

Кульчицька О. О.,

кандидат філологічних наук, доцент,

доцент кафедри англійської філології

Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника

Бойчук М. В.,

вчитель англійської мови

Лицею № 11 Івано-Франківської міської ради

Ерліхман А. М.,

кандидат філологічних наук, доцент,

доцент кафедри романо-германської філології та методики викладання іноземних мов
Міжнародного гуманітарного університету

СУЧАСНИЙ ПІДРУЧНИК АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ: МУЛЬТИМОДАЛЬНИЙ ВИМІР

Анотація. Статтю присвячено питанню мультимодальності як засобу підвищення ефективності навчального видання та реалізації його комунікативної, інформативної, мотиваційної, експресивної, атрактивної, естетичної функцій. За Г. Крессом, мультимодальність розглядається як процес комунікації через поєднання кількох семіотичних ресурсів, модус – як її базовий елемент, створений на суспільних і культурних засадах, а мультимодальний текст – як результат формування і передачі інформації через певний набір семіотичних компонентів.

У фокусі цієї студії є невербальні ресурси – шрифт, ілюстрації, колористична гама, інфографіка, дійктичні маркери, декоративні елементи – у підручнику англійської мови *SpeakOut* by Antonia Clare and JJ Wilson (Pearson Education, Limited). Аналіз сильних і слабких сторін його мультимодальної організації здійснюється у порівнянні з двома іншими навчальними виданнями, автентичним і створеним колективом українських авторів. Вдало підібрані шрифти (під)заголовків у *SpeakOut* сприяють швидкій концентрації уваги реципієнта. Однак шрифти малого кегля у базових текстах утруднюють сприйняття інформації. *SpeakOut* вирізняється хорошою якістю фотографічних зображень, їх продуманою кількістю і вдалим розміщенням, в результаті чого сторінка не виглядає перевантаженою. Водночас невисокий рівень інформативності ілюстрацій і відсутність оригінальності у їх подачі є недоліком підручника. Колористична гама *SpeakOut* характеризується використанням теплих тонів. Основними кольорами є помаранчевий і світло-коричневий, а різнобарвні фотографічні зображення та кольорове тло окремих сегментів надають динамічності колористичному рішення видання. Проте недостатня насиченість кольору шрифтів базових текстів уповільнює роботу над ними. Мінімалістичний дизайн інфографічного матеріалу, продумані розташування та колористика підкреслюють значення його вербального компонента. Дійктичні маркери та декоративні елементи, хоч і нечисленні, достатньо добре виконують свої функції завдяки хорошему дизайну, вдалому колористичному рішення і правильному розміщенню на сторінці.

Ключові слова: мультимодальність, модус, підручник, шрифт, ілюстрації, колористика, інфографіка, дійктичні маркери, декоративні елементи.

Постановка проблеми. Вимоги до сучасного підручника іноземної мови надзвичайно високі. Він повинен не тільки інформувати, але й зацікавити, мотивувати реципієнта. Одним із засобів досягнення цієї мети є використання принципу мультимодальності дискурсу. Аналіз вербальної та візуальної структури навчального видання, виявлення мультимодальних засобів, які сприяють подачі інформації, а також недоліків у їх організації дозволить усвідомлено підійти до вибору підручника та створення власних навчальних матеріалів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Поняття мультимодальності вважають відносно новим, але це явище відоме з часів античності. Ще риторики звертали увагу на те, що в процесі спілкування людина використовує декілька модусів. Одним із перших, хто у ХХ ст. почав вивчати поєднання різних семіотичних ресурсів вираження смислу, був Р. Барт [1, с. 67]. Поняття мультимодальності запровадили Г. Кресс і Т. ван Люен, хоча основою для його появи стала соціальна семіотика й системно-функціональна лінгвістика М. Халлїдея. У праці *Reading Images: The Grammar of Visual Design* Г. Кресс і Т. ван Люен аналізують мультимодальні тексти, значення яких формуються декількома семіотичними модусами [2]. У своїй наступній праці *Multimodal Discourse: The Modes and Media of Contemporary Communication* [3] дослідники звертають увагу на соціально-семіотичний аспект мультимодальності. Важливий внесок у теорію мультимодальності зроблено у праці Е. Болдрі і П. Тібо *Multimodal Transcription and Text Analysis*. Вчені виділяють два важливі принципи: «принцип інтеграції ресурсів», який ґрунтується на взаємодії модусів і є основою мультимодальних текстів, і «принцип компресії значення», суть якого полягає в тому, що на вищих рівнях, де створюється значення, відбувається співвідняння нижчих елементів [4, с. 4, 19].

На сучасному етапі розвитку лінгвістичної науки не існує єдиного визначення явища мультимодальності. Г. Кресс [5] визначає мультимодальність як процес комунікації, у якому задіяні два чи більше режимів, що реалізуються розмовними, письмовими, візуальними, звуковими, жестовими семіотичними ресурсами. А. Гіббонс розглядає мультимодальність як

«співвідношення більше, ніж одного семіотичного модулю в певному контексті» [6, с. 8]. За Д. Безмером і К. Джуйт [7, с. 1–2], поняття мультимодальності можна характеризувати як створення значення за допомогою різних модулів Н.Я. Град стверджує, що «мультимодальність є тісною взаємодією різних семіотичних систем» [8, с. 154]. Л.Л. Макарук вважає, що «мультимодальність – своєрідна парасолька, яка об'єднує під одним каркасом паралінгвістику, невербальну комунікацію, графічну лінгвістику, візуальну комунікацію» [9, с. 73]. Характеризуючи письмовий дискурс, А.А. Кібрик вказує, що «попри вербальний компонент, до нього входить цілий набір графічних параметрів, таких як: шрифт, кольори, формат тощо, а сучасне поняття мультимодальності вміщує все це різноманіття» [10, с. 148]. О.М. Калініченко, слідом за О.П. Воробйовою, стверджує, що мультимодальність оприявнюється завдяки різноманітним модусам, і поділяє її на зовнішню, приховану та інтегровану [11, с. 43].

Г. Кресс [5, с. 79] трактує модус як базовий елемент мультимодальності, який створений на суспільних і культурних засадах; завдяки поєднанню модулів формується основне повідомлення тексту. Модусами вважають вербальний компонент усного та письмового мовлення, жести, шрифт, зображення, колір та інші семіотичні ресурси. Л.Л. Макарук [12, с. 94–95] поділяє семіотичні ресурси, які застосовуються у письмовому комунікативному просторі на певні групи: сегментація тексту та інші графічні ефекти, шрифт, колір, непіктографічні та нефотографічні паратекстові елементи, іконічні елементи (зображення), невербальні засоби (таблиці, діаграми, графіки й схеми).

Мультимодальний текст – це текст, який формує й передає інформацію через певний набір семіотичних компонентів [3, с. 18]. Такі тексти називають також «креолізованими, мультимодальними (В.Г. Костомаров), семіотично ускладненими (А.В. Протченко), відеовербальними (О.В. Пойманова), гібридними (Ю.А. Бельчиков), ізовербальними комплексами (А.А. Бернацька), ізовербальними (А.В. Міхєєв), полікодовими текстами (Г.В. Ейгер, В.Л. Юхт)» [13, с. 274].

Актуальність нашої розвідки зумовлена необхідністю вивчення закономірностей використання мультимодальних засобів у академічному дискурсі, зокрема у підручниках англійської мови, оскільки збалансоване поєднання різних модулів сприяє підвищенню ефективності навчального видання.

Мета дослідження. Об'єктом цієї студії є мультимодальність як спосіб організації та подачі інформації у підручнику англійської мови *SpeakOut* by Antonia Clare and JJ Wilson [14] порівняно з автентичним виданням *On Screen* by Virginia Evans and Jenny Dooley [15] і підручником *A Way to Success* вітчизняних авторів Н.В. Тучиної et al. [16]. Предметом дослідження виступає смислове і функціональне навантаження мультимодальних засобів у першому виданні. Мета роботи полягає у з'ясуванні та аналізі ролі невербальних засобів у підручнику *SpeakOut* як зразка мультимодального тексту. Досягнення поставленої мети передбачає розв'язання таких завдань: розглянути поняття мультимодальності, модулю, мультимодального тексту; виявити основні параметри мультимодальності в підручнику англійської мови *SpeakOut*; проаналізувати сильні і слабкі сторони його мультимодальної організації у порівнянні із виданнями *On Screen* та *A Way to Success*.

Виклад основного матеріалу. У цій студії підручники *SpeakOut*, *On Screen* та *A Way to Success* аналізуються за шістьма

параметрами: шрифт, ілюстрації, колористична гама, інфографіка, дейктичні маркери (позначки), декоративні елементи.

За параметром шрифту основних заголовків *SpeakOut* вигідно відрізняється від *On Screen* та *A Way to Success*. Основні заголовки (назви розділів, підрозділів, теми) у першому підручнику подаються великим кеглем видільного шрифту білого кольору, розташованому на темно-помаранчевому і світло-коричневому тлі, що додає їм вишуканості й елегантності та концентрує увагу читача. Статичні, прямі, відкриті, нормального заповнення з хорошою відстанню й однаковою висотою, заголовки виглядають спокійними та стриманими.

У *Speakout*, на відміну від *A Way to Success*, шрифти підзаголовків відрізняються своїми характеристиками від шрифтів заголовків. Кегль підзаголовків менший, ніж кегль основного заголовка, що вказує на їх роль та ступінь важливості. Літери підзаголовків є широкими, менш відкритими, однакової висоти. Заповнення шрифтів нормальне. Жирне накреслення, прямі кути та відсутність зарубків та брусків додає підзаголовкам класичності та водночас легкості.

Підзаголовки текстів для читання вигідно відрізняють *SpeakOut* від *A Way to Success*. Шрифти підзаголовків у *SpeakOut* відрізняються розміром і кольором від шрифтів основного тексту; це зацікавлює читача, спрямовує його увагу. Літери підзаголовка контрастують із фоном, на якому вони розташовані. Підзаголовки відрізняються один від одного насиченістю, гарнітурою, кеглем, щільністю, контрастністю тощо. Така різноманітність покращує дизайн сторінки.

Однак суттєвим недоліком *SpeakOut* є невдалий вибір шрифтів основних текстів і граматичних правил. У цьому відношенні цей підручник поступається двом іншим виданням, що аналізуються. Малого розміру, занадто тонкого накреслення шрифт, подекуди з відкритими літерами, виглядає майже сірим, що утруднює сприйняття інформації реципієнтом.

За параметром ілюстративного матеріалу *SpeakOut* має значну перевагу над *A Way to Success*. Наявність фотографічних зображень і малюнків у першому підручнику робить його привабливо різнобарвним. Якість фотографій у *SpeakOut* є відмінною. Усі ілюстрації кольорові, витримані в одному стилі. Хороший рівень насиченості фотографічних зображень привертає увагу, переключаючи її з інформативного елемента (тексту) на ілюстративний.

За кількістю фотографічних зображень *SpeakOut* вигідно відрізняється від *On Screen*. Сторінка з двома чи трьома фото виглядає не перевантаженою. Важливим для концентрації уваги читача є розмір ілюстрацій. Середнього масштабу, зручні для сприйняття інформації фотографічні зображення покращують дизайн підручника, зберігають гармонійність сторінки.

У всіх трьох підручниках наявні ілюстрації, що є фоном сторінки. Проте у *SpeakOut* використання таких фотографічних зображень є краще продуманим. Фотографії не домінують, а підкреслюють важливість вербального компонента. Більша частина фотографічного зображення знаходиться в нижній частині сторінки, де текст практично відсутній; текстовий компонент, представлений на світлих частинах фото, не втрачає своєї значущості.

Малюнки у *SpeakOut* порівняно з *A Way to Success* є більш ефективним засобом донесення смислу. Кількість малюнків у першому виданні невелика, але вони вирізняються високою якістю й урізноманітнюють ілюстративний матеріал. Роблячи сторінку більш

виразною, вони мають логічний зв'язок із текстом, що сприяє розвитку асоціативного мислення і полегшує засвоєння інформації.

Проте *SpeakOut* поступається *On Screen* у креативності подачі ілюстративного матеріалу. У першому підручнику фотографічні зображення та малюнки представлені тільки у двох формах – квадратній і прямокутній на білому тлі сторінки. Така майже аматорська традиційність не сприяє зацікавленості читача.

Необхідно також визнати недостатню інформативність ілюстративного матеріалу у *SpeakOut* порівняно з *On Screen* та *A Way to Success*. Часто фотографічні зображення мають загальний характер – відповідають скоріше темі розділу, аніж тестовому матеріалу, який повинні ілюструвати. Навіть у тих випадках, коли фотографії мають безпосередній зв'язок із текстом, вони рідко використовуються як основа для виконання завдань, спрямованих на розвиток комунікативних навичок.

За параметром колористичної гами *SpeakOut* вирізняється переважанням у підручнику відтінків тільки двох кольорів – темно-помаранчевого і світло-коричневого. Використання кольорових сегментів на сторінці є помірним. Вони ненав'язливо підкреслюють необхідні елементи, фокусуючи увагу реципієнта. На нашу думку, переважна однотонність фону з вкрапленнями кольорових фотографій і забарвлених сегментів є перевагою *SpeakOut* у порівнянні з невиразністю *A Way to Success* і надмірною різнобарвністю *On Screen*. Білий фон сторінки у *SpeakOut* створює ефект мінімалістичності, що є зручним для сприйняття матеріалу. Вербальна частина не втрачає свого інформаційного потенціалу, а візуальні елементи, контрастуючи із тлом сторінки, додають їй виразності.

Окремо виділяємо фон певних сегментів на сторінці. Колір тла сегментів варіюється – світло-рожевий, світло-зелений, блакитний, жовтий, темно-помаранчевий, світло-коричневий тощо. Однак насиченість тону є помірною.

Кольори ілюстрацій є також перевагою *SpeakOut*. Фотографічні зображення у підручнику є достатньо яскравими, але не кричущими і не нав'язливими, гама відтінків – багатою та стильною. Світлі, яскраві, м'які кольори переважають у фотографіях і малюнках підручника.

Колір фону й шрифту заголовків і підзаголовків *SpeakOut* відрізняє його від *A Way to Success* та *On Screen*. Завдяки темному відтінку тла (під)заголовків та білому кольору літер читач легко орієнтується на сторінках підручника; таке поєднання кольорів не втомлює око і водночас робить надписи більш динамічними. Разом з тим кольори шрифтів основних текстів підручника *On Screen* краще виконують інформативну, мотиваційну і атрактивну функції, ніж кольори у *SpeakOut*. В останньому виданні колір літер занадто світлий, інколи здається, що вони зливаються із фоном, на якому розташовані.

За параметром інфографіки *On Screen* і *A Way to Success* поступаються підручнику *SpeakOut*. У останньому мінімалістичний дизайн і середній розмір таблиць, їх вдало розташування на сторінці полегшує сприйняття матеріалу. Фон таблиць здебільшого гармоніює з основним фоном сторінки. Світло-блакитне тло таблиць із граматичними правилами привертає увагу, не відволікаючи читача від текстового матеріалу, а сторінка набуває естетичного вигляду. Також *SpeakOut* вигідно відрізняється від *On Screen* та *A Way to Success* наявністю в підручнику діаграм, які візуалізують і доповнюють подану у текстах інформацію. Дизайн діаграм, включаючи їх розмір і колір, відповідає загальній композиції сторінки і стилю підручника.

За параметром дейктичних маркерів (позначок), *SpeakOut* вигідно відрізняється від *A Way to Success*. Символи-сигнали виконують свою інформативну функцію завдяки хорошему дизайну і правильному розташуванню на сторінці. Наприклад, позначка *play*, є невеликого розміру, кольори її прямокутної рамки гармонійно підібрані, завдяки чому маркер привертає увагу читача і виділяється серед інших елементів на сторінці. Ще один приклад: три блакитні кружечки у коричневому прямокутнику у верхній частині сторінки. Літери всередині кружечків позначають навички, що будуть відпрацьовуватися (*G – Grammar, P – Pronunciation, V – Vocabulary, F – Functions* тощо). За критерієм кількості інформативних позначок *SpeakOut* дещо поступається підручнику *On Screen*, хоча ми не вважаємо це недоліком, оскільки надмірна кількість позначок може іноді дезорієнтувати читача.

Кількість декоративних елементів у *SpeakOut* є невеликою, проте вони підкреслюють ритмічність дизайну й активізують зорове сприйняття. Серед декоративних елементів виокремлюємо широку горизонтальну помаранчеву лінію у верхній частині кожної сторінки і тонкі рожеві лінії на окремих сторінках, що вдало доповнюють загальну композицію, додаючи їй чіткості та цілісності.

Висновки. Проведений аналіз вказує на важливість правильного, збалансованого використання різних мультимодальних засобів при укладанні підручників. Мультимодальність передбачає гармонійне поєднання низки ресурсів, які є важливими елементами у процесі створення та донесення єдиного смислу.

За нашими спостереженнями, у підручниках англійської мови, як автентичних, так і розроблених в Україні, не завжди ефективно реалізується інформаційний потенціал ілюстративних елементів – фотосвітлині і малюнків, які подекуди використовуються лише як декоративні деталі. Тому перспективи подальшого дослідження ми бачимо у поглибленому вивченні ролі, функцій і методів представлення цього компонента у його взаємодії з вербальним ресурсом мультимедійного підручника.

Література:

1. Макарук Л.Л. Невербальні та паралінгвальні семіотичні ресурси в лінгвістичних студіях XX–XXI століть: прикладний аспект. *Закарпатські філологічні студії*. Вип. 5. Т. 1. 2018. С. 66–72.
2. Kress G. and Van Leeuwen, T. *Reading Images – The Grammar of Visual Design*. 2nd Edition. London : Routledge, 2006. 321 p.
3. Kress G., van Leeuwen T. *Multimodal discourse: The Modes and Media of Contemporary Communication*. London : Bloomsbury Academic, 2001. 152 p.
4. Baldry A., Thibault P. *Multimodal Transcription and Text Analysis: A Multimedia Toolkit and Coursebook*. London : Equinox Publishing Limited, 2006. 270 p.
5. Kress, G. *Multimodality – A Social Semiotic Approach to Contemporary Communication*. London : Routledge, 2010. 212 p.
6. Gibbons A. *Multimodality, Cognition and Experimental Literature*. London: Routledge, 2014. 253 p.
7. Bezemer J., Jewitt C. *Multimodal Analysis: Key Issues*. *Research Methods in Linguistics / ed. L. Litosseliti*. London: Continuum, 2009. P. 180–197.
8. Град Н.Я. Відеовербальний текст як об'єкт вербальної і невербальної комунікації у сучасних мультимодальних студіях. *Молодий вчений*. 2015. № 5 (20). Ч. 2. С.153–157.
9. Макарук Л.Л. Специфіка сучасного англомовного мультимодального дискурсу. *East European Journal of Psycholinguistics*. 2014. V. 1, № 2, С. 71–78.

10. Кибрик А.А. Мультимодальная лингвистика. *Когнитивные исследования* : сборник научных трудов / отв. ред. Ю.И. Александров, В.Д. Соловьев. Москва : Ин-т психологии РАН, 2010. С. 134–152.
11. Калініченко О.М. Мультимодальність художнього тексту: напрями лінгвопоетологічних досліджень. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія*. 2016. № 21. Вип. 21. Т. 2. С. 42–45.
12. Макарук Л.Л. Паралінгвальні засоби як композиційні складники сучасних англомовних мультимодальних текстів. *Науковий журнал*. 2016. № 4. С. 94–98.
13. Сподарик О. В. Постмодерна характеристика полікодового тексту. *Наукові записки. Сер.: «Філологічна»*. 2012. Вип. 27. С. 274–276.
14. Clare A. and Wilson JJ. *SpeakOut: Advanced*. Student's book / 2nd ed. Harlow, Essex, England : Pearson Education, Limited, 2016. 176 p.
15. Evans V. and Dooley J. *On screen: Upper-intermediate B2+*. Student's book. Newbury, Berkshire, UK : Express Publishing, 2016. 132 p.
16. Тучина Н.В., Жарковська І.В., Зайцева Н.О. та ін. *A Way to Success: English for University Students. Year 2* : Student's book. Харків : Фоліо, 2008. 320 с.

Kulchytska O., Boichuk M., Erlikhman A. Modern English textbook: multimodal dimension

Summary. The central problem of the article is multimodality as a means of enhancing the effectiveness of English textbooks, which helps to realize their communicative, informational, expressive, attraction, and aesthetic functions. According to G. Kress, multimodality is regarded as the process of communication through the simultaneous use of several semiotic resources, or modes; mode is its basic socially and culturally determined element; and multimodal text, a result of organizing and transmitting information through a given set of semiotic components.

The article highlights the role of non-verbal modes – fonts, illustrations, color scheme, infographics, deictic marks, decorative elements – in the English textbook *SpeakOut* by Antonia Clare and JJ Wilson (Pearson Education, Limited). The strengths and limitations of its multimodal organization are analyzed in comparison to two educational publications of the same type, an authentic one and a textbook produced by a team of Ukrainian authors.

The appropriate fonts of *SpeakOut*'s (sub)titles help the recipient to concentrate his/her attention. But the small font size in the main texts makes them much less readable. *SpeakOut* is marked by a good quality of photographic images; their number is not excessive, and they are well-placed on the page; so the latter does not look overloaded. At the same time, low informativeness of the illustrations and rather a conventional method of their presentation is a weakness of the publication. The color scheme of *SpeakOut* is warm. The basic tones are orange and light brown, while the multi-colored photographic images and the background color of some segments contribute to the dynamism of the textbook's coloristic design. Yet insufficient intensity of the font color in the main texts hampers the reader's comprehension. Minimalistic design of the infographic materials, carefully chosen colors and appropriate placement on the page emphasize the meaning of their verbal component. The deictic marks and decorative elements are not numerous, but they function effectively thanks to good graphic and coloristic design, and the general visual organization of the page.

Key words: multimodality, mode, textbook, font, illustration, color scheme, infographics, deictic mark, decorative element.