

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ В ОБРАЗОВАНИИ И СПЕЦИФИКА ПОДГОТОВКИ ПЕДАГОГИЧЕСКИХ КАДРОВ

Волкова Ирина Ивановна

канд. филол. наук, доцент

ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов»

г. Москва

К ВОПРОСУ ОБ ИГРОВЫХ МЕТОДИКАХ В ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАНЦЕВ КОММУНИКАТИВНЫМ СПЕЦИАЛЬНОСТЯМ

Аннотация: в данной статье автор поднимает актуальную проблему возникновения неизбежной творческой конкуренции студентов-иностранцев с русскоговорящими студентами, у которых есть языковая форма в применении художественно-выразительных средств и в понимании подтекста, в выполнении заданий по некоторым коммуникативным специальностям. Рассматриваются несколько способов адаптации учебных заданий.

Ключевые слова: иностранные студенты, копирайтинг, творческое задание, работа в группе, игровое пространство.

Иностранные студенты, которые получают образование в высшей школе по таким коммуникативным специальностям, как журналистика, реклама и PR-деятельность, с трудом включаются в процесс создания «живых» текстов для средств массовой информации. Интеграция в культурную среду, изучение языковых нюансов на специальных занятиях, общение с сокурсниками, – эти и другие способы освоения русского языка не гарантируют успеха на творческих занятиях по «Рекламной практике», «Журналистскому мастерству», «Практике PR», «Копирайтингу» и других.

Проблема даже не в том, что здесь предполагается создание эффективных текстов на основе самостоятельно созданных коммуникативных единиц, а это априори нелегко для иностранца, суть проблемы – в возникновении неизбежной

творческой конкуренции с русскоговорящими студентами, у которых есть языковая фора в применении художественно-выразительных средств и в понимании подтекста.

Иностранный студент должен чувствовать поддержку и одобрение преподавателя, иначе он замкнется и не проявит свой потенциал, который мог бы обнаружиться в условиях родной для него языковой среды.

Вот, к примеру, как выглядит одно из типовых заданий по «Копирайтингу». «Представь, что твой клиент – маленькая компания, производящая безалкогольные напитки в оригинальной упаковке. Своим внешним видом соки, нектары и лимонады напоминают шампанское, коньяк и сухое вино. Заказчик попросил тебя за определенное вознаграждение придумать название, создать слоган, написать текст рекламного объявления».

Понятно, что иностранцу достойно справиться с задачей непросто. Как быть? Есть несколько вариантов адаптации заданий.

Первый: «уравнивание в правах». Давать на русском языке общее задание для всех, но разрешать его выполнить как на русском, так и на английском (подавляющее большинство иностранцев либо знают его со школы, либо он является для них родным).

Второй: «кооперация с носителями языка». Формировать творческие коллективы из трех-четырех человек, среди которых обязательно должен быть иностранный студент, и оценивать их совместную работу (на русском языке), ставить одинаковые оценки всем членам команды.

Третий: «помощь заинтересованных». Разрешить иностранцам создавать творческие работы на родном языке, но к каждому из них прикрепить русского студента, изучающего соответствующий язык и заинтересованного в совершенствовании навыков перевода художественных и публицистических текстов. В этом случае важно все-таки настаивать на том, чтобы иностранные учащиеся параллельно пробовали себя на русском.

Четвертый: «исходник на английском». Чтобы объяснить суть, приведем пример задания по данному варианту. «Адаптируйте слоганы на русский (испанский, немецкий, арабский, китайский): 1) It's only mind over matter. It's only matter over mind. You don't matter, and we don't mind. 2) Funkier than a ghetto-booty shake! 3) Ready to take on the world».

Пятый: «пишем и рисуем». Преподавателю желательно как можно чаще напоминать об аудиовизуальных, графических, экранных вариантах решения творческих задач, что особенно актуально в сетевую, мультимедийную эпоху медиа. Так, на тренинговых уроках можно, например, предложить некоторым студентам выразить рекламное послание в словах, а другим – то же самое послание передать в рисунке. Потом протестировать на приглашенных гостях, у кого получилось наиболее эффективно. В такой ситуации конкуренция иностранцев с носителями языка будет полноценной, возникнет дополнительная мотивация к творчеству.

Подобные варианты развивающих заданий при изучении, например, «Копирайтинга» (полное название «Копирайтинг: теория и практика производства заказного текста») успешно применяются автором в РУДН более десяти лет [1].

Главное условие раскрытия творческих способностей иностранных студентов – создание игрового развивающего пространства [2]. Все пять способов адаптации заданий представляют собой правила, похожие на правила игры, которые обязательны для выполнения. Результат, получаемый в итоге, имеет ценность внутри учебного занятия и является частью игрового процесса («Представь себе, что ты уже копирайтер»), оценка за подобные задания не ставится. Преподаватель, по сути, инициирует так называемое состояние оптимального переживания («состояние потока» [3]), которое развивает креативность и снимает языковые барьеры.

Список литературы

1. Волкова И.И. Об экспериментальном учебнике «Игра в копирайтинг» / И.И. Волкова // International Journal Of Applied and Fundamental Research. – №11. – 2003. – С. 150.

2. Волкова И.И. Homo ludens эпохи экранных коммуникаций. – М.: РУДН, 2014. – 272 с.

3. Чиксентмихайи М. Поток: Психология оптимального переживания. – М.: Альпина Нон-фикшн, 2013. – 464 с.