

СЕКЦИЯ "РАЗВИТИЕ ПОЗНАВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СТУДЕНТОВ ПРИ ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ И РУССКОМУ ЯЗЫКУ КАК ИНОСТРАННОМУ"

В.А.Симхович, доцент
(Белорусский государственный экономический университет)

Информация как средство повышения познавательной активности студентов

Обучение иностранным языкам в неязыковом вузе по-прежнему подчинено осуществлению двуединой задачи: научить студентов, во-первых, извлекать из разных источников профессионально полезную информацию с последующей ее обработкой, во-вторых, пользоваться иностранным языком в непосредственном общении. Очень важное значение приобрело сегодня умение общаться не только на бытовом, но и на профессиональном уровне. Именно это в значительной степени повышает мотивацию обучаемых и их познавательную активность в процессе обучения.

Преподаватели, которые пытаются решить эту двуединую задачу, сталкиваются с рядом проблем, и основная из них – учебники. С точки зрения современного подхода к обучению иностранным языкам у традиционных учебников недостатков более чем достаточно. Это и заурядный, абсолютно невыразительный язык изложения материала, исключающий какие бы то ни было эмоции, и неспособность учебников вызвать интерес у студентов, так как специализированные тексты (в нашем случае, для экономистов) не содержат никакой новой информации для последующей мотивации обучаемых. Кроме того, большинство текстов предназначено для тренинга различных грамматических явлений, весьма далеких от целей коммуникации.

Не секрет, что большинство студентов неязыкового вуза по-прежнему имеют слабую языковую подготовку, полученную в школе, и слабую мотивацию и желание продолжать изучение языка в вузе. Очень трудно расшевелить таких студентов, повысить их познавательную активность, используя традиционные "сухие" учебники. Однако хорошо известен факт, что любой может изучать иностранный язык с удовольствием. Для этого нужно дать обучаемому возможность и средства говорить на языке, а также использовать в процессе обучения материалы, имеющие коммуникативную направленность и стимулирующие познавательную деятельность студентов.

Кроме того, общей ошибкой традиционных учебников является недооценка потребностей студентов в интересном содержании

изучаемых материалов и в творческой деятельности. Как правило, в учебниках представлен один тип информации — специальный. Важность данного типа информации и информативной стороны изучаемых материалов нисколько не умаляется, но не менее важным является и другой тип информации, способный вызывать творческую активность обучаемых и с которой информативная сторона должна находиться в определенном равновесии. Потенциал учебных материалов и, соответственно, учебника можно представить следующим образом:

Информативная сторона	Творческая сторона
1. Первичная информация	1. Темы, стимулирующие познавательную деятельность
2. Вторичная информация	2. Творческие задания
3. Дополнительная информация	3. Дополнительный материал

Коммуникативный акт имеет определенный контекст и цель, которая и предопределяет разнообразие используемых языковых средств, что необходимо учитывать при планировании занятий. Информация о языке представляет собой первичную информацию, тогда как информация о стране — это вторичная информация. Фоновая информация учебных материалов помимо общей информации о стране должна содержать социально-культурные подробности и условия, в которых происходит коммуникация, включая стандарты и правила поведения. Именно фоновая информация учитывает потребности обучаемых в интересном содержании материалов и способствует их познавательной и творческой активности. Кроме того умело подобранные темы для изучения, преследующие коммуникативные цели, творческие задания, возможность использовать дополнительный материал позволяют студентам более свободно оперировать изучаемым материалом, совершенствовать свои навыки пользования языком в конкретной ситуации. Это повышает интерес и мотивацию обучаемых к изучению языка, так как они привыкают употреблять иностранный язык как средство общения и обработки информации.

В.С.Слепович, доцент
(Белорусский государственный экономический университет)

Мотивация как основа успеха при овладении деловым английским языком

1. Деловой английский — международный язык делового общения. Данный факт лишает носителей английского языка каких-либо преимуществ в англоязычном мире и уравнивает всех, кто пользуется деловым английским.

Место делового английского в рамках языка для специальных