

**Рекламные тексты как средство активизации  
речемыслительной деятельности студентов  
на иностранном языке**

Основное внимание в современной лингводидактике сфокусировано на проблеме подготовки специалиста по межкультурной коммуникации. Владение современными методами и технологиями обучения иностранным языкам дает возможность для успешной реализации инновационных обучающих стратегий и во многом зависит от готовности преподавателя иностранного языка преподавать его функционально, ориентируясь на использование новых методов и приемов. В качестве точки опоры используется субъектный опыт преподавателя, а так же творческие познавательные и эмоционально-волевые способности студентов. Важность развития коммуникативных способностей студентов и учет их желания точно и к месту использовать изучаемый иностранный язык для эффективного межкультурного общения. Определенные трудности встречает овладение монологической речью, которые, как известно, существуют и в родном языке. Подлинное владение устной речью состоит в том, что человек умеет правильно выражать на данном языке свои мысли в условиях решения достаточно сложных мыслительных задач. В связи с этим уже достаточно долго вопросы проблемного обучения особенно актуальны. Направленность образовательной деятельности на развитие субъектности, предполагает создание условий для инициирования учебной деятельности, а следовательно применение на занятиях проблемных речемыслительных заданий актуально и оправдано. Каждое занятие должно стать интересным, живым и увлекательным, активизировать творческую, речемыслительную активность студентов с тем, чтобы они могли самостоятельно, критически мыслить, высказывать и защищать свою точку зрения, убеждения, непрерывно пополнять и обновлять свои знания и применять их в реальных жизненных ситуациях. Отличительной чертой проблемных заданий является потенциал для стимулирования воображения студентов, их вовлеченности в проблему и нахождение способа её решения. В данном контексте нельзя переоценить возможности аутентичной печатной рекламы, которая может быть использована для создания проблемных ситуаций, так как представляет собой симбиоз вербального и визуального компонентов. Такие качества как общедоступность, простота изложения, максимальное количество информации при минимальном объеме текста являются преимуществом рекламы как средства для создания проблемных заданий. Метод анали-

за конкретных ситуаций является наиболее эффективным приемом на всех этапах обучения. Следует иметь в виду, что организации и проведению занятия с использованием проблемной ситуации предшествует определенная подготовительная работа: владение фактическим лексико-грамматическим материалом, который усвоен студентами при работе над текстами и в системе упражнений в рамках изучаемой темы. Преимущество этого метода при работе с рекламным материалом заключается в том, что имеется уникальная возможность создавать конкретные проблемные ситуации, взятые из реальной социально-культурной сферы (рекламные проспекты, программки и афиши спектаклей, концертов, программы экскурсий и туров и т.д.) [1]. Особенно хорош данный метод при обучении говорению. Студенты с особым энтузиазмом участвуют в анализе ситуации и принимают оптимальные решения, так как темы очень близки и понятны, а следовательно, интересны и актуальны. Проблемная условно речевая ситуация – это упражнения, экспозиция которых содержит некоторую внеречевую задачу. Анализируя проблему, студенты подробно описывают пути ее умозрительного разрешения, соответственно Вы формулируете ситуацию, зависимости от темы и особенностей содержания занятия, например: тема «Travelling». Студентам предлагаются реальные рекламные проспекты отелей с достаточно подробным описанием.

Ситуация: *Suppose you are going visit London. You have to choose the hotel to stay in. You have to choose among these four hotels.*

**HOTEL EUROPE**

**South Kensington.**

**131-137 Cromwell Road, London SW7.**

**Tel: 071-370 2336/7/8**

**Fax: 071-244 6985**

**Telex: 918757 HOTEUR G**

Comfortable hotel with 100 rooms, restaurant, bar, TV lounge. Most rooms have shower or bath and WC. Very moderate prices. Centrally located, near museums, the shopping district of Knightsbridge (Harrods). Underground station & Bus stop close to the hotel.



**FIVE SUMNER**

**PLACE HOTEL**

**(BTA 1993 Award Winner Best Small Hotel)**

Situated in South Kensington, the most fashionable area. This family owned and run hotel offers excellent service and personal attention. All rooms with private ensuite facilities, telephone, colour TV and full English breakfast.

5 Summer Place, South Kensington, London SW7 3EE

Tel: 071 584 7586

Fax: 071 823 9962, Brochure available



**PARKWOOD HOTEL**

4 Stanhope place, Marble Arch,  
W2 2HB Tel: 071- 402 2241

Fax: 071- 402 1574

‘A smart townhouse just a few steps from Hyde Park and the shops of Oxford Street, quite stylish & comfortable bedrooms’.

Prices include large English breakfast, service, VAT. All bedrooms with TV, satellite TV, radio, phone, tea/coffee, in-house films.

***Guaranteed service with a smile.***



**Weston House Hotel**

8 Eltham Green, Eltham, London SE9  
5LB

Tel: 081-850 5191

*An early Victorian villa with modern comforts in outer London, close to the two major Channel Port roads.*

Bedrooms: 3 single, 2 double & 2 twin, 2 family rooms. 1 public, 7 private showers.

**Bed & breakfast:** 30- 35 single, 40-45 double. Evening meals on request 7 p.m. Parking for 6. Credit: Access, Visa.



Работая с проспектами на разных этапах, можно применить различные виды ситуаций:

1. Ситуации-иллюстрации (на предварительном этапе). Можно привести пример из личного опыта или опыта знакомых людей. Например, показать фотографии отелей, в которых Вам приходилось останавливаться, или Вы слышали о них положительные отзывы, а затем попросить студентов рассказать о своем опыте.

2. Ситуация-упражнение (на промежуточном этапе). Студентам предлагается ответить на поставленные вопросы, пользуясь информацией из проспектов. Но для этого им можно напомнить стратегии для работы с текстом в рамках поискового чтения. Например:

***SEARCH READING STRATEGIES.***

***LOOKING FOR INFORMATION.***

- Look at the notes and decide what kind of information you are looking for (*e.g. names, numbers, times, prices, etc.*).
- Read the text quickly to get the general idea.
- Read the text again carefully and choose the information you are looking for.

Затем идет работа над вопросами

Answer the questions below:

1. Which hotel has very moderate prices?
2. Which hotel is owned and run by the family?
3. Which hotel is situated near the underground station and Bus stop?
4. Which hotel is a few steps from Hyde park and the shops of Oxford

Street?

5. Which hotel is an early Victorian villa?
6. Which hotel guarantees service with a smile?
7. Which hotel has Parking for 6?
8. Which hotel is located near museums?
9. Which hotel is close to the two major Channel Port roads?
10. Which hotel has full English breakfast?

3. Ситуация-оценка (решение проблемной ситуации). Задача учащихся: ознакомиться с предложением и сделать свой выбор в пользу того или иного отеля, аргументируя его. Например, место расположения отеля, цена, условия проживания, питание и т.д.

Which hotel appeals to you most? Why? Give your reasons. [2].

В рамках темы «Travelling» можно предложить выбрать экскурсионные туры, изучая проспекты, предлагающие экскурсии, студенты расширят свои социокультурные знания, так как столкнутся с большим количеством достопримечательностей и их названиями. Например, перед тем как ознакомиться с рекламой экскурсий, неплохо дать краткую информацию об упоминаемых объектах, научить правильно произносить их названия. Westminster Abbey [ˈwɛs(t)mɪnstəˈæbi] – a very large gothic church in Westminster The Thames [ðəˈtɛmz] – the main river flowing through London, Buckingham palace [ˈbʌkɪŋəmˈpælɪs] – the official home of the British royal family in London (600 rooms) и т. д.

Затем предложить ситуацию и сделать выбор в пользу того или иного экскурсионного маршрута, аргументируя его. Например: время экскурсии, цена, достопримечательности и т.д. [2].

<p><b>Afternoon LONDON – TOUR 72</b>  £20.50 Adult £19.50 Child (UNDER 17 YEARS)  DAILY EXCEPT SUNDAYS. GUIDED THROUGHOUT</p> <p>We look first at Westminster, travelling along Whitehall, Big Ben, the Houses of Parliament and the gothic magnificence of Westminster Abbey.</p> <p>Our tour continues along the banks of the River Thames into the City of London for a visit to the Tower of London to see the famous ravens and the fabulous Crown Jewels.</p> <p>So much British history in one afternoon.</p> <p><b>HIGHLIGHTS</b> – Westminster – visit the Tower of London – see Crown Jewels.</p>	<p><b>MORNING LONDON – TOUR 71.</b>  £15.50 Adults £14.50 Child (UNDER 17 YEARS)  DAILY EXCEPT SUNDAYS. GUIDED THROUGHOUT</p> <p>We drive first to Piccadilly Circus, home of the famous Eros statue and heart of London’s lively West End entertainment district. Passing the National Gallery we travel along the Strand, before leaving the City of Westminster and entering the City of London, along Fleet Street for our first visit – St. Paul’s Cathedral.</p> <p>Then we drive on to Buckingham Palace, the Queen’s London home, in time for the Changing of the Guard ceremony.</p> <p>Our tour finishes at approximately 12.45.</p> <p><b>HIGHLIGHTS</b> – the west end – visit St. Paul’s cathedral – see the changing of the guard.</p>
<p><b>BUCKINGHAM PALACE AND LONDON HIGHLIGHTS – TOUR 78</b>  £29.50 Adults and Children  daily 7<sup>th</sup> aug – 28<sup>th</sup> sept only.</p> <p>Your guided tour of all the major sights of London will terminate at Buckingham Palace where you may stay as long as you like. A rare opportunity to see inside the Queen’s London home.</p> <p><b>HIGHLIGHTS</b> – guided tour of London’s major sights – visit Buckingham Palace.</p>	<p><b>OXFORD AND WINDSOR – TOUR</b>  £27.00 Adults £25.00 Child (UNDER 17 YEARS)  Monday Wednesday Thursday Sunday</p> <p>We go first to the famous university city of Oxford. Here we board an open-top bus for a tour of the ‘dreaming spires’ before rejoining our luxury coach for the drive to Windsor where our guide will take us on a tour and the castle including a visit to St. George’s Chapel.</p> <p><b>HIGHLIGHTS</b> – open-top bus tour of Oxford – guided tour of Windsor – visit Windsor castle.</p>

Итак, исходя из вышесказанного, следует, что использование рекламных текстов в решении речемыслительных или проблемных задач способствует повышению мотивации, требует умственной активности и стимулирует речевую активность обучаемых в ходе обдумывания и обсуждения проблемной ситуации, что способствует развитию механизмов мышления: ориентации в ситуации, принятию решения, выбора и т.д. [3]. Организация текстов рекламного характера на основе проблемных задач будет способствовать формированию практических умений пользоваться языком как средством общения.

***Библиографический список:***

1. Варганова К.Ю. Обучение основам фонологической компетенции студентов-лингвистов в адаптивном вводном курсе (на материале английского языка): автореф. дис. ... канд. пед. наук: 13.00.02. Пятигорск: ПГЛУ, 2005. 17 с.
2. Варганова К.Ю. Адаптивный вводно-фонологический курс английского языка: учебно-метод. пособие. Пятигорск: ПГЛУ. 2006. 155 с.
3. Пассов Е.И. и др. Учитель иностранного языка. Мастерство и личность. М.: Просвещение, 193. С. 48.