

А. В. Воробйова

кандидат педагогічних наук, доцент,
доцент кафедри англійської філології та світової літератури
імені професора Олега Мішукова
Херсонського державного університету

НАВЧАННЯ ВІЗУАЛЬНОЇ РИТОРИКИ НА ЗАНЯТТЯХ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ У ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ

Сьогодні умови спілкування у полікультурній, багатомовній аудиторії передбачають зменшення кількості наративних міркувань та вербально-орієнтованих концепцій. Натомість збільшується об'єм візуального контенту, зростає різноманіття візуальних засобів передачі інформації. Такі зміни вимагають від студентів впевненого володіння прийомами візуальної риторики. У статті розглянуто метапредметні інтегруючи принципи візуальної риторики, що діють через модуси переконання (риторичні стратегії): логос, етос, пафос. Вивчено предметний зміст діяльності у межах візуальної риторики, що включає візуальне мислення, текст та риторичний аналіз візуального дискурсу.

У процесі дослідження розкрито роль візуальної риторики у формуванні вмій студентів мислити образами, сприймати, аналізувати та продукувати візуальний текст, використовувати візуальні прийоми для прагматичного, етичного та естетичного впливу на опонента. Запропоновано модель навчання візуальної риторики, що включає три етапи: спостереження; моделювання; продукування. На етапі спостереження за допомогою репродуктивних, аналітичних, акцентних завдань студенти досліджують візуальний елемент-зразок, оцінюють його дієвість та ефективність у певній риторичній ситуації. Під час риторичного моделювання відбувається добір та організація візуальної складової дискурсу у процесі виконання тренувальних завдань та вправ за зразком. Серед прийомів навчання на вказаному етапі описано прийом «відсторонення», інтерпретації невербального знаку, перетворення символу у візуальну метафору, прийом «мінімалістична композиція». Завершальний етап продукування пропонує студентам самостійно візуалізувати публічні виступи, проілюструвати твори, провести візуально-риторичні експерименти. Сократичний метод навчання визначено провідним для самостійної розробки студентами презентації візуального матеріалу. Результатом дослідження стало виокремлення основних етапів та прийомів навчання візуальної риторики на заняттях англійської мови в вузі.

Ключові слова: візуальна риторика, спостереження, моделювання, продукування, прийоми навчання.

Постановка проблеми. Розвиток інтеграційних процесів активізує міжнародну діяльність студента, мотивує до вивчення мови міжнародного спілкування – англійської. Майбутні спеціалісти все частіше навчаються, проходять стажування або працюють за кордоном. Водночас, вони опиняються у реаліях мультикультурної спільноти, де люди говорять англійською, але не є носіями цієї мови, представляють різні культуру, історію, світогляд. Закономірно виникають розбіжності у сприйнятті й передачі інформації. У таких ситуаціях особливо вразливим є спеціальний вузькопрофесійний або специфічний соціально-культурологічний матеріал.

Сьогодні стає очевидним, що дієвість подачі вербальної основи залежить від використання ефективних візуальних елементів. Дослідники (M. Hocks [4], M. Murray [2], O. Anderson, S. Kardia, K. Gupta, E. August [1]) впевнені: візуальні прийоми обирають для точної передачі думок, дієвого переконання та впливу під час академічної та професійної діяльності.

Незважаючи на очевидність переваг, більшість студентів не достатньо володіють навичками оформлення ефективного візуального контенту. Причиною проблеми американські вчені-дидакти O. Anderson, S. Kardia, K. Gupta, E. August [1] називають відсутність у програмах дисциплін завдань з візуалізації, нестачу методичних рекомендацій щодо їх правильного виконання та невизначеність у критеріях оцінювання такої діяльності студентів.

В Україні існують схожі проблеми. Більш того, незвичними для вітчизняного вузу є завдання, що пропонують проілюструвати письмові роботи (есе, твір, вірш, переклад, реферат тощо), розробити макет, оформити діаграму, графік. Лише іноді програми пропонують підготувати презентацію або створити таблицю. Таким чином, процес візуалізації навчального матеріалу майже не організований та не контролюється, правилам і прийомам оформлення візуального контенту навчають не системно.

Постає потреба у розробці дієвого механізму для навчання студентів створенню ефективного візуального елемента, який сприятиме дієвості

та гармонійності спілкування. Специфіку оформлення точного, доступного, виразного висловлювання вивчає риторика. Для запланованого впливу на опонента ця наука використовує засоби як вербальної, так і невербальної комунікації. Серед викликів сучасного красномовства окремих напрям – візуальна риторика, що пропонує «переорієнтацію на невербальні техніки, які слід вивчати для подолання прогалини у спілкуванні» [2, с. 63]. На нашу думку, основи візуальної риторики можуть стати дієвим підґрунтям у навчанні студентів якісної та ефективної візуалізації.

Мета статті. Метою нашої статті є розгляд особливостей навчання візуальної риторики студентів під час вивчення англійської мови у вищих навчальних закладах. Серед основних завдань дослідження: 1) виокремлення основ предметного змісту діяльності у межах візуальної риторики; 2) опис прийомів навчання візуальної риторики на заняттях з англійської мови у вузі.

Виклад основного матеріалу. Вивчення риторики охоплює багато речей, але, насамперед, ефективно спілкування. Більшість учених (M. Hogan, A. Kurr, N. Crick, C. Rood, G. Hauser) сходяться на думці, що саме закони та принципи риторики є базисом для отримання й передачі знань. Методи красномовства, правила аргументації не тільки якісно впливають на процеси сприйняття, аналізу, моделювання та продукування дискурсу, але й здійснюють їх контроль через потужні модуси переконання (риторичні стратегії) – логос, етос, пафос [3].

Дотримання риторичного принципу в освіті сприяє формуванню риторичних умінь студентів на базі риторичних стратегій. В рамках логосу відбувається навчання логічності, ясності й точності мови, що дисциплінує та розвиває когнітивні здібності. Етос контролює правильність і доречність дискурсу з точки зору норм моралі. Пафос розвиває естетику спілкування та мовної поведінки, красу, виразність сказаного, демонструє волю мовця. Отже, риторичний принцип у навчанні й викладанні вимагає від студента обирати точні, доречні та ефективні вербальні й невербальні засоби впливу, не порушуючи етики спілкування.

Вказані риторичні закони діють і у межах візуальної риторики, що вивчає «специфіку використання візуальних образів з метою переконання та отримання знань» [4, с. 629]. Початком досліджень візуальної риторики вважають наукові праці Р. Барта «Риторика образу» [5], Р. Арихейма «Візуальне мислення» [6] та Д. Бергера «Способи бачення» [7]. Ще у 60-ті роки 20 століття ці вчені впевнено довели, що візуальні образи та зображення передають інформацію більш точно й доступно ніж друковані тексти.

До предметного змісту діяльності у межах візуальної риторики належать умови діяльності,

виражені такими елементами: предмет, об'єкт і засоби реалізації. Предметом діяльності виступає візуальне мислення – здатність надавати сенс візуальним знакам [6]. Такий тип мислення характеризує процес формування думок з точки зору уявних і реальних образів, а не слів та їх значень [8]. Візуальне мислення вважають умінням сприймати ідеї як серії ментальних картин, або «здатністю знаходити смисл в образах» [9, с. 845]. Запит суспільства на вміння дієво використовувати візуальний матеріал стимулює активізацію досліджень з психології візуального мислення, візуальної семіотики, вивчення візуальних знаків у соціальному, історичному, культурологічному контексті. В умовах вищої школи розвиток візуального мислення стимулює здатність студентів точно сприймати й аналізувати візуальний матеріал, ефективно ілюструвати власні думки, дієво переконувати за допомогою візуальних образів.

Основним об'єктом дослідження візуальної риторики є візуальний текст (повідомлення), який «виконує і метамовну (тлумачну функцію), і емотивну (викликає ставлення реципієнта до побаченого)» [10, с. 49]. Найбільш поширені тексти зустрічаємо у медіа : від реклами до веб-сайтів, соціальних медіа, додатків, блогів, вірусних відео, що є невід'ємною частиною електронних і цифрових технологій. Ще у 1993 році Р. Ленхем [11] підкреслив риторичну природу цифрового тексту як радикально нового засобу спілкування. Вчений вважав, що інтерактивне, мінливе, змішуюче слова та зображення, електронне слово кидає виклик і абсолютно змінює уявлення про форму культури в цілому та надає нових вражаючих можливостей в освіті.

Пізніше, досліджуючи інтерактивність технологій мультимедіа, А. Висоцька [12] наголосила на неможливості розділити словесне й візуальне на екрані монітора. Дослідниця, спираючись на риторичні принципи викладення матеріалу, закликала до детального аналізу візуального контенту з точки зору його доступності для аудиторії, доречності щодо ситуації мовлення, етичності по відношенню до культурного й соціального різноманіття суспільства. Водночас М. Данесі закликав сприймати візуальні тексти не як підсумовування окремих візуальних елементів, а цілісно, «вказуючи на те, що існує внутрішня «бімодальність» в обробці текстів, коли окремі елементи є специфічними елементами, які складають загальний текст» [8]. Отже, дослідження візуального тексту є цінним через можливість проаналізувати метамовну, емотивну функції, зрозуміти його цілісно та в окремих деталях.

Візуальне мислення і візуальний текст є базовими складовими процесу аналізу, моделювання та створення контенту у межах візуальної риторики, яка розглядає будь-які візуальні об'єкти як риторичні. Вони, на думку М. Данесі [8], можуть

бути використані для впливу та переконання людей так само ефективно, як риторичне ораторське мистецтво, якщо не більше. Тому активізацію досліджень у сфері візуальної риторики пов'язують не тільки з посиленням інтерактивного характеру мультимедійних технологій (у тому числі в освіті), а і з бажанням медіа більш ефективно впливати на думки та дії опонентів [4]. У таких умовах актуальними стає завдання навчити критично сприймати кожен візуальний знак, вміти визначати риторичний намір, прояви маніпуляції, впливу або примусу.

Основним засобом оперування візуальної риторики стає метод риторичного аналізу, який розглядає візуальний образ через систему знаків, стереотипів, визначає його вплив і взаємопов'язаність із різними символами [8].

Етапи риторичного аналізу передбачають відповіді на три питання: 1) чи вирішує візуальний елемент задачу, що заявлена у дискурсі; 2) які риторичні стратегії використовують під час вирішення задачі, якою мірою вони є дієвими та ефективними; 3) наскільки передбачуваним є запланований ефект від використання візуального елемента. Останнє питання є особливим для риторики, адже важливо навчитись передбачати реакції аудиторії і будувати той візуальний аргумент, що відобразить очікування адресата. Так створюється база для подальшого пошуку стилю або комбінації винаходів ефективного переконання без порушення руйнування очікувань аудиторії. Для студентів аналіз візуального елемента стає тією творчою діяльністю, де, ґрунтуючись на риторичних стратегіях, відбувається вивчення форми зображення та його значення для точної інтерпретації візуальних знаків. Отже, комплексний підхід до розвитку візуального мислення, вивчення візуального тексту та володіння риторичним аналізом стає необхідним інструментом в оволодінні прийомами візуалізації.

Серед найбільш результативних практичних способів активізації мовленнєвої діяльності на заняттях з англійської мови в вузі лінгводидакти (Є. І. Пассов, С. Ю. Ніколаєва та ін.) називають максимальне наближення атмосфери навчання до умов комунікації. Реальне спілкування поєднує чотири види мовленнєвої діяльності, тому й навчання мові має включати завдання, що поєднують їх усі разом. Таке взаємопов'язане навчання (Л. І. Байдак, Н. В. Станкевич) передбачає, що рецептивні види мовленнєвої діяльності (аудіювання та читання) відповідають комунікативно-прагматичним цілям, а саме вилученню необхідної інформації, а продуктивні (говоріння й письмо) – її викладенню.

Можна стверджувати, що взаємопов'язане навчання знаходить повну реалізацію у риторичній діяльності, коли на етапах створення й проду-

кування дискурсу студент виконує як рецептивні (прослуховування, читання та аналіз зразків промов, добір матеріалу для риторичного тексту і т. і.), так і продуктивні (оформлення тексту виступу та презентації, участь у підготовлених або спонтанних промовах, діалогах, дискусіях тощо) завдання. Такий комплексний підхід із залученням арсеналу прийомів візуальної риторики сприяє розвитку риторичної компетентності студента.

Розглянемо основні методи і прийоми навчання візуальної риторики на заняттях з англійської мови в вузі. Таке навчання передбачає три етапи: 1) спостереження; 2) моделювання; 3) продукування. Так, на думку М. Хокс, під час оволодіння основами візуальної риторики студенти повинні спочатку навчитись «дистанційного» процесу критики насиченого візуального матеріалу, який оточує їх, як чогось структурованого, далі підбирати заплановані риторичні ходи, а потім виконувати ці візуальні рухи самостійно» [4, с. 634].

Перший етап – спостереження – включає сприйняття й аналіз зразків візуалізації, оцінку їх з точки зору основних якостей. На цьому етапі використовують пояснювально-ілюстративний метод навчання. Становлення умінь відбувається за допомогою репродуктивних, аналітичних, акцентних завдань. Під час евристичної бесіди визначають ефективність обраного візуального елемента, його основні якості, значущість форми для передачі змісту повідомлення, дієвість впливу зображень на різні типи аудиторії.

Досліджуючи вплив кожного з елементів зображення (розмір, колір, лінія або форма), студенти оцінюють акценти наміру під час komponування, перерозташування; вивчають основи дизайну для ефективного використання контрасту, кольору, масштабу; визначають варіанти адаптації візуального матеріалу до вимог адресата.

На цьому етапі студенти вчать визначати цільову аудиторію: стать, вік, національність, рівень грамотності та інші категорії ідентичності, пов'язані з типом мислення або інтересами [4]. Найкращими елементами-зразками для спостереження стають образи, що оточують студентів щоденно (наприклад, он-лайн ігри, веб-сайти, сторінки соціальних мереж). Таким чином, на першому етапі студенти досліджують елемент-зразок, оцінюючи його дієвість та ефективність у певній риторичній ситуації, створюючи основу для подальшого продукування візуального матеріалу самостійно.

Другий етап – риторичне моделювання – включає добір та структурування візуальної складової дискурсу. Розвивається здатність підбирати переконливі, виразні та дієві невербальні засоби, а також організовувати їх відповідно до мети та умов комунікації.

Під час моделювання студенти приймають ініціативу у частковій підготовці візуального мате-

ріалу: спрощують текст за рахунок використання візуальних прийомів, редагують окремі елементи, змінюють колір, фон, шрифт, обрамлення абзаців, сторінок. Вчать поетапно змінювати зображення, використовуючи дизайн у формі «коло», «полароїд», «горошок»; написи у стилі «графіті», «акварель», «боке». Добирають жирні шрифти, стрілки, заголовки, що виїжджають, налаштовують однакові вертикальні й горизонтальні (ефект від яких сильніший) переходи між слайдами, що створює відчуття цілосності та плавності. Кожна зміна, що несе конкретне функціональне навантаження, активно обговорюється під час евристичної бесіди.

У процесі моделювання студенти застосовують закони поєднання кольорів, вивчають різницю між контрастними та конфліктуючими відтінками, добирають гармонійну палітру (наприклад, за допомогою Adobe Color), використовують неонові кольори, дуотон, монохромну палітру, акцент одного кольору на чорно-білому фоні тощо. Студенти створюють актуальні меми, виразні комплексні заголовки, іконічний код, поповнюють фотогалереї, створюють інфографіку. Опановують можливості колоризації, мапінгу, використання 3D моделі, відео 360 тощо.

На етапі моделювання актуальними стають тренувальні завдання та вправи за зразком з коментарями щодо риторичної ситуації, типу аудиторії, виду аргументації. Студенти визначають специфіку тих елементів, що перетворюють візуальний каламбур на потужний довод. Для цього використовують прийом «відсторонення» (зміщення або накладання образів, дефаміліаризація), що пропонує презентувати звичайний образ у незнайомий, дивний або шокуючий спосіб, так, щоб він отримав нові перспективи побачити предмет по-іншому. Ефективними стають завдання з інтерпретації невербального знаку, перетворення символу у візуальну метафору [13], наповнення цифрового оповідання – мультимедіального навчального дизайну, який допомагає пояснити складні поняття за допомогою розповіді та метафор [14]. Студенти навчаються прийому «мінімалістична композиція», що пропонує оцінити слайди презентації та залишити лише найважливіші думки та візуальні деталі.

У роботі на другому етапі корисною стає форма самоаналізу, що включає наступні питання: Чи робить моє візуальне оформлення інформацію більш точною, доступною, зрозумілою? Чи є мій образ особливим та виразним, таким, що звертає увагу аудиторії, змушує здивуватись, замислитись, діяти? Чи є запропонований образ (ілюстрація) доречним, коректним з точки зору цільової аудиторії? Отже, етап моделювання пропонує студентам добрати той елемент візуального впливу, що зробить дискурс більш логічним, етичним та естетичним для певної риторичної ситуації.

На третьому етапі – продукування – студенти самостійно візуалізують публічні виступи, ілюструють твори, проводять візуально-риторичні експерименти, змагаються у майстерності оформлення образу, створюють рекламу. Під час продукування використовують сократичний метод навчання, основними прийомами якого виступає самостійна розробка та презентація візуального матеріалу. Ефективними завданнями також стають пропозиції перевтілити вербальний матеріал у невербальний (намалювати музику, «оживити» число, визначити колір днів тижня, зобразити картину настрою, спробувати візуалізувати емоцію, ставлення, проблему). Але основним комплексним прийомом, що реалізує повний цикл візуалізації риторичної діяльності, виступає підготовка та виступ з презентацією проєкту.

Висновки і пропозиції. Отже, перевантаження людства текстовою інформацією знаходить вихід у збільшенні використання невербальних, візуальних засобів передачі інформації. Візуальна складова стає нормою щоденного спілкування, створюючи нове «бачення» знань. Дотримання риторичних принципів та розвиток риторичної компетентності у візуальній комунікації є необхідним інструментом академічного й професійного успіху студента. Риторичні стратегії (логос, етос, пафос), відпрацьовані на вербальних текстах, дають підстави сформулювати основні вимоги щодо візуальних образів та зображень, які мають бути максимально точно й логічно використані, відповідати етичним та моральним нормам, бути естетично-виразними. Навчання прийомам візуалізації передбачає три етапи, що включають спостереження та аналіз візуального елемента, моделювання деталей наочності, самостійне продукування візуального матеріалу. Звичайно, нами розкрито не всі аспекти вищевказаної проблеми, але це може стати предметом подальших наукових розвідок і досліджень.

Список використаної літератури:

1. Anderson O., Kardia S., Gupta K., E. August. Are we teaching our students visual communication? Evaluation of writing assignments in public health, *Journal of Visual Communication in Medicine*. 2020. 43:1. 62–65.
2. Murray, M. D., *Leaping Language and Cultural Barriers with Visual Legal Rhetoric*. 2015. 49 U.S.F.L. Rev. 61–93. URL: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2496736
3. Pellegrini Mason T. *The Ethics and Effectiveness of Rhetorical Strategies Employed by Environmental Groups and the Palm Oil Crisis*. 2016. *Global Honors Theses*. 41. URL: https://digitalcommons.tacoma.uw.edu/gh_theses/41
4. Hocks M. E. *Understanding visual rhetoric in digital writing environments*. *College Composition and Communication*. 2003. 54. p. 629–656.

5. Barthes R. Rhetoric of the Image. In: Evans, J. and Hall, S. (eds.) *Visual Culture: A Reader*. 1999. London: SAGE Publications Ltd. pp. 33–40.
6. Arnheim R. *Visual Thinking*. Paperback – Deluxe Edition, 2004. 234 p.
7. Berger J. *Ways of Seeing*. London, England: British Broadcasting Corporation and Penguin Books. 1972. 45–64.
8. Danesi M. Visual Rhetoric and Semiotic. Oxford Research *Encyclopedia of Communication*. 2017. URL: doi:10.1093/acrefore/9780190228613.013.43.
9. Yenawine P. Theory into practice: The Visual Thinking Strategies. Paper presented at the conference, “Aesthetic and Art Education: A Transdisciplinary Approach”? sponsored by the Caluste Gulbenkian Foundation, Lisbon, Portugal. 1999.
10. Гаврилюк Н. Візуальний образ як текст. *Слово і Час*. 2015. № 4. С. 49–56.
11. Lanham R. A. *The Electronic Word: Democracy, Technology, and the Arts*. Chicago: U of Chicago P, 1993. URL: <https://www.sas.upenn.edu/~traister/lanham.html>
12. Wysocki A. F. Impossibly Distinct: On Form/Content and Word/ Image in Two Pieces of Computer-Based Interactive Multimedia. *Computers and Composition*. 2001. 18. 209–34.
13. Peggy A. Visual Discourse Analysis. *New Methods of Literacy Research*. 2013. RoutledgePages 14 eBook URL: file:///C:/Users/User/Downloads/Visual_Discourse_Analysis.pdf
14. Taylor M., Marrone M., Tayar M., Mueller B. Digital storytelling and visual metaphor in lectures: a study of student engagement. *Accounting Education*. 2018. 27(6). 552–569. URL: <https://doi.org/10.1080/09639284.2017.1361848>

Vorobiova A. Teaching visual rhetoric in English classes at higher educational institutions

The current state of everyday communication in a multicultural, multilingual society demonstrates reducing of verbal redundancy, narrative and verbally oriented concepts. In contrast, the amount of visual content and the modern methods of visual information transmission are increasing. These changes force students to improve the techniques of visual rhetoric that is vital to their academic and professional success. The article considers meta-subject integrating principles of visual rhetoric that operate through the modes of persuasion (rhetorical strategies): logos, ethos, pathos. The study reveals the essential elements of learning visual rhetoric (visual thinking, visual text, rhetorical analysis of visual discourse).

The research addresses the role of studying visual rhetoric techniques in the development of students' ability to think in visual images; to perceive, analyze and produce visual text; to use the visual presentations for pragmatic, ethical and aesthetic impact. The strategy for teaching visual rhetoric includes three stages: observation, modeling, performance. At the stage of observation students explore the visual element-sample assessing its effectiveness and efficiency in a particular rhetorical situation. Students do reproductive, analytical thinking and analytical observing exercises. At the stage of rhetorical visual modeling, a teacher offers to select and organize the visual components while performing training activities and doing exercises in order to practise design according to the model. Among the methods of teaching at this stage we describe the method of defamiliarization, the interpretation of nonverbal elements, the transformation of a symbol into a visual metaphor, the method of «minimalist composition». The performance stage offers students to visualize public speeches, to illustrate the stories, to conduct an extended creative experiment in visual rhetoric. The Socratic method of teaching is defined as the leading one for students' independent preparing and using visual materials.

Key words: *visual rhetoric, observation, modeling, performance, teaching strategies.*