

лодимирівна. – К.: НТТУ «КПІ». – 2009. – 392 с. 25. Троянская Е.С. Полевая структура научного стиля и его жанровых разновидностей // Троянская Е.С. Общие и частные проблемы функциональной стилистики. – М., 1986. – 345 с. 26. Челбышева Анна Владимировна / Прагматингвистический аспект речевых жанров научного стиля (на материале немецких и русских текстов подязыка стиля // Специальность 10.02.19 - теория языка. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук. – Ростов на Дону, 2006. – 24 с. 27. Чернявская В.Е. Интерпретация научного текста: учебное пособие для студентов старших курсов, магистрантов и аспирантов вузов. // Чернявская В.Е. СПб.: Из-во СПбГУЭФ, 2005. – 127 с. 28. Чернявская В.Е. Интертекстуальность как текстообразующая категория вторичного текста в научных коммуникациях (на материале немецких научно-критических текстов рецензий. // Чернявская В.Е. – Ульяновск: Из-во СВГУ, 1996. – 107 с. 29. Языковая личность: проблемы лингвокультурологии и функциональной семантики: Сб. научных трудов // ВГПУ. – Волгоград: Перемена, 1999. – 272 с. 30. Яхонтова Т.В. Структурно-композиційні особливості сучасної англомовної наукової статті // Мовознавство. – 2009. – Листопад-грудень 2009. – С. 51- 57. С.123. 31. Яхонтова Т.В. Лінгвістична генологія наукових комунікацій: монографія. // Яхонтова Т.В. Львів, Вид-во ЛНУ імені І. Франка. – 2009. – 420 с. 32. Яхонтова Т.В. Структурно-композиційні особливості сучасної англомовної наукової статті. Яхонтова Т.В. // Мовознавство. – 2009. – № 6. – С. 51-57. С.234. 33. Яшенкова О.В. Основи теорії нової комунікації: навчальний посібник// Ольга Володимирівна Яшенкова. – К.: ВЦ «Академія», 2010. С.210.

Л. М. Бардіна, В. Л. Шепелюк

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ВМІНЬ ПИСЕМНОЇ МОВИ У ПРОЦЕСІ НАВЧАННЯ НА ПРОСУНУТОМУ ЕТАПІ

Комунікативна мета навчання українській мові за професійним спрямуванням студентів-іноземців, серед яких і нефілологи, має на увазі досягнення вільного володіння як усною, так і писемною формами мови. Студенти повинні досягти такого рівня володіння мовою, який забезпечує навчально-пізнавальну діяльність і спілкування в соціально-суспільній, культурно-побутовій та професійній сферах, а також готує їх до майбутньої професійної діяльності, у якій читання й письмо посідають провідне місце. Тому питання навчання писемної мови належить до актуальних теоретичних і практичних проблем методики викладання української мови як іноземної за професійним спрямуванням.

Писемна мова – це самостійне продукування знакових повідомлень, що базується на вмінні обрати адекватну інформативному змісту форму для побудови висловлювання, розвинена та доведена до автоматизму здатність досить вільно викладати думки в писемній формі.

Відмінності між усною та писемною формами мови проявляють у таких аспектах: у письмовому висловленні реалізується повний розгорнутий виклад думки, що відбиває всі зв'язки, що стосуються певної ситуації. Це дозволяє ввести читача у відповідні обставини, виявити зміст висловлення й знайти оптимальні варіанти його оформлення. Писемна мова – підсумок попередньої мовної роботи. Необхідна умова організації письмового висловлення полягає у виділенні необхідного й достатнього матеріалу (лексичного, граматичного, значенневого, інформаційного), на який опирається студент при самостійному продукуванні висловлювання залежно від комунікативних завдань.

Навчання писемної мови ґрунтується на системному використанні й диференціації вихідних матеріалів, серед яких першорядну роль відіграють навчальні тексти. Саме при опорі на текст у методичному плані вирішується завдання опанування взаємозалежних форм писемної мови, у межах яких відбувається формування, нагромадження й активізація необхідних навичок і вмінь. Як типи текстів, так і види письмових робіт співвідносяться з певним етапом навчання й, отже, з адекватною сукупністю навчальних дій.

Інформативний матеріал тексту знає за процесі письмового продукування різного роду трансформації (скорочення тексту, коментування тексту з додаван-

ням інформації з інших джерел, ущільнення з елементами оцінки тощо). Залежно від форми та ступеня трансформації тексту письмові роботи діляться на наступні види: план, тези, конспект, резюме, анотація, реферат із суб'єктивною оцінкою, рецензія, реферат-огляд.

Послідовність навчання видам письмових робіт визначає ті знання й уміння, які необхідно сформувати й активізувати у навчальному процесі.

Аналіз структури навчальної діяльності з навчання писемної мови показує, що цей процес здійснюється як постійна взаємодія різних елементів на підставі обумовленого метою алгоритму. Складовими частинами алгоритмічного приписання виступають окремі підцілі, яким у процесі діяльності відповідають певні дії й операції. Реалізація підцілей у структурі практичних дій і операцій призводить до формування вмінь і навичок, що перевіряються, оцінюються та відображуються викладачем у проміжних результатах. Підсумком навчальної діяльності є формування стійкої системи вмінь і навичок студента, орієнтованих на самостійне досягнення аналогічної мети.

У плані реалізації цілей викладач спирається на накопичений досвід, наявні знання, методичні розробки, на підставі чого виробляє певну стратегію навчання. Студент включається в навчальну діяльність, використовуючи отримані раніше знання й маючи чітко визначену мотивацію до опанування нового матеріалу. Що стосується стратегії навчання, то вона співвідноситься з попередніми фігурами навчальної діяльності й може бути неадекватною новим цілям. Тому одним з найважливіших для викладача є завдання, що полягає в тому, щоб привести студента до усвідомлення структури нової навчальної діяльності й вироблення відповідної стратегії навчання. При цьому необхідно звернути увагу на один момент, який досить часто зустрічається у практиці викладання. У теорії й методиці вміння розуміється й визначається, як здатність здійснювати ту або іншу дію за оптимальними параметрами цієї дії, тобто найкращим способом. Тому існує точка зору, згідно з якою навчання розглядається як сума закінчених блоків навчання «підціль - дія - уміння». Такий підхід досить просто реалізується в системі завдань і вправ і дійсно призводить до формування навичок і вмінь. Однак вони набувають при цьому яскраво вираженої репродуктивної орієнтації. Але на етапі продукування кінцевого тексту студент стикається з більш значними ускладненнями, оскільки у процесі роботи над ним він повинен самостійно виконати синтез усього алгоритму.

В організації навчання на подібному підґрунті можна виділити три етапи. Особливої уваги вимагає перший етап, пов'язаний з визначенням мети. При цьому важливо дати не тільки загальний опис виду письмових робіт і практично познайомити студентів з різними варіантами, але й намітити й закріпити пізнавальне ставлення до самого процесу майбутньої навчальної діяльності.

На другому етапі, що формує конкретні навички і вміння, важливо виробити оцінне ставлення до проміжних результатів. При цьому відбувається не просто коректування навчальних і робочих текстів, але й розглядається їх роль із позицій майбутнього продуктивного тексту.

На завершальному етапі, коли складається цілісна система навичок і вмінь, доцільно розвинути конструктивне ставлення до процесу здійснення продуктивної діяльності. Тут можуть бути пред'явлені завдання яскраво вираженого дослідницького й творчого характеру (залежно від індивідуальних особливостей групи), а також завдання, спрямовані на формування «уміння вчитися».

Усі три етапи прослідковуються в процесі оволодіння тим або іншим видом письмових робіт. Особливу зацікавленість викликає виділення й зіставлення конкретних умінь, що впливають зі специфіки різних видів письмових робіт. Найбільш розвинені види припускають і більш складні й взаємозалежні вміння. До цих видів письмових робіт належать: анотація, реферат, рецензія, реферат-огляд.

Використання зазначеної системи, завдань і вправ призводить до якісних змін

у навчальному, процесі, перетворюючи заняття з розвитку навичок і вмінь писемної мови в проблемну форму викладання. При цьому підвищується ефективність та інтенсивність занять, що сприяє міцному закріпленню комплексних умінь і навичок. Усвідомлення студентами кінцевих цілей навчання писемної мови підтримує постійний глибокий інтерес до занять українською мовою за професійним спрямуванням й у багатьох випадках є підґрунтям активізації самої дослідницької роботи зі спеціальності.

Список використаних джерел

1. Багмут І. Українська мова. Адаптовані тести для читання / І.Багмут, В.Штефуца. – Сегед, 2011. 2. Бахтіярова Х.Ш. Українська мова. Практичний курс для іноземців : посіб. для студ. вищ. мед. та фармац. закл. освіти II – IV рівнів акредитації / Х.Ш. Бахтіярова, С.С. Лукашевич, І.З. Майданюк, М.П. Сегень, С.В. Петухов; за ред. Г.О. Золотухіна. – Т. : Укрмедкнига, 1999. – 320 с. 3. Макарова Г.І. *Let's Speak Ukrainian (Розмовляємо українською)* : у 3 кн. / Г.І. Макарова, Л.М. паламар, Н.К. Присяжнюк. – К. : Фірма «ІНКОС», 2010.

H. R. Bobak, M. I. Bobak

THE LANGUAGE OF ADVERTISING AS A TOOL OF MANIPULATION

Nowadays, people are bombarded with thousands of advertising messages on a daily basis and therefore are unable to remember all the advertisements. In most cases people just tend to ignore the messages they are exposed to. As people have become more sophisticated, fastidious and not easy to convince, marketers have to make advertisements even more capturing and memorable.

The aim of this article is to demonstrate how the language of advertising affects people's life, their consciousness and actions. One of the ways of doing so is a good advertising slogan.

Though the definition of advertising slogan varies from author to author, all the definitions share the common idea that the advertising slogan is a short catchy phrase related to a specific brand and defines, presents and helps customers remember the key concepts of a brand or advertising campaign.

Advertising slogans are an important part of any advertising campaign. Being short and memorable, advertising slogans have been used by large corporations and small business companies for more than a century. The purpose of these catchy phrases is to draw the attention of a potential customer and help to distinguish a product or service from the majority of others in the market.

Some scholars compare the language of advertising to the poetic language, which is used by authors to create a special effect. Thus, the language of advertising, and especially of slogans, can be called a special language that helps to grab attention and make a person remember the slogan and the brand it advertises [3].

The ultimate goal of all types of advertising is to persuade the consumer to purchase a product or service. The manipulative advertising intends to do that by using facts, arguments and plying with consumers emotions in a misleading and deceptive manner. This is usually done with the help of claims. The claim is the «verbal or print part of an ad that makes some claim of superiority for the product being advertised.» While some claims are honest statements about products, others are outright lies. These claims are the ones that rely most heavily on the manipulation of language to attract consumers to their products

The most claims used in manipulation through advertising are the exaggeration of the quality of product, fallacious arguments and emotional appeals.

Exaggeration of quality. An exaggeration can be nothing less than false information about the product, but it can also be a form of puffery. Puffery is the term used to denote the exaggerations reasonably to be expected of a seller as to the degree of quality of his product, the truth or falsity of which cannot be precisely determined. At the same time,