

Pet'ko L.V.

Ph.D., Associate Professor

Dragomanov National Pedagogical University (Ukraine, Kyiv)

**BRAINSTORMING AND THE FORMATION OF PROFESSIONALLY
ORIENTED FOREIGN LANGUAGE TEACHING ENVIRONMENT IN THE
CONDITIONS OF UNIVERSITY (FOR THE SPECIALTIES 023 «FINE ARTS»
AND 022 «DESIGN»)**

Петько Л.В.

к.пед.н., доцент

Національний педагогічний університет імені М.П. Драгоманова

**BRAINSTORMING TA ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНО ОРІЄНТОВАНОГО
ІНШОМОВНОГО НАВЧАЛЬНОГО СЕРЕДОВИЩА В УМОВАХ УНІВЕРСИТЕТУ
(спеціальності 022 «Дизайн» та 023 «Образотворче мистецтво»)**

The author describes the formation of professionally oriented foreign language teaching environment in terms of university for students 023 «Fine Arts» and 022 «Design» specialties on the example of the fable "The Spider and the Fly" by British writer Mary Howitt using brainstorming techniques.

Keywords: *professionally oriented foreign language teaching environment, brainstorming, university, a fable "The Spider and the Fly" by Mary Howitt, future designers, artists, foreign language, brainstorming.*

Автор описує формування професійно орієнтованого інішомовного навчального середовища в умовах університету для студентів-художників та дизайнерів на прикладі байки «Павук і Муха» англійської письменниці Мері Ховітт за допомоги брейнінторм методу.

Ключові слова: *професійно орієнтоване інішомовне навчальне середовище, університет, байка «Павук і Муха», Мері Ховітт, майбутні дизайнери, художники, іноземна мова, брейнінторм метод.*

Серед педагогічних технологій, які спрямовані на генерацію креативної думки студентів, творчого вирішення щодо окресленого завдання, стимулювання їх до продукування нових, нестандартних ідей, одне з перших місць відводиться мозковому штурму (brainstorming), до якого можуть залучатися усі студенти навчальної групи, з різним рівнем володіння ІМ. Ця педагогічна технологія може запроваджуватися як індивідуально (коли окремий студент сам презентує ідеї), так і в групі студентів.

Як наголошує М.Ралмі, спираючись на свої дослідження, висказані ідеї одним індивідуумом, якісно кращі, ніж ті, що висуваються групою, з таких причин: 1) замість генерування власної ідеї, студенти приділяють увагу до ідей інших членів групи, 2) можуть забути свою ідею, поки чекають своєї черги, 3) деякі студенти через сором'язливість заблоковані, 4) індивідуальний мозковий штурм менш напружений, але і не такий привабливий, 5) студент відчуває себе творчо свободним з-за того, що його не турбують судження сокурсників. Але, у свою чергу, мозковий штурм у групі допомагає розвивати ідеї краще, ширше, глибше завдяки багатьма ефективними способами. У групі відбувається творчий підхід усіх її членів до розв'язання проблеми, кожен у цьому бере участь і вносить посильний вклад в комплексне вирішення проблеми, що сприяє створенню гармонійних стосунків у команді. Але, на що тут треба звернути увагу викладачеві, – це не відкинути, «поховати» висунуті нестандартні ідеї [4].

Зазначимо, що навчальний процес з вивчення ІМ за професійним спрямуванням в умовах університету повинен орієнтуватися на розв'язання поставленої перед студентами проблеми, причому у позитивній міжособистісній взаємодії між його учасниками (викладач-студент, викладач-студенти, студент-студент, студенти-студент, студенти-студенти), що, у свою чергу, сприяє формуванню професійно орієнтованого іншомовного навчального середовища (ПОІНС). Деякі аспекти сказаного вище, висвітлено нами у низці публікацій [1; 3], тому зупинимося на розгляді методу мозкового штурму у процесі формування ПОІНС в умовах університету.

Зважаючи на різноплановість модифікацій brainstorming, пропонуємо деякі з них, які ми використовували для формування ПОІНС для майбутніх дизайнерів та художників в умовах університету, серед яких нашу увагу привернули описані методики американським дизайнером Девідом Шервіном для дизайнерів і художників [2, с. 14–17].

Розглянемо деякі з них. У якості передтекстової вправи (студенти ще не ознайомлені з текстом байки М.Ховіт «The Spider and the Fly»), тобто на мотиваційному етапі практичного

заняття з ІМ, пропонуємо використовувати метод «Додайте слово (*Desiner Mad Libs*)». Є така гра, де учасники, не бачуть оригінального тексту, але повинні заповнити пропуски словами, що прийшли їм на розум, у результаті чого виходить досить цікаве. Skorистайтеся принципом цієї гри, щоб знайти концепцію проекту. Початок може виглядати так: «Му (Мій Павук чи Муха)___ is like (схожий на)___, because (тому що)_____». У пропуски треба вставляти різні слова і далі дивимось, що виходить. Можна звернутися до інших студентів з проханням заповнити пропуски, щоб їхні ідеї дали повштовх для інших.

Метод «Списки слів» – один із варіантів «Асоціативної карти», але більш систематизований і сприяє швидким результатам. Отже, його технологія така.

1. Аркуш паперу треба поділити на три стовпці. Написати у першому якомога більше понять і термінів, що стосуються проекту.
2. Виберіть одну цікаву ідею з першого стовпчика і напишіть кілька слів, які відносяться до цієї ідеї у другому стовпчику.
3. У третьому стовпчику напишіть антоніми до слів із першого стовпчика. Якщо одна ідея простежується у всіх трьох стовпчиках, об'єднайте і обведіть ці слова. Потім з того, що ви об'єднали, виокреміть, на вашу думку, перспективні ідеї.

Наступний метод «Асоціативні картинки» – це також один із видів методу «Асоціативна карта», де використовуються картинки:

1. Треба надрукувати фотографії або ілюстрації, які мають відношення до проекту. Це можуть бути матеріали з пошукових систем, з видань і журналів по дизайну, книги з мистецтва, веб- сайти та ін.
2. Розкладіть ваші картинки за групами, щоб вони як би «розмовляли» одна з одною, потім напишіть навколо цих груп слова, які передають суть цих картинок.
3. На підставі отриманого сформулюйте ймовірні напрямки проекту.

Так, і ... (Yes, And...) – розглядаємо цей метод мозкового штурму під час вивчення вірша «The Spider and the Fly» Мері Ховіт для уявлення студентами образів головних персонажів байки для підготовки ними власних ілюстрацій.

Перед членами групи ставиться завдання: перший, хто пропонує бачення образу, наприклад, Мухи, ділиться своєю думкою з іншими. Потім ця ідея розвивається по колу: кожний студент вислуховує, не коментуючи, думку попереднього сокурсника і говорить:

«Так, і ...», додаючи щось своє. Все, що висловлюється записується одним студентом у зошиті і на диктофон мобільного телефону. Суть цього методу – у трансформації початкової ідеї автора шляхом доповнення її думками всіх учасників, а потім повернення до автора – і що з цього вийшло.

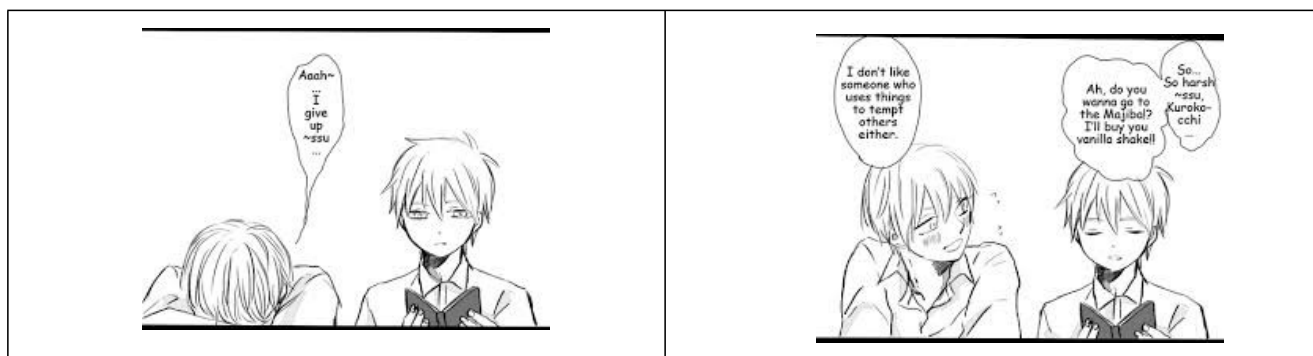


Рис. 1. Метод мозкового штурму «Булька без слів (Blank Bubbles)»

У колі окресленого заслуговує на увагу «Булька без слів (*Blank Bubbles*)» (рис. 1). Студенти роблять малюнки (комікси), на яких їхні однокурсники займаються своїми справами, спочатку бульбашки над ними повинні бути порожніми. Потім треба їх заповнити діалогами на ІМ про що вам повідомляє кожен персонаж.

Після опрацювання тексту байки англійської письменниці Мері Ховітт «Павук і Муха», використовуємо зі студентам метод мозкового штурму «Булька без слів (*Blank Bubbles*)» таким чином: до дошки за бажанням виходять студенти і роблять ескізи, коли інші

малюють у своїх зошитах. Виконання цього виду викликає пошвавлення серед студентів (сміх, гумор), створюється невимушена обстановка (яку треба підтримувати викладачеві), що сприяє продуктивному мисленню майбутніх художників і дизайнерів (рис. 2).



Рис. 2. Метод мозкового штурму «Булька без слів (Blank Bubbles)» для опрацювання тексту вірша «The Spider and The Fly»

Також для студентів пропонуємо такий приклад методу мозкового штурму, який виконується у чітко окреслений час: Зробіть розкадрування з 10–12 малюнків книги для дітей 3–7 років. Роботу пропонуємо організувати таким чином:

1. За перші 10 хв. мозкового штурму придумайте загальний сюжет книги. *Запишіть його одним реченням.*

2. Протягом наступних 10 хв. зробіть ескізи ілюстрацій і опишіть, як буде розвиватися ваша казка на 20 або 24 сторінках книжки. (Тільки одне речення – сюжет сторінки).

Час, що залишився, використовується на доопрацювання розкадрування та визначення моралі історії [2, с. 65]. У якості домашньої самостійної роботи перед студентами ставиться завдання продумати як зробити справжню книгу, дописати текст казки (історії, оповідання) на іноземній мові і виконати ілюстрації до неї. *На особливу увагу заслуговує метод «What is in the box?»* [2, с. 56-57]. Покладіть у коробку сім предметів. Студент обирає один із них, викладач включає секундомір і за хвилину треба придумати рекламний слоган на ІМ для цього предмету. Теж саме виконується із іншими предметами. Потім студенти обирають самий нестандартний слоган, який був запропонований під час такого прискороного мозкового штурму, потім проектується ними рекламний щит (плакат, афіша, для онлайн-реклами і т. н.). Заголовок повинен бути якомога більш виразним. Наведемо приклади таких слоганів, ле, зазначимо, що викладач повинен підготувати низку слоганів стосовно тих предметів, які будуть заховані у коробці, з метою підказки та стимулювання студентів:

Dog – “I Saw Dog and I Thought of You”, «This dog know how to sit», “Great Dog. Great Times”, “Dog – Australian for Beer”, “Leave the Dog to Us”, “It’s a Dog Adventure”.

Cat – “It’s Cat Time!”, “Get busy with the Cat!”, “Mild Green Cat Luiqid”. “Recommended by Dr. Cat”.

Pen – “Made in Scotland From Pen”, “Race for the Pen”, “Gotta Lotta Pen”, “Bring Out The Pen”.

Doll – “Gotta Lotta Doll”, “Doll Saves Your Soul”, “I’m Lovin’ Doll”.

Car – “The Better Way to Start the Car”, “Designed for Car”, “Easy, Breezy, Beautiful Car”, “More Than Just a Car!”, “New Thinking. New Car!”

Watch – “Welcome To Watch country”, “Better Living Through Watch”, “Where’s the Watch?”, “It’s Not TV. It’s Watch”, “It Must Be Watch”.

University – “Today’s University, Since 1903”, “The Best Part of Waking Up is University in Your Cup”, “Don’t Forget The University, Mum”, “Any Time, Any Place, University”, “Come Fly The Friendly University”, “Have a University And Smile”, «Stop. Go. University”, “Get The Door – It’s

University”, “You Need a University” [5]. Для рекламного шита було вибрано слоган «This dog know how to sit» (Цей песик знає як сидіти) – для реклами іграшкового песика та магазину іграшок.

Інша модифікація brainstorming – «Назва бренду». Напишіть іноземною мовою три прикметника. Візьміть перший склад від першого, додайте до нього другий від другого, третій від третього і складіть неологізм. Це – нова назва бренду замовника. Марк Нотерман вибрав прикметники synchron («синхронна»), effortless («не вимагає зусиль»), fantastic («фантастична») і склав із складів неологізм *Syncortic* для ручки, яка може писати на будь-якій поверхні. Тут у пошуках бренду для уявного замовника студенти можуть практикуватися досхоchu і, що характерно, коли сокурсник пише прикметники на дошці і презентує утворений неологізм, членами навчальної групи це сприймається з великою зацікавленістю, увагою і повагою до дизайнера-початківця

Сюди можна віднести і brainstorming «Оформлення обкладинки»: треба написати три слова на ІМ: назву тварини, яесь місце на земній кулі та назву некомерційної організації (про яку чули або знаєте). Треба оформити обкладинку річного звіту цієї фірми. Текст і зображення повинні мати відношення до тварини і обраного місця [2, с. 58–60]. Ця вправа нам імпонує тим, що містить в собі широкий лінгвосоціокультурологічний діапазон, знання та орієнтацію в якому повинні продемонструвати студенти.

Література:

1. Петько Л.В. Професійно орієнтовані технології навчання ІМ як засіб формування професійно орієнтованого іншомовного навчального середовища в умовах університету / Л.В.Петько // Міжнародний науковий форум: соціологія, психологія, педагогіка, менеджмент: зб. наук. праць; ред. М.Б. Євтух. Київ: ТОВ «НВП «Інтерсервіс», 2015. – Вип. 18. – С. 175–184. URI <http://enpuir.npu.edu.ua/handle/123456789/8391>
2. Шервін Девід. Креативная мастерская. 80 творческих задач дизайнера / Дэвид Шервин ; пер. с англ. С.Силинский. – СПб. : Питер, 2013. – 240 с.
3. Pet'ko L.V. Formation of professionally oriented foreign language teaching environment in the conditions of university for students of specialties 023 «Fine Arts» and 022 «Design» / L.V.Pet'ko // Economics, management, law:realities and perspectives: Collection of scientific articles. Psychology. Pedagogy and Education. – Les Editions L'Originale, Paris, France. 2016. – P. 466-471. URI <http://enpuir.npu.edu.ua/handle/123456789/10254>
4. Rhalmi Mohammed. What is Brainstorming? [Web Site] / Mohammed Rhalmi. – Access mode : <http://www.myenglishpages.com/blog/brainstorming-in-efl-and-esl-classes/>
5. The Advertising Slogan Generator [Web Site]. – Access mode : <http://thesurrealist.co.uk/slogan.cgi?word=university>