

формирование личности обучаемого через познание других социумов, других культур, сравнение их с родной культурой, а также повышения уровня их общей культуры. Успешная деятельность любого специалиста в диалоге культур зависит от способности понять и интерпретировать стереотипы мышления иной национальной и социальной общности. Знание её особенностей, так же, как осознание их в родной культуре и понимание различий между ними, является необходимым условием профессионализма.

#### Список цитируемых источников

1. *Верещагин, Е. М.* Язык и культура / Е. М. Верещагин, В. Г. Костомаров. — М. : [б. и.], 2002. — 269 с.
2. *Пуговкина, Н. И.* Культурологический компонент на занятиях по немецкому языку / Н. И. Пуговкина // Межкультурная компетенция в становлении личности специалиста : Междунар. науч.-практ. конф., 30—31 марта 2006 г. : сб. ст. / под ред. Н. В. Горбель. — Петрозаводск : КГПУ, 2006. — С. 48—53.

Материал поступил в редакцию 01.03.2014 г.

УДК 372.881.111.1

*Е. В. Булатая*

Учреждение образования «Барановичский государственный университет», Барановичи

### ОСОБЕННОСТИ ОБУЧЕНИЯ СТАРШЕКЛАСНИКОВ САМОВЫРАЖЕНИЮ

**Введение.** Каждому человеку присуща естественная потребность в самовыражении, выражении себя, своей индивидуальности в какой-либо деятельности. Самовыражение описывает свободную, естественную и непосредственную деятельность человека в определенной ситуации. Кроме того, самовыражение — это мощный источник положительных эмоций и вдохновения. Посредством самовыражения у человека происходит повышение самооценки, например, когда он действует в коллективе и другие признают его талант, наслаждаются результатами его творчества.

Становление культуры самовыражения в каждый из возрастных периодов жизни имеет свои особенности. Наиболее благоприятным для её успешного становления является старший школьный возраст. Старшеклассники — это группа школьников, которым необходимо вскоре самоопределиться и выбрать будущую профессию, поэтому обучение их самовыражению является необходимостью. Также данный возраст рассматривается в психологии как период активного стремления к личностному самосовершенствованию, самовыражению и самоутверждению. Поэтому одной из задач системы образования является создание необходимых условий для получения качественного образования, направленного на формирование, развитие и профессиональное становление личности на основе национальных и общечеловеческих ценностей, достижений науки и практики [1, с. 263].

**Основная часть.** Наше исследование посвящено изучению уровня самовыражения старшеклассников и организации процесса обучения их самовыражению. Следует заметить, что развитие умений самовыражения старшеклассников определяется содержанием составляющих компонентов самовыражения: мотивационно-целевого, содержательно-информационного, операционно-деятельностного, управленческо-волевого и оценочно-рефлексивного. Мотивационно-целевой компонент самовыражения старшеклассников представляет совокупность внутренних и внешних положительных мотивов, которые стимулируют старшеклассников к постановке и достижению целей. Содержательно-информационный способствует формированию у старшеклассников различных теоретических знаний о самовыражении и усвоению практического опыта по данной проблеме. Операционно-деятельностный направлен на овладение старшеклассниками умениями самовыражения. Управленческо-волевой позволяет управлять процессом формирования умений самовыражения. Оценочно-рефлексивный компонент даёт возможность анализировать, контролировать результаты овладения старшеклассниками умениями самовыражения, рефлексировать свои действия. Одним из эффективных средств, способствующих самовыражению старшеклассников на иностранном языке, является англоязычный рекламный текст.

Важной задачей средней общеобразовательной школы является моделирование деятельности старшеклассников, способствующей дальнейшему совершенствованию учебно-воспитательного процесса, направленное на обучение старшеклассников коммуникативным средствам самовыражения. Владение старшеклассниками умениями самовыражения даёт им возможность в полной мере реализовать себя в процессе обучения и подготовиться к будущей профессиональной деятельности.

Модель обучения — это систематизированный комплекс основных закономерностей организации деятельности обучающегося и обучающего при осуществлении обучения [2, с. 10]. Нами была предложена модель обучения старшеклассников самовыражению посредством англоязычного рекламного текста,

которая способствует познанию особенностей учебно-воспитательного процесса в школе, а также форм, методов приёмов организации коммуникативно направленных уроков. Она является инструментом формирования у старшеклассников навыков и умений решения различных проблемных ситуаций на иностранном языке и проявляется в предотвращении коммуникативных барьеров, положительной мотивации к изучению иностранного языка, а также в высоком уровне самоутверждения личности.

Созданная модель формирования умений самовыражения старшеклассников посредством англоязычного рекламного текста носит технологический характер и является сложным конструктом, включающим ряд взаимосвязанных элементов: целевой компонент, методологические подходы, принципы, психолого-педагогические условия, этапы, методы, средства, закономерности обучения самовыражению.

Целевой компонент направлен на развитие у старшеклассников умений самовыражения посредством англоязычного рекламного текста в процессе общения. Реализация данной цели осуществлялась в процессе решения следующих задач: познакомить старшеклассников с понятиями «самовыражение», «рекламный текст»; сформировать положительную мотивацию к деятельности; повысить уровень знаний, умений и навыков по английскому языку; развивать умения систематизации, обобщения, конкретизации и аргументирования; разработать алгоритм действий старшеклассников по созданию ими собственного рекламного текста.

Методологическую основу модели составляют антропологический, компетентностный, коммуникативный, системный, личностно-деятельностный и культурологический подходы, базирующиеся на принципах обучения самовыражению (научности, междисциплинарности и интегративности, гуманизации, сознательности, активности, доступности, коммуникативности, градации трудностей, обратной связи).

Подготовительный и процессуальный этапы (мотивационно-информационный, содержательно-организационный, деятельностно-коммуникативный и контрольно-аналитический подэтапы) детерминированы спецификой содержания деятельности учителя и учащихся, используемыми методами (методы проблемного обучения и коммуникативный) и средством (англоязычный рекламный текст) формирования умений самовыражения. Основными направлениями подготовительного этапа выступают: актуализация у старшеклассников имеющихся знаний о процессе самовыражения, обобщение уже имеющегося у них опыта; предъявление информации о самом понятии «самовыражение» и особенностях его осуществления; формирование положительной мотивационной направленности к процессу самовыражения. Процессуальный этап направлен на формирование у старшеклассников опыта составления собственного англоязычного рекламного текста. Психолого-педагогические условия способствуют эффективной организации процесса формирования у старшеклассников умений самовыражения посредством англоязычного рекламного текста. Основными методами обучения выступают проблемный и коммуникативный, а средством — англоязычный рекламный текст. Результат выражается в овладении старшеклассниками умениями самовыражения на иностранном (английском) языке.

Для обеспечения объективной оценки сформированности умений самовыражения старшеклассников была проведена диагностика, целью которой было определение уровня сформированности компонентов самовыражения старшеклассников. В исследовании приняли участие 100 учащихся 10 и 11-х классов Государственного учреждения образования «Средняя школа № 17 г. Барановичи». Основу педагогической диагностики составляли опросные (анкетирование), наблюдательные (наблюдение), математические методы.

Начальный этап диагностики (анкетирование, наблюдение за созданием старшеклассниками собственного англоязычного текста) позволил определить средний уровень сформированности компонентов самовыражения старшеклассников. Это определило необходимость организации учебной деятельности по формированию у старшеклассников умений самовыражения посредством англоязычного рекламного текста, которая проходила в два этапа: подготовительный и процессуальный. Подготовительный этап представлял актуализацию накопленного у старшеклассников опыта; предъявление информации о самом понятии «самовыражение» и особенностях его осуществления; формирование положительной мотивационной направленности к процессу самовыражения.

Процессуальный этап, целью которого было создание старшеклассниками собственного англоязычного текста, включал мотивационно-информационный, содержательно-организационный, деятельностно-коммуникативный и контрольно-аналитический подэтапы. Цель процессуального этапа — формирование у старшеклассников умений самовыражения посредством англоязычного рекламного текста. Данный этап включал, в свою очередь, следующие подэтапы: мотивационно-информационный, содержательно-организационный, деятельностно-коммуникативный и контрольно-аналитический.

Целью мотивационно-информационного подэтапа являлось стимулирование у старшеклассников интереса к работе над рекламным текстом и подготовка к его восприятию. Учителем была определена конечная цель и промежуточные задачи, обобщены знания старшеклассников о рекламном тексте, его особенностях, функциях и структуре.

Содержательно-организационный подэтап представлял собой включение старшеклассников в работу над англоязычным рекламным текстом. Здесь осуществлялось снятие языковых и лингвострановедческих трудностей. Далее учителем давалась установка на восприятие определённого рекламного текста. На данном этапе происходило выявление пробелов в знаниях, несформированных умений, а также определение и анализ структуры предъявленного рекламного текста, происходило обсуждение рекламного текста.

Цель деятельностно-коммуникативного подэтапа — создание старшеклассниками собственного рекламного текста в ходе обсуждения проблемы на английском языке и представление его аудитории. Но для достижения данной цели старшеклассникам необходимо было пройти несколько стадий. Для этого автором исследования предлагался следующий алгоритм действий учителя и старшеклассников по созданию собственного англоязычного текста: 1) после анализа предложенного англоязычного рекламного текста (образца) старшеклассникам предлагалось репродуцировать данный рекламный текст, т. е. воспроизвести по памяти; 2) затем старшеклассники должны были модифицировать имеющийся англоязычный рекламный текст. Старшеклассники вносили изменения в рекламный текст, дополняли его, проявляя собственную инициативу и фантазию. Это осуществлялось как индивидуально, так и в речевых группах. После видоизменения рекламного текста старшеклассники представляли полученный рекламный текст; 3) следующая стадия представляла собой создание старшеклассниками собственного рекламного текста, цель и структуру которого они определяли самостоятельно. Старшеклассникам предлагались следующие рекомендации: определить то (предмет, явление, процесс и т. д.), что они будут рекламировать; выделить группу тех людей, которым будет адресована данная реклама (определить их интересы и ожидания); всесторонне проанализировать рекламируемый предмет (явление, процесс и т. д.): определить его функции, специфику, потенциал и уникальность, а также то, чем он будет полезен; в соответствии с двумя первыми пунктами определить содержание будущего рекламного текста и форму обращения, а также выбрать стиль и язык написания, близкий и понятный данной группе людей; подобрать ключевые слова и фразы для каждого структурного элемента рекламного текста; составить схему рекламного обращения, в которой слева удобнее обозначить все элементы будущего текста, а справа — соответствующие им ключевые фразы и наброски решений; в соответствии со схемой написать и оформить собственный англоязычный рекламный текст; 4) следующая стадия представляла собой презентацию старшеклассниками собственного англоязычного рекламного текста. С помощью своего рекламного текста старшеклассники пытались убедить аудиторию в уникальности, оригинальности рекламируемого ими предмета (явления, процесса и т. д.). Здесь кроме написанного рекламного текста большую роль играли эмоциональность речи, интонация, мимика и жесты, демонстрационный, или же наглядный материал.

Контрольно-аналитический подэтап имел своей целью развитие у старшеклассников умений анализа и самоанализа, контроля и самоконтроля по действиям по составлению англоязычного рекламного текста. В ходе реализации данного подэтапа происходило сличение поставленной цели урока с конкретным достигнутым результатом, определялись успехи и недостатки или же барьеры, которые препятствовали самовыражению старшеклассников.

Итоговая диагностика компонентов самовыражения старшеклассников (таблица 1), которая была проведена после организованной учебной деятельности, позволила установить значимую положительную динамику мотивационно-целевого, содержательно-информационного, операционно-деятельностного, управленческо-волевого и оценочно-рефлексивного компонентов самовыражения старшеклассников экспериментальной группы.

Если по итогам начальной диагностики уровень сформированности умений самовыражения старшеклассников экспериментальной группы относился к среднему, то по результатам итоговой диагностики — к высокому уровню.

**Заключение.** Таким образом, проведённая учебная деятельность по формированию у старшеклассников умений самовыражения посредством англоязычного рекламного текста способствовала повышению уровня сформированности компонентов самовыражения старшеклассников. Это подтверждает в свою очередь эффективность организованной учебной деятельности и предложенной модели обучения старшеклассников самовыражению. Полученные в ходе исследования данные не исчерпывают всех аспектов изучаемой проблемы. Подготовка данного материала позволила определить перспективу разработки данной темы, которая нам видится в диагностике уровня сформированности умений самовыражения в других возрастных группах, а также в организации учебной деятельности по обучению самовыражению с помощью других коммуникативных средств.

Т а б л и ц а 1 — Результаты итоговой диагностики умений самовыражения контрольной и экспериментальной групп (самостоятельное составление англоязычного рекламного текста)

Компонент самовыражения	Результат, $m^x$	
	Контрольная группа	Экспериментальная группа
Мотивационно-целевой	3,32	4,24
Содержательно-информационный	3,35	4,21
Операционно-деятельностный	3,49	4,27
Управленческо-волевой	3,43	4,09
Оценочно-рефлексивный	3,34	4,08

## Список цитируемых источников

1. *Выготский, Л. С.* Развитие личности и мировоззрения ребёнка / Л. С. Выготский. — М.: Изд-во МГУ, 1982. — 367 с.
2. *Запрудский, Н. И.* Моделирование и проектирование авторских дидактических систем: пособие для учителя / Н. И. Запрудский. — Минск: Сэр-Вит, 2008. — 336 с.

Материал поступил в редакцию 01.03.2014 г.

УДК 81'373.612.2:811.111

*М. В. Вязова*

Учреждение образования «Барановичский государственный университет», Барановичи

## МЕТАФОРА В АНГЛИЙСКИХ ФРАЗЕОЛОГИЗМАХ, СВЯЗАННЫХ С ТРУДОМ, КАК ОТРАЖЕНИЕ НАРОДНОЙ КУЛЬТУРЫ

**Введение.** В данном исследовании мы сделали попытку выявить информацию об английской народной культуре, представленной во фразеологизмах о труде, благодаря анализу использованных в них метафор. Материалом для исследования послужили английские фразеологизмы о трудовой деятельности, содержащиеся в «Англо-русском фразеологическом словаре с тематической классификацией» П. П. Литвинова [1].

**Основная часть.** В зависимости от интерпретации метафор и от цели исследования в истории науки существовали различные критерии классификации метафорических средств языка. В данном исследовании мы будем использовать типологию метафор, предлагаемую Е. В. Плетневой. В соответствии с ней выделяют следующие виды метафор: антропоморфная (человеческие свойства переносятся на неодушевленные объекты, растения и животных: небо *смеялось*, море *улыбалось*); натурморфная (вспомогательным субъектом сравнения служат особенности ландшафта, климата: *рябь* на *глади* семейной гармонии); зооморфная (вспомогательным субъектом сравнения является животное: ветер *воет*); флористическая (базируется на сравнении с растением или его частью: *роза* ветров); артефактная (основана на сравнении с предметом: «Мне навстречу, как *сережки*, прозвонит девичий смех» (здесь и далее в цитатах метафора выделена курсивом. — *М. В.*) (С. Есенин)); гастрономическая (базируется на сравнении с продуктами питания: каша — ‘путаница’); «одежная» (в качестве вспомогательного субъекта сравнения выступает костюм (или его детали) человека: «Небо молнией летучей *опоясалось* кругом!» (Ф. Тютчев)); пространственная (основана на пространственных измерениях: *широкая* душа); машинная (базируется на сравнении с механизмом: *карусель* — ‘быстрая смена дел’); социоморфная (основана на сравнении со структурированием и законами социума: небесная *канцелярия*); историоморфная (базируется на сравнении с историческими событиями: как *Мамай* прошёл); религиоморфная (основана на сравнении с понятиями догмата и предметов культа: «Там у синего моря цветы на камнях розовели и дремалось цветам под *языческий* цокот цикад» (Б. Чичибабин)); наукоморфная (предметом сравнения является научное понятие: налаживать связи по всем *азимутам*); культуроморфная (базируется на сравнении с понятием, фактом культуры: «Осенние сумерки *Чехова*, *Чайковского* и *Левитана*» (Б. Пастернак)) [1, с. 52—53].

В данном исследовании мы рассматриваем натурморфные, зооморфные, артефактные и гастрономические метафоры в английских фразеологизмах, связанных с трудом. Вначале обратимся к фразеологизмам, содержащим натурморфные метафоры. Например, *to have a mountain to climb* ‘иметь перед собой трудную задачу, работу’, *to move mountains* ‘горы свернуть’. Как видно из данных примеров, вспомогательным субъектом сравнения послужила такая особенность английского ландшафта, как горы (*mountains*). Иными словами, сложная задача, работа, деятельность сравниваются с горами. Горы выступают одной из особенностей английского ландшафта. К примеру, на севере страны расположены Пеннинские горы (*the Pennines*), имеющие название «становой хребет Англии» [1, с. 39]. На северо-западе государства находятся Камберлендские горы (*the Cumbrian mountains*) [1, с. 24]. Данные названия являются географическими реалиями.

Теперь рассмотрим такой пример: *dead wood* ‘беспользные члены коллектива на работе’. В данном случае вспомогательным субъектом сравнения послужил лес (*wood*), т. е. ненужные члены коллектива на работе сравниваются с балластом, сухостоем в лесу. Еще одной особенностью английского ландшафта являются лесопарки (*forest parks*), представляющие собой заповедники, охраняемые государством и открытые для туристов [1, с. 76]. Во фразеологизме *to make waves* ‘оказывать влияние, способствовать проведению изменений, вносить оживление’ вспомогательным субъектом сравнения являются волны (*waves*). Как известно, волны появляются на поверхности моря, а территория Англии окружена морями.