

УДК 378.147

ОПЫТ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТНОЙ МЕТОДИКИ ПРИ ИЗУЧЕНИИ ТЕМЫ «ЗДОРОВЫЙ ОБРАЗ ЖИЗНИ» НА УРОКАХ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА. АНАЛИЗ РЕЗУЛЬТАТОВ ПОДГОТОВИТЕЛЬНОГО ЭТАПА

Мерзлякова Анна Владимировна,

*канд. филол. наук, доцент,
e-mail: merzliakova@list.ru,*

Нижегородский государственный педагогический университет им. К. Минина, г. Нижний Новгород,

Рябкова Юлия Владимировна,

*ст. преподаватель,
e-mail: julia_riabkova@mail.ru,*

Нижегородский государственный педагогический университет им. К. Минина, г. Нижний Новгород

В статье приводится анализ результатов, полученных в ходе реализации подготовительного этапа проекта по теме «Здоровый образ жизни» на занятиях по иностранному языку на языковом факультете педагогического вуза. Целью реализуемого проекта является, с одной стороны, совершенствование коммуникативной компетенции в рамках изучаемой тематики, с другой – привлечение внимания студентов к социально-значимой проблеме и формирование у них отрицательного отношения к курению. В статье подчеркивается актуальность тематики проекта для выбранной целевой аудитории. При решении поставленных в рамках проекта задач использованы методы семантического, семиотического и контекстуального анализа для обработки языкового и графического материала, метод статистического подсчета для обработки результатов социологического опроса. В ходе реализации подготовительного этапа творческого проекта учащимися проведено самостоятельное исследование социальной антитабачной рекламы, отражающее лингвистические, психологические, лингвокультурные аспекты. Полученные данные имеют практическую значимость для реализации последующих этапов проекта по созданию эффективного продукта – антитабачной социальной рекламы.

Ключевые слова: проектная методика, методика изучения иностранного языка, мотивация, творческий проект, подготовительный этап проекта, социальная реклама, лингвистический анализ

ATTEMPT TO USE THE PROJECT METHODOLOGY IN THE STUDY OF THE TOPIC “HEALTHY LIFESTYLE” IN FOREIGN LANGUAGE LESSONS. ANALYSIS OF THE RESULTS OF THE PREPARATORY STAGE

Merzlyakova A.V.,

*candidate of philology, associate professor,
e-mail: merzliakova@list.ru,*

Nizhny Novgorod State Pedagogical University named after K. Minin, Nizhny Novgorod,

Ryabkova Yu.V.,

*senior lecturer,
e-mail: julia_riabkova@mail.ru,*

Nizhny Novgorod State Pedagogical University named after K. Minin, Nizhny Novgorod

The article presents the analysis of the results obtained during the implementation of the preparatory stage of the project on the topic “Healthy lifestyle” in foreign language classes at the language faculty of the Pedagogical University. The aim of the project is to improve the communicative competence and at the same time to attract the attention of students to a socially significant problem and to form their negative attitude to smoking. The article emphasizes the relevance of the project theme for the selected audience. The methods of semantic, semiotic and contextual analysis, the method of statistical calculation were used to solve the tasks of the project. During the

realization of the preparatory stage of the creative project, students accomplished an independent study of social anti-tobacco advertising, reflecting linguistic, psychological, linguistic and cultural aspects. The obtained data are of practical importance for the implementation of the next stages of the project to create an effective product of anti-tobacco social advertising.

Keywords: project methodology, foreign language learning methodology, motivation, creative project, preparatory stage of the project, social advertising, linguistic analysis

DOI 10.21777/2500-2112-2019-4-23-27

Условия современного динамично меняющегося общества диктуют новые требования к уровню освоения иностранного языка. Знание хотя бы одного иностранного языка на высоком уровне становится нормой, более того, для повышения конкурентной способности на рынке труда требуется наличие полиязыковой коммуникативной компетенции.

В связи с новыми социально-экономическими условиями меняются требования к процессу освоения иностранного языка, происходит диверсификация методов обучения иностранному языку, причем особое значение приобретают те из них, в которых центр образовательного процесса переходит с преподавателя на самого студента [3, с. 38].

Также в соответствии с требованиями новых федеральных государственных образовательных стандартов 3++ стратегической задачей является формирование у учащихся универсальной компетенции по разработке и реализации проектов [8, с. 2].

При таком подходе к обучению иностранным языкам особое внимание уделяется обучению посредством сотрудничества [2]. Использование проектной методики в обучении иностранным языкам позволяет повысить уровень как групповой, так и индивидуальной активности [6, с. 118]. Вследствие внутрigrуппового взаимодействия происходит взаимное обучение и приобретение коммуникативных навыков [2], а ответственность за результат становится не только индивидуальной, но и коллективной [4, с. 72].

Реализация проекта существенно повышает мотивацию студентов к самостоятельному овладению иностранным языком. При интенсивной работе в группе общение становится необходимым условием осуществления успешной учебной деятельности. Учащиеся обмениваются результатами познавательной деятельности, анализируют их. Все это формирует у учащихся качественно новое отношение к предмету, чувство личной причастности к общему делу, каковым становится совместное овладение знаниями [5, с. 163].

Проектная работа предполагает создание проектных групп. Такой подход позволяет индивидуализировать учебный процесс, дать возможность каждому участнику самостоятельно или в группе осуществлять исследовательскую или проектную деятельность, проявить самостоятельность в планировании, организации и контроле своей деятельности, творчески реализоваться, обрести новые навыки и умения, а самое главное – удовлетворить личностно значимые потребности [7, с. 33].

Следует, однако, отметить, что при реализации проектной методики возможны трудности организационного, педагогического и социального плана. Прежде всего, нужно предложить студентам совместную деятельность – интересную, личностно и социально значимую, общественно полезную, допускающую распределение функций по индивидуальным способностям [1].

В рамках данной статьи описывается краткосрочный творческий проект «Антитабачный постер», который может быть реализован при изучении тем «Здоровье», «Здоровый образ жизни». На установочном занятии по проекту учащимся сообщается «легенда» – необходимо создать постер анти-табачной социальной рекламы на изучаемом иностранном языке, ориентированный на молодежь и подростков, для участия в международном конкурсе.

Выбор социальной анти-табачной рекламы в качестве объекта исследования и в качестве итогового продукта обусловлен интересом гуманитарных исследований к данному феномену, с одной стороны, и высокой степенью восприимчивости именно молодого поколения к установкам социальной рекламы – с другой стороны.

Отмечено, что у подростков, при эффективном воздействии социальной рекламы, более чем вдвое снижается риск стать никотинозависимыми [9].

Таким образом, при реализации проекта решаются не только цели формирования иноязычной компетенции, но и самими же учащимися ведется воспитательная работа по формированию отрицательного отношения к курению.

Для реализации проекта учащиеся должны иметь основные знания иностранного языка на уровне A2+, а также базовые лингвокультурологические знания. В реализации проекта участвуют профильные, языковые группы, поэтому аудиторная часть работы над проектом и презентация полученных результатов осуществляется на изучаемом иностранном языке.

Тема проекта достаточно широка, чтобы разные группы могли, работая над ней, поставить разные акценты. Для повышения эффективности работы творческих групп оценка работы над проектом происходит в несколько этапов. Учащиеся получают таблицу с критериями оценки на установочном занятии.

Работа над проектом начинается с подготовительного этапа. На данном этапе учащимся предлагается найти, проанализировать и систематизировать данные по уже существующим постерам социальной рекламы, выделить особенности их графического оформления, проанализировать используемые лексико-грамматические средства, найти информацию в научных источниках и (или) провести собственное исследование по выявлению степени эффективности выделенных средств.

В ходе работы на подготовительном этапе проекта было установлено, что попавшие в произвольную выборку постеры можно разделить на 5 тематических категорий, касающихся определенных сфер жизни, которым курение наносит вред:

- Внешний вид – курение негативно сказывается на красоте (в основном адресовано женской части целевой аудитории).

- Здоровье – курение является причиной серьезных заболеваний, таких как рак, инсульт, импотенция и т.п.

- Успех – курение ведет к снижению социальной и, впоследствии, финансовой успешности.

- Здоровье детей – опасность пассивного курения для окружающих, особенно для детей.

- Смерть – курение в конечном итоге приводит к уменьшению продолжительности жизни.

Разделение на тематические категории основывается на анализе принадлежности лексем, составляющих рекламный слоган, к соответствующим лексико-семантическим полям. Так, в ядро лексико-семантического поля «успех» вошли лексемы “money”, “earn”, “butthead”. Тексты социальной рекламы являются креолизованными, т.е. состоят из двух частей (вербальной и невербальной), поэтому выделенные путем семантического анализа категории нашли отражение и при анализе графического изображения. На плакатах, относящихся к категории «Успех», изображаются испорченные (рваные, горящие) банкноты или монеты, рассыпающиеся в пыль.

Символика «огонь», «дым», «пепел» является ядром концепта «Курение». Ее использование в различном лексическом и графическом окружении способствует актуализации тех или иных компонентов тезаурусной информации, которой обладает реципиент.

Для выявления наиболее значимых тематических категорий для молодежи был проведен опрос. Респондентам демонстрировались три последовательности постеров, в каждой содержалось по одному постеру из описанных выше тематических категорий. Необходимо было выбрать в каждом ряду плакат, оказавший на респондента большее эмоциональное воздействие и побудивший его не начинать/бросить курить.

При рассмотрении отобранных методом сплошной выборки постеров внутри каждой тематической категории были выделены субкатегории. Например, в тематической группе «Здоровье»: рак, заболевания органов дыхания, вред общему состоянию организма.

Материал для опроса был организован таким образом, что первый постер из каждой последовательности относился к одной и той же тематической категории, например, 1 – красота, 2 – здоровье, 3 – смерть и т.д., но к разным субкатегориям.

Опрос был выполнен при помощи Google Forms, статистические подсчеты проведены в автоматическом режиме.

По обработанным результатам (в опросе приняло участие 160 человек) можно отметить, что для молодых людей значимыми категориями являются «Здоровье» (34 %), «Внешний вид» (20 %), «Успех» (17 %).

Также было установлено, что выбор плаката в 66 % случаев мотивирован изображением, 24 % респондентов утверждают, что их выбор мотивирован текстом постера, 10 % указали на значимость прочих графических средств (шрифты, кегль, цвет текста, фона и пр.)

Кроме того, было отмечено неприятие реципиентами образцов, содержащих элементы шокового воздействия. Плакаты с юмористическим или саркастическим содержанием находили больший эмоциональный отклик у аудитории.

Данные, полученные в результате лингвистического анализа и социологического опроса, формируют теоретическую и практическую базу для реализации основного этапа проекта – создания учащимися макета собственного плаката социальной рекламы. Кроме того, полученные на первом этапе данные будут необходимы для завершающего этапа проекта – оценки эффективности созданных постеров путем проведения опроса, содержащего одну последовательность постеров (один постер от каждой участвующей в проекте группы) и открытый вопрос: «Почему выбран именно этот постер?». Использование открытого вопроса позволит диверсифицировать и ранжировать критерии мотивации целевой аудитории. Проведенное исследование должно способствовать отбору эффективных языковых и графических моделей для увеличения силы эмоционального воздействия на адресата и, соответственно, повышения результативности создаваемого рекламного продукта.

Список литературы

1. Асеев В.Г. Мотивация поведения и формирование личности. – М.: Мысль, 1976. – 158 с.
2. Ванцова Н.В., Исламов Д., Хусяинов Т.М. Возможности использования проектной методики при преподавании иностранных языков // Наука. Мысль. – 2016. – № 10. – С. 31–34.
3. Душеина Т.В. Проектная методика на уроках иностранного языка // Иностранные языки в школе. – 2003. – № 5. – С. 38–40.
4. Использование проектной методики в обучении иностранным языкам в неязыковом ВУЗе / Ю.С. Дадаян [и др.] // Научная мысль Кавказа. – 2013. – № 2. – С. 71–75.
5. Кузнецова С.В., Минакова Л.Ю. К вопросу об использовании проектной методики в преподавании иностранных языков // Вестник Томского государственного университета. – 2008. – № 309. – С. 162–165.
6. Куликова Е.В. Использование проектно-ориентированных методов при обучении студентов иностранному языку // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. – 2019. – № 1 (53). – С. 116–124.
7. Новикова Н.Н. Использование метода проектов при изучении профессиональной лексики на занятиях по немецкому языку в неязыковом вузе // Научный форум: педагогика и психология: материалы XVI Международной научно-практической конференции. – М.: Изд-во «МЦНО», 2018. – № 3 (16). – С. 30–35.
8. Самерханова Э.К., Имжарова З.У. Организационно-педагогические условия формирования готовности будущих педагогов к проектной деятельности в условиях цифровизации образования // Вестник Мининского университета. – 2018. – Т. 6, № 2. – С. 2.
9. Siegel M., Biener L. The impact of an antismoking media campaign on progression to established smoking: results of a longitudinal youth study // American Journal of Public Health. – 2000. – No. 90. – P. 380–386.

References

1. Aseev V.G. Motivaciya povedeniya i formirovanie lichnosti. – M.: Mysl', 1976. – 158 s.
2. Vancova N.V., Islamov D., Husyainov T.M. Vozmozhnosti ispol'zovaniya proektnoj metodiki pri prepodavanii inostrannyh yazykov // Nauka. Mysl'. – 2016. – № 10. – S. 31–34.
3. Dusheina T.V. Proektnaya metodika na urokah inostrannogo yazyka // Inostrannye yazyki v shkole. – 2003. – № 5. – S. 38–40.
4. Ispol'zovanie proektnoj metodiki v obuchenii inostrannym yazykam v neyazykovom VUZe / Yu.S. Dadayan [i dr.] // Nauchnaya mysl' Kavkaza. – 2013. – № 2. – S. 71–75.
5. Kuznecova S.V., Minakova L.Yu. K voprosu ob ispol'zovanii proektnoj metodiki v prepodavanii inostrannyh yazykov // Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. – 2008. – № 309. – S. 162–165.

6. *Kulikova E.V.* Ispol'zovanie proektno-orientirovannyh metodov pri obuchenii studentov inostrannomu yazyku // Vestnik Nizhegorodskogo universiteta im. N.I. Lobachevskogo. Seriya: Social'nye nauki. – 2019. – № 1 (53). – S. 116–124.
7. *Novikova N.N.* Ispol'zovanie metoda proektov pri izuchenii professional'noj leksiki na zanyatiyah po nemeckomu yazyku v neyazykovom vuze // Nauchnyj forum: pedagogika i psihologiya: materialy XVI Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii. – M.: Izd-vo «MCNO», 2018. – № 3 (16). – S. 30–35.
8. *Samerhanova E.K., Imzharova Z.Yu.* Organizacionno-pedagogicheskie usloviya formirovaniya gotovnosti budushchih pedagogov k proektnoj deyatel'nosti v usloviyah cifrovizacii obrazovaniya // Vestnik Mininskogo universiteta. – 2018. – T. 6, № 2. – S. 2.
9. *Siegel M., Biener L.* The impact of an antismoking media campaign on progression to established smoking: results of a longitudinal youth study // American Journal of Public Health. – 2000. – No. 90. – P. 380–386.