

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ФАКУЛЬТЕТ ІНОЗЕМНОЇ ФІЛОЛОГІЇ ТА СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ  
КАФЕДРА ЖУРНАЛІСТИКИ ТА ФІЛОЛОГІЇ

**ХІІІ Всеукраїнська  
науково-практична конференція**

**ЖУРНАЛІСТСЬКА ОСВІТА  
В УКРАЇНІ:  
СВІТОВІ ПРОФЕСІЙНІ СТАНДАРТИ**

Суми, 11-12 травня 2017 р.

## РОЗВИТОК КРЕАТИВНОСТІ СТУДЕНТІВ-РЕКЛАМІСТІВ НА ЗАНЯТТЯХ МОВНОГО СПРЯМУВАННЯ

**Воропай С. В.,**

к. ф. н., доцент СумДУ

**Жидкова Д.,**

студентка 3 курсу СумДУ

*У статті розглядаються прийоми і завдання направлені на розвиток креативності студентів-рекламістів на заняттях мовного спрямування. Особлива увага приділяється питанню генерування, сортування та розвитку ідей, а також технологіям креативного розвитку студентів-рекламістів.*

**Ключові слова:** творчість, розвиток креативності, технології креативного розвитку.

### THE DEVELOPMENT OF CREATIVITY OF THE STUDENTS-ADVERTISERS IN THE CLASSROOM LINGUISTIC AREAS

*In the article the methods and objectives aimed at promoting creativity of the students-advertisers in the classroom linguistic areas. Special attention is given to generating, sorting and development of ideas and techniques of development of the students-advertisers' creativity.*

**Keywords:** creativity, creativity development, creative development technologies.

Сучасне суспільне життя досить динамічне, зміни відбуваються швидко, і тому важливою задачею освіти у XXI столітті, крім забезпечення студентів спеціальними фаховими знаннями, є розвиток умінь і навичок, які б допомагали виявляти наявні можливості, створювати баланс між пріоритетами, вчитися на невдачах, тобто вибудовувати міст між заученими знаннями та реальним життям.

Сьогодні освіта повинна продукувати новий тип фахівців, які б глибоко розумілися на одній дисципліні, а також мали широкі знання в інших сферах, що допомагало б їм ефективно співпрацювати з професіоналами інших галузей і перетворювати ідеї в реальність. Творчість – невід’ємна складова будь-якої діяльності. І аналіз джерел, у яких досліджується питання креативності показав, що проблема творчого розвитку особистості гостро стоїть у сучасному суспільстві. Сьогодні світові потрібні фахівці здатні творчо і неординарно підходити до вирішення будь-яких-професійних питань, бачити в проблемах можливості, не тільки глибоко розумітися на одній дисципліні, а також мати широкі знання в інших сферах, щоб ефективно співпрацювати з професіоналами інших галузей і перетворювати ідеї в реальність. Тому сучасна освіта спрямована на формування творчої особистості майбутнього фахівця, створення умов для розкриття його талантів, духовно-емоційних та розумових здібностей.

**Метою статті** є виявити методи та форми роботи на заняттях з мови, які б найкраще сприяли розвитку креативності у студентів-рекламістів. Мета роботи передбачає розв’язання таких **завдань**: проаналізувати умови, що сприяють розвитку креативності студентів; описати технології розвитку креативності студентів-рекламістів; визначити методи і форми роботи, які б найкраще сприяли реалізації креативного мислення студентів;

**Предметом дослідження** є методи і форми роботи для розвитку креативності студентів в процесі роботи з мовним матеріалом.

Основною особливістю творчої особистості є креативність, яка у науковій літературі визначається як «інтегральна якість психіки, загальна здібність до творчості, котра забезпечує продуктивні перетворення в різних сферах діяльності особистості, дозволяючи задовольнити потребу у пошуковій активності» [9, с. 15].

У науковій літературі важко знайти чітке визначення поняття «креативність». Креативність розглядається як *потенціал, здатність до творчості, процес, продукт, середовище, тип творчої особистості*.

Однак більшість науковців схиляється до думки, що креативність – це творчі здібності людини, які виявляються в мисленні, почуттях, спілкуванні, окремих видах діяльності, а також здатність породжувати множинність різноманітних оригінальних ідей у нерегламентованих умовах діяльності; це самостійним феноменом, прояви якого доступні спостереженню в процесі творчості, результаті (продукті творчого процесу), в характеристиках (властивостях) особистості як якості креативного типу особистості [19, с. 35].

Сьогодні в освіті більш помітними стали спроби віднайти шляхи стимулювання творчого потенціалу особистості, який виявляється в умінні – самостійно визначати проблему, вмінні її формулювати і аналізувати, знаходити для них рішення; переносити знання, вміння і навички, способи навчальної діяльності в нову ситуацію; бачити нову сторону в знайомому об'єкті; комбінувати, синтезувати раніше засвоєні способи діяльності в нові. Усі ці вміння можна цілеспрямовано формувати за допомогою спеціальних технологій.

У професійному навчанні студентів-рекламістів можуть бути використані такі технології креативного розвитку: активного навчання, технічної творчості, рішення творчих завдань; творчого проектування; дослідницької діяльності, інтерактивні технології (тренінги, ділові, рольові, імітаційні ігри).

### **Прийоми і завдання направлені на розвиток креативності студентів-рекламістів на заняттях мовного спрямування**

Людина кожного дня потрапляє в ситуації, де потрібне креативне мислення. Але в професійній сфері рекламіста креативне мислення є основоположним фактором. Тому розвиток цієї навички є необхідною складовою розвитку компетентності студентів-рекламістів. З огляду на взаємообумовлений зв'язок мови і мислення, розвиток креативного мислення є доцільним саме на заняттях з мови.

Отже розглянемо, які саме завдання на розвиток навички креативно мислити можуть виконувати студенти на заняттях з предметів мовного спрямування. А також прийоми, які сприяють найкращому виконанню цих завдань.

#### **1. Розвиток зв'язного мовлення.**

**1.1. Генерування, сортування та розвиток ідей.** Створення будь якого рекламного продукту починається з пошуку нової оригінальної ідеї. Отже завдання – придумати ідею для реклами певного продукту. Виконуючи це завдання, студенти повинні придумати якомога більше ідей і сформулювати їх належним чином відповідно до вимог стилю рекламного повідомлення. Це завдання виконується в два етапи.

Група працює у командах, кожна з яких повинна придумати якомога більше ідей. Після цього студенти визначають, які з ідей є найкращими, а які гірші для вирішення поставленої задачі. Найкращою ідеєю вважається та, що може ідеально вирішити проблему. Найгірша ідея буде неефективною, неприбутковою або навіть може ускладнити процес вирішення задачі. Коли команди закінчують роботу, вони записують на окремих аркушах свої ідеї, відмічаючи де краща, а де гірша, і викладач забирає усі аркуші. Після цього студенти отримують аркуші з гіршими ідеями іншої команди. Наступне завдання – перетворити ідею, яка оцінювалася негативно в таку, яку б можна було успішно реалізувати для рекламування даного продукту. Процес застосування ідеї студенти описують.

Часто після ознайомлення з ідеями інших команд і зміною фокусу на проблему, студенти розуміють, що ідеї, які оцінювалися як не варті уваги, насправді можуть бути успішними.

**1. 2.** Рекламна діяльність безумовно має міждисциплінарний характер, через те, що рекламісту необхідні знання тих галузей, до яких належить рекламований товар чи послуга. Для цього пропонується завдання, виконання якого дає розуміння як певні навички можна застосувати в нових обставинах. Спочатку студенти обирають професійну діяльність і

складають перелік необхідних умінь та навичок для неї. Потім викладач методом випадкового вибору дає їм назви інших професійних сфер. Студенти повинні змодельовати і описати ситуації, у яких би новий рід занять міг би послуговуватися набутими в іншій професії навичками. Цікавим спостереженням є те, що інколи два роди діяльності відрізняються лише лексикою. Треба зазначити, що розробка нових продуктів напряду залежить від різноманітності тих мислительних процесів, які забезпечуються саме наявністю неординарних навичок і умінь в різних галузях.

## **2. Вивчення тем з граматики.**

**Побудова різного типу речень.** Експериментально було доведено значення мови для вирішення проблем і задач. Люди, які записують або вербалізують задачі, демонструють кращі результати, ніж ті, хто працює мовчки. Правильне формулювання задачі кардинально впливає на процес її вирішення, бо допомагає визначити її сутність. Сутність проблеми визначається за допомогою різного типу питань, які дозволяють її всебічно розглянути.

Насправді питання дуже часто формують відповіді, спрямовують їх. Так на запитання «Скільки буде 5+5?» існує тільки одна відповідь, а на запитання «Сума яких 2-х чисел дорівнює десяти» – безліч, враховуючи дробі та від'ємні числа. Цей приклад переконливо доводить, що змінивши структуру запитання, можна значно трансформувати спектр відповідей на нього.

Вміння поставити питання – ефективний метод розвитку уяви, тому що із зміною формулювання з'являється безліч можливих відповідей та рішень. Цю навичку можна формувати при вивченні теми де б розглядалися різні види запитань з точки зору їх структурної та семантичної організації, а також розвивалося вміння ставити різні запитання з метою отримання певного типу відповіді.

Завдання з постановки різних типів запитань можна виконувати будуючи і відтворюючи ситуативні діалоги. Під час цієї практики студенти також розвивають мовлення, що є важливою навичкою, тісно пов'язаною з мисленням, бо студенти пишуть як говорять, а говорять як думають.

**3. Робота з лексичними засобами мови.** Для пошуку рішень також необхідно декілька разів переформулювати задачу, що допомагає побачити різні сторони питання, що вирішується, і направляє думки в сторону пошуку нових можливостей. Психологи стверджують, що кожне слово, яке вимовляє людина, має відгук у свідомості, що формує значення цього концепту для конкретної людини. Тому одним із способів отримання різних формулювань, є заміна ключових слів **синонімами**. Спочатку треба визначити ключові слова у визначенні, що є, а потім замінювати їх на синонімічні. Головна ідея цього методу полягає в тому, щоб знайти той рівень абстракції, на якому найкраще видно сутність проблеми. Ще один спосіб змінити погляд на проблему – заміна іменника його **антонімом**.

**3.1. Створення метафор.** Продукування ідей для створення рекламного продукту тісно пов'язано з комбінаторними навичками. Порівнюючи два предмети або явища, ми розпізнаємо в них те спільне, що може стати поштовхом для нових ідей, бо часто нова ідея чи підхід до її реалізації є вдалою комбінацією вже відомих раніше засобів та ідей. Щоб тренувати здібності студентів до комбінування, можна використовувати метафори та аналогії.

Метафори і аналогії – дуже потужні комбінаторні інструменти, тому що дозволяють по-новому подивитися на проблему. Ми приймаємо різні рішення в залежності від того, які метафори чуємо. Було проведено соціальне дослідження, у якому групі піддослідних потрібно було запропонувати засоби боротьби зі злочинністю у містах. Для опису соціального явища «злочинність» використовувалися різні метафори. І якщо злочинність описувалася як вірус, то всі рішення, що пропонувалися, мали форму соціальних реформ, наприклад, зміна законодавства. А якщо ж злочинність описувалася як монстр, що атакує наше суспільство, то рішення базувалися на індивідуальній роботі з правопорушниками. Отже, використовуючи метафори, можна отримати широкий діапазон рішень заданої проблеми.

**3.2.** Розвитку креативності студента також сприяє переосмислення ролі студента і викладача. Наприклад, на стандартному практичному занятті викладач запитує, а студент відповідає завчений матеріал. Інформація загалом отримується з підручників, лекцій викладача, Інтернету. Якщо ж переосмислити навчальні цілі, то можна створити зовсім іншу навчальну програму. Так, наприклад, виконання завдань на ознайомлення з лексикою різних професійних та соціальних сфер виконується на фактичному матеріалі, який студенти добувають самостійно з першоджерел (інтерв'ю з представниками різних професій і соціальних сфер). Студенти аналізують отриманий матеріал за визначеними заздалегідь параметрами, і результати представляють у вигляді презентації на загальній конференції.

Такий підхід не тільки забезпечує глибше засвоєння матеріалу, але й дозволяє проводити паралелі й робити власні відкриття, а отже мотивує дізнаватися більше (діставати більше інформації). Такі студенти виявляються глибше залученими до процесу навчання (глибше занурені у процес навчання) і більше зацікавлені предметом, що вивчається. Отже, застосовуючи цей прийом і даючи різноманітну, а інколи суперечливу інформацію, ми допомагаємо бачити світ з різних точок зору, а отже бачити його можливості.

**4. Лінгвістичний аналіз тексту.** Ще одним засобом для вироблення навички змінювати погляд на речі та оточуючу дійсність є виконання лінгвістичного аналізу текстів на такому матеріалі як жарти, анекдоти, гумористичні історії, або ж самостійне створення такого контенту.

Більшість жартів примушує нас сміятися, бо в них існує різкий сюжетний поворот в найнесподіванішому місці. Уважно придивившись до жартів та анекдотів, ми побачимо, що гумор часто виникає саме через те, що наше сприйняття різко міняється. Зміна ракурсу, з якого розглядається проблема, допомагає переосмислити проблему і знайти для неї незвичайні рішення.

**5. Написання творів.** Творчість рекламіста завжди обмежена умовами технічного завдання. Однак уведення жорстких обмежень часто призводить до «творчого викиду». Маючи у своєму розпорядженні обмежений арсенал засобів, студенти-рекламісти часто знаходять інноваційні способи для його використання. Для розвитку навички генерувати ідеї та реалізовувати маючи певні обмеження, на заняттях з мови виконуються певні завдання. Наприклад, написання творів із обмеженою кількістю слів (6-10 слів). Іншим завданням такого типу є написання стандартного за розміром твору (200-250 слів), темою якого є лише одне слово будь-якої частини мови. В процесі виконання таких завдань виробляється ще одна корисна для рекламіста навичка – вміння підбирати асоціації, що є основою творчого процесу. Як базовий матеріал для цієї справи можна використовувати лінгвістичні терміни та поняття, що б сприяло їх легкому розумінню та запам'ятовуванню.

Отже, розвиток креативного, або як його ще називають латерального мислення є однією з основних навчальних задач, які стоять сьогодні перед студентом і викладачем у вищому навчальному закладі.

Освітнє середовище дає можливості для розвитку креативності студентів. Однак, розкриття креативних здібностей вимагає створення певних умов: не пригнічувати інтуїцію студента, а заохочувати за спробу її використати; формувати у студентів упевненість в своїх силах; спиратися в процесі навчання на позитивні емоції; стимулювати студентів до самостійного вибору цілей, завдань і засобів їх рішення; не допускати конформне мислення; розвивати уяву і не пригнічувати схильність до фантазування; формувати чутливість до суперечностей, оскільки вони є джерелом нових питань і гіпотез; частіше використовувати завдання відкритого типу, де відсутнє одне рішення; застосовувати проблемні методи навчання, стимулюючи установку на самостійне відкриття нового знання [32, с. 132].

Креативного мислення є обов'язковою компетентністю студентів-рекламістів, розвиток якої можливий на заняттях з будь-якої дисципліни, а особливо на заняттях мовного спрямування, таких як «Сучасна українська мова», «Українська мова у професійному спілкуванні», «Копірайтинг», через нерозривний зв'язок мови і мислення. Серед завдань, під час виконання яких розвиток компетентності креативно мислити розвивається найкраще, –

генерування ідей, творча робота з текстами, продукування метафор, вибір синонімів та антонімів, робота з лексичним матеріалом, написання творів з певними обмеженнями.

### Список літератури

1. Антонова О.Є. Інтелектуальні здібності у структурі обдарованості особистості // Навчання і виховання обдарованої дитини: теорія і практика: зб. наук. пр. – Випуск 5 // І.С. Волощук (головний редактор) та інші. – К. : інформаційні системи, 2011. – С. 137-144.
2. Антонова О.Є. Сутність поняття креативності: проблеми та пошуки / О.Є. Антонова // Теоретичні і прикладні аспекти розвитку креативної освіти у вищій школі: монографія / за ред. О.А. Дубасенюк. – Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2012. – С. 14-41.
3. Березина Т.Н. Интеллект и креативность / Т.Н. Березина. – Эдип, 2008. – № 3. – С. 92-101.
4. Бурлачук Л., Вельбрехт О. Зв'язок креативності з інтелектом в структурі загальної обдарованості / Л. Бурлачук, О. Вельбрехт // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. – Психологія, педагогіка, соціальна робота. – 2010. № 1. – С. 15-18
5. Виды сред в образовании. [Електронний ресурс]. – Режим доступа : <http://courses.urc.ac.ru/eng/u7-9.html>

## ПСИХОЛОГІЧНИЙ СТАН І МОРАЛЬНІ ПЕРЕКОНАННЯ С. ЄФРЕМОВА В АТМОСФЕРІ БІЛЬШОВИЦЬКОГО ТЕРОРУ (НА МАТЕРІАЛІ «ЩОДЕННИКІВ»)

**Ганна Калантаєвська**  
к. ф. н., доцент СумДУ

*У статті досліджуються морально-етичні переконання С. Єфремова, його оцінки суспільному занепадові, духовній деградації сучасників на тлі більшовицького терору і особистого психологічного стану.*

**Ключові слова:** моральні принципи, самохарактеристики, християнські цінності.

## S. EFREMOV'S PSYCHOLOGICAL STATE AND MORAL BELIEFS AT THE ATMOSPHERE OF BOLSHEVIK TERROR (on the material of «Journals»)

**Ganna Kalantaevs'ka**  
associate professor, Sumy State University

*The article considers the moral and ethical beliefs of S. Efremov, his evaluation of social decay, spiritual degradation of his contemporaries on the background of bolshevik terror, and his personal psychological state.*

**Key words:** moral principle, self-characteristics, Christianity values.

В умовах усунення від активної наукової роботи, громадської діяльності, видавничо-редакторської праці, відкритої публіцистичної творчості в середині 20-х років ХХ ст. С. Єфремов звернувся до написання щоденників – дуже ризикованої справи, яка, проте, дала