

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ РЕЧЕВЫХ ЛЕКСИЧЕСКИХ НАВЫКОВ УЧАЩИХСЯ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ВЕБ-ПРИЛОЖЕНИЙ ДЛЯ СОЗДАНИЯ FLASH-КАРТОЧЕК

Введение. Одним из важных показателей развития умений монологической речи (МР) выступает ее лексическое разнообразие, что делает значимой задачу формирования речевых лексических навыков (ЛН). Немаловажным представляется также тот факт, что опора на различные анализаторы, каналы поступления информации (из которых зрительный имеет наибольшую пропускную способность) при овладении лексическим материалом, позволяет обеспечить прочность его усвоения.

При этом flash-карточки (ФлК) являются эффективным способом визуализации информации, который может применяться при обучении различным видам речевой деятельности, одним из которых является говорение, в частности, МР. Иначе говоря, ФлК представляют собой набор вербальной и визуальной информации, расположенной с одной или обеих сторон карты, и могут быть использованы как на уроке, так и при индивидуальном обучении. Следовательно, актуальность настоящего исследования обусловлена необходимостью разработки методических аспектов применения веб-приложений (ВебП) для создания ФлК в обучении лексической стороне иноязычной МР.

Цель исследования состоит в разработке комплекса упражнений для обучения учащихся лексической стороне МР на иностранном языке (ИЯ) с использованием ВебП для создания ФлК. Основными методами исследования являются критический анализ научно-методической литературы, эксперимент, тестирование, анализ количественных результатов экспериментального обучения.

Основная часть. Одной из основных задач настоящего исследования выступала разработка комплекса упражнений для обучения учащихся лексической стороне МР на ИЯ с использованием ВебП для создания ФлК, при создании которого учитывались типы и виды упражнений, предложенные в работах Е. А. Маслыко [1] и Е. И. Пассова [2].

Разработанный комплекс упражнений для обучения учащихся лексической стороне МР на ИЯ с использованием ВебП для создания ФлК включает два этапа: формирование речевых ЛН и совершенствование речевых ЛН. Поскольку этап формирования речевых ЛН был описан в одной из предыдущих публикаций [3], остановимся на втором этапе.

Этап *совершенствования речевых ЛН* предполагает выполнение упражнений на основе разговорного текста с помощью ВебП для создания ФлК. Следует пояснить, что на данном этапе в отличие от этапа формирования речевых ЛН условно-речевые упражнения выполняются без образцов, что обеспечивает их репродуктивный характер, несмотря на то, что действие учащихся может быть нацелено, например, на различные виды трансформации разговорного текста. Иначе говоря, данные условно речевые упражнения характеризуются «реальной ситуативностью» [4].

Упражнение 1 (условно-речевое, трансформационно-репродуктивное): Look at the picture. Did Lisa and her brother have the same views on this item of clothing when they were in the clothes shop? If so then what did they think? (рисунок 1). *Possible student's answer:* Yes, they did. When they were in the clothes shop Mike thought it looked nice and Lisa said it was in fashion.

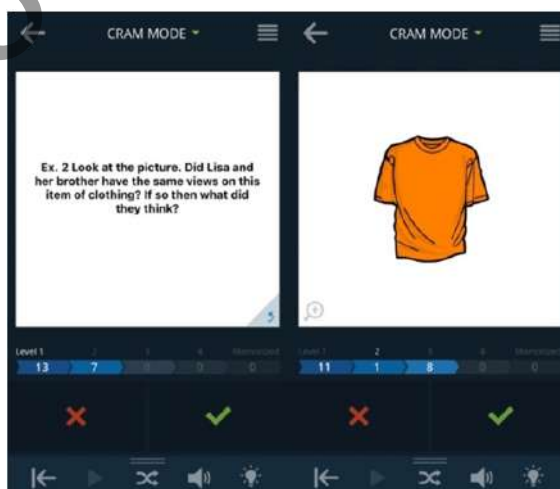


Рисунок 1 — Пример ФлК для выполнения трансформационно-репродуктивного упражнения

Упражнение 2 (условно-речевое, трансформационно-репродуктивное): You have read Lisa's and her brother's opinions on clothes. Which of their opinions do you agree with? Express these opinions in your own words.
Possible student's answer: I don't think that only long socks are in fashion right now. I like baggy clothes.

Упражнение 3 (условно-речевое, трансформационно-репродуктивное): Answer using the facts from the text: a) How does Lisa feel in the clothes shop? How does Mike feel in the clothes shop? Why? (рисунок 2). *Possible student's answer:* Lisa feels bored / tired in the clothes shop because she has been waiting for Mike for ages.

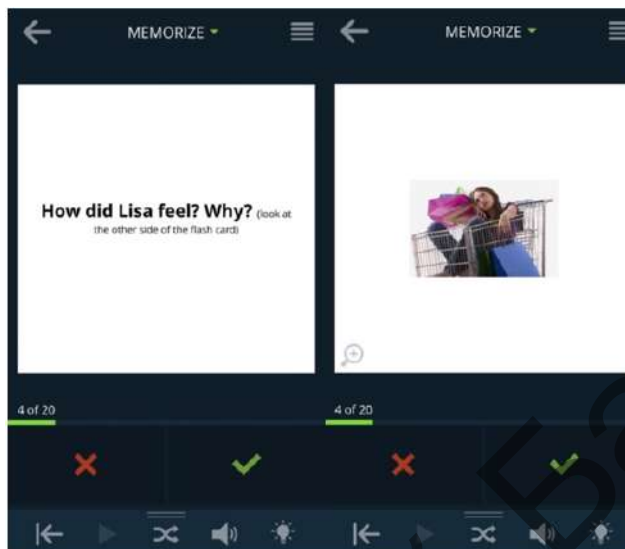


Рисунок 2 — Пример ФлК для выполнения трансформационно-репродуктивного упражнения

b) Prove that Lisa didn't like the clothes Mike chose (рисунок 3). *Possible student's answer:* Lisa didn't like the blue jeans, because she said they looked too baggy.



Рисунок 3 — Пример ФлК для выполнения трансформационно-репродуктивного упражнения

c) Can you say that Mike has bad taste in clothing? Why or why not? *Possible student's answer:* I can say that Mike has bad taste in clothing because these clothes don't match / because I don't like such clothes, etc.

Упражнение 4 (условно-речевое, репродуктивное): Look at the pictures in the flash-card and answer the question: Did the artist correctly draw what you've just read? If there is something wrong, correct it. (*There are certain inconsistencies in the illustration*). *Possible student's answer:* No, Lisa hasn't been doing shopping. She has been waiting for her brother.

Упражнение 5 (условно-речевое, репродуктивное): After shopping Mike wanted to call his friends and tell them about the clothes he has bought. But they were all busy. Look at the pictures and say what they have been doing (рисунок 4).

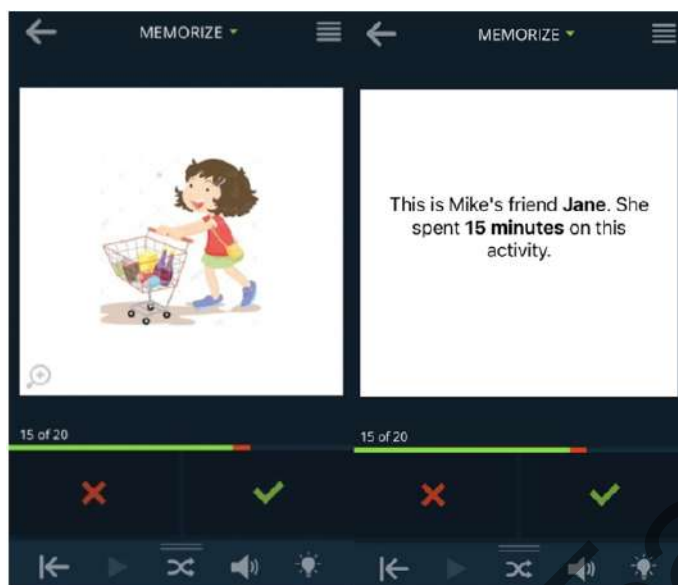


Рисунок 4 — Пример ФлК для выполнения репродуктивного упражнения

Как известно этап развития умений МР подразумевает совершенствование речевых ЛН, что позволяет констатировать целесообразность включения речевых упражнений во второй этап комплекса упражнений для обучения учащихся лексической стороне МР на ИЯ с использованием ВебП для создания ФлК. При этом могут быть выполнены речевые упражнения первого и второго вида. В трактовке Е. И. Пассова, первый вид характеризуется наличием каких-либо опор и обусловленностью речевой деятельности (по форме, содержанию, речевой задаче), второй — «свободен от указанных факторов» [4].

Упражнение 1 (речевое, первого вида, продуктивное в МР): Your friend wants to buy some new clothes, but doesn't know which clothes shops to visit. Tell your friend about your favorite place to buy clothes and why it is your favorite (рисунок 5).

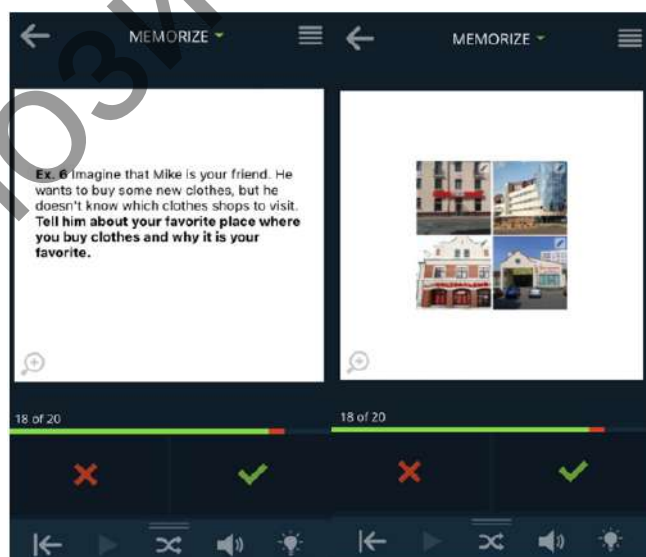


Рисунок 5 — Пример ФлК для выполнения речевого упражнения

Упражнение 2 (речевое, первого вида, продуктивное в МР): I know that you go shopping a lot. Which store would you advise me to visit and why?

Упражнение 3 (речевое, первого вида, продуктивное в МР): Imagine that you are a fashion expert. Give a piece of advice about what clothes are in fashion today and what people should wear this season. Tell about 1 or 2 clothing items. You can tell us about colors, styles that are trendy today.

Упражнение 4 (речевое, первого вида, продуктивное в МР): Your friend from another city believes that there are no good clothing stores in Baranovichi. Going to what store might change his mind?

Упражнение 5 (речевое, первого вида, продуктивное в МР): Imagine that a delegation from England came to our city. What kind of shop would you show to our friends?

Упражнение 6 (речевое, второго вида, продуктивное в МР): What are your thoughts about the idiom “clothes do not make the man”? Do you agree or disagree with it and why? Give 5—7 examples from your own experience to prove or deny this idiom.

Упражнение 7 (речевое, второго вида, продуктивное в МР): Imagine that you are an interviewee on a television show about shopaholics. What would you say to people who believe that every season you need to buy new things that are in fashion? Give 5 pieces of advice to these people.

Упражнение 8 (речевое, второго вида, продуктивное в МР): Do you think people should spend thousands of dollars on branded clothing? Compare where and how Americans and Belarusians do shopping for clothes by giving 2—3 examples and make the conclusion which people spend more money on clothes.

Заключение. Разработанный комплекс упражнений на этапе совершенствования речевых ЛН включает условно-речевые репродуктивные и речевые упражнения в МР различных видов и уровней, используемые для совершенствования навыков на основе прочитанного разговорного текста и выполняемые с помощью ВебП для создания ФлК. Эффективность разработанного комплекса упражнений определялась в ходе эксперимента, подведение итогов которого является задачей настоящего этапа проводимого исследования.

Список цитируемых источников

1. Настольная книга преподавателя иностранного языка : справ. пособие / Е. А. Маслыко [и др.]. — 7-е изд., стер. — Минск : Выш. шк., 2001. — 522 с.
2. *Пассов, Е. И.* Урок иностранного языка / Е. И. Пассов, Н. Е. Кузовлева. — Ростов н/Д : Феникс ; М : Глосса-Пресс, 2010. — 640 с.
3. *Колушенкова, А. В.* Комплекс упражнений для обучения студентов лексической стороне монологической речи на иностранном языке с использованием веб-приложений для создания флэш-карточек / А. В. Колушенкова // Наука — практике : материалы I Междунар. науч.-практ. конф., Барановичи, 15 мая 2020 г. : в 2 ч. / редкол.: В. В. Климух (гл. ред.) [и др.]. — Барановичи : БарГУ, 2020. — Ч. 1. — С. 229—231.
4. Пассов, Е. И. Основы коммуникативной теории и технологии иноязычного образования: методическое пособие для преподавателей русского языка как иностранного [Электронный ресурс] / Е. И. Пассов, Н. Е. Кузовлева. — М. : Русский язык. Курсы, 2010. — 568 с. — Режим доступа: https://www.rki.msu.ru/source/Biblioteka%20slush/RKI%20deti/osnovy_kommunikativnoi_teorii.pdf. — Дата доступа: 20.09.2020.

УДК 1751

Ю. Ю. Корсак

Учреждение образования «Витебский государственный университет имени П. М. Машерова», Витебск, Республика Беларусь

РЕКЛАМА В КОММУНИКАЦИОННОМ ПРОЦЕССЕ

Введение. Реклама — вид коммуникации, который убеждает и побуждает людей совершать определённые действия. Коммуникация важна, потому что она знакомит людей с различными вещами, которые могут быть предложены. Рекламные объявления также показывают преимущества, особенности и ценность конкретного товара. Один из результатов рекламы — изменить поведение и мышление людей, поэтому рекламодателю очень важно найти контакт с получателем.

Коммуникативный процесс в рекламе ничем не отличается от других массовых коммуникационных процессов. Всё это включает в себя отправку сообщения или передачу информации от отправителя или источника получателю, или аудитории через определённый канал и обычно имеет обратную связь.

Основная часть. Рекламную коммуникацию можно определить, как процесс восприятия источника, сообщения, канала связи и получателя. Иногда получатель может стать источником информации, передавая сообщение семье или друзьям. Этот вид общения называется устным, которое включает в себя социальное взаимодействие между двумя или более людьми.

Модель рекламной коммуникации включает:

Источник. Процесс рекламной коммуникации начинается с отправителя, которого также называют источником. Он развивает идеи, кодирует и передаёт их получателю. Источник должен передавать сообщение через эффективные средства массовой информации, которые достигают целевой аудитории.