

УДК 373
ББК 74.04
Т65

Под общей редакцией
М. К. Колковой

Т65 Традиции и инновации в методике обучения иностранным языкам. — СПб.: КАРО, 2007. — 288 с.

ISBN 978-5-9925-0011-0

Методическое пособие для студентов, аспирантов, докторантов, учителей и преподавателей высшей школы.

В пособии рассматриваются теоретические и практические проблемы обучения иностранным языкам в школе и вузе, в частности, читатель найдет в нем описание современных научных подходов к обучению и рекомендации по модернизации содержания и технологии обучения иностранным языкам.

Пособие адресовано преподавателям иностранных языков, учителям школ, методистам, аспирантам и студентам факультета иностранных языков.

УДК 373
ББК 74.04

ISBN 978-5-9925-0011-0

© Коллектив авторов, 2007
© КАРО, 2007
Все права защищены

Тема I. Методика обучения иностранным языкам в вузе	5
<i>Колкова М. К.</i> Метаметодика: что это такое?	7
<i>Федорова О. И.</i> «Подход к обучению» иностранным языкам как методическая категория	12
<i>Иванова Н. С.</i> Культуроведческий подход к обучению межкультурному общению на иностранном языке. Принципы и приемы обучения	24
<i>Зиновьева С. А.</i> Формирование компенсаторной компетенции у студентов неязыкового вуза	40
<i>Андронкина Н. М.</i> Обучение немецкому языку как специальности на материале текстов публицистического жанра «интервью»	52
<i>Колкова М. К.</i> Управление обучением иностранному языку в школе и вузе	69
<i>Колесникова И. Л., Тамашевич М. В.</i> Профессионально-педагогическая компетентность учителя иностранного языка: характеристика и структура ...	77
<i>Колесникова И. Л.</i> Проблемы повышения квалификации учителей иностраных языков	84
<i>Иванченко А. И.</i> Особенности содержания обучения студентов языкового вуза дискурсивным способам выражения различной информации в устно-речевом высказывании	94
<i>Иванченко А. И.</i> Проблемы обучения студентов языкового вуза восприятию подтекста в устном дискурсе	104
<i>Колядко С. В.</i> Технология обучения деловому общению на основе визуальных рекламных текстов	111
<i>Переверткина М. С.</i> Трудности перевода английских фразовых глаголов	126
<i>Патарая Е. С.</i> Модернизация содержания профессионально-ориентированного обучения студентов неязыковых вузов	131
<i>Савельева Н. Ф.</i> Формирование знаний у студентов I курса языкового вуза на практических занятиях по иностранному языку	145

ТЕХНОЛОГИЯ ОБУЧЕНИЯ ДЕЛОВОМУ ОБЩЕНИЮ НА ОСНОВЕ ВИЗУАЛЬНЫХ РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТОВ

Понятие «рекламный текст» соотносится не только с элементами вербального ряда, но включает в себя совокупность всех экстралингвистически значимых компонентов, конкретный набор которых зависит от СМИ-рекламоносителя. Любой произвольно взятый рекламный текст воспринимается как реклама только в единстве своего словесно-графического или аудиовизуального воплощения.

Анализ рекламных текстов позволяет сделать вывод о том, что подобные тексты имеют ряд характерных особенностей, которые нельзя не учитывать в процессе обучения. К таким особенностям относятся:

- яркость, лаконичность, выразительность, максимальная точность при передаче информации;
- наличие избыточной повторяемости;
- семиотический (знаковый) характер;
- наличие ярко выраженного социокультурного компонента;
- высокая концентрация разнообразных стилистических приемов.

Особенности и закономерности использования тех или иных стилистических приемов в рекламных сообщениях и эффективность их использования во многом зависят от того, к какому типу принадлежит данное рекламное сообщение, а также от того, о каком структурном элементе рекламного сообщения идет речь.

Существует множество способов классификации рекламных текстов, среди которых можно выделить три наиболее традиционных, основанных на следующих критериях:

- 1) рекламируемый объект;
- 2) целевая аудитория;
- 3) СМИ-рекламоноситель.

Классификация рекламных текстов по объекту рекламы основана на систематизации различных групп рекламируемых предметов, таких как косметика, одежда, автомобили и т. п., что позволяет обозна-