие предложения не только подходят для данной ситуации, но и с небольшими изменениями могут использоваться в другой языковой среде. В это время преподаватель может предложить учащимся подумать и создать другой языковой контекст для этих предложений, а затем воспроизвести то, что учащиеся хотят выразить в соответствии с этим контекстом [8]. Это своего рода ситуативный метод обучения: пользователи языка моделируют жизненные события, погружают себя в них и представляют различные сюжеты. Данный метод в полной мере стимулирует энтузиазм студентов к обучению, близок к методу обучения иностранных студентов в Китае и пробуждает интерес к учебе. Таким образом, преподаватель показывает свою руководящую роль, стимулирует энтузиазм студентов, повышает гибкость их ума и способность решать реальные задачи, возникающие в повседневной жизни.

Метод обучения с постановкой жизненных ситуаций превращает теоретические знания, содержащиеся в учебнике, в нечто конкретное и практическое, позволяя иностранным студентам по-настоящему связать

теорию с практикой [10]. Это изменяет процесс обучения, позволяя иностранным студентам учиться во время игры и играть во время обучения. Не стоит беспокоиться о том, что они «соскучатся» по иероглифам и им надоеет учиться. Роль преподавателя в руководстве классом заключается в обнаружении проблем учащихся и их непосредственном исправлении. В таком классе учебная атмосфера перестает быть скучной, студенты с удовольствием изучают разговорный язык.

**2. Ориентирование на выполнение задач.** «Моделирование задач» означает, что процесс обучения разговорному языку иностранные студенты могут начать с выполнения определенного устного задания, благодаря объяснениям преподавателя и практической работе учащиеся могут успешно выполнять устные упражнения [11]. Например, рекомендуется разделить класс на несколько групп, учащиеся в каждой группе по своему усмотрению выбирают рекламный ролик. Главное условие состоит в следующем: учащимся предоставляется достаточно времени для подготовки, выбор видеоролика может быть задан в качестве домашнего задания. На следующем уроке с целью устной практики учащиеся для всех демонстрируют рекламный ролик. Иностранные студенты добавляют что-то свое, выражают свои мысли, основываясь на личном понимании темы рекламного ролика. Чтобы выразить свое понимание, возможно на основе тематической рекламы создавать свои рекламные слоганы [6]. В ходе этого процесса иностранные студенты достигают следующего. Во-первых, свободно выбирают темы, которые им интересны, повышая энтузиазм в обучении. Во-вторых, благодаря собственным методам обучения у иностранных студентов повышается уверенность в изучении китайского языка [3]. В-третьих, благодаря такому учебному процессу учащиеся успешно учатся свободно выражать мысли, что также является необходимым условием в изучении иностранного языка [4].

**3. Увеличение количества семинаров.** Телевизионная социальная реклама была введена в аудиторное обучение разговорному китайскому языку как новое веяние [7]. Каждый видеоролик социальной рекламы должен быть тщательно подобран преподавателем, содержание ролика должно заставить учащегося задуматься [5]. Более того, после просмотра ролика у каждого иностранного студента должны появиться свои собственные взгляды и размышления, что также является целью данного метода обучения. В классе преподаватель позволяет учащимся выражать свое мнение. Уча-

щиеся могут обсудить похожие социальные явления в своих странах. Этот процесс позволяет иностранным студентам не только углубить свое понимание национальных условий Китая, но и сравнить их с национальной картиной мира в других зарубежных странах.

**4. Кейс-метод (метод конкретных ситуаций).** Семейные привязанности: в центре внимания – русские учащиеся младших классов (четвертый класс), изучающие китайский язык как второй иностранный, уровень их китайского языка HSK 3. Они освоили разговорные выражения и около 600 китайских иероглифов, могут использовать китайский язык для основных коммуникативных задач, умеют общаться на китайском языке на простые темы и выражать собственное мнение.

Тема: Отцовская любовь.

Предыстория видеоролика: пожилой мужчина, страдающий болезнью Альцгеймера, многое забыл: он не может вспомнить, где его дом, не может вспомнить прошлое и не знает своего сына. Поев в кафе, он положил лежавшие на столе пельмени в карман. Увидев эту сцену, его сын разозлился и не знал, что делать, он спросил отца, почему он это сделал, а отец сказал: «Это для моего сына. Он очень любит пельмени».

Задачи обучения: в качестве учебного содержания данного урока возьмите рекламный ролик «Упаковка». Начните урок с этого короткого видео. Цель урока – ознакомиться со словами и выражениями, которые появляются в рекламном ролике, и научиться их переводить; понять смысл предложения и быть в состоянии дополнить пропущенные слова в предложении. Этот раздел направлен на то, чтобы дать учащимся возможность попрактиковаться в точном выражении своих взглядов.

Рекомендуется использовать видеоролик: 001 (01: 25).

Предлагаемые упражнения:

**1. Перед просмотром видеоролика.**

Видеоролик идет полностью на китайском языке, поэтому перед его просмотром объясните учащимся некоторые слова:

有时候 иногда, 什么时候 когда, 从不 никогда не, 钥匙 ключ, 冰箱 холодильник, 餐厅 столовая, 叉子 тарелка, 饺子 пельмени, 口袋 пакет, 记忆 память, 记得 помнить, 忘记 забывать, 猜 догадываться, 剩 оставаться, 随身带着 иметь при себе, 带 брать, 装 укладывать, 惊讶 к удивлению, 直接 непосредственно.

**Упражнение 1.** Переведите, пожалуйста, вышеуказанные слова. Подумайте, о чем будет видеоролик, как эти слова соотносятся с его содержанием?

**2. Во время просмотра видеоролика.**

**Упражнение 2.** Во время просмотра видео делайте, пожалуйста, заметки. После первого просмотра скажите, кто этот человек, о чем он говорит?

Просмотрев видеоролик во второй раз, дополните свой рассказ.

«Папа... папа... открой дверь, я твой сын, я не приносил \_\_\_\_\_».

«Я... я тебя не знаю»

Я не знаю, когда это началось, \_\_\_\_\_ моему отцу становится все хуже и хуже.

Он не \_\_\_\_\_ только что победил, а иногда, когда он подходит к двери, он больше не \_\_\_\_\_, что это его дом.

Однажды в полдень я отвел его к \_\_\_\_\_ на ужин, и мой папа обнаружил, что в \_\_\_\_\_ было два пельменя.

Он \_\_\_\_\_ положил пельмени прямо в \_\_\_\_\_.

«Папа, что ты делаешь!»

Угадайте, что сказал мой папа? «Эти \_\_\_\_\_ для моего сына, он их очень любит».

Он \_\_\_\_\_ многое, но он \_\_\_\_\_ забывает любить тебя.

**3. После просмотра видеоролика.**

**Упражнение 3.** Ответьте, пожалуйста, на следующие вопросы:

1. Что у отца с памятью? Как вы думаете, какая у него болезнь?

2. Узнает ли отец своего сына?

3. Почему отец положил пельмени в карман?

**ЛИТЕРАТУРА**

1. Ван, Цзянье. Преимущества и недостатки мультимедийного обучения / Ван Цзянье. – Текст : непосредственный // Научный журнал профессиональных технологий в области электроэнергетики. – 2009. – № 2. – С. 15–17.
2. Ди, Хунцю. Мультимедийное обучение языку и его применение на уроке чтения / Ди Хунцю. – Текст : непосредственный // Журнал Тяньцзиньского университета иностранных языков. – 2000. – № 3. – С. 41–44
3. Луо, Цинмин. Учебные материалы по аудированию и преподавание в классе / Луо, Цинмин. – Текст : непосредственный // Изучение китайского языка. – 2006. – № 6. – С. 16–22.
4. Мэй, Личун. Китайский язык и исследования в области преподавания китайского языка / Мэй Личун. – Пекин : Преподавание китайского языка, 2005. – 845 с. – Текст : непосредственный.
5. Фань, Яньнань. О культуре преподавания китайского языка как иностранного и применении в нем мультимедийных технологий / Фань Яньнань. – Текст : непосредственный // Журнал Сианьской академии искусств и наук. – 2007. – № 7. – С. 36–41.
6. Фэн, Жуй. О влиянии мультимедийных технологий на учебный процесс / Фэн Жуй. – Текст : непосредственный // Аудиовизуальное обучение иностранному языку. – 2008. – № 4. – С. 26–30.
7. Цзи, Сяоцин. О роли мультимедиа в преподавании китайского языка как иностранного / Цзи Сяоцин. – Текст : непосредственный // Аудиовизуальное обучение иностранному языку. – 2002. – № 5. – С. 49–54.
8. Чен, Тан. Некоторые проблемы современного преподавания китайского языка как иностранного / Чен Тан. – Текст : непосредственный // Преподавание и исследование языков. – 2002. – № 3. – С. 47–53.
9. Чжао, Синьбо. Теоретические основы применения мультимедиа в преподавании китайского языка как иностранного / Чжао Синьбо. – Текст : непосредственный // Журнал Университета Пинъюань. – 2004. – № 6. – С. 21–25.
10. Чжэн, Яньцюнь. Мультимедийные методы преподавания китайского языка в классе / Чжэн Яньцюнь. – Текст : непосредственный // Речь и письмо, прикладное пособие. – 2005. – № 2. – С. 38–49.
11. Чэнь, Тин. Исследование когнитивной психологии в мультимедийном обучении / Чэнь Тин. – Текст : непосредственный // Образование за рубежом, Китай. – 2002. – № 4. – С. 21–24.
12. Чэнь, Цзе. Рациональное использование мультимедиа в обучении китайскому языку как иностранному / Чэнь Цзе. – Текст : непосредственный // Исследования в области морского образования. – 2006. – № 1. – С. 48–52.

4. Что подумал сын, когда увидел, как отец кладет пельмени себе в карман?

5. Услышав ответ отца, как вы думаете, что сделает сын?

6. Если бы вы были сыном, что бы сделали вы?

**Упражнение 4.** Обсудите в группах, какие мысли вызвал у вас этот видеоролик?

Применение телевизионной социальной рекламы в обучении разговорному китайскому языку является новым мультимедийным методом обучения. В процессе практического применения мы опираемся на несколько принципов. Мы устанавливаем взаимосвязь между воспроизведением видео и нашими объяснениями, а также взаимосвязь между содержанием и типом выбранного видеоролика. Кроме этого, преподаватели должны соотносить время воспроизведения видео со временем объяснения. Необходимо также учитывать взаимосвязь между ключевыми и второстепенными аспектами содержания рекламного ролика и сосредоточиться на объяснении ключевых моментов. Для повышения эффективности обучения в классе преподаватель может использовать следующие методы: создание языковых сценариев, ориентирование на выполнение задач, увеличение количества дискуссий во время семинаров. Все это предоставляет учащимся больше возможностей для самовыражения и выражения своих мыслей.

13. Чэнь, Цзохун. Использование мультимедиа в продвинутом обучении разговорному китайскому языку как иностранному / Чэнь Цзохун. – Текст : непосредственный // Исследования в области национального образования. – 2006. – № 4. – С. 21–31.
14. Юй, Цянь. Проектные исследования обучающей программы для аудиторного преподавания разговорного китайского языка / Юй Цянь. – Пекин : Пекинский университет языка и культуры, 2004. – 127 с. – Текст : непосредственный.
15. Ян, Минь. Мультимедийные информационные технологии и преподавание иностранных языков / Ян Минь, Чжу Чуньлин. – Текст : непосредственный // Журнал Института иностранных языков. – 2002. – № 2. – С. 46–49.

## REFERENCES

1. Wang, Jianye. (2009). Preimushchestva i nedostatki mul'timediinogo obucheniya [Advantages and Disadvantages of Multimedia Learning]. In *Nauchnyi zhurnal professional'nykh tekhnologii v oblasti elektroenergetiki*. No. 2, pp. 15–17.
2. Di, Hongqiu. (2000). Mul'timediinoe obuchenie yazyku i ego primenenie na uroke chteniya [Multimedia Language Teaching and Its Application in Reading Lessons]. In *Zhurnal Tyan'tszin'skogo universiteta inostrannykh yazykov*. No. 3, pp. 41–44
3. Luo, Qingming. (2006). Uchebnye materialy po audirovaniyu i prepodavanie v klasse [Listening Learning Materials and Classroom Teaching]. In *Izuchenie kitaiskogo yazyka*. No. 6, pp. 16–22.
4. Mei, Lichun. (2005). *Kitaiskii yazyk i issledovaniya v oblasti prepodavaniya kitaiskogo yazyka* [Chinese Language and Research in Chinese Language Teaching]. Beijing, Prepodavanie kitaiskogo yazyka. 845 p.
5. Fan, Yannan. (2007). O kul'ture prepodavaniya kitaiskogo yazyka kak inostrannogo i primeneni v nem mul'timediinykh tekhnologii [About the Culture of Teaching Chinese as a Foreign Language and the Use of Multimedia Technologies in It]. In *Zhurnal Sian'skoi akademii iskusstv i nauk*. No. 7, pp. 36–41.
6. Feng, Rui. (2008). O vliyani mul'timediinykh tekhnologii na uchebnyi protsess [On the Influence of Multimedia Technologies on the Educational Process]. In *Audiovizual'noe obuchenie inostrannomu yazyku*. No. 4, pp. 26–30.
7. Ji, Xiaojing. (2002). O roli mul'timedia v prepodavanii kitaiskogo yazyka kak inostrannogo [On the Role of Multimedia in Teaching Chinese as a Foreign Language]. In *Audiovizual'noe obuchenie inostrannomu yazyku*. No. 5, pp. 49–54.
8. Chen, Tan. (2002). Nekotorye problemy sovremennogo prepodavaniya kitaiskogo yazyka kak inostrannogo [Some Problems of Modern Teaching of Chinese as a Foreign Language]. In *Prepodavanie i issledovanie yazykov*. No. 3, pp. 47–53.
9. Zhao, Xinbo. (2004). Teoreticheskie osnovy primeneniya mul'timedia v prepodavanii kitaiskogo yazyka kak inostrannogo [Theoretical Basis for the Use of Multimedia in Teaching Chinese as a Foreign Language]. In *Zhurnal Universiteta Pin'guan'*. No. 6, pp. 21–25.
10. Zheng, Yanqun. (2005). Mul'timediinye metody prepodavaniya kitaiskogo yazyka v klasse [Multimedia Methods for Teaching Chinese in the Classroom]. In *Rech' i pis'mo, prikladnoe posobie*. No. 2, pp. 38–49.
11. Chen, Ting. (2002). Issledovanie kognitivnoi psikhologii v mul'timediinom obuchenii [Research on Cognitive Psychology in Multimedia Learning]. In *Obrazovanie za rubezhom, Kitai*. No. 4, pp. 21–24.
12. Chen, Jie. (2006). Ratsional'noe ispol'zovanie mul'timedia v obuchenii kitaiskomu yazyku kak inostrannomu [Rational Use of Multimedia in Teaching Chinese as a Foreign Language]. In *Issledovaniya v oblasti morskogo obrazovaniya*. No. 1, pp. 48–52.
13. Chen, Zuohong. (2006). Ispol'zovanie mul'timedia v prodvinitom obuchenii razgovornomu kitaiskomu yazyku kak inostrannomu [Using Multimedia in Advanced Teaching of Spoken Chinese as a Foreign Language]. In *Issledovaniya v oblasti natsional'nogo obrazovaniya*. No. 4, pp. 21–31.
14. Yu, Qian. (2004). *Proektnye issledovaniya obuchayushchei programmy dlya auditornogo prepodavaniya razgovornogo kitaiskogo yazyka* [Design Study of a Teaching Program for Classroom Teaching of Spoken Chinese]. Beijing, Pekinskii universitet yazyka i kul'tury. 127 p.
15. Yang, Min, Zhu Chunling. (2002). Mul'timediinye informatsionnye tekhnologii i prepodavanie inostrannykh yazykov [Multimedia Information Technologies and Teaching Foreign Languages]. In *Zhurnal Instituta inostrannykh yazykov*. No. 2, pp. 46–49.