Муниципальное бюджетное общеобразовательное учреждение

«Кожевниковская средняя общеобразовательная школа №1»

**Практика формирования УУД на уроках русского языка и во внеурочной деятельности через работу с текстами рекламы**

**(творческий отчёт в виде статьи)**

Автор: Пичугина Наталья Валентиновна,

учитель русского языка и литературы,

МБОУ «Кожевниковская СОШ №1»

с. Кожевниково, Томская область

Кожевниково - 2014

**Практика формирования УУД на уроках русского языка и во внеурочной деятельности через работу с текстами рекламы**

**(из опыта работы)**

***Пояснительная записка***

Актуальность проблемы

Российское образование стоит на пороге кардинальных изменений во всём укладе школьной жизни, связанных с реализацией ФГОС. Приоритетным направлением этого документа является формирование универсальных учебных действий (УУД), овладение которыми «создаёт возможность самостоятельного успешного усвоения новых знаний, умений и компетентностей, включая организацию усвоения новых знаний, т.е. умения учиться». В связи с этим актуализируется вопрос: как учителю обеспечить формирование УУД в рамках своего предмета?

Для достижения современных образовательных результатов, отвечающих новым запросам общества, нужны средства обучения, ориентированные на развивающий потенциал новых стандартов.

В условиях современного мира реклама становится одним из самых подвижных, динамичных, открытых, распространённых средств информационного обмена. В педагогической практике реклама - один из самоценных учебных материалов, т.к. развивает у учащихся личностные качества, положительные мотивы деятельности, креативное мышление, языковое чутьё, активизирует жизненную позицию. Рекламные тексты включают в своё содержание достаточно обширный фонд сведений о культуре, истории, образе жизни России и людей, её населяющих.

Таким образом, работа с текстами рекламы актуальна сегодня, и в практике учителя-словесника может стать востребованной формой работы.

Трудности

Обучение школьников создавать текст рекламы сопряжено для учителя с определёнными трудностями: не во всех программах по русскому языку намечена система такой работы, недостаточно информации о тексте рекламы в действующих учебниках.

Например, УМК под редакцией М. М. Разумовской и П. А. Леканта не предполагает подобную работу, поэтому в структуру уроков русского языка включаю материалы УМК С. И. Львовой и В. В. Львова (издательство «Мнемозина»); при работе с текстами рекламы в старших классах можно использовать учебное пособие Т. А. Ладыженской «Риторика. 11 класс» (издательство «Баласс»). Кроме того, полезную информацию по теме можно найти и в других учебных пособиях (указаны в библиографическом списке).

Новизна представленного педагогического опыта состоит в том, что был систематизирован материал, собиравшийся в течение длительного времени; создан дидактический банк заданий по работе с текстами рекламы. В настоящем творческом отчёте предлагаются задания для обучающихся 5-7 классов.

Перспектива использования материалов в работе педагогов

Убеждена, что мой опыт воспроизводим и может быть использован учителями русского языка и литературы в учебной и внеурочной деятельности (на кружковых, факультативных и др. занятиях), поскольку работа с текстом рекламы актуальна сегодня, носит метапредметный инновационный характер, повышает качество лингвистической подготовки учащихся, что соответствует требованиям новых ФГОС.

***Содержательная часть***

Цели и задачи

Русский язык как предметная дисциплина, наиболее продуктивная для формирования УУД, ставит перед учителем следующие задачи:

- реализация деятельностного подхода к организации обучения русскому языку на основе приближения реальной речевой ситуации и повседневного общения к образовательным потребностям школьников;

- формирование нового содержания образования, соответствующего запросам современного информационного общества, специфике социальных коммуникаций.

Общее содержание

Для решения вышеизложенных задач учителю-словесникунеобходима организация учебного процесса, направленного на приобретение учащимися нового опыта, развитие способности переносить сформированные навыки из одной предметной сферы в другую, применение лингвистических знаний в условиях самостоятельной поисковой деятельности.

Формирование УУД в работе с текстами рекламы

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| *Коммуникативные**УД* | *Личностные**УД* | *Познавательные**УД* | *Регулятивные**УД* |
| - роль рекламы в современном мире;-лингвистические особенности рекламы;- функциональное назначение рекламы;- структура рекламного текста;-специфика отбора средств для рекламных текстов;-опыт создания собственного варианта социальной рекламы;- расширение словарного запаса учащихся | -уяснение назначения рекламы;-практическое осмысление рекламных слоганов;- моделирование и разыгрывание ситуаций с использованием рекламных роликов | -рассмотрение роли рекламы;-история возникновения и развития рекламы;-рассмотрение лингвистических особенностей рекламного текста;-рассмотрение структуры рекламного текста;-специфика отбора языковых средств;-особенности рекламы, апеллирующей к литературным источникам | -работа со словарями;-рассмотрение роли рекламы в современном обществе;-лингвистические особенности и назначение рекламы;-рассмотрение структуры рекламных текстов; -специфика отбора языковых средств для создания рекламного текста |

Практическая значимость рекламных текстов

Использовать текст рекламы в педагогической практике я начала несколько лет назад, когда реклама стремительно ворвалась в нашу жизнь. Изучив литературу по данному вопросу, ознакомившись с опытом коллег-словесников, пришла к выводу, что работа с текстом рекламы повышает качество лингвистической подготовки школьников в условиях современной языковой ситуации, учит жить и развиваться в активной информационной среде. Учитывая, что работа над текстом рекламы опирается на достижения социального, личностного, познавательного и коммуникативного развития обучающихся, считаю, что целесообразно вводить практику работы с текстами рекламы уже с 5-го класса (возможно, даже и в начальной школе).

Поскольку в настоящее время я руковожу школьным пресс-центром, являюсь главным редактором школьной газеты «На трёх этажах», веду кружок дополнительного образования «Юный журналист», то имею возможность активно обращаться к текстам рекламы не только в урочной деятельности, но и во внеклассной тоже.

В процессе работы выявила такую закономерность: чем раньше дети начинают знакомиться с особенностями рекламных текстов, работать с ними, анализировать и составлять собственные рекламные тексты, тем раньше они приобретают необходимые коммуникативные качества и компетенции.

Так, я преподаю курс экономики в начальной школе (2-4кл.) «Азбука экономики», 2 ч. во 2-ом классе отводится на тему «Реклама»: занятие №1- «Урок от гнома – Эконома: зачем нужна реклама?» и занятие №2 - «Реклама – двигатель торговли»; в ходе занятий учащиеся знакомятся с понятием «реклама», моделируют простейшие экономические задачи и участвуют в ролевой игре «Рекламная акция».

На уроках русского языка, а также во внеурочной деятельности, уже в 5-ом классе, вновь происходит обращение к теме «Реклама» и начинается отработка языковых навыков практической работы, направленной на создание собственных рекламных текстов. Работа с текстами рекламы должна быть систематической, только тогда уместно говорить о формировании УУД. При таком целенаправленном подходе обучающиеся могут представлять на школьной и других научно-практических конференциях проектно-исследовательские работы, изучив приоритеты современной рекламы, композиционные особенности, функциональное назначение рекламных текстов и другие актуальные вопросы, связанные с текстовым содержанием рекламы.

Вот и в этом учебном году, 19 декабря 2014 года, на базе «Кожевниковской СОШ №1» пройдёт проектно-исследовательская конференция «Шаг в будущее» (её участниками станут педагоги и обучающиеся пяти районов Томской области: Бакчарского, Кожевниковского, Кривошеинского, Молчановского, Шегарского), в рамках которой моя ученица, шестиклассница Полякова А., представит на суд компетентного жюри исследовательскую работу по теме «Влияние языка рекламы на речь моих сверстников». Ученица провела социологический опрос, анкетирование с целью изучения отношения к рекламе представителей разных возрастных категорий; изучила лингвистические особенности рекламных текстов, рассмотрела вопрос влияния языка рекламы на речь одноклассников. На этой же конференции старшеклассники, занимающиеся в школьном пресс-центре, познакомят всех присутствующих с медиапроектом «Новый Год у ворот», где будут подведены итоги школьного конкурса «Лучший рекламный новогодний слоган».

Особенности работы с текстами рекламы

Практика убеждает, что использование рекламных текстов в качестве языкового материала для формирования УУД требует от учителя определённых знаний об этом жанре, потому что в лингвистике текст рекламы определяют как *комплексный вид коммуникации:* заинтересовать (обратить внимание), убедить (через информацию о продукте или товаре), заставить купить (потреблять), усвоить смысл.

На ознакомительном этапе считаю целесообразным сообщить школьникам некоторые интересные факты об истории возникновения, развития рекламы, для этого можно провести этимологическую работу, найти информацию в справочной, энциклопедической литературе, в сети Интернет. Для усвоения понятия «реклама» можно предложить работу со словарями. На этапе знакомства с рекламой обычно помогаю учащимся определить разницу между обычной информацией и рекламой. Например:

|  |  |
| --- | --- |
| *Информация* | *Реклама* |
| Рассказывает о предмете, событии | Рассказывает о предмете |
| Подробная | Не обязательно подробная |
| Не обязательно образная | Яркая, образная |
| Ни к чему не призывает | Призывает купить, использовать, поддержать |

На ознакомительном этапе работы с текстами рекламы следует также указать на специфические черты (особенности) рекламы: краткость, доступность изложения, взаимосвязь вербальной и невербальной составляющей текста.

Следует акцентировать внимание детей на том, что современная реклама чаще всего обращается к утилитарным, социальным ценностям: качество товара, услуги, здоровье, удобство в быту, красота, удовольствие, безопасность, прогресс, лидерство, профессионализм, самосовершенствование и др. – всё это также является отличительными особенностями рекламы.

Дидактический банк заданий

Дидактический банк заданий, ориентированный на социальное, познавательное и коммуникативное развитие учащихся 5-11 классов в процессе работы с текстом рекламы, обеспечивает эффективность овладения важнейшими метапредметными умениями и универсальными способами деятельности, повышает качество лингвистической подготовки обучающихся, учит их жить и развиваться в условиях активной информационной среды.

Мне бы хотелось заострить внимание не только на уроках русского языка, но и на деятельности кружка «Юный журналист», в рамках которого происходит активное знакомство с текстами рекламы, а также создание рекламных слоганов, лозунгов, текстов.

Например, на одном из занятий кружка мы работали с фразами известных писателей: Олдоса Хаксли, который сказал, что «легче сочинить десять правильных сонетов, чем одно хорошее рекламное объявление»; В. В. Маяковского: «Реклама должна быть разнообразием, выдумкой» и М. Твена, говорившего, что «реклама – самая интересная и самая трудная форма современной литературы». В этих точных и лаконичных высказываниях содержится важная информация о содержании и социальной значимости современной рекламы.

Дидактический банк материалов собирался и систематизировался на протяжении длительного времени. В данной статье приводятся примеры заданий при работе с текстами рекламы, которые можно использовать на уроках русского языка и во внеурочной деятельности, оформленные в виде таблицы.

Таблица «Примеры заданий для обучающихся 5 – 7 классов»

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Раздел русского языка | Содержание задания | УУД |
| Фонетика. Орфоэпия | Подготовиться к выставке-презентации «Представляю: будущий чемпион». Рассказать о своём четвероногом друге. Записать текст в тетради, подчеркнуть слова, в состав которых входят только твёрдые или только мягкие согласные. | коммуникативныепознавательные,личностные |
|  | Попробуйте представиться классу, как будто вас никто не знает. Расскажите о своих увлечениях, любимых занятиях, играх, домашних животных. Текст запишите. Прочитайте его выразительно с соответствующей интонацией, с уместным использованием пауз, темпа и тона речи. | личностные,коммуникативные,познавательные,регулятивные |
|  | Представьте, что вы библиотекарь. Прорекламируйте читателям свои любимые книги. Выступите перед классом со своей речью. Оцените своё и чужие высказывания с точки зрения соблюдения орфоэпических норм. | личностные,коммуникативные,познавательные,регулятивные |
|  | Составьте текст рекламы любого предмета или продукта питания. Выступите перед классом со своим рекламным текстом. Какие выразительные средства фонетики вы использовали в выступлении? | личностные,коммуникативные,познавательные,регулятивные |
| Лексикология | Представьте, что в сказочной стране проводится благотворительный *аукцион* (найдите, если не знаете, это слово в словаре). Помогите сказочным героям составить рекламу своих товаров: Красной Шапочке – рекламу пирожков; Фее из сказки «Золушка» - рекламу волшебной палочки; Буратино – рекламу золотого ключика. Нарисуйте героев, придумайте к рисункам оригинальные надписи. | регулятивные,познавательные,личностные |
|  | Используя различные изобразительно-выразительные средства языка, составьте рекламу для любого предмета или продукта, который вам особенно нравится. Придумайте текст рекламы. | регулятивные,познавательные,личностные |
|  | Определите, какие изобразительно-выразительные средства использованы в рекламе шоколадного батончика «Баунти» в данном тексте: «Молочный шоколад, нежная мякоть кокоса. Райское наслаждение».  | регулятивные,познавательные,личностные |
|  | Составьте выступление, рекламирующее профессию, которая вам нравится. Используйте в своём тексте неологизмы и профессионализмы. | коммуникативные,познавательные,личностные |
|  | Изучите рекламные объявления из ежедневных газет, отметьте, что именно привлекает в них ваше внимание, определите слова, которые произвели на вас самое сильное впечатление. Выпишите их в вашу личную записную книжку, учитывая разные части речи: сущ., прил., глаголы. | коммуникативные,познавательные,личностные |
|  | Составьте текст рекламы, в которой рассказ о свойствах изделия ведётся от лица самого товара. Например: *«Я – чай. Чайный напиток имеет свойство снимать усталость и сонливость, улучшает работу мозга и мышц».* Выпишите несколько слов разных частей речи, выполните их морфологический разбор. | личностные,коммуникативные,познавательные,регулятивные |
|  | Выберите несколько вариантов рекламы, транслируемой по телевидению. Составьте синквейны о товарах, рекламируемых в них.  | личностные,коммуникативные,познавательные,регулятивные |
|  | Расскажите о вашем любимом телеканале (передачи, их содержание, почему нравится этот канал?). Сделайте рекламу этого канала: призовите своих одноклассников смотреть его. Какие части речи вы использовали для своего призыва? | коммуникативныепознавательные,личностные |
| Синтаксис.Пунктуация. | Составьте рекламный текст, представляющий собой диалог, в котором собеседники обсуждают достоинства рекламируемого товара, дают друг другу практические советы. Запишите полученный текст, расставьте знаки препинания. | регулятивные,познавательные |
|  | Объявление – это один из наиболее действенных видов печатной рекламы. Основным в объявлении является слоган – призыв к читателю. Составьте свои рекламные заголовки товаров широкого потребления по следующим примерам:*Яблочный сок – это здоровье ребёнка.**Утюг – спутник аккуратного человека.*Заголовки должны быть лаконичными, броскими и оригинальными, в них не должно быть отрицания. Выполните синтаксический разбор 3-х предложений, составленных вами. | регулятивные,познавательные,коммуникативные,личностные |
|  | Составьте рекламный текст для открывающегося в вашем микрорайоне магазина бытовой техники, новой марки сотового телефона, любимой книги или фильма, компьютерной игры (по выбору). Какие предложения вы использовали в своём рекламном тексте? | регулятивные,познавательные,коммуникативные,личностные |

Таким образом, на уроках русского языка и во внеурочной деятельности, обучая детей работе с текстами рекламы, учитель может эффективно реализовать стратегию формирования метапредметных способов действия на основе организации индивидуальной и групповой работы в классе; дифференцированного домашнего задания; отбора материала для проведения недели русского языка; олимпиадных заданий (5-7 кл.); организации проектно-исследовательской деятельности; совершенствования навыков анализа и создания рекламных текстов (8-11кл.).

Список литературы

1. Валгина Н.С. Теория текста. Учебное пособие. – М.: Логос, 2003;
2. Васильева М. Слоганы – мистически массовое явление//http://www.es.ru/yes/personal/vasilyeva.html;
3. Карпова С.В. Международное рекламное дело. Учебное пособие. – М.:КНОРУС, 2007;
4. Павлова Т.И., Романенко О.В. Формирование нового содержания образования в процессе работы с текстом рекламы: учебно-методическое пособие. – Ростов – на - Дону: издательство РО ИПК и ПРО, 2010;
5. Русский язык и культура речи. 17 практических занятий/ Е. В. Ганапольская, Т. Ю. Волошина, Н. В. Анисимова, Ю. А. Ермолаева, Я. В. Лукина, Т. А. Потапенко, Л. В. Степанова/ Под ред. Е. В. Ганапольской, А. В. Хохлова. – СПб.: Питер, 2006.