

**ОРГАНИЗАЦИЯ, ПРЕДСТАВЛЕНИЕ И ОЦЕНКА ГРУППОВЫХ
ПРОЕКТОВ НА ЗАНЯТИЯХ ПО ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ
КАК РЕЗУЛЬТАТ УСВОЕНИЯ ИНОЯЗЫЧНОГО МАТЕРИАЛА
СТУДЕНТАМИ НЕЯЗЫКОВОГО ВУЗА**

Е. В. Войтишенюк

*Учреждение образования «Гомельский государственный
технический университет имени П. О. Сухого», Беларусь*

Каждый предмет имеет свою специфику и соответственно специфику использования тех или иных методов, технологий обучения. В методике преподавания иностранных языков в неязыковых вузах весьма результативным является метод проектов, направленный на развитие коммуникативных навыков. Работа с проектами занимает особое место в системе высшего образования, позволяя студенту приобретать знания, которые не достигаются при традиционных методах обучения. В последние годы проектом стали называть практически любое творческое мероприятие, создание любого объекта, даже без целостной и детальной проработки, забывая о том, что метод – это совокупность приемов, операций овладения определенной областью практического или теоретического знания, той или иной деятельности. Цель данной работы – проанализировать методику подхода к организации проектов на занятиях по иностранному языку (английскому).

В методе проектов выделяют следующие этапы работы: поисковый (планирование), конструкторский (выполнение), технологический (презентация) и заключительный этап (контроль) [3]. Опираясь на эту схему, из практики преподавания можно привести примеры разработанных творческих практико-ориентированных проектов, предложенных студентам технических специальностей и экономических специальностей: «Разработка и применение адаптивных сайтов», «Сравнение современных мобильных операционных систем» (для студентов, занимающихся изучением информационных систем и программированием); «Увлекательное путешествие в Республику Беларусь» (проект, направленный на изучение работы предприятий Республики Беларусь, крупных фабрик и заводов, разработанный для студентов энергетического факультета); «Из прошлого в будущее» (проект для всех специальностей); «Влияние рекламы на качество нашей жизни» (для экономических специальностей). Данные проекты могут выполняться одним студентом (монопроект), однако лучше, если это будет коллективный проект, чтобы каждый учащийся смог проявить себя. Тема должна носить проблемный характер и в то же время быть достаточно актуальной. По характеру контактов проект может быть как внутренним, так и региональным, в некоторых случаях международным в зависимости от наличия определенных материалов в населенном пункте, компьютеров и интернет-сети, так как хорошие проекты требуют наличия постоянной обратной связи и внесения оперативных изменений в работу. Количество участников обычно составляет не менее 10 человек, разделенных по группам и подгруппам. Сроки выполнения – не менее 3 недель. В качестве примера проанализируем проект «Влияние рекламы на качество нашей жизни». В ходе обсуждения различных аспектов проектной проблемы в аудитории по схеме «вопрос-ответ» (например: реклама и современное общество; а вы любите рекламу? Что повлечет за собой исчезновение рекламы?), преподаватель делит учащихся на группы и предлагает исследовать вопросы или гипотезы, которые являются частью проекта: 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. Так как в проблеме упоминается о «качестве жизни», то логично будет предложить студентам выяснить, что же такое качество на основе нескольких представленных понятий (качество как нравственная категория, как критерий отношения к делу, которым вы занимаетесь, к людям, ради которых вы это делаете, к себе как автору создаваемого продукта или услуги). Знакомство с данными вопросами ведет ко второму этапу работы – сбору необходимой информации (индивидуальная, парная, групповая), деятельность учащихся, где «в силу вступает информационный диапазон: поиск материала, умение работать с информацией, выделять главную мысль в иноязычном тексте, делать выводы» [3]. На следующем этапе учащиеся генерируют идеи и находят им практическое применение согласно своей тематике, занимаются творческим оформлением. Переход к работе по четкому плану означает, что приближается завершающая стадия проекта. 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. Результаты могут носить иерархический характер по степени полезности: 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; стенгазеты и письменные отчеты, а также возможности их использования (выставки, публикации); создание своей рекламы, которую впоследствии можно продать или предоставить на конкурс, например, с целью получения гранта. 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. Важную роль, по мнению А. В. Коньшевой, играет языковой аспект, когда студент должен уметь самостоятельно описать ход и результаты своего исследования. Также происходит активизация изученного за год материала. Окончательные результаты подводятся после презентации. Это делают и сами студенты, работающие над проектами, и члены экспертной группы. Здесь можно определить следующие номинации: «самый злободневный проект», «самый интригующий», «самый творческий», «самый обоснованный». Следует отметить, что любой качественно выполненный проект должен иметь практическую ценность. 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, и, несмотря на то, что многое в проектах зависит от фантазии, основой развития мысли остается реальное осознание сегодняшней жизни, ее актуальных проблем и способов их решений.

Литература

1. Гузеев, В. В. Планирование результатов образования и образовательная технология / В. В. Гузеев. – М. : Народное образование, 2000. – С. 198–200.
2. Полат, Е. С. Метод проектов на уроке иностранного языка / Е. С. Полат // Иностр. яз. в школе. – 2000. – № 3. – С. 3–9.
3. Коньшева, А. В. Английский язык. Современные методы обучения / А. В. Коньшева. – Минск : ТетраСистемс, 2007. – 352 с.