



ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКИ
УДМУРТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНСТИТУТ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ
ТАТАРСКАЯ КЛАССИЧЕСКАЯ ГИМНАЗИЯ № 6 г. Ижевска
ИЖЕВСКАЯ ДЕТСКО-МОЛОДЕЖНАЯ
ОБЩЕСТВЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ «ПОЛИГЛОТ»

Серия «Языковое и межкультурное образование»

ЯЗЫКОВОЕ ОБРАЗОВАНИЕ В ПОЛИЭТНИЧЕСКОМ РЕГИОНЕ

*Материалы
республиканских конференций учащихся
Удмуртской Республики*

Ижевск – 2007

<i>Перевозчикова Татьяна</i> DIE VORSTELLUNG ÜBER DIE ZUKUNFT _____	94
<i>Попович Евгения</i> СУБЪЕКТ, ОБЪЕКТ И ЛИРИЧЕСКИЙ ГЕРОЙ В ЛИРИКЕ ДЕНИСА БЕСОГОНОВА _____	96
<i>Пчельников Фёдор</i> RESEARCH ON STYLES OF LEARNING _____	98
<i>Румянцев Михаил</i> СЛОВООБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ИГРЫ В СКАЗКЕ Л. КЭРОЛЛА «АЛИСА В СТРАНЕ ЧУДЕС» В ПЕРЕВОДАХ В. НАБЕКОВА, ЩЕРБАКОВА, Б. ЗАХОДЕРА _____	99
<i>Садреева Гульназ, Бродникова Екатерина, Дмитриева Ирина</i> МУЗЕИ УДМУРТИИ. РОЛЬ МУЗЕЕВ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ	101
<i>Семенова Вероника, Смирнова Мария</i> РАЗНОСТИЛЕВОСТЬ НАУЧНОЙ ПРОЗЫ _____	103
<i>Серебрякова Дарья</i> ПЕРЕВОДЧЕСКИЕ И КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ КНИГИ К.С. ЛЬЮИСА «ЛЕВ, КОЛДУНЯ И ПЛАТЯНОЙ ШКАФ» _____	104
<i>Черепенко Илья</i> КОНТРАСТИВНЫЙ АНАЛИЗ ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКОЙ ГРУППЫ ГЛАГОЛОВ СО ЗНАЧЕНИЕМ «ЛЮБИТЬ» (на материале русского, английского и удмуртского языков) _____	106
<i>Юзекаева Алсу</i> ЦЕННОСТИ АРАБСКОЙ ФИЛОСОФИИ В СОВРЕМЕННОЙ КУЛЬТУРЕ МУСУЛЬМАНСКОГО МИРА _____	109
<i>Юпашевская Анна</i> RUSSISCHE UND DEUTSCHE SPRICHWÖRTER _____	110
<i>Юферов Валерий, Туйматов Алексей</i> СЕМАНТИКА МИФОЛОГИЧЕСКИХ ОБРАЗОВ ДРЕВНИХ УДМУРТОВ И СЛАВЯН _____	112
Часть III. МАТЕРИАЛЫ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ СТУДЕНТОВ И АСПИРАНТОВ ИИЯЛ УДГУ (Ижевск–2007) _____	113
<i>Бекк М.А.</i> О СОДЕРЖАНИИ УЧЕБНОЙ АВТОНОМИИ СТУДЕНТА _____	114
<i>Беляева М.А.</i> РЕКЛАМА ДЕТСКИХ ТОВАРОВ КАК ОБЪЕКТ ПЕРЕВОДА _____	116

О СОДЕРЖАНИИ УЧЕБНОЙ АВТОНОМИИ СТУДЕНТА

Основным вектором развития современной педагогической науки является гуманистическая парадигма непрерывного образования. Она определяет все направления и основные подходы к возникающим проблемам образования, а также путям их решения. Гуманизация высшего образования заключается в обеспечении условий и режимов учебного процесса, необходимых для полноценного и гармоничного развития, максимальной реализации творческого потенциала каждого студента.

Наиболее полно идея индивидуализации высшего образования выражается в концепции автономного учения студента, поскольку именно данная концепция позволяет учитывать интересы, потребности, возможности, индивидуальные особенности студентов в образовательной деятельности.

Отбор содержания автономной учебной деятельности (АУД) студентов диктуется целью обучения в вузе, заключающейся в раскрытии личностных качеств, творческого потенциала студента. Возможность выбора учебного предмета, модуля, открытость и доступность учебных программ, вариативность учебных условий, а также возможность рефлексивной само- и самооценки способствуют формированию осознанного и ответственного отношения студента к образовательному процессу.

В соответствии с целью и задачами гуманистического образования можно выделить следующие требования к отбору содержания автономной учебной деятельности студентов:

- отбор содержания АУД происходит по критерию его ценности для развития личности студента; оно должно соответствовать интересам и потребностям, интеллектуальному уровню развития студентов и служить

основой для их дальнейшего саморазвития и самопознания;

- необходимо предоставить возможность выбора: на уровне учебных дисциплин (обязательные для изучения дисциплины и предметы по выбору), на уровне учебных блоков, учебного материала, предложить альтернативные формы контроля усвоения знаний, сформированности учебных стратегий и компетенций;
- при отборе содержания учитывается интегративный характер дидактической организации обучения, обеспечивающий средствами учебных дисциплин и самостоятельной работы студентов формирование готовности к автономному учению;
- проблемность материала, высокий уровень его сложности, возможность неоднозначной его интерпретации позволяют студентам выстраивать систему идеальных знаниевых конструкторов, а не брать их в готовом виде, способствуют созданию собственной картины познаваемой области и позволяют сформировать индивидуальную траекторию движения в ней;
- ориентация на практическое применение отобранного учебного материала;
- в содержании учебного материала обязательно присутствие уважительного отношения к другим народам, культурам и их представителям;
- учебный материал должен содержать ясные ориентиры для действия с ним. В случае предоставления студентам возможности самостоятельного выбора модуля, индивидуального задания, вида деятельности или упражнения они должны уметь выбирать, что делать и как это делать, учитывая свои потребности, цели, интересы и намерения.

Анализ программ вузов показал, что, как правило, содержание образования представляет внешне заданную, не всегда значимую для студента информацию. При формиро-

вании учебной автономии студента с учетом личностно-ориентированного подхода, гуманизации и индивидуализации высшего образования необходимо учитывать тот факт, что в отборе содержания образования ключевым является понятие свободной, творческой, сознательной и ответственной деятельности студента.

Можно сделать вывод о том, что следование перечисленным требованиям к отбору содержания образования обеспечит удовлетворение образовательных, духовных, культурных и жизненных потребностей личности, гуманное отношение к развивающейся личности студента, становление ее индивидуальности и самореализации в культурно-образовательном пространстве.

Беляева М.А., ИИЯЛ, гр. 2857

Научный руководитель *Н.М. ШUTOVA*, канд. филол. наук, доцент

РЕКЛАМА ДЕТСКИХ ТОВАРОВ КАК ОБЪЕКТ ПЕРЕВОДА

Общеизвестно, что XXI век поставил новые задачи в информационном пространстве человечества. Резко возросла роль рекламы и её объемы в средствах массовой информации. Естественно, что рекламные тексты часто становятся объектом перевода. Они имеют как общие, так и специфические черты в зависимости от характера рекламируемого товара и той аудитории, для которой предназначены.

Материалом для нашего исследования послужили тексты рекламы детских товаров, размещенные на сайтах сети Интернет, а также реклама в периодической печати. В общей сложности было рассмотрено 300 рекламных текстов. В процессе анализа текстов рассматривались как их лексическая, так и грамматическая составляющие. Особое внимание уделялось стилистическим характеристикам рекламных текстов, обусловленным их прагматической направленностью.

В рассматриваемой лексике интересен, например, блок слов, обозначающий детей – непосредственных потребителей