

УДК 37.013'81

Михайлова М.С.*Московский финансово-промышленный университет*

ОБУЧЕНИЕ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ КАК ФАКТОР СОЗДАНИЯ КРЕАТИВНОЙ СРЕДЫ РАЗВИТИЯ СТУДЕНТОВ ФАКУЛЬТЕТОВ ДИЗАЙНА И РЕКЛАМЫ

Аннотация: Статья посвящена определению места дисциплины «Иностранный язык» в учебно-творческом процессе на факультете дизайна и рекламы. Одной из целей учебного процесса, который рассматривается как взаимовлияние двух «потоков креативности», профессионального и лингвистического, является создание креативной среды в ходе обучения иностранному языку. Креативная среда понимается как взаимодействие ее основных элементов: учебно-методического комплекса, учебно-творческого процесса и его участников – преподавателей и студентов, объединенных совместной деятельностью. На основе анализа разработанных творческих заданий профессиональной направленности формулируются основные принципы организации учебного процесса.

Ключевые слова: иностранный язык, креативная среда, учебно-творческий процесс, учебно-методический комплекс, лингводидактические задачи, поток креативности.

M. Mikhailova*Moscow University of Industry and Finance*

TEACHING A FOREIGN LANGUAGE AS A FACTOR OF DEVELOPING A CREATIVE ENVIRONMENT FOR STUDENTS STUDYING AT THE FACULTY OF DESIGN AND ADVERTISING

Abstract. The article is dedicated to defining the place of a “Foreign Language” as a subject in educational creative process at the faculty of design and advertising,. One of the main purposes of the educational process, which is regarded to be an interference of two “flows of creativity”, professional and linguistic, is to build a creative environment in the course of studying a foreign language. Creative environment is understood as the interaction of its basic elements: teaching materials, educational creative process and its participants - teachers and students united by this activity. Based on the analysis of the developed creative professionally-oriented tasks the main principles of the organization of the educational process are formulated.

Key words: foreign language, creative environment, educational creative process, teaching materials, lingvo-didactic task, flow of creativity.

Быстро развивающийся окружающий мир и высоко конкурентная профессиональная среда предъявляют к выпускникам факультетов дизайна и рекламы высокие требования в отно-

© Михайлова М.С., 2014.

шении их профессиональной компетентности, личностной зрелости, социальной ответственности. Помимо умения применить накопленные профессиональные знания и навыки, они должны быть готовы к постоянному

саморазвитию, обладать, с одной стороны, аналитическим, критическим и стратегическим мышлением, с другой – креативным восприятием мира.

Под креативностью обычно понимают свойство личности мыслить не шаблонно, открытость новым идеям, способность видеть и нестандартно решать проблемы, творчески преобразовывать окружающий мир, быть увлеченным своим делом. В свою очередь, творчество определяется как процесс, как деятельность, результатом которой являются новые уникальные духовные или материальные ценности, как способ самовыражения и самоактуализации.

Применительно к учебному процессу, в частности к изучению иностранного языка, Н.Ф. Коряковцева видит креативность как способность к деятельности, основанной на творческом подходе и активной вовлеченности в процесс освоения языка, поиске и использовании возможностей для его изучения и практического использования в различных функциональных целях, стремлении накопить продуктивный самостоятельный опыт коммуникативной и учебной деятельности в области изучаемого предмета [3, с. 45].

Очевидно, что творческий подход преподавателя к обучению студентов иностранному языку и их собственная креативность являются фактором успешности и эффективности учебного процесса. В свою очередь, совместное лингвистическое творчество на основе профессионально ориентированной программы обучения становится существенным фактором формирования творческой среды развития студентов.

Таким образом, существует насущная необходимость усилить акцент на профессиональной и творческой компонентах цели и содержания обучения иностранному языку. Одной из задач изучения иностранного языка должно стать создание оптимальных условий, способствующих развитию креативности студентов, будущих дизайнеров и рекламистов. М. Чиксентмихайи, исследуя творческий процесс и креативность личности, замечает, что «мы привыкли считать, что креативность начинается с человека и им и заканчивается, и поэтому с легкостью упускаем из виду тот факт, что самым мощным стимулом для нее могут быть изменения в среде, которой этот человек окружен» [5, с. 39].

Элементами, формирующими творческую, *креативную среду*, являются учебно-методический комплекс, учебно-творческий процесс и его участники, то есть преподаватели и студенты, объединенные совместной деятельностью.

Профессиональная и творческая ориентированность определяет отбор языкового материала, в частности, лексики, текстового материала, тем и ситуаций, речевых действий, сфер коммуникативной деятельности, коммуникативные и социальные роли, в которых студенты реализуют полученные знания, умения и навыки.

Успешность решения задачи овладения иностранным языком как одним из профессиональных инструментов и компетентностей в большой мере зависит от компонентов учебно-методического комплекса, в первую очередь учебника. В этой связи перед преподавателем встает целый ряд сложных, однако решаемых проблем. Несмотря на

изобилие учебных пособий, практически отсутствуют такие, которые помогли бы студенту совершенствовать свои языковые и речевые знания и умения в рамках данной специализации, плавно и поступательно переходя от уровня к уровню, имея в качестве стартовой позиции уровень А (по европейской шкале). Большие объемы незнакомых слов и специальных терминов, тексты, насыщенные сложными синтаксическими конструкциями, специальной и абстрактной лексикой, пресекают всякое творческое устремление и даже желание изучать иностранный язык на любом этапе, тем более начальном.

Однако разнообразные источники профессиональных знаний предоставляют материал, адаптируемый к любому уровню владения иностранным языком и позволяющий решать лингводидактические задачи, различные по своей сложности, с одной стороны, с другой – моделировать ситуации, стимулирующие развитие креативности. Такими источниками, которые могут послужить основой для составления заданий, являются, во-первых, такие традиционные форматы работы рекламистов и дизайнеров, как составление брифов для разработки дизайна или рекламной кампании, описание и разработка продукта, комикс и подписи к нему, создание раскадровки и написание сценария для рекламного ролика, перевод или создание новых слоганов, во-вторых, отдельные элементы их профессиональной деятельности (шрифты), наконец, формы, имеющие косвенное отношение к деятельности дизайнера или рекламиста (тесты, развивающие креативность), которые вызывают большой интерес у студентов [6, с. 14–19].

Верно и обратное: многие продуктивные, конструктивные и открытые виды дидактических задач дают возможность наполнить их профессиональным содержанием и развить профессиональные компетенции.

Так, на занятиях по «Основам дизайна» составлению брифа и проведению исследования рынка предшествует очень интересная работа, развивающая конвергентное (логическое, последовательное, основанное на закономерностях) и дивергентное (необязательно логичное, обнаруживающее неожиданные связи) мышление студентов [2, с. 73]. Студенты учатся проводить опрос целевой аудитории, т. е. задавать вопросы логичные, неожиданные, смешные, восстанавливающие внутренние и внешние связи и ассоциации объекта с окружающим миром, что необходимо и для полного понимания потребностей потребителя, и непосредственно для разработки дизайна. Обучаемые задают друг другу вопросы, и каждый студент на предложенный ему вопрос задает пять своих.

Описанный выше вид учебно-творческой деятельности, перенесенный на занятия английским языком, представляется очень удачным сочетанием элементов аудиолингвального метода (усложненный коммуникативный вариант упражнения типа drill) и суггестопедического метода, характерными чертами которого являются повышенная интеллектуальная активность учащихся, активизация долговременной памяти и произвольного запоминания, повышенное внимание к овладению речевой деятельностью, речевыми навыками и умениями. Такая творческая деятельность, ненавязчиво корректируемая преподавателем,

предоставляет немало возможностей расширить и закрепить лексику по конкретной теме и довести до автоматизма построение вопросительного предложения, по меньшей мере, сделать существенный шаг в этом направлении.

Приведем еще несколько примеров видов учебно-творческой деятельности, которые одновременно развивают креативность, профессиональные навыки и умения и решают лингводидактические задачи. Под «видами учебно-творческой деятельности» мы понимаем в данном случае как индивидуальную, так и совместную деятельность студентов и преподавателя с целью творческой реализации обозначенной им конкретной задачи.

Так, например, вместо скучного и не очень продуктивного задания – выучить новые слова по изучаемой теме – студентам-дизайнерам предлагается написать их разными шрифтами, составить из них фигуру или заполнить ими поверхность на фотографии или картине. Таким образом, наиболее эффективно применяется один из приемов мнемоники – визуализация объекта, и само слово становится арт-объектом. Особое место занимает конкурс проектов рекламной кампании продукта на английском языке, который выходит далеко за рамки одного занятия и определяет учебно-творческую деятельность студентов в течение двух семестров, являясь системно-образующим элементом магистерской программы у рекламистов. Конкурс позволяет смоделировать живую, развивающуюся во времени профессиональную ситуацию и использовать различные форматы профессиональной деятельности (от написания слоганов

до мозгового штурма) для разработки учебно-методического комплекса. Данный вид, стимулируя студентов к творчеству и устанавливая междисциплинарные связи, создает условия для комплексного решения задач развития их языковых и речевых навыков и умений, а также активно формулирует у них профессиональные компетенции.

На начальном этапе обучения студенты могут не иметь осознанной мотивации изучать иностранный язык и затрачивать на это необходимое количество времени и усилий. Тем не менее происходит своего рода перенос мотивации приобретения профессиональных знаний и умений в сферу иностранного языка. Кроме того, эти навыки и умения или, как минимум, знания являются теми опорами, на которых формируются новые или восстанавливаются утраченные речевые умения и навыки. Студенты, находясь в комфортной для них зоне ближайшего развития, оставаясь вполне самостоятельными, участвуют в совместной креативной деятельности под руководством педагога [1, с. 36], выступающего в роли эксперта и модератора [4, с. 8–9].

В этой связи неизбежно возникает проблема концентрации внимания, поскольку студенты делят его между двумя областями знаний, находясь одновременно в разных «потоках креативности» [5, с. 131]. Сложные психофизиологические процессы, определяющие их взаимовлияние, представляют отдельный объект исследования. Тем не менее, как показывает практика, эти потоки не разнонаправлены, пересекаясь, они не нарушают течение друг друга, а усиливают его. То есть скорее можно говорить об интерференции, а

не о дифракции процессов приобретения знаний и формирования навыков. В основе взаимодействия лингвистического и профессионального творчества лежит осознанность смысла, цели и задач этой деятельности, необходимая степень соответствия задач навыкам, мотивация, увлеченность, радость творчества, полная концентрация на осуществляемой деятельности, уверенность в себе и отсутствие страха совершить ошибку – все то, что является условием создания «потока креативности», иными словами, творческого процесса [5, с. 135-138].

Однако надо помнить о том, что творческие задания имеют свои минусы. Многие типы упражнений и заданий, разработанные в рамках различных методик изучения иностранных языков, можно использовать многократно, в то время как некоторые творческие задания при повторном использовании вместе с новизной утрачивают и силу воздействия, когда шаблон занимает место творчества.

В заключение необходимо отметить, что творческий и профессионально ориентированный подход к обучению иностранному языку, играет существенную роль в формировании креативной среды на факультете дизайна и рекламы в целом. Успешное решение задач ее создания и обучения иностранным языкам как фактора ее формирования возможно при соблюдении следующих принципов, определяющих весь ход учебной деятельности:

– лично ориентированная направленность на языковую личность обучающегося;

– осознание участниками учебно-творческого процесса целей и задач своей деятельности;

– опосредованность творчеством общения преподавателя и студентов;

– профессиональная ориентированность обучения иностранному языку;

– системность, мотивированность и методическая обоснованность творческих заданий;

– приоритетность собственных задач курса «Иностранный язык» как самостоятельной дисциплины.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Выготский Л.С. Собрание сочинений. Том 1. Вопросы теории и истории психологии. – М., 1982 – 488 с.
2. Гилфорд Дж. Три стороны интеллекта // Психология мышления: сборник переводов с немецкого и английского / под ред., со вступ. ст.: А.М. Матюшкин. – М., 1965. – С. 72–96.
3. Коряковцева Н.Ф. Креативность в изучении иностранного языка и культуры // Вестник МГЛУ. – Педагогические науки. – 2012. – № 3(636). – С. 43–52.
4. Поспелов В.К., Комиссарова Н.Н. Проблемы перехода к уровневой системе подготовки // Высшее образование в России. – 2012. – № 10/11. – С. 3–11.
5. Чиксентмихайи М. Креативность. Поток и психология открытий и изобретений. – М., 2013 – 528 с.
6. Gavin Ambrose, Paul Harris. Basics Design 08: Design Thinking. – Lausanne: AVA Academia, 2010. – 200 с.