

ния и повышению уровня владения английским языком, но и к усилению профессиональной направленности при обучении иностранным языкам в высшем учебном заведении.

УДК 37.016:811

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНТЕРАКТИВНЫХ ФОРМ И МЕТОДОВ В ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ

Ст. преп. Имперович В.В., преп. Измайлович О.В.

УО «Витебский государственный технологический университет»

Использование интерактивных форм и методов обучения показывает новые возможности, связанные с налаживанием межличностного взаимодействия в процессе усвоения учебного материала.

Общение в процессе обучения иностранному языку может быть "односторонним" и "многосторонним". В первом случае имеется в виду организация учебного процесса, при которой "преподаватель спрашивает, т. е. побуждает учащегося к речевой деятельности, – обучаемый отвечает".

Что касается "многоканального" общения, то для него типичными формами работы являются групповые и коллективные, в которых каждый студент имеет возможность проявить себя как самостоятельный и полноправный участник определенной деятельности. Модель "многостороннего" общения на занятии имеет сложную структуру взаимоотношений и взаимосвязей между участниками образовательного процесса. Она представляет обучение как "свободное раскрытие личностных возможностей". В связи со сказанным наибольший интерес представляет анализ так называемой проектной работы, а также задания, упражнения, имеющие интерактивный характер.

Есть все основания полагать, что проектная работа позволяет моделировать "многосторонний" тип общения, в результате которого происходит взаимообучение учащихся. Проект представляет собой самостоятельно планируемую и реализуемую учащимися работу, в которой речевое общение органично сочетается с интеллектуально-эмоциональным контекстом другой деятельности. Таким образом он позволяет реализовать межпредметные связи в обучении иностранному языку, расширить "узкое пространство" общения в группе, осуществить широкую опору на практические виды деятельности. Работа над проектом есть процесс творческий. Учащиеся взаимодействуя друг с другом, занимаются поиском разрешения проблемы, лично значимой для них. Это требует от учащихся в подавляющем большинстве случаев самостоятельного переноса знаний, навыков и умений в новый контекст их использования. Поэтому можно с уверенностью утверждать, что у учащихся развивается креативная компетенция как показатель коммуникативного владения иностранным языком на определенном уровне. При этом в учебном процессе создается такая ситуация, в которой употребление студентами иностранного языка является естественным и свободным, таким, каким оно выступает в родном языке. Совершенно очевидно, что в этой ситуации от участников проекта ожидается умение сосредоточить своё внимание не столько на языковой форме высказывания, сколько на его содержании.

В процессе выполнения проекта обучаемые активны, они проявляют творчество и не являются пассивными. Работая над проектом, каждый студент, даже самый слабый в языковом отношении и менее активный в психологическом плане, имеет возможность проявить собственную фантазию и креативность, активность и самостоятельность. Проектная работа позволяет исключить формальный характер изучения учащимися языка и активизирует их взаимодействие для достижения практического результата обучения языку.

На основании всего сказанного можно утверждать, что проектная работа придает процессу обучения личностно-ориентированный и деятельностный характер и в полной мере отвечает новым целям обучения. Она создаёт условия, в которых процесс обучения ино-

странному языку по своим основным характеристикам приближается к процессу естественного овладения языком в аутентичном языковом контексте.

Работа над проектом осуществляется в определенной последовательности и имеет следующие этапы:

- отбор и формулировка темы проекта, сбор информации;
- обсуждение первых результатов и уточнение (дискуссия) конечных результатов работы, поиск новой, дополнительной информации в различных режимах работы (индивидуальной, парной, групповой);
- дискуссия, т. е. обсуждение новой информации и её документирование (оформление); подведение итогов и презентация проекта.

Количество этапов от принятия идеи проекта до его презентации зависит от степени его сложности. Шаг за шагом, от занятия к занятию самостоятельно или под руководством преподавателя, выполняя те или иные задания, учащиеся собирают необходимую информацию, обсуждают и оформляют ее. Таким образом, учебный процесс развивается в зависимости от семантической и прагматической (содержательной) прогрессии, а не языковой.

Каждая группа студентов информирует других о собранной информации (говорение, аудирование), получает от своих товарищей новые импульсы для дальнейшего поиска (дискуссия, аргументация), обсуждает то, каким образом эту информацию можно оформить или документировать (говорение, чтение, письмо). Преподаватель помогает учащимся своим советом, участвует так же в обсуждении промежуточных итогов, задавая вопросы, высказывая свои пожелания и т. д.

Использование проектной работы позволяет обучать языку как социальному феномену. Поэтому работа над проектами имеет не только прагматический характер (достижение учащимися определенного уровня владения языком во всех видах опосредованного и непосредственного общения), но и большую общеобразовательную значимость: он формирует у учащихся социальную компетенцию (умение самостоятельно действовать в социальных ситуациях), развивает чувство ответственности за конечный результат, умение публично выступить, чтобы доказательно и аргументированно провести презентацию данного результата.

Существуют и другие методы, равно как и цели и приемы, способствующие интерактивной деятельности.

В практике преподавания иностранного языка эффективно применяются различные варианты обучения в сотрудничестве, которые способствуют извлечению учащихся в интерактивную деятельность на занятиях. Главная идея обучения в сотрудничестве – создать условия для активной совместной учебной деятельности учащихся в различных учебных ситуациях. Если объединить учащихся, различающихся по уровню обученности и дать им одно общее задание, определив роль каждого студента совместной деятельности, то учащиеся оказываются в условиях, когда они отвечают за результат не только своей части работы, но и всей группы. В этой ситуации осуществляется взаимоконтроль, консультирование и обучение слабых учащихся их товарищами, более глубокое осмысление материала сильными.

Вовлечение учащихся в интерактивную деятельность, а также повышение мотивации изучения иностранного языка может быть достигнуто благодаря использованию технологий игр в обучении. Игровая технология обеспечивает единство эмоционального и рационального в обучении. Игра не заменяет полностью традиционные формы и методы обучения, она позволяет более эффективно достигать поставленной цели и задачи урока и всего учебного процесса. В то же время игра повышает интерес обучающихся к учебным занятиям, стимулирует рост познавательной активности, что позволяет учащимся получать и усваивать большее количество информации, способствует приобретению навыков принятия естественных решений в разнообразных ситуациях. Игровые взаимодействия предусматривают неформальное общение и позволяют её участникам раскрыть свои личностные качества, повышают их самооценку.

С помощью игры можно снять психологическое утомление и языковой барьер. Они дают возможность преподавателю без излишней нервозности проверить усвоение темы, выявить пробелы в знаниях учащихся в овладении ими практическими умениями и навыками. Несомненно, что одно из преимуществ игр – коллективная форма работы. А главное при проведении игры – создание доброжелательной атмосферы и ситуации успеха для учащихся.

УДК 659.126.1(410+476)

АНГЛИЙСКИЕ И БЕЛОРУССКИЕ ТОВАРНЫЕ ЗНАКИ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ

Студ. Лазаревич А.О., ст. преп. Сасновская А.В.

УО «Витебский государственный технологический университет»

В начале двадцать первого века английский язык все больше укрепляет свои позиции во многих странах мира – он становится международным языком общения как в культурных, социальных явлениях, так и в экономике.

Во многих странах СНГ, в том числе и в Беларуси, многие промышленные предприятия часть своей продукции ориентируют на экспорт. Естественным в этой ситуации будет воспользоваться при создании товарного знака английским языком.

Существует два подхода к определению бренда:

1) задача и индивидуальные атрибуты: название, логотип и другие визуальные элементы (шрифты, дизайн, цветовые схемы и символы), позволяющие выделить компанию или продукт по сравнению с конкурентами;

2) образ, имидж, репутация компании, продукта или услуги в глазах клиентов, партнёров, общественности.

Слово “бренд” произошло от древнескандинавского “brandr”, которое переводится, как “жечь, огонь”. Так называлось тавро, которым владельцы скота помечали своих животных.

Необходимо различать правовой и психологический подход к пониманию бренда. С правовой точки зрения рассматривается только товарный знак, обозначающий производителя продукта и подлежащий правовой защите. С точки зрения потребительской психологии (consumer research) речь идёт о бренде как об информации, сохранённой в памяти потребителей.

Товарные знаки представляют собой весьма обширную и до сих пор еще недостаточно исследованную область ономастики (отдел языкознания, изучающий собственные имена).

Общая функция товарных знаков, прежде всего, заключается в том, чтобы позволить отличить товары или услуги конкретной компании от товаров и услуг конкурирующей компании, т. е. сделать их легко распознаваемыми и облегчить потребителю выбор товаров и услуг.

Функцией любого товарного знака является указание на определенный объект (товар), но, кроме того, во многих товарных знаках выявляются дополнительные значения, связанные, в первую очередь, с эмоциональной окрашенностью наименования. В самом процессе называния нового товара имеет место не только указание на объект (денотация), но и привнесение дополнительных созначений, различных ассоциаций (коннотация). При создании нового товарного знака едва ли не основную роль играет возможное восприятие названия товара его предполагаемым покупателем. Задача товарного знака – привлечь внимание покупателя, способствовать скорейшему сбыту маркируемого им товара. Поэтому создаваемый товарный знак не столько содержит характеристику реальных свойств объекта-товара, сколько стремится путем заложенного в нем эмоционального созначения убедить покупателя приобрести данный товар.