

4) аутентичные тексты, составленные носителями языка: фрагменты фильмов, газетные и журнальные публикации по профилю;

5) принцип ситуативности. Коммуникативное обучение осуществляется на основе ситуаций, воспринимаемых обучающимися как характерная система взаимоотношений в среде носителей языка. Принцип ситуативности подразумевает наличие знаний в социокультурной сфере носителей языка;

6) принцип информационного разрыва или информационной недостаточности. Реализация этого принципа заключается в такой организации взаимодействия студентов, когда основным мотивом их речевых действий становится получение информации, необходимой для решения коммуникативной задачи, и выражение своего отношения к обсуждаемой проблеме;

7) адекватность обратной связи: предусматривается исправление ошибок, которое не нарушает коммуникацию. Здесь важна корректность, уместность, краткость и доходчивость.

Коммуникативный подход использует те же методы обучения иностранному языку, что и родной язык, т.е. студенты, сначала учатся говорить, а потом рассматривают это в теории. Таким образом, предполагается переход от практики к теории, тогда как классический – от теории к практике.

Задача преподавателя: создать условия погружения в языковую среду, чтобы студенты раскрепостились и начали, не стесняясь ошибок, активно участвовать в процессе обучения. Для этого преподаватель должен свести к минимуму общение на родном языке не только по линии «преподаватель – студент», но и по линии «студент – студент». Все занятия должны проходить по принципу «практика, а потом теория». Подобная методика хороша тем, что обучающиеся не нагружаются скучными грамматическими правилами, а осваивают ее в ходе обучения, начинают употреблять новую лексику, играя в разнообразные игры и выполняя упражнения.

УДК 811.133.1'38

Д. В. Старченко, ст. преп. (БГТУ, г. Минск)

КОММУНИКАТИВНЫЕ ЗАДАЧИ ТЕКСТА ПРИ ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ

Текст создается с определенной целью. Автор наделяет текст содержанием, с помощью которого хочет достичь какой-то задачи, например, проинформировать, убедить, развлечь. Для усвоения содержания текста на иностранном языке студент должен понимать, с

какой целью он читает его содержание и какую задачу ставил перед собой автор текста.

Все многообразие коммуникативной задачи текста заключено в двух основных задачах: «понять для себя» и «понять и передать другому». Тема и коммуникативная задача текста составляют единство и определить коммуникативную задачу без темы невозможно. Коммуникативная задача текста – это задача, которую ставит автор перед собой и читателем и для раскрытия которой создается текст. Коммуникативная задача может заявляться автором прямо, как правило она выражена в одном из предложений текста, чаще всего в первом.

Существуют два способа определения коммуникативной задачи текста: по ключевому предложению и с помощью анализа смыслового содержания текста.

Согласно Карлу Бюхнеру, различают следующие задачи текста:

1) информирование (передача знаний, например с помощью справочников, новостей, отчетов);

2) обращение или убеждение (оказание влияния на чье-либо мнение, например, с помощью рекламы, комментария, заявки);

3) обязательство выполнить что-либо (например, договор, гарантийный талон);

4) поддержание контакта (установление или поддержание личных отношений (например, поздравительное письмо);

5) декларирование факта (например, завещание, документ о назначении).

Тексты нужно анализировать по содержанию, по теме и по структуре. При работе с текстом при обучении иностранному языку нужно принимать во внимание специальные методы и способы анализа и понимания текста (ключевые слова, графический контент, числа, контекст, мотивация и т. д.).

УДК 811.111'276.5

Ю. И. Тамкович, преп. (БГТУ, г. Минск)

ИРОНИЯ КАК ФИГУРА МЫСЛИ В ПРОИЗВЕДЕНИЯХ

Э. Э. ШМИТТА

В русскоязычной литературе по стилистике хорошо известна тема стилистических фигур. Единого определения данного понятия нет. Исследователи сходятся в том, что фигуры – такие обороты речи, приемы, которые отступают от устоявшейся нормы. Классификации фигур у каждого автора свои и отличаются крайним разнообразием оснований их выделения, количеством выделяемых фигур, порой, даже их названиями.