

*Ильина Надежда Евгеньевна*

учитель

*Тимофеева Елена Анатольевна*

учитель

МБОУ «СОШ №30 им. А.И. Трофимова»

г. Чебоксары, Чувашская Республика

## **МЕТОДЫ СТРУКТУРИРОВАНИЯ И ВИЗУАЛИЗАЦИИ ИНФОРМАЦИИ СОВРЕМЕННОГО УРОКА АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА**

***Аннотация:** авторы статьи подчеркивают, что современные педагогические методы являются сильным мотивирующим фактором в процессе обучения иностранному языку, помогают оживить урок, облегчают процесс усвоения языкового материала, делают учебный труд интересным. Статья посвящена такому методу обучения английскому языку, как буклет. Отмечается, что использование данного опыта помогает развивать изобретательные и творческие способности учащихся, многократно увеличивает эффективность урока, повышает познавательную активность учащихся, создает великолепные условия для раскрытия личности учеников.*

***Ключевые слова:** педагогические методы, туристический буклет, современный урок английского языка, технология сотрудничества.*

Сегодня современный урок в классическом его понимании претерпевает значительные изменения. Учитель в новых реалиях должен не просто отлично знать предмет, который он ведет, но и максимально владеть цифровыми образовательными ресурсами, четко понимать грань, когда использование этих же ресурсов на уроке может больше причинить вред, чем принести пользу. В то же время не забывать и про творческую составляющую каждого урока. Именно творческое начало отличает один урок от другого, делает его не похожим на остальные, неповторимым.

Новое поколение детей становится все сложнее научить чему-то традиционным способом, привлечь их внимание обычным учебным материалом и повысить интерес к предмету только выполняя упражнения на закрепление и повторение уже не представляется возможным. Совсем недавно набравшие популярность игровые технологии в ходе урока тоже «дают сбой», ученика уже не удивить.

На уроках английского языка, как уроках гуманитарного направления, постоянно приходится работать с текстами, что больше всего «напрягает» современного ученика, который не любит долго читать, переводить и отвечать на вопросы. Конечно, авторы учебников стараются разнообразить задания для работы с текстами: поиск необходимой информации, озаглавливание текста, просмотровое чтение, нахождение пар антонимов и синонимов и т. д. Но все они традиционны. Вот тут на помощь может прийти такая форма работы, как создание буклетов, которая применима как в среднем, так и в старшем звене, и может решить множество задач, стоящих перед учителем: повышение интереса к английскому языку у обучающихся; оптимизация учебного времени; развитие творческих способностей обучающихся; развитие всех универсальных учебных действий (регулятивных, коммуникативных, познавательных и личностных); самостоятельное изучение нового материала; получение удовольствия учащимся от самого процесса работы; заинтересованность и продуктивность работы учащихся.

Так, например, после изучения темы «Путешествие по Лондону» обучающимся было предложено создать рекламный буклет «Край, в котором я живу», цель которого – пригласить туристов посетить Чувашию. Увлекательно работают обучающиеся над темами «Традиционные блюда разных стран», «Виртуальное путешествие по стране изучаемого языка», «Чудеса природы». Интересные темы модулей учебника помогают школьникам успешно усваивать не только учебную программу, но и расширять кругозор на уроках английского языка. Ребята обращаются к дополнительным источникам информации: тематическим

сайтам, электронным словарям, анализируют, сравнивают, оставляя самое, по их мнению, главное.

Работу над буклетом необходимо начать с уточнения определения «туристический буклет». Туристический буклет (touristic booklet) – специализированное полиграфическое издание, представляющее собой сокращенную форму туристической брошюры. Основным отличием буклета является то, что его страницы не брошюруются, а складываются в виде «гармошки».

Туристические буклеты могут быть информационными и рекламными. Информационные содержат информацию о городе, достопримечательностях, событиях. Рекламные созданы с целью призвать клиента к посещению туристических мест, совершить покупку тура.

Цель создания туристического буклета – привлечь внимание клиента к предлагаемому товару, услуге, городу, достопримечательности, событию и т. д.

На уроке сначала всегда обговариваются правила создания туристического буклета. Первое – это анализ целевой аудитории. Дизайн любого изделия начинается отнюдь не с подборки визуальных элементов, а с тщательного анализа целевой аудитории – ведь реклама (буклет) создается именно для этих людей. Исходя из результатов, начинается подборка цвета, иллюстрации и слов текста.

Второй шаг – определиться с задачей, которую будет решать буклет. Нужно задаться вопросом, что будет делать целевая аудитория после прочтения буклета. Ответ на этот вопрос поможет сформулировать правильный месседж (от англ. message – «сообщение, послание»). Главное, помнить, что он должен легко считываться. Тональность сообщения будет зависеть от целевой аудитории.

Буклет – это не книга: читать рекламные материалы нужно быстро. Информация должна быть лаконичной, но при этом хорошо структурированной. Чтобы донести сообщение, необходимо придумать сильный заголовок. Например, «Пять причин приехать в Чебоксары» (Five reasons to come to Cheboksary). Для текста нужны подзаголовки, которые разобьют текст на смысловые блоки и помогут читателям ориентироваться. Блоки должны быть небольшими, а шрифт – удобным для чтения.

Целесообразным в наше время будет включить в буклет контактные данные: телефон, сайт, ссылки на соцсети, электронную почту. Или зашифровать их в QR-коде.

Фотографии и иллюстрации туристического буклета должны транслировать основной месседж наравне с текстом. Для этого необходимо выбирать качественные изображения, которые несут нужный эмоциональный заряд. И отказаться от безликих стоковых картинок.

Вспоминаем о главной задаче буклета. Самое время сформулировать ее в звучный СТА – «call to action», «призыв к действию». Он объяснит клиентам (туристам), что им делать после прочтения. СТА должен быть мощным и ясным, расположенным на видном месте буклета, выделенным шрифтом и цветом.

Реклама – это не повод показывать всё лучшее сразу. Откажитесь от бессмысленного нагромождения изображений, замысловатой графики и длинного текста. Простой и чистый дизайн донесет информацию гораздо эффективнее десятка мудреных элементов, которые сбивают внимание потребителя.

Обучающиеся уже с удовольствием начинают работу с теми же текстами с отбора информации для буклета. Наиболее ожидаемой является информация о достопримечательностях города, развлекательных местах, гостиницах, ресторанах и карте города.

Например, собрав для буклета информацию о самых популярных местах города Чебоксары, обучающиеся приступили к его оформлению. На лицевой стороне буклета разместили яркие фотографии города, краткое описание и список достопримечательностей с нумерацией. Для удобства туристов на внутренней стороне буклета можно разместить карту города Чебоксары и отметить на ней достопримечательности. Туда вошли: Чебоксарский залив и Красная площадь, Мать-покровительница, Введенский собор, Свято-Троицкий монастырь, Московская набережная, Парк Амазония (500-летия Чебоксар), Парк Лакреевский лес, Парк Победы, Речной порт и пограничный сторожевой корабль, Чу-

вашский национальный музей, Сквер и музей В.И. Чапаева, Научно-технический музей истории трактора.

Чувашия – республика с самобытной культурой, многовековыми традициями и душевным народом. Город Чебоксары – столица Чувашской республики. Прогулка по городу и знакомство с достопримечательностями зарядит туристов яркими впечатлениями.

Даже в цифровую эпоху потребители ценят печатные материалы, которые приятно взять в руки, интересно почитать и изучить. В их число, несомненно, входит буклет. Особенно популярны они в туристической сфере.

В данной работе были рассмотрены правила создания туристического буклета, изучена туристическая сфера Чувашии, проанализированы и выбраны наиболее интересные достопримечательности города Чебоксары. Подобную работу можно проделать с любым другим городом или фактом, событием, деятелем. Создание такого вида буклета целесообразно давать на уроках во время изучения культурных аспектов разных стран, где предполагается большое количество текстового материала. Буклет может быть и тематический, грамматический или лексический. Урок можно посвятить теме дружбы, семьи, родины и оформить основные тезисы в форме буклета. Тогда он становится творческим и может содержать в себе даже личностный опыт учащегося.

В заключение хочется сказать, что можно не останавливаться на достигнутом, и следующим этапом работы над буклетом станет проектная работа.

### *Список литературы*

1. Пересторонина И.Л. Лингвостилистические особенности буклета как жанра туристического дискурса / И.Л. Пересторонина, А.В. Симонова // Проблемы романо-германской филологии, педагогики и методики преподавания иностранных языков. – 2018. – №14. – С. 65–71. – URL: <https://elibrary.ru/ljstww> (дата обращения: 03.03.2026). EDN LJSTWW

2. Сивкова Д. Буклет / Д. Сивкова // В мире информационной культуры: дзен-канал. – URL: <https://dzen.ru/a/YqT5Q4bd4FuHtgnL> (дата обращения: 03.03.2026).

3. Трифонова З.А. Чебоксары – столица Чувашии = Шупашкар – Чăваш Енĕн тĕп хули: книга-путеводитель / З.А. Трифонова. – Чебоксары: Чувашское книжное издательство, 2025. – 120 с.

4. Туристический буклет: прокладываем маршрут к сердцу клиента // Printhat.org. – URL: <https://printhat.org/article/turisticseskij-buklet-prokladyvaem-marsrut-k-serdcu-klienta> (дата обращения: 03.03.2026).