

отодвигает остальных на второй план, для него главное — только он, и в своей речи он это открыто высказывает. Также часто используется слово *friend* для маскировки своих истинных целей и для убеждения слушателя в обратном. Тем не менее Мелькору не удастся обмануть Феанора, который в данном словесном поединке одерживает победу посредством демонстративного выхода из дискуссии.

Другого персонажа, мага Сарумана, можно назвать опытным лжецом. Используя своё высокое положение, он умело манипулировал слушателями. Сам Толкин пишет о его способности убеждать следующее: “*But Saruman said nay, and repeated what he had said to us before: that the One would never again be found in Middle-earth*” [4, с. 148].

Анализируя композицию речи Сарумана, следует обратить внимание на то, что автор пишет слово *Enemy* с заглавной буквы, таким образом обращая внимание на мощь врага и отношение самого Сарумана к своему врагу. Во вступлении своей речи он часто использует частицу *not*, а также слова *lost, cheat, fell, was rolled down*. Например: “...*we have it not...*”; “*fear not*”; “*Have I not...*”. Такой частое использование отрицания вводит слушателя в заблуждение, даёт основание полагать, что проблема в данной речи не важна и не страшна, чего и пытался добиться Саруман.

Так же часто используется прошедшее и настоящее (продолженное) время для описания событий: *are gone, are passing, are beginning*. Это придаёт вступлению логичность, служит для более серьезного влияния на эмоциональное восприятие слушателя. Автор часто использует модальный глагол *must* для усиления конструкции, что придаёт речи грозность и серьёзность. В основной части своего выступления Саруман пытается смягчить начало своей речи и склонить оппонента (мага Гэндальфа) на свою сторону. Для этого он использует такие слова, как “*my old friend and helper*”. Так же сам Толкин описывает интонацию, с которой герой произносит эти слова: “*he said, coming near and speaking now in a softer voice*”. Чтобы окончательно убедить слушателя в его благосклонности, Саруман начинает использовать большое количество местоимений *we*. Здесь Саруман также применяет такую тактику, как «контраст» в её семантической функции. Это служит для противопоставления двух противоположностей (мы — они, хорошие — плохие). В заключении своей речи Саруман озвучивает конечную цель своего выступления — достижение понимания слушателя и объединения с ним: “*There need not be, there would not be, any real change in our designs, only in our means*”.

Заключение. Анализ речи основных героев, которые, по нашему мнению, воплощают риторический идеал автора, позволил выделить характерные черты данных героев. Их можно охарактеризовать как грамотных ораторов, волевых, знающих своё дело, умело управляющих аудиторией. Основная речеповеденческая тактика, которую Толкин использует в своих произведениях для характеристики речей своих героев, — контраст. Кроме того, практически во всех случаях описания обращений данных героев к многочисленной аудитории, автор использует «прямое включение», т. е. оратор переходит к главному без долгих вступительных речей.

Проанализировав речи антигероев, мы пришли к выводу, что человек, искусно манипулирующий людьми, считающийся только с собой и готовый на всё ради власти, совершенно не думая о других, не пренебрегающий риторическими уловками, является антиидеалом Дж. Р. Р. Толкина. Для характеристики и описания подобного антигероя Толкин использовал такие речевые тактики, как провокации, «подмазывания» и неожиданность. Это позволило нам более точно определить характер авторского антиидеала. Заслуживает внимания тот факт, что в произведениях Толкина ни одному персонажу-«антиидеалу» не удаётся «обмануть» положительного героя. Всегда в толпе слушателей присутствует хоть один персонаж, раскрывающий все уловки антигероя. Таким образом, автор выражает собственное неодобрение тактик речевого поведения своего риторического антиидеала.

Список цитируемых источников

1. Сулимов, В. А. Проблема формирования имиджа [Электронный ресурс] / В. А. Сулимов // Каталог статей и учебных пособий «JourClub». — 2013. — Режим доступа: <http://www.jourclub.ru/24/734>. — Дата доступа: 23.03.2013. — Загл. с экрана.
2. Михальская, А. К. Русский Сократ: Лекции по сравнительной риторике : учеб. пособие для студентов гуманитар. фак. / А. К. Михальская. — М. : Academia, 1996. — 192 с.
3. Tolkin, J. R. R. The Hobbit / J. R. R. Tolkin. — London : Harper Collins Publisher, 1999. — 310 p.
4. Tolkin, J. R. R. The Lord of the Rings: Part 1 : The Fellowship of the Ring [Электронный ресурс] / J. R. R. Tolkin. — Электрон. дан. (1,4 Мб). — М. : АТС, 2000. — Электрон. опт. диск (CD-ROM).
5. Tolkin, J. R. R. The Silmarillion [Электронный ресурс] / J. R. R. Tolkin. — Электрон. дан. (1,2 Мб). — М. : АТС, 2000. — Электрон. опт. диск (CD-ROM).

Материал поступил в редакцию 15.10.2013 г.

УДК 80.001.85

М. В. Янушко

Учреждение образования «Барановичский государственный университет», Барановичи

ПРОЕКТНЫЙ МЕТОД В ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ СТУДЕНТОВ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ

Современное общество — это общество глобальных изменений, постоянной творческой эволюции, на которую воздействуют механизмы, сочетающие макро- (социальные) и микро- (индивидуальные) факторы, непредсказуемые и зачастую кардинально новые. В обеспечении стабильного и динамичного развития молодежи важным шагом стало принятие Декрета № 15 Президента Республики Беларусь, направленного на признание

абсолютной ценности человека, его прав на свободную реализацию способностей и интересов. Поэтому преподавателям следует «творчески использовать опыт педагогики сотрудничества для воспитания Человека, который будет подготовлен к активному созиданию жизни в гражданском обществе» [1].

В современной методике преподавания иностранных языков инновационным и результативным является метод проектов. Работа с проектами занимает особое место в системе высшего образования, позволяя студенту приобретать знания, которые не достигаются при традиционных методах обучения. По мнению Е. С. Полат, в настоящее время происходит подмена понятий толкования проекта и метода проекта. Понятие метода проекта предлагает разработку идеи, детального плана практического продукта, а не любой творческий вид работы по теме. В методике проектов выделяют следующие этапы работы: планирование, выполнение, презентация и контроль [2]. Опираясь на эту схему, можно привести пример разработанного творческого практикоориентированного проекта, предложенного студентам экономических специальностей, на тему «Влияние рекламы на качество нашей жизни». Выбирая тему проекта, немаловажно учитывать интересы, возрастные особенности и предшествующую подготовку данной группы. Тема должна носить проблемный характер и в то же время быть достаточно актуальной. По характеру контактов проект может быть как внутренним, так и региональным, а в некоторых случаях — международным. Количество участников обычно составляет не менее 10 человек, разделённых по группам и подгруппам. Отправной точкой данного проекта является проблема влияния рекламы на качество нашей жизни (“The influence of the advertising on the quality of our life”). В ходе обсуждения различных аспектов этой проблемы в аудитории по схеме «вопрос—ответ» (например: «Реклама и современное общество. А вы любите рекламу? Что повлечёт за собой исчезновение рекламы?») преподаватель делит студентов на группы и предлагает исследовать вопросы или гипотезы, которые являются частью проекта (например, виды рекламы; различие между рекламой и объявлением; реклама и телевидение; реклама и пресса; рекламные щиты в моем городе полезны/только вредят; психологическое влияние рекламы на умение «видеть и слышать» новую информацию; влияние рекламы на спрос товаров; зависимость товарооборота от рекламы). Знакомство с данными вопросами ведёт ко второму этапу работы — сбору необходимой информации. Основной современной базой на начальном этапе служат тексты учебников и материалы преподавателя. Далее происходит самостоятельная (индивидуальная, парная и групповая) деятельность студентов: поиск материала, умение работать с информацией, выделять главную мысль в иноязычном тексте, делать обобщения, выводы.

На следующем этапе студенты генерируют идеи и находят им практическое применение согласно заданной тематике, занимаются творческим оформлением. Это может быть опрос жителей города и подсчёт всех «за» и «против» рекламы, создание диаграмм, компьютерных презентаций или видеофильмов, а также своей собственной рекламы. На данном этапе преподавателю можно сделать промежуточный контроль, чтобы избежать нестыковок в логике содержания, избыточности материала, ошибок в интерпретации проблемы. Презентация проектов должна сопровождаться не только информацией, предоставленной студентами на иностранном языке в устной форме, но и материальными результатами о проделанной работе, которые можно увидеть, осмыслить и применить в реальной практической деятельности [2]. Результаты могут носить следующий характер: количественный показатель мнений опрошенных людей по поводу рекламных роликов; созданный на основе рекламы приблизительный список товаров общего потребления, которые пользуются широким спросом в нашей стране и которые утратили свою популярность; предложение новых решений и тем для следующих проектов; компьютерные презентации на основе программ Microsoft Word и Microsoft Power Point и их просмотр с использованием мультимедийной установки; стенгазеты и письменные отчёты, а также возможности их использования (публикации).

На последнем этапе происходит обсуждение проекта на иностранном языке, где на основе полученных результатов делается вывод о том, влияет ли реклама на качество нашей жизни. Здесь происходит активизация изученного материала, повторение иноязычных коммуникативных речевых штампов типа: *я уверен...; что касается меня...; позвольте возразить...* и др. [2].

Данную разработку проекта можно использовать как при работе с иноязычными текстами экономической тематики, так и при подготовке к экзамену по иностранному языку. В процессе такой работы у студентов происходит расширение словарного запаса, связанного с их специальностью, а значит, развиваются коммуникативные навыки, развивается воображение, самостоятельность. Несмотря на то, что многое в проектах зависит от фантазии, основой развития мысли остаётся реальное осознание сегодняшней науки.

Список цитируемых источников

1. Гузеев, В. В. Планирование результатов образования и образовательная технология / В. В. Гузеев. — М. : Нар. образование, 2000. — С. 198—200.
2. Полат, Е. С. Метод проектов на уроке иностранного языка / Е. С. Полат // Иностр. яз. в шк. — 2000. — № 3. — С. 3—9.

Материал поступил в редакцию 25.10.2013 г.