

мых им явлений действительности. Если существительное (в составе предложения употребляется во множественном числе, то обычно и существительное в составе фразеологизма, относящееся к нему, также употребляется во множественном числе, следовательно, если существительное (в составе предложения) употреблено в единственном числе, то и существительное во фразеологизме употребляется в единственном числе. Это явление получило широкое распространение в современном английском языке.

Таким образом, мы пришли к выводу что, как в русском, так и в английском языках есть фразеологизмы, форма числа существительных в которых варьируется в зависимости от контекста.

ОНИЩЕНКО К.И., ШКУТНИК О.П. (Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина)

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПОДКАСТОВ В ПРОЦЕССЕ ФОРМИРОВАНИЯ КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ У СТУДЕНТОВ 3 КУРСА В ХОДЕ ИЗУЧЕНИЯ «ДИСКУРСИВНОЙ ПРАКТИКИ»

На сегодняшний день стремительный прогресс в экономической, социальной и политической сферах требует преподавания высокого качества иностранного языка, поскольку его значение за последнее время значительно возросло. Каждый учащийся обязан усваивать иностранный язык на более высоком уровне. Обстановка на мировой арене меняется, а развитие международных отношений и сообщений, межкультурная интеграция способствуют росту значения не только знания, но и применения иностранного языка на деле. Важной задачей становится формирование ключевых компетенций и построения системы образования на компетентностном подходе. Знание иностранного языка на высоком уровне даст будущему специалисту возможность использовать иноязычные источники информации, что станет неотъемлемой помощью в работе, профессиональной деятельности, сломает барьер непонимания между представителями из разных стран. Иными словами, сегодня как никогда востребован специалист, владеющий иноязычной компетенцией.

Понятие «компетенция» является предметом пристального внимания со стороны таких современных исследователей как: И.А. Зимняя, Л. Спенсер, Г.К. Селевко, Н.Н. Халева, М.Н. Ватютнев, И.Л. Колесникова, В.В. Сафонова, Н.Д. Гальскова, Е.Н. Соловова и др.

И.А. Зимняя под понятием «компетенция» представляет базовый набор психологических факторов личности человека, которые лежат в основе компетентности человека как актуальные и деятельностные проявления.

А.В. Хуторской, один из исследователей компетентностного подхода в обучении, предложил следующие ключевые компетенции:

- 1) ценностно-смысловая;
- 2) общекультурная;
- 3) учебно-познавательная;
- 4) информационная;
- 5) коммуникативная;
- 6) социально-трудовая;
- 7) личностного совершенствования.

Коммуникативная компетенция является предметом нашего исследования. Под данной компетенцией А.В. Хуторской подразумевает знание языков, способов взаимодействия с окружающими и удаленными событиями и людьми; навыки работы в группе, коллективе, владение различными социальными ролями. Ученик должен уметь представить себя, написать письмо, анкету, заявление, задать вопрос, вести дискуссию и др. [1].

Применение информационно-коммуникационных технологий в процессе обучения иностранному языку играет немаловажную роль в развитии коммуникативной компетенции. Актуальность заключается в том, что ИКТ развивают самостоятельную когнитивную деятельность студента, являются мотивационным компонентом и средством побуждения к участию в образовательном процессе непосредственно в университете. Сеть Интернет представляет собой, как и информационный, так и телекоммуникационный ресурс. Ко второму мы можем

отнести сервис Web 2.0 – блоги, влоги подкасты, фликеры и вики. Данные социальные сервисы «были созданы для реального общения между людьми, находящимися на расстоянии друг от друга, и лишь потом стали использоваться в учебных целях для обучения ИЯ» [2].

Акт коммуникации может быть осуществлен лишь при понимании речи на слух. Здесь на помощь приходит аудирование, где достаточно актуальным является использование подкастов. Появление данного термина датируется 2005 годом. Слово «подкаст» (podcast) происходит от слов «iPod» (mp3-устройство фирмы Apple) и «broadcast» (повсеместное широкоформатное вещание). Таким образом, термин «подкаст» означает аудио- или видеофайл, доступный для скачивания в Интернете и прослушивания или просмотра на портативном мультимедийном плеере. На данном этапе развития интернет-ресурсов существует огромное количество иноязычных подкастов в соответствии с языком и тематическим содержанием учебной программы для использования в образовательном процессе. [3].

Следует отметить, что при работе с подкастами формируются следующие коммуникативно-речевые умения: выделять необходимую информацию, анализировать содержание аудиоматериала, определять отношения между спикерами и их отношением к предмету обсуждения, предвосхищать развитие событий, соотносить факты в соответствии с вопросом, понимать содержание (listening); передавать цель сообщения, описывать события, действующих лиц, пересказывать основное содержание прослушанного либо увиденного, оценивать полученную информацию (reading) [4]. К тому же, существует достаточно много классификаций подкастов, среди которых можно найти подходящие для занятия и они будут включать в себя несколько компонентов, например, таких как социолингвистический и социокультурный, стратегический и лингвистический, и т.д.

Именно предмет «Дискурсивная практика», который преподается студентам, обучающимся на 3 курсе факультета иностранных языков, подходит для формирования вышеуказанных навыков, как своим форматом, так и содержанием. Кроме того, для подкастов можно применять разнообразные виды деятельности и создавать свои системы упражнений, которые помогут точно усвоить тему. Рассмотрим использование подкастов, на примере выдержки из содержания учебного материала:

Таблица 1

| Человек и война | | |
|-----------------|---|--|
| Подтема | Подкасты | Вид работы |
| Мировые новости | http://www.bbc.co.uk/worldservice/learningenglish/language/wordsintheneews/2013/08/130830_witn_wwi_wills.shtml | «Describe»(описание) Прослушайте аудио-подкаст и опишите событие; |
| Горячие точки | https://www.ft.com/content/f2f13f6e-8c29-30b8-94ef-c5c5885bf698?ft_site=next | «Discuss»(обсудите) Просмотрите видео-подкаст, определите конфликтные стороны и обсудите ситуацию в малых группах |
| Беженцы | https://learnenglish.britishcouncil.org/en/magazine/refugees | «Record»(запишите) Запишите главные понятия темы, названные в тексте слова и словосочетания, относящиеся к изучаемой теме |

К данным аудио- и видеоподкастам применимы различные виды работы, которые способствуют формированию не только коммуникативной, но и других компетенций у студентов при изучении «Дискурсивной практики». Наиболее популярные сайты, среди которых тематика подкастов будет наиболее удачно совпадать с содержанием предмета вышеуказанного предмета следующие:

1. <http://www.bbc.co.uk/programmes/p02pc9zn/episodes/downloads>
2. <https://www.podcastsinenglish.com/index.shtml>
3. <https://www.mixcloud.com>

4. <http://learningenglish.voanews.com/programs/radio>

5. <https://www.eslpod.com/>

Самостоятельно-управляемая работа является неотъемлемой частью при изучении данного предмета. И одним из вариантов этой работы может быть самостоятельное создание студентом или группой студентов собственного подкаста по теме заданной преподавателем. С этой целью могут быть использованы актуальные новости, связанные с изучаемым материалом или любой другой вид задания, так или иначе мотивирующий студента на создание собственного творческого продукта.

Следующие ресурсы позволяют осуществить выполнение этого задания:

1. <https://www.podomatic.com/login>

2. <http://www.podbean.com/start-podcast>

3. <https://soundcloud.com/>

Несмотря на обилие источников, стоит помнить, что эффективность их применения полностью зависит от качества отобранного материала, но проблема заключается ещё и в том, что не все студенты владеют методами отбора и поиска необходимой информации.

Таким образом, использование подкаст-технологий в аспекте предмета «Дискурсивная практика» у студентов 3 курса факультета иностранных языков способствует успешному формированию и развитию коммуникативной компетенции, повышает интерес и мотивацию к изучению ИЯ и расширяет общий кругозор.

Список литературы

1. Хуторской, А. В. Ключевые компетенции как компонент личностно-ориентированной парадигмы образования / А. В. Хуторской // Народное образование. – 2003. – No2. – С. 54 – 61.

2. Сысоев, П. В. Методика обучения иностранному языку с использованием новых информационно-коммуникационных Интернет-технологий / П.В. Сысоев, М.Н. Евстигнеев. – Ростов н/Д : Феникс; М. : Глосса-Пресс, 2010. – 182 с.

3. Соломатина, А. Г. Методика развития умений говорения и аудирования учащихся посредством учебных подкастов. / А. Г. Соломатина – Тамбов, 2011. – 158 с.

4. Hall, D. The ICT handbook for primary teachers: a guide for students and professionals / D. Hall – N.Y., 2010 – 246 p.

ПАНАСЮК Д.Г. (Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина)

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ФОНЕТИЧЕСКИХ СРЕДСТВ В РЕКЛАМНОМ ДИСКУРСЕ

Е.Л. Доценко рассматривает рекламный дискурс как «завершённое сообщение, имеющее строго ориентированную прагматическую установку (привлечение внимания к предмету рекламы), сочетающее дистинктивные признаки устной речи и письменного текста с комплексом семиотических (пара- и экстралингвистических средств)» [1].

При анализе рекламного дискурса можно заметить, что одной из его главных черт является выявление изменений развития языка и общества, проявляющееся на всех уровнях языковой структуры (фонетическом, морфологическом, синтаксическом, лексико-семантическом).

Одной из главных функций рекламного дискурса является функция воздействия, которая и заставляет потребителей обратить внимание на данный товар, способствует запоминанию названия, вызывает желание купить товар.

В этой статье будут рассмотрены способы воздействия рекламы посредством фонетических приемов.

Определенное внимание привлекает к себе прием аллитерации.

Аллитерация – повтор согласного или группы согласных, отчетливо выявляющих звуковой облик слов [2].

Аллитерация довольно популярна в рекламном тексте, так как используется для создания эмоционального настроения, которое непосредственно соответствует содержанию рекламы.

Например, реклама машины ‘Kia-motors’ ‘*The car that cares*’ (в данной рекламе повторяются звуки [k] и [ð]), реклама часов ‘Kau’ ‘*Every kiss begins with Kau*’ (повторение звука [k]), реклама машины ‘Jaguar’ ‘*don’t dream it, drive it*’ (повторяющиеся сочетания [dr]), реклама минеральной воды ‘Дарида’ ‘... *‘Дарида’ минеральная вода для здоровья и долголетия. ‘Дарида’* -