

Список цитируемых источников

1. *Алексеев, Н. Р.* Исследование творчества в науке и обучение творчеству в школе / Н. Р. Алексеев, Э. Р. Юдин. — М. : Науч. творчество, 1969. — 312 с.
2. *Альтшуллер, Г. С.* Творчество как точная наука / Г. С. Альтшуллер // Советское радио. — 1979. — № 4. — С. 34—37.
3. *Андреев, В. И.* Педагогика : учеб. курс для творческого саморазвития / В. И. Андреев. — Казань : Центр инновац. технологий, 2000. — 608 с.
4. *Андрієвська, В. В.* Креативність / В. В. Андрієвська // Енциклопедія освіти / акад. пед. наук України ; відповід. ред. В. Г. Кремень. — Київ : Юрінком Інтер, 2008. — 1040 с.
5. *Анохин, П. К.* Проблема принятия решения в психологии и физиологии / П. К. Анохин. — М. : Наука, 1976. — 68 с.
6. *Білотіл, А. М.* Від творчого вчителя до творчого учня / А. М. Білотіл // Завуч. — 2008. — № 10. — 23 с.
7. Большая советская энциклопедия : в 30 т. / А. М. Прохоров (гл. ред.). — 3-е изд. — М. : Сов. энцикл., 1971. — Т. 4. — 600 с.
8. *Бриль, М. М.* Психологічна готовність педагога вищої школи до активізації творчого потенціалу учнівської молоді / М. М. Бриль // Теоретичні і прикладні проблеми психології. — 2006. — № 33(14). — С. 40—48.
9. *Вербицкий, В. А.* Активное обучение в высшей школе: контекстный подход : метод. пособие / В. А. Вербицкий. — М. : Высш. шк., 1991. — 207 с.
10. *Зимняя, И. А.* Педагогическая психология : учеб. для вузов / А. И. Зимняя. — М. : Логос, 2005. — 384 с.
11. *Капица, П. Л.* Некоторые принципы творческого воспитания и образования современной молодёжи / П. Л. Капица. — М. : Логос, 1971. — 84 с.
12. *Кукушкин, В. С.* Введение в педагогическую деятельность : учеб. пособие / В. С. Кукушкин. — Ростов н/Д : МарТ, 2002. — 217 с.

Материал поступил в редакцию 15.11.2012 г.

Е. В. Булатая

Научный руководитель — *Н. А. Егорова*, кандидат педагогических наук, доцент
Учреждение образования «Барановичский государственный университет», Барановичи

РЕКЛАМНЫЙ ТЕКСТ КАК КОММУНИКАТИВНОЕ СРЕДСТВО ОБУЧЕНИЯ САМОВЫРАЖЕНИЮ СТАРШЕКЛАСНИКОВ (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА)

Проблема понимания самовыражения личности в настоящее время находится в ряду наиболее обсуждаемых проблем научного познания. Целый ряд теоретических и прикладных дисциплин не только изучают эту проблему, но и осознают необходимость её решения как предпосылку своего дальнейшего развития.

Наше исследование направлено на изучение процесса самовыражения у старшеклассников, определение тех основных коммуникативных средств, при помощи которых осуществляется данный процесс на уроках английского языка. Следует упомянуть, что обучение самовыражению старшеклассников является одной из важнейших задач педагогов в школе. Старшеклассники — это группа школьников, которой необходимо вскоре самоопределиваться и выбрать будущую профессию, поэтому обучение их самовыражению является необходимостью. При помощи самовыражения старшеклассники становятся субъектом собственного развития и воплощают себя в различных формах жизнедеятельности, а на первый план выходят их инициатива и активность. Старшеклассники как, в принципе, уже сформировавшиеся личности имеют своё мнение, суждение, идеи, но часто не могут перенести это из внутреннего состояния во внешнюю среду и вступить в коммуникацию. Большие трудности при выполнении этого возникают на родном языке, но процесс обучения самовыражению старшеклассников на иностранном языке вызывает ещё больше проблем.

Таким образом, неумение, нежелание или же неготовность старшеклассников к самовыражению на иностранном языке является ведущей проблемой школы, которую нужно решать в короткие сроки. Поэтому исследование сущности самовыражения, его функций и составляющих, рассмотрение коммуникативных средств самовыражения является важным рычагом в формировании свободной языковой и коммуникативной деятельности старшеклассников.

В рамках исследований по психологии самовыражение трактуется как широкий круг вербальных и невербальных поведенческих актов, которые человек использует для передачи информации о себе другим лицам и создания определённого образа себя [1, с. 242].

С точки зрения педагогики самовыражение — это внешняя актуализация (через слово, действие) внутреннего состояния человека, не ограниченная никакими условиями или обходящая и даже игнорирующая их. Человек может самовыражаться в танце, песне, живописи и других видах творческой деятельности. Для самовыражения создаются специальные условия полной свободы выбора действия, места и времени, средств и технологии выполнения. Например, без самовыражения в искусстве невозможно создание оригинального творческого продукта [2, с. 675].

Таким образом, анализ различных дефиниций термина «самовыражение» свидетельствует о широком характере этого понятия. Однако автор данного исследования понимает под данным термином выражение человеком своей индивидуальности с помощью вербальных и (или) невербальных средств, вызванное осознанной или неосознанной коммуникативной потребностью.

Говоря о структуре самовыражения, следует отметить, что в литературе выделяются следующие компоненты: *внутренний план* и *внешний план*. В свою очередь внутренний план состоит из внутреннего образа мира, который представляет собой целостную, многоуровневую систему представлений человека о мире, других людях, о себе, своём прошлом опыте, и внутренней речи, оперирующей образами и кодами, обладающей своими специфическими, присущими только ей особенностями: фрагментарностью, отрывочностью, ситуативностью. Во внешнем плане происходит развёртывание образов в слова. Устная речь, включающая речевое и неречевое поведение, обеспечивает репрезентацию, т. е. выражение внутреннего образа, операцию связывания образа и символа. Именно на этом этапе перевода внутренних образов в слова для наиболее адекватного самовыражения привлекаются неречевые компоненты устной речи, которые являются лишь вспомогательными средствами и ни в один из моментов общения не могут заменить её. Среди таких средств наибольшее значение приобретают мимика и жесты, которые могут быть эквивалентны сразу нескольким словам и требуют меньше времени для планирования и использования [3, с. 459].

Исследование самовыражения предполагает собой изучение функций, которые оно выполняет. Данные функции показывают важность и необходимость их осуществления в различных ситуациях межличностного общения:

1. *Экзистенциальная функция* самовыражения состоит в том, что, посылая информацию о своей личности, человек утверждает факт своего существования и претендует на то, чтобы окружающие включали его в социальное взаимодействие.

2. Самовыражение направлено на включение конкретного человека в сложную социальную систему, поскольку человек действует как исполнитель большого числа социальных ролей, которые ему предоставляет общество. В этом состоит *адаптивная функция* самовыражения.

3. *Идентификационная функция* заключается в том, что самовыражение личности направлено на отражение её принадлежности к определённым социальным группам или к психологическим типам.

4. Не менее существенна и *коммуникативная функция* самовыражения. Она является генетически исходной, поскольку вся информация, посылаемая личностью, адресована другим людям, без аудитории она лишена всякого смысла.

5. Самовыражение одной личности вызывает определённые изменения в тех людях, которые стали адресатами полученной информации. Таким способом самовыражение выполняет *преобразовательную функцию*.

6. *Функция регуляции межличностных отношений* осуществляется тогда, когда общающиеся с помощью самовыражения выстраивают свои отношения и достигают определённой позиции, дистанции и знака отношений. Сюда можно отнести и ситуации педагогического общения.

7. Немаловажно и то, что самовыражение служит средством согласования «Я-концепции» личности и её поведения, выполняя *функцию саморегуляции*.

8. *Функция самовоплощения* связана с тем, что, выражая себя в общении с другими людьми, человек создаёт в их сознании образ себя, который существует независимо от его земного существования [1, с. 245—250].

Исходя из вышеизложенных функций самовыражения, можно сделать заключение, что данное понятие многофункционально и огромную важность составляет его адекватное целенаправленное осуществление в каждом случае. Но, по нашему мнению, особое внимание следует уделить коммуникативной функции самовыражения, так как она предусматривает владение коммуникативными средствами общения, с помощью которых человек может раскрыть свою личность и воздействовать на других людей.

Что касается коммуникативных средств самовыражения, то важным для нас представляется необходимость определения их роли в процессе самовыражения старшеклассников. В большинстве случаев старшеклассники не хотят как-то выразить себя в процессе обучения, не умеют использовать в полной мере свой творческий потенциал. Им легче представить свои взгляды и идеи в письменной форме, нежели вступить в естественную коммуникацию. Поэтому овладение старшеклассниками коммуникативными средствами самовыражения является не только необходимостью, но и главным условием развития творческой коммуникативной личности. По этой причине нам видится закономерным рассмотрение основных коммуникативных средств (вербальных и невербальных), служащих самовыражению старшеклассников. Вербальная коммуникация использует в качестве знаковой системы человеческую речь, естественный звуковой язык, т. е. систему фонетических знаков, включающую два принципа: лексический и синтаксический. Речь является самым универсальным средством коммуникации, поскольку при передаче информации при помощи речи менее всего теряется смысл сообщения. Речь как средство общения одновременно выступает и как источник информации, и как способ воздействия на собеседника.

Невербальная коммуникация включает следующие основные знаковые системы: 1) оптико-кинестическую (жестикация, мимика, пантомимика — движение и позы, направление взгляда, визуальный контакт, покраснение и побледнение кожи, стереотипы моторики); 2) пара- и экстралингвистическую, 3) ольфакторную (связанную с запахом); 4) организационную пространства и времени коммуникативного процесса (проксемику); 5) предметные контактные, тактильные действия (рукопожатия, объятия, поцелуи, похлопывания, поглаживания, пощечины и т. д.) [4].

На наш взгляд, особую важность представляет собой использование старшеклассниками вербальных средств коммуникации, так как они в главной мере служат их самовыражению, а невербальные средства только

дополняют, «приукрашивают» процесс самовыражения. Исходя из этого, под самовыражением старшеклассников в общении можно понимать широкий круг вербальных и невербальных поведенческих актов, которые они используют для передачи информации о себе другим лицам и создания образа себя.

Автором данного исследования предлагается англоязычный рекламный текст как коммуникативное средство обучения самовыражению старшеклассников на уроках английского языка. Следует упомянуть, что в настоящее время реклама является общедоступной и всегда вызывает интерес у аудитории. Доступ старшеклассников к англоязычной рекламе не вызывает сегодня больших проблем, так как английский язык является интернациональным. Англоязычную рекламу старшеклассники могут встретить как в газетах, журналах, магазинах и супермаркетах, в транспортных средствах, на улице, так и по телевидению, услышать по радио. Поэтому англоязычный рекламный текст мы можем охарактеризовать как одно из потенциальных средств в обучении самовыражению старшеклассников на уроках английского языка.

Попытаемся охарактеризовать те явные достоинства рекламных текстов, которые свидетельствуют о правомерности использования нами их в обучении самовыражению старшеклассников на уроках английского языка. Автор исследования условно разделяет их на лингвометодические и внеучебные причины использования рекламных текстов в процессе обучения самовыражению старшеклассников на английском языке. К лингвометодическим причинам можно отнести следующие:

- англоязычные рекламные тексты демонстрируют, как правило, живой и актуальный английский язык. Эту отрасль массовой профессиональной речевой деятельности никак нельзя игнорировать, если нужно нарисовать достаточно полную картину современной английской речи;

- англоязычные рекламные тексты опираются на широкий круг английских национально-культурных языковых единиц (фразеологизмов, пословиц, национально-культурных стереотипов, устойчивых словоупотреблений и пр.), представляющих особую ценность при обучении аутентичной английской речи;

- в англоязычных рекламных текстах широко представлены те факты и единицы английского языка, которые включены в учебные программы. Но в рекламных они представлены контекстно и коммуникативно завершёнными высказываниями, которые можно рассматривать в качестве живой, наглядной и яркой иллюстрации многих разделов английской грамматики;

- любая реклама — это свёрнутый текст (фраза, призыв, девиз). Сжатость, обзримость, мобильность англоязычных текстов как нельзя лучше способствует их привлечению для решения оперативных методических задач на уроке и средством развития умений устной речи как монологической, так и диалогической.

Анализируя внеучебные причины использования англоязычных рекламных текстов в процессе обучения самовыражению старшеклассников на английском языке, следует отметить в первую очередь то, что они широко распространены и доступны. Они встречаются довольно часто и в нашей стране: на улице, в аэропорту, в газете, на радио и телевидении, в местах продаж, в Интернете и т. д. Повсеместность рекламы делает её, пожалуй, одним из наиболее доступных видов аутентичных текстов.

Кроме того, рекламные тексты опираются на общеизвестные реалии (рекламируемые объекты). Они часто соотносят своё содержание с особенностями национальной культуры, менталитета и традиций. Но смысл всего в том, что рекламируемый товар, услуга остаются едиными, узнаваемыми во всех странах с одинаковым успехом. В ситуациях межкультурного контакта, определяющих направленность уроков английского языка, такое свойство рекламы делает её речевым материалом, удобным для методической интерпретации.

Таким образом, становится очевидным, что рекламные тексты обладают значительным лингвометодическим и внеучебным потенциалом. Англоязычные рекламные тексты могут выступать одним из средств формирования коммуникативной компетенции старшеклассников в процессе обучения их английскому языку. Вместе с тем, обладая всеми достоинствами аутентичных текстов, включённых в содержание обучения, они вполне могут дополнять языковую среду, а в ряде случаев и компенсировать её отсутствие на уроке английского языка. Поэтому мы можем сделать вывод, что англоязычный рекламный текст может правомерно выступать одним из ведущих коммуникативных средств обучения самовыражению старшеклассников при изучении английского языка.

Список цитируемых источников

1. Шкуратова, И. П. Самовыражение личности в общении / И. П. Шкуратова // Психология личности : учеб. пособие ; под ред. П. Н. Ермакова, В. А. Лабунской. — М. : ЭКСМО, 2007. — 265 с.
2. Безрукова, В. С. Основы духовной культуры : энциклопед. слов. педагога / В. С. Безрукова. — Екатеринбург : АБАК-ПРЕСС, 2000. — 937 с.
3. Мещеряков, Б. Г. Большой психологический словарь / Б. Г. Мещеряков, В. П. Зинченко ; под ред. Б. Г. Мещерякова, В. П. Зинченко. — М. : Прайм-Еврознак, 2003. — 672 с.
4. Психология. Курс современной гуманитарной академии [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://website-seo.ru/06780202123.html>. — Дата доступа: 01.11.2012. — Загл. с экрана.

Материал поступил в редакцию 17.12.2012 г.