

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет кораблебудування
імені адмірала Макарова

Н. М. ФІЛІПОВА, О. В. ЩЕРБАК

**ПРОЄКТНА РОБОТА
СТУДЕНТІВ-ФІЛОЛОГІВ**

Методичні рекомендації

Рекомендовано Методичною радою НУК



ВИДАВНИЦТВО
НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ
КОРАБЛЕБУДУВАННЯ
ІМ. АДМІРАЛА МАКАРОВА

2022

УДК 378.147+811

Ф53

Автори:

Н. М. Філіппова, кандидат філологічних наук, професор НУК;

О. В. Щербак, кандидат філологічних наук

Рецензенти:

С. О. Каленюк, кандидат філологічних наук, доцент кафедри загального та прикладного мовознавства Миколаївського національного університету імені В. О. Сухомлинського;

Г. М. Труба, кандидат філологічних наук, доцент кафедри прикладної лінгвістики Одеського національного університету імені І. І. Мечникова

Рекомендовано Методичною радою НУК

Філіппова Н. М.

Ф53 Проектна робота студентів-філологів : методичні рекомендації /
Н. М. Філіппова, О. В. Щербак. – Миколаїв : НУК, 2022. – 56 с.

Методичні рекомендації, укладені на основі підручників із педагогіки та методики викладання, містять основні вимоги до організації, виконання, оформлення та процедури презентації проектних робіт студентів.

Рекомендовано студентам спеціальності 035 «Філологія» («Прикладна лінгвістика») денної та заочної форм навчання, які здобувають вищу освіту за рівнями «бакалавр» і «магістр».

УДК 378.147+811

© Філіппова Н. М., Щербак О. В., 2022

© Національний університет кораблебудування
імені адмірала Макарова, 2022

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА.....	4
Розділ 1. ПРОЄКТНА РОБОТА СТУДЕНТІВ ЯК РІЗНОВИД САМОСТІЙНОЇ: ОСНОВНІ ВІДОМОСТІ.....	6
1.1. Поняття «проект» і «метод проєктів»: генеза та еволюція.....	6
1.2. Типи проєктів та їхні цілі.....	9
1.3. Проєкт як самостійна робота студента.....	16
Розділ 2. ПРОЄКТНА РОБОТА СТУДЕНТІВ-ФІЛОЛОГІВ: БАЗОВІ ЕТАПИ ТА ЗРАЗКИ.....	19
2.1. Загальний огляд етапів проєктної роботи.....	19
2.1.1. Пошуково-дослідницький етап.....	21
2.1.2. Операційно-діяльнісний етап.....	23
2.1.3. Рефлексійно-оцінний етап.....	25
2.2. Проєкти студентів-філологів: зразки.....	28
2.2.1. Проєкт «Ергоніми міста Миколаєва: психолінгвістична інтерпретація».....	28
2.2.2. Проєкт «Вікова та гендерна специфіка сприйняття зовнішньої реклами міста Миколаєва».....	33
2.2.3. Project “A Survey Project Integrating Language Skills with Critical Tninking”.....	41
РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА.....	49
ДОДАТОК.....	52

ПЕРЕДМОВА

Укладання методичних рекомендацій «Проектна робота студентів-філологів» зумовлено утвердженням у сучасній освітянській парадигмі орієнтації на використання інноваційних технологій навчання, що сприяли би впотовуженню показників якості освіти. Однією з таких технологій, що протягом свого доволі тривалого апробування виявила плюсофакторний ефект, є проектна робота через її скерованість на сприяння творчій самореалізації здобувачів освіти, підвищення їхньої мотивованості та шліфування наявних здібностей. З огляду на це виникає потреба в інформуванні студентів як учасників освітнього процесу з особливостями роботи над проектами, що пропонуються чи можуть пропонуватися викладачами під час опанування освітньої програми «Прикладна лінгвістика». Це вможливить усунути низку складнощів у ході самостійної реалізації студентами-філологами проектної роботи, а також активізувати й систематизувати сам процес самостійного опрацювання матеріалів певного навчального курсу в межах бакалаврських і магістерських програм підготовки фахівців зі спеціальності 035 Філологія.

Вказівки складаються із двох розділів:

– розділ 1 «Проектна робота студентів як різновид самостійної: основні відомості» містить реферовану інформацію про історію виникнення проекту як методу навчання, презентує оглядовий аналіз різнотипних проектів, а також дає уявлення про основні вимоги, яким має відповідати проект, шляхом порівняння його із суміжними поняттями (реферат, доповідь, дослідження);

– розділ 2 «Проектна робота студентів-філологів: базові етапи та зразки» вміщує теоретичну інформацію про сутність і завдання основних етапів роботи над проектом із поданням конкретних рекомендацій щодо оформлення проекту, формулювання його провідних положень, підбору аргументатив-

ної бази, перевірки отриманих результатів. Також у цьому розділі презентовано зразки дослідницьких проєктів, виконаних студентами спеціальності 035 Філологія (Прикладна лінгвістика) в ході вивчення таких навчальних дисциплін, як «Практичний курс англійської мови» та «Психолінгвістика».

У списку рекомендованої літератури зібрано літературні та наукові джерела, що посприяли укладанню методичних рекомендацій, а також можуть поглибити знання студентів про проєктну роботу.

До вказівок також уведено один додаток, що містить пропонувані теми проєктів для студентів-філологів для закріплення знань із таких навчальних дисциплін (основних і вибіркових), як «Практичний курс англійської мови», «Методика викладання англійської мови», «Стилістика англійської мови», «Історія англійської мови», «Лінгвістика тексту», «Основи комунікативної лінгвістики», «Основи лінгвокультурології», «Технології нейролінгвістичного програмування», «Друга іноземна мова», «Третя іноземна мова».

Розділ 1
**ПРОЄКТНА РОБОТА СТУДЕНТІВ
ЯК РІЗНОВИД САМОСТІЙНОЇ:
ОСНОВНІ ВІДОМОСТІ**

1.1. Поняття «проект» і «метод проєктів»: генеза та еволюція

Слово «проект» є полісемантичним як в українській, так і англійській мовах.

«Проект» у перекладі з латини – «кинутий уперед»

В Академічному тлумачному словнику української мови, що виданий в 11 томах за ред. І. Білодіда, проєкт дефінується в трьох значеннях: 1) сукупність документів (розрахунків, креслень, макетів тощо), необхідних для зведення споруд, виготовлення машин, приладів; 2) попередній текст якого-небудь документа, що виноситься на обговорення, затвердження; 3) задуманий план дій; задум, намір. У Кембриджському словнику англійської мови (оригінальна назва – «Cambridge Advanced Learner's Dictionary») *проект* як іменник має два значення: 1) *частина запланованої роботи або діяльності, що завершена протягом певного періоду часу й призначена для досягнення певної мети (a piece of planned work or an activity that is finished over a period of time and intended to achieve a particular purpose);* 2) *вивчення певного предмета / проблеми, що проводиться протягом певного періоду часу, насамперед студентами (a study of a particular subject or problem done over a period of time, especially by students).* Саме останнє визначення найбільшою мірою репрезентує сутність поняття «проект» як технології, що сьогодні активно використовується для організації самостійної роботи студентів у закладах вищої освіти.

Проектна технологія – особлива форма навчально-пізнавальної активності студентів або метод, що представляє

собою спосіб досягнення певної наукової / дослідницької / науково-дослідницької мети шляхом детального розроблення проблеми, що має завершитися цілком реальним, практичним результатом, оформленим тим або іншим чином.

Утрадиційовано вважати, що вперше ідея проєкту як метода / технології навчання виникає в XVI ст. в архітектурних майстернях Італії, де відповідна робота вможливлювала студентам отримувати титул академічного архітектора.

Метод проєктів – це технологія, що охоплює сукупність дослідницьких, пошукових, проблемних методів, творчих за своєю суттю.

Є. Полат

За твердженням німецького педагога М. Кнолла, перші згадки про проєкти в контексті освітньої сфери зафіксовано в Академії святого Луки (Accademia di San Luca) у м. Рим, де в 1596 році відбувся перший в історії конкурс художньо-архітектурного проєкту «Приз Риму».

Проектна організація навчання студентів до 1765 року поширювалася в архітектурних школах інших країн Європи, а після цього набула популярності й на американському континенті, щоправда, проєкти почали активно застосовуватися й у технічних та промислових вищих школах.

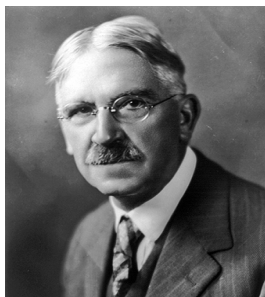
Починаючи з 1880 року, інтерес до проєктної діяльності підтримувався вже в приватних та державних загальноосвітніх школах. Так, у 1899 році при Вашингтонському університеті Сент-Луїса (Washington University in St. Louis) засновано Школу ручного навчання для школярів, де метод проєктів уперше апробовано для системи шкільної освіти передусім як технологію підготовки учнів для вступу до коледжу. Відзначимо, що це були вже не конкурсні (позаурочні), а саме навчальні проєктні завдання, що виконувались у майстернях, де учні виготовляли полиці, свічники та навіть будували мотори.

Найбільшою мірою утвердженню методу проєктів як освітньої технології сприяли розроблені узагальнювальні

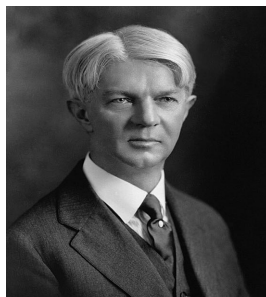
положення (1918 р.) американським філософом, психологом і педагогом Дж. Дьюї та його учнем В. Кілпатриком, хоч у термінології цих учених метод проєктів іменувався методом проблем, головна ідея якого полягала в тому, що студенти/учні повинні одержувати знання та набувати необхідний досвід під час розв'язання практичних проблем у реальних життєвих ситуаціях.



Міхаель Кнолл



Джон Дьюї



Вільям Кілпатрик

У країнах Східної Європи, передусім СРСР, про метод проєктів дізналися лише в 1905 році, однак тільки після революційних подій 1917 року його стали застосовувати в школах, оскільки на цьому наполягала Н. Крупська, видавши навіть особисте розпорядження. З 1919 року почала працювати Перша дослідна станція з народної освіти під керівництвом педагога С. Шацького, де апробувалися проєктні технології, насамперед у вигляді трудового навчання. Однак відповідні дослідження проводилися недовго, оскільки вже 1931 року ЦК ВКП(б) видає постанову, в якій метод проєктів визнається як «чужий для радянської школи», у зв'язку з чим він пробув під заборонаю в країнах СРСР, у т. ч. і в Україні, до кінця 80-х рр. XX ст. У цей же час уся світова педагогічна спільнота визнає метод проєктів як специфічну американську освітню стратегію, чому сприяв вихід у світ праці В. Кілпатрика «Метод проєктів», і знову поширює відповідні ідеї країнами Західної Європи.

Нова хвиля буму проєктного навчання (Project-Based Learning) починається з 1965 р. й триває дотепер, оскільки саме цей період є відзначеним глобалізацією всіх сфер людської діяльності, в т. ч. і освіти, що, своєю чергою, потребує інтеграції особистісно-орієнтованого, діяльнісного та компетентнісного підходів до навчання. Під цією хвилею з 90-х рр. XX ст. перебуває й українська система освіти.

Проектне навчання – формування компетенцій у студентів шляхом їхнього залучення до виконання проєктів.

Buck Institute for

1.2. Типи проєктів і їхні цілі

Відомо, що робота над проєктом передбачає одночасне досягнення кількох цілей: 1) самостійне досягнення студентом окресленої мети; 2) виявлення міні-проблем, що потребують розв'язання; 3) пошук, моніторинг та оброблення інформації з різних джерел; 4) проведення дослідження з презентацією його результатів; 5) удосконалення навичок ділової комунікації в групах. Однак, за твердженням фахівця з педагогічного проєктування М. Самойлової, проєктна робота студентів у країнах Америки та Східної Європи, до якої входить і Україна, й досі має різні цільові настанови.

Американські педагоги вважають проєктну роботу як один із шляхів пробудження та підтримки інтересу студентів до навчального процесу, прагнучи того, щоб виконаний проєкт приносив конкретну особисту користь для його виконавця, а отримані результати могли б використовуватися в повсякденному житті й для інших цілей. Своєю чергою, педагоги пострадянського простору наполягають на тому, що проєктна робота передусім

Проектна робота – це спеціально організована, самостійна діяльність студентів, скерована на вирішення практично та теоретично значущої проблеми та оформлена у вигляді кінцевого продукту.

Ю. Йолькерс

повинна зумовлювати виникнення в студентів бажання працювати на благо соціуму та робити свій внесок у спільну справу. Довгий час в американських школах проєктна діяльність мала характер лабораторної практики, а в українській школі вона передбачала виконання виробничих завдань, хоч сьогодні відповідні відмінності поступово стираються.

Різні погляди на цільовий праксис проєктної роботи студентів утверджують і різні підходи до класифікації проєктів (детальніше про це див. працю В. Зайцева «Метод проектов как современная технология обучения: историко-педагогический анализ»). Розглянемо їх.

Таблиця 1.1. Класифікації проєктів

Автори класифікації	Критерій	Класифікаційні різновиди проєктів
А. Стівенсон	рівень інтеграції навчального матеріалу	– простий – комплексний
В. Кіппатрик	мета та кількість учасників	– споживчий – інтелектуальний – індивідуальний – груповий
В. Вельс	обсяг часу, витраченого на виконання проєкту	– великий – малий
Е. Коллінгс	вид діяльності	– ігровий – екскурсійний – проєкт-розповідь – трудовий
Ф. Штоллер	спосіб збору матеріалу	– дослідницький – кореспондентський – особистий
Т. Блур та М. Сент-Джон	тип виконуваних завдань	– груповий – міні-дослідження з опитуванням – робота з літературою

Продовж. табл. 1.1

Автори класифікації	Критерій	Класифікаційні різновиди проєктів
В. Воропаєв	сфера діяльності	– технічний – економічний – соціальний – змішаний
	структура предметної області	– монопроєкт – мультипроєкт – мегапроєкт
	форма	– інноваційний – дослідницький – навчальний
	географічний діапазон	– міжнародний – національний – регіональний – університетський/шкільний – груповий / класовий
Н. Матяш	рівень складності проєктних завдань	– репродуктивний – пошуковий – теоретичний
Є. Полат	характер координації проєкту	– відкритий – закритий
	тривалість	– короткотривалий – середньої тривалості – довготривалий
Т. Вороненко	метод отримання інформації та її джерело	– словесний – проєкт-спостереження – проєкт збору та обробки статистичних даних – експериментальний
	провідна функція	– навчальний – контролюючий
	кількість етапів	– 3-етапний – 5-етапний
Л. Сиротюк	вид кінцевого продукту	– матеріальний – дієвий – письмовий

Простий проєкт – це різновид проєкту, що має на меті виконання дослідження із застосуванням матеріалів одного навчального предмета / дисципліни.

Комплексний проєкт – це різновид проєкту, що має на меті виконання дослідження із застосуванням положень і методик кількох навчальних предметів / дисциплін.

Споживчий проєкт – це різновид проєкту, що має на меті виконання дослідження для задоволення потреб певного сектору економіки чи певного соціального прошарку людей.

Інтелектуальний проєкт – це різновид проєкту, що має на меті виконання дослідження з метою підтримки інтересу до інтелектуальної творчості, навичок індивідуальної та колективної розумової праці шляхом опису модернізованих оригінальних нових технологій обробки матеріалів, продуктів, ґрунтів; програм для комп'ютера; дизайнерських розробок тощо.

Індивідуальний проєкт – це різновид проєкту, що має на меті виконання дослідження однією особою.

Груповий проєкт – це різновид проєкту, що має на меті виконання дослідження групою осіб.

Великий проєкт – це різновид проєкту, робота над яким має тривати більше одного року.

Малий проєкт – це різновид проєкту, робота над яким має тривати до одного року чи менше.

Ігровий проєкт – це різновид проєкту, що передбачає розігрування гри, драматизацію, вигадкування власної п'єси, концерт тощо.

Екскурсійний проєкт – це різновид проєкту, що передбачає проведення цільових екскурсій, метою яких є вивчення проблем, пов'язаних із навколишньою природою і суспільним життям.

Проект-розповідь – це різновид проєкту, результатом якого є виклад основних фактів, отриманих у ході виконання дослідження, у найрізноманітнішій формі: усній, письмовій, вокальний, художній, музичний тощо.

Трудовий проєкт – це різновид проєкту, що має на меті створення певного корисного продукту (стіл, літак тощо) чи його макета.

Дослідницький проєкт – це різновид проєкту, що відповідає логіці наукового дослідження та має відповідну структуру (актуальність, мета, завдання, об'єкт, предмет, методологія, гіпотези, теоретична та практична цінність), а також скерований на доказ чи спростування певної гіпотези/теорії.

Кореспондентський проєкт – це різновид проєкту, що передбачає пошук певної інформації / фактів / відомостей для їхнього подальшого поширення.

Особистий проєкт – це різновид проєкту, що проводиться в особистих цілях за логікою дослідницьких, кореспондентських та інших проєктів.

Груповий проєкт – це різновид проєкту, дослідження в межах якого виконується групою студентів, проте кожен студент окремо вивчає відповідний аспект обраної теми.

Міні-дослідження з опитуванням – це різновид проєкту, в ході роботи над яким студент проводить індивідуальне соціологічне опитування (анкетування або інтерв'ю) та оброблює його результати.

Робота з літературою – це різновид проєктної роботи, що ґрунтується на роботі з літературними джерелами, під час якої студент вибірково читає матеріал із тем, що його цікавлять.

Технічний проєкт – це різновид проєкту, скерований на виготовлення інструментів, побутової техніки, засобів малої механізації та автоматизації, упаковок, одягу, засобів контролю.

Економічний проєкт – це різновид проєкту, що має на меті збір та оброблення інформації економічного скерування та здійснення певних економічних прогнозів шляхом розрахунків.

Соціальний проєкт – це різновид проєкту, що має на меті моделювання соціальних проблем та пошук шляхів для їхнього вирішення.

Змішаний проєкт – це різновид проєкту, що містить складники технічного, економічного, соціального проєктів.

Монопроєкт – це різновид проєкту, що виконується в межах однієї галузі знання, тому він є окремим проєктом певного виду та масштабу (див. термін «простий проєкт»).

Мультипроєкт – це різновид проєкту, що виконується в межах кількох галузей знань, а також передбачає виконання багатьох завдань виробничої програми, обмеженої її виробничими, фінансовими, часовими можливостями тощо (див. термін «комплексний проєкт»).

Мегaproєкт – це різновид проєкту, що представляє собою цільову програму, що містить декілька взаємопов'язаних проєктів, об'єднаних однією метою, ресурсами та часом.

Інноваційний проєкт – це різновид проєкту, що виконується за новими технологіями, відповідає новим запитам замовників або відзначається абсолютною новизною теми чи отриманих результатів.

Навчальний проєкт – це різновид проєкту, що має на меті передавання знань та вироблення певних навичок. Робота над ним триває протягом вивчення певної навчальної дисципліни.

Міжнародний проєкт – це різновид проєкту, що виконується із залученням представників різних країн світу та має світове значення.

Національний проєкт – це різновид проєкту, що виконується представниками однієї країни та має передусім національне значення.

Регіональний проєкт – це різновид проєкту, що виконується представниками кількох міст / областей у межах однієї країни.

Університетський / шкільний проєкт – це різновид проєкту, що виконується представниками одного закладу освіти.

Груповий / класовий проєкт – це різновид проєкту, що виконується представниками однієї академічної групи (у закладі вищої освіти) / одного класу (у закладі середньої освіти).

Репродуктивний проєкт – це різновид проєкту, що має на меті виконання завдань на репродуктивному рівні, тобто з їхнім відтворенням і застосуванням у ситуаціях, подібних до наведених у зразках, що запропоновані викладачем / керівником проєкту.

Пошуковий проєкт – це різновид проєкту, що має на меті аналіз проблемних ситуацій, висунення припущення про шляхи їхнього вирішення, узагальнення раніше набутих знань, виявлення причини явищ, пояснення їхнього походження, вибір найбільш раціональних варіантів.

Теоретичний проєкт – це різновид проєкту, що має на меті збір із різних джерел теоретичних відомостей про певну проблему / явище / предмет та їхнє представлення.

Відкритий проєкт – це різновид проєкту, в якому функції організації, координації та контролю виконує викладач / керівник.

Закритий проєкт – це різновид проєкту, в якому викладач / керівник є повноправним учасником та входить до складу виконавців проєкту.

Короткотривалий проєкт – це різновид проєкту, що виконується під час вивчення однієї теми / академічного заняття.

Проєкт середньої тривалості – це різновид проєкту, що виконується під час вивчення одного змістового модулю / циклу тем.

Довготривалий проєкт – це різновид проєкту, що виконується протягом одного / двох і більше навчальних семестрів.

Словесний проєкт – це різновид проєкту, що передбачає проведення опитування, бесіди для отримання інформації щодо об'єкта, що вивчається.

Проєкт-спостереження – це різновид проєкту, що має на меті візуальне вивчення змін властивостей або поведінки природного об'єкта.

Проект збору та обробки статистичних даних – це різновид проекту, що передбачає тлумачення, наприклад, тексту, аналіз його змісту з метою отримання об'єктивних кількісних характеристик.

Експериментальний проект – це різновид проекту, що має на меті проведення експерименту.

Контролюючий проект – це різновид проекту, що реалізується в ході поточного та підсумкового контролю під час вивчення певної дисципліни.

Триетапний проект – це різновид проекту, що має на меті виконання таких трьох етапів: підготовчого, виконавчого, презентаційного.

П'ятиетапний проект – це різновид проекту, що має на меті виконання таких п'яти етапів: підготовчий (формування концепції); складання плану проекту; впроваджувальний (реалізація); контроль і корекція; заключний.

Матеріальний проект – це різновид проекту, результатом якого є модель, макет, комп'ютерна презентація.

Дієвий проект – це різновид проекту, результатом якого можуть стати екскурсія, тематичний вечір, спектакль, урок-гра.

Письмовий проект – це різновид проекту, що завершується у формах статей, інструкцій тощо.

1.3. Проект як самостійна робота студента

Упровадження проектної роботи до навчальних планів підготовки фахівців у закладах вищої освіти часом зумовлює виникнення певних труднощів, пов'язаних насамперед із ототожненням поняття «проект» із такими формами самостійної роботи студента, як реферат, доповідь, дослідження. Нерозрізнення цих термінів відбувається через низку причин, серед яких 1) необізнаність із науковою літературою та дефініціями термінів, зафіксованих у різних лексикографічних працях, передусім у тлумачних словниках; 2) орієнтація на ЗМІ, в репортажах яких проектами часто назива-

ють спортивні заходи, благодійні акції, шоу-програми тощо. У зв'язку з цим необхідно чітко розмежовувати поняття «проект» із суміжними поняттями, а також знати його основні ознаки.

Доповідь – усне чи письмове повідомлення, що має на меті ознайомити слухачів (читачів) із певною темою (проблемою), дати загальну інформацію, можливо, представити міркування автора доповіді, що не вимагають наукової перевірки.

Головна ознака доповіді – її будова схожа на письмовий/усний звіт, у якому автор повинен об'єктивно висвітлити факти й переконати слухачів / читачів у необхідності та релевантності певних висновків.

Доповідь помилково ототожнюється з проектною роботою через те, що в ній також представляється результат моніторингу різних джерел, однак проектна робота цим не обмежується.

Реферат – стислий виклад у письмовій формі чи формі публічного виступу змісту книги, наукової праці або результатів дослідження наукової проблеми. Він має науково-інформаційне призначення. Його мета – передати зміст роботи, факти, ідеї, концепції, думки. Розгорнутий реферат у багатьох випадках позбавляє від необхідності звертатися безпосередньо до першоджерела.

Головні ознаки реферату: 1) зміст реферату повністю залежить від змісту реферованого джерела; 2) містить точний виклад основної інформації без перекозчень; 3) має чітку структуру (вступ, основна частина, висновки) і відповідні мовні засоби оформлення реферату.

Під час роботи над проектом існує до певної міри аналогічний реферативний етап, який, проте, є лише частиною всього проекту.

Дослідницька робота – робота, пов'язана з розв'язанням творчого, дослідницького завдання із заздалегідь невідомим результатом. Якщо наукове дослідження скероване на

з'ясування істини, отримання нового знання, то навчальне дослідження має на меті набуття студентами навичок дослідницької діяльності, розвитку дослідницького типу мислення, формування активної позиції в процесі навчання. Така робота має чимало перетинів із проектом. Проте в разі дослідження – це лише етап проектної роботи.

**Основні вимоги до
проекту:**

- 1) обмеженість у часі, цілях, задачах, результатах; цілісність;
- 2) послідовність і зв'язність структурних частин та змістових блоків;
- 3) компетентність авторів;
- 4) життєздатність (перспективність).

Проект – робота, скерована на вирішення конкретної проблеми, досягнення оптимальним способом заздалегідь запланованого результату. Проект може містити елементи доповідей, рефератів, досліджень та будь-яких інших видів самостійної творчої роботи студентів, однак вони використовуються лише як способи досягнення результату проекту.

Розділ 2

ПРОЄКТНА РОБОТА СТУДЕНТІВ-ФІЛОЛОГІВ: БАЗОВІ ЕТАПИ ТА ЗРАЗКИ

2.1. Загальний огляд етапів проєктної роботи

Проектна робота як своєрідна діяльність складається з низки умовних етапів, які педагоги-науковці називають по-різному (детальніше див. у табл. 2.1, сформованій за даними Н. Пелагейченко).

Таблиця 2.1. Етапи проєктної роботи

№ з/п	Прізвище вченого	С. Пілюгіна	А. Сіденко	І. Бухтиярова	О. Міщенко	В. Гузєв	О. Пехота	М. Павлова	Д. Пітт
	Назва етапу								
1	Інформація про проєктну діяльність			1					
2	Підготовка	1	1			1	1		
3	Вибір теми, формулювання проблеми			2					
4	Формулювання задач				1			1	1
5	Обговорення варіантів, вибір засобів								2
6	Самоосвіта								3
7	Концептуалізація, програмування		2						
8	Розподіл обов'язків								4
9	Планування	2	3	3		2	2		
10	Дослідження та аналіз проблеми				2	3		2	5
11	Прийняття рішень	3							
12	Збір інформації						3		
13	Аналіз						4		
14	Практичний етап		4						
15	Консультація, аналіз		5	4					

Продовж. табл. 2.1

№ з/п	Прізвище вченого	С. Пілюгіна	А. Сіденко	І. Бухтиярова	О. Міщенко	В. Гузєєв	О. Пєхота	М. Павлова	Д. Пітт
	Назва етапу								
16	Оформлення проєкту			5					
17	Контрольно-корекційний		6						
18	Дизайн-специфікація				3			3	
19	Попередні ідеї				4			4	
20	Вибір кращої ідеї				5			5	
21	Розроблення ідеї							6	
22	Виконання	4						7	
23	Планування та виготовлення				6				
24	Результати (висновки)					4			6
25	Представлення чи звіт					5			
26	Оцінка результатів	5				6	5		
27	Оцінка проєкту				7				
28	Захист проєкту	6		6	8				7
29	Заключний етап		7						
30	Самооцінка							8	

З огляду на назви етапів, представлених у табл. 2.1., ми можемо констатувати:

- 1) умовні етапи 1–12 мають на меті вивчення проблеми;
- 2) умовні етапи 13–25 мають на меті розв’язання проблеми;
- 3) умовні етапи 26–30 мають на меті оцінити результат і саму роботу – оцінка діяльності.

Цілком логічно, що структура проєкту залежить від його типу, специфіки навчальної дисципліни, ступеня важкості виконання завдань, авторських розробок конкретної теми проєкту, тому вчені виокремлюють різну кількість етапів для провадження такої діяльності. Однак необхідність змоделювати єдину структуру проєктної діяльності

студентів-філологів, специфіка спеціальності яких вимагає більшої свободи для наукової / дослідницької творчості, зумовлює виконання проєктів у три етапи:

1) планування, вибір теми проєкту, формулювання проблеми та її детальна обсервація;

2) практичне виконання проєкту з можливістю проведення експериментів;

3) оцінка результатів та захист проєктних робіт.

Перелічені етапи мають свої назви та свою специфіку, про що детальніше йтиметься в наступних параграфах цього розділу.

2.1.1. Пошуково-дослідницький етап

Пошуково-дослідницький етап є найскладнішим і починається з вибору теми проєкту. Він також передбачає визначення актуального напрямку майбутнього дослідження, формулювання аналізованої проблеми, пошуки та вивчення відповідної літератури та джерел із метою отримання оптимального варіанта її розв'язання. На цьому етапі також здійснюється визначення стратегічних та конкретних питань майбутньої діяльності, підбір фактів та їхня систематизація.

Тему проєкту пропонує безпосередньо його керівник або вона обирається студентом / групою студентів самостійно, проте з необхідним обґрунтуванням доцільності її розроблення та можливості виконання.

До теми проєкту зазвичай висуваються такі вимоги: актуальність, наявність практичного (за можливості й прикладного) значення, відповідність сучасному стану та перспективам розвитку філологічної науки.

Актуальність теми необхідно пов'язати із сучасними галузевими проблемами, доцільно

Пошуково-дослідницький етап:

- 1) збір інформації;
- 2) генерування ідей;
- 3) вибір оптимальної теми;
- 4) дослідження проблеми;
- 5) аналіз майбутньої діяльності;
- 6) самоосвіта.

використовувати нові підходи, методологію, зробити спробу розглянути відоме явище в нових аспектах, а також вказати на причини появи такого явища, ризику та масштаби не висвітлення його в рекомендованому студентом/студентами аспекті.

Назва теми повинна бути стислою, проте ємною, а також стосуватися сутності досліджуваної проблеми, корелювати з предметом дослідження та змістом самого проєкту. Як рекомендує Т. Ковалевська, щоправда, студентам, які пишуть дипломні роботи, у назві не бажано використовувати ускладнену, занадто узагальнювальну чи псевдонаукову термінологію; варто уникати слів і словосполучень *дослідження, аналіз, вивчення, розроблення, деякі питання, матеріали до вивчення, до питання* тощо. Відповідні рекомендації є цілком слушними й для проєктної роботи студентів-філологів.

Під час формулювання мети проєкту потрібно уникати слів, які відображають процес (*підтримати, посилити, сприяти, координувати, перебудовувати*). Для цього рекомендовано використовувати слова, що вказують на завершеність процесу (*підготувати, впровадити, організувати, збільшити, виготовити, апробувати*).

У ході збору інформації передусім необхідно звернутися до наукових джерел (статті, монографії, автореферати дисертацій, дисертації, підручники, Інтернет-статті), із яких можна отримати повне уявлення про тему й коло проблем, яких вона стосується, про тенденції розвитку аналізованих процесів і явищ. Під час виконання цього завдання рекомендовано конспектувати потенційно важливі думки провідних науковців України та світу, виписувати цитати, дати, дефініції, які доцільно ввести до текстової частини проєкту насамперед як аргументативну базу. Додамо, що посилалися варто на останні видання публікацій та активно використовувати новітні дослідження. Негативною озна-

кою роботи над проектом уважається відсутність чи замала кількість (менше 10 позицій) сучасних досліджень з обраної проблеми, а також відсутність праць зарубіжних учених, виданих іноземними мовами, насамперед мовами краї Європейського Союзу. Своєю чергою, схвальним моментом уважатиметься наявність посилань на праці, автори яких опублікували їх у виданнях, що входять до наукометричних баз Scopus та / або Web of Science Core Collection.

Після опрацювання джерел формулюється гіпотеза, що доводитиметься чи спростовуватиметься в ході роботи над проектом, а також складається план для реалізації цього завдання, який, своєю чергою, має бути узгоджений із керівником.

План проекту повинен складатися таким чином, щоб дати відповіді на питання:

- 1) Які кроки (завдання) сприятимуть досягненню мети проекту?
- 2) Які ресурси потрібні для досягнення мети проекту?
- 3) Які кількісні та якісні показники свідчатимуть про позитивний результат реалізації проекту?
- 4) Які часові терміни необхідні для реалізації проекту?

2.1.2. Операційно-діяльнісний етап

Операційно-діяльнісний етап представляє собою впорядковану послідовність взаємопов'язаних дій – від вихідних даних до отримання потрібного / прогнозованого результату.

На цьому етапі щойнаперше презентується досвід вирішення певної проблеми, її типовий стан, суперечливі та невирішені питання, а також робляться припущення щодо їхніх причин виникнення. Наприклад, це може бути загальна

Операційно-діяльнісний етап:

- 1) виконання практичних дій;
- 2) розроблення ідей;
- 3) контроль діяльності;
- 4) контроль якості;
- 5) оформлення проекту.

характеристика галузі дослідження, впорядкування термінологічної системи, огляд існуючих класифікацій досліджуваного мовного явища, окреслення дискусійних положень із пропозиціями та зауваженнями.

По-друге, студент як виконавець проекту має обґрунтувати необхідну систему заходів щодо розв'язання певної проблеми, що пропонувалася на попередньому етапі й узгоджувалася з керівником. По-третє, студент повинен розв'язати конкретні практичні завдання й за необхідності експериментально їх перевірити. Після цього бажаним є формулювання методичних рекомендацій чи пропозицій щодо використання результатів проєктної роботи в практиці певних установ / організацій / підприємств.

Завдання, які стоять перед студентом / групою студентів, можуть мати теоретичне та практичне скерування. З теоретичним блоком проєкту можуть бути пов'язані такі завдання, як *розкрити сутність поняття...*; *окреслити теоретичні засади вивчення...*; *здійснити історіографічний огляд праць, присвячених...* Своєю чергою, з практичним блоком можуть бути пов'язані такі завдання, як *зафіксувати в текстах...*; *виявити в текстах ... та систематизувати їх за ... принципом*; *визначити обсяг та динаміку функціонування досліджуваних одиниць...*

Якщо проєктна робота передбачає проведення експерименту з людьми, що належить до категорії завдань практичного скерування, то необхідно визначити обсяг вибірки респондентів шляхом застосування такої формули:

$$n = \frac{z^2 pq}{\Delta^2},$$

де n – обсяг вибірки;

z – коефіцієнт, що залежить від вибраного дослідником рівня довіри (зазвичай дорівнює 1,96);

p – доля респондентів із наявною досліджуваною ознакою;

$q = 1 - p$ – доля респондентів, у яких досліджувана ознака відсутня;

Δ – похибка.

Якщо експериментом передбачено проведення різних опитувань, то зазвичай не бажано пропонувати респондентам більше 10–15 питань. Таку рекомендацію дають як психологи, так і психолінгвісти.

Для ефективного оброблення даних експерименту доцільно скористатися опцією автоматичних підрахунків у програмі Microsoft Office Excel.

Після завершення виконання завдань необхідно сформулювати висновки як перелік найголовніших результатів. Висновки мають корелювати із завданнями проєкту. Висновків не може бути менше, ніж поставлених завдань. У висновках проєкту, як у курсових і дипломних роботах, не наводять жодних цитат та ілюстративних матеріалів.

Завершальними діями операційно-діяльнісного етапу є перевірка отриманих результатів та оформлення проєкту, до якого можна додавати штрихові ілюстрації, оригінали фотознімків, таблиці та діаграми (для цифрових даних), а також форми тощо.

2.1.3. Рефлексійно-оцінний етап

Рефлексійно-оцінний етап передбачає захист проєкту, його оцінювання керівником та самооцінювання учасниками/виконавцями, а також за необхідності аналіз допущених помилок і огріхів.

Процедура захисту проєкту передбачає таку послідовність:

- 1) представлення теми проєкту та його виконавців;
- 2) обґрунтування актуальності проєкту (проблема в її загальному вигляді; цільова аудиторія, до якої має відношення

Рефлексійно-оцінний етап:

- 1) оцінка результатів;
- 2) оцінка проєкту;
- 3) самооцінка;
- 4) рефлексія;
- 5) захист проєкту;
- 6) аналіз успіхів і помилок.

окреслена проблема; причини існування проблеми; можливі наслідки невирішення цієї проблеми та їхні масштаби; ризики; огляд існуючого практичного досвіду з цієї чи подібної проблем).

Приклад формулювання актуальності

В українському мовознавстві до феномену фемінітивів уже звернулися такі вчені, як... У працях цих дослідників фемінітиви ретельно студіювалися в різних аспектах, зокрема структурному (І. Іванов), семантичному (В. Петров), синтаксичному (А. Сидоров). Однак розвідки, присвячені з'ясуванню правомірності / неправомірності вживання мовних одиниць такого типу в різних фікційних стилях мовлення, лише починають з'являтися, що й указує на актуальність обраної проблематики. Відтак актуальність дослідження зумовлюється потребою у визначенні ...

На актуальність також може вказувати критичний аналіз наукових праць з окресленої проблеми із зазначенням того, що і ким із науковців уже зроблено:

1) формулювання мети проєкту як ідеальне уявлення про результат майбутньої діяльності (часто – із коротким зазначенням того, яким шляхом отримано цей результат, хто є цільовою аудиторією та якими стали терміни для реалізації);

2) презентація плану проєкту з відповідями на його питання;

3) інформування про очікувані результати та демонстрація отриманих;

4) резюме щодо необхідності подальших досліджень у певній галузі лінгвістики.

Залежно від специфіки навчальної дисципліни проєкт може бути представлений на захисті у формі мультимедійної презентації, відеоролика, колажа, звітної документації. Форма представлення узгоджується виконавцями проєкту з керівником.

Оцінювання проєктних робіт здійснюється за шкалою «відмінно», «дуже добре», «добре», «дуже задовільно»,

«задовільно» та «незадовільно» шляхом відкритого та/або анонімного опитування з опертям на критерії, представлені в табл. 2.2.

Таблиця 2.2. Критерії оцінювання проєктів

Оцінка	Критерій
Відмінно (90–100)	Студент правильно виконує завдання в установленний термін, презентує аналітику різних наукових джерел, підбирає доречний ілюстративний матеріал, здійснює коректні та доцільні цитування, а також грамотно проводить експеримент і на високому рівні здійснює обробку його результатів.
Дуже добре (82–89)	Студент правильно виконує завдання в установленний термін, презентує аналітику різних наукових джерел, допускається незначних помилок у добірці ілюстративного матеріалу, здійснює коректні та доцільні цитування, в експериментальних роботах містяться незначні недоліки в обробці їхніх результатів.
Добре (74–81)	Студент виконує роботу з порушенням установленого часу для цього виду роботи; дає в цілому правильну відповідь, але поверхнево чи з певними неточностями, подає недоцільні цитування та недоречні ілюстрації, а також виконує експериментальні роботи не на різнотипних мовленнєвих матеріалах та з недостатньою кількістю респондентів.
Дуже задовільно (64–73)	Студент виконує роботу з порушенням установленого часу для цього виду роботи; дає в цілому правильну відповідь, але не презентує аналітику різних наукових джерел, не підбирає доречний ілюстративний матеріал, не наводить коректні та доцільні цитування, проводить експерименти, проте не презентує обробку його результатів та не демонструє вміння робити висновки.
Задовільно (60–62)	Студент виконує роботу з методичної допомоги викладача на кожному етапі проведення експериментів.
Незадовільно	Студент не виконує роботи.

2.2. Проєкти студентів-філологів: зразки

2.2.1. Проєкт «Ергоніми міста Миколаєва: психолінгвістична інтерпретація»

Назва – «Ергоніми міста Миколаєва: психолінгвістична інтерпретація».

Виконавці – студенти 4 курсу.

Керівник – канд. філол. наук Щербак О. В.

Навчальна дисципліна – «Психолінгвістика».

Тип проєкту – дослідницький.

Актуальність проєкту. Ергоніми, тобто власні назви ділових об'єднань людей, уже неодноразово ставали об'єктом наукової уваги в українській лінгвістиці. В результаті цього з'явилися т. зв. ергонімійні мапи Закарпатської області, м. Дніпропетровська (зараз – м. Дніпро), м. Донецька, м. Запоріжжя, м. Києва, м. Кривого Рогу, м. Луганська, м. Луцька, м. Макіївки, м. Одеси, м. Сум та м. Харкова, м. Херсона, м. Черкас. Інтерес же до ергонімікону м. Миколаєва допоки має спорадичний характер і скеровується переважно на з'ясування лише структурно-семантичних та семіотичних особливостей зазначених одиниць. Це засвідчують статті С. Каленюк, О. Олексюк та В. Желязкової. Частково з'ясовано й певні когнітивні особливості назв закладів харчування як окремого сегменту миколаївського ергонімікону в праці Ю. Позніхіренко із залученням психолінгвістичного асоціативного експерименту. Однак комплексно із позицій психолінгвістики ергоніми м. Миколаєва ще не розглядалися, хоч релевантність застосування різних психолінгвістичних методів до вивчення цього шару лексики вже довела Н. Кутуза на матеріалі відповідних найменувань м. Одеси. Тому актуальність пропонованого проєкту пояснюється необхідністю встановлення психолінгвістичної специфіки ергонімів м. Миколаєва з огляду на відсутність відповідних розвідок у сучасній лінгвістиці.

Мета проєкту – систематизація та психолінгвістична кваліфікація ергонімів м. Миколаєва.

Планування проєкту. Для реалізації мети необхідно розв'язати такі завдання:

- 1) здійснити теоретизацію поняття «ергонім»;
- 2) упорядкувати ергоніми м. Миколаєва за принципом мотивації;
- 3) експериментально визначити психолінгвістичні особливості досліджуваних одиниць.

Для реалізації мети необхідно залучити насамперед психолінгвістичні ресурси, а саме методику семантичного диференціалу Ч. Осгуда.

Якщо середня арифметична оцінка опитаних для ергоніма буде в межах 2,5...3, ми вважатимемо її високою позитивною оцінкою, якщо в межах 0,1...2,4 – позитивною; 0 – нейтральною, -0,1... -2,4 – негативною, менше -2,5 – високою негативною.

Очікувані результати: більшість досліджуваних ергонімів матиме позитивну оцінку.

Отримані результати.

Результат № 1. Огляд наукової літератури засвідчує не лише термінологічну неусталеність в ергонімії, бо поруч із цим терміном уживаються й такі, як *ергоурбонім*, *парагогонім*, *мікротопонім*. Також у науковій практиці фіксуємо використання різних класифікацій ергонімів, що, проте, ґрунтуються, на одному принципі – принципі мотивації.

Результат № 2. З метою систематизації ергонімів міста Миколаєва ми також зважаємо на принцип мотивації та для проведення цієї операції спираємося на класифікацію Ю. Позніхиренко, в якій представлено три типи відповідних назв.

Перший різновид – це прямо інформуючі ергоніми, що вказують у різних поєднаннях на місцезнаходження (*Лакталіс-Миколаїв*), статус (*Миколаївський муніципальний*

колегіум імені В. Д. Чайки), профіль підприємства (Миколаївський **домобудівельний комбінат**), а також ім'я власника або власників (Салон **Ірен Димової**); повідомлення про вид товару / послуги (Миколаївський комбінат **хлібопродуктів**).



Рис. 3.1. Прямо інформуючий ергонім

Другий різновид – побічно інформуючі ергоніми, що дають певний натяк на зміст поняття, закладеного в назві організації / установи. Побічно інформуючі ергоніми мають такі властивості: метафорично вказують на ознаку об'єкта номінації. Наприклад, ергонім ВАТ «*Інгул*» мотивований потамонімом (назвою річки), що географічно стосується Миколаївської області, а тому можна казати про натяк на місце розташування. До цього різновиду належать і ергоніми, що також метонімічно чи метафорично вказують на ознаку об'єкта номінації. Наприклад, ергонім ТОВ «*Золотий колос*» є метонімічним перенесенням цілого на частину, бо ця компанія спеціалізується на вирощуванні сортів і гібридів рослинних культур.



Рис. 3.2. Побічно інформуючий ергонім

Третій різновид – це умовні ергоніми, що не дають жодного уявлення про властивості предмета, вони свідчать про прагнення номінатора зробити найменування красивим, емоційно-насиченим. Це символічні назви, як-от: ТОВ «Лорд» (компанія з виробництва будівельних металевих конструкцій), що позначає спадковий титул іноземної держави і не має відношення до української дійсності та профілю установ чи особистості їхніх керівників.



Рис. 3.3. Умовний ергонім

Результат № 3. Для визначення психолінгвістичної специфіки ергонімів м. Миколаєва ми провели 4-етапне анкетне он-лайн опитування із залученням методики семантичного диференціалу Чарльза Осгуда. Анкета, яку ми уклали, складалася із двох блоків: соціологічного блоку та блоку власне анкетних питань. У першому блоці ми мали на меті встановити стать, вік, соціальний статус інформантів. Другий, тобто основний, блок містив питання, сформульовані в такий спосіб: «Оцініть, на скільки Вам подобається назва...», далі наводилися ергоніми (по 15 назв для кожного етапу), причому кожні 20 прикладів стосувалися одного із трьох попередньо виокремлених нами різновидів, а в кінці до кожного питання пропонувалася шкала оцінок.

В анкетуванні взяли участь 1055 респондентів, які загалом дали 1275 відповідей. Серед опитаних – 55% осіб жіночої статі та 45% чоловічої. 51% опитаних – студенти, 32% – особи, які працюють, 8% – учні, 5% пенсіонери та 4% – безробітні.

Обробивши дані анкет, ми отримали такі результати:

1) високі позитивні оцінки (від 2,5 до 3) переважно мали такі назви, як «Соната» (магазин жіночої білизни), «Гранд» (фітнес-клуб);

2) позитивну оцінку (від 1 до 2) респонденти зазвичай ставили таким назвам, як «Автономаль» (компанія з ремонту автомобільних запчастин), «Океаніг-Юг» (компанія з виробництва рибних продуктів);

3) нейтральну оцінку (0) опитані ставили таким назвам, як «Миколаївський центр первинної медико-санітарної допомоги», ПП «Малицький».

Висновки. Найвищі оцінки мають умовні ергоніми. Таку тенденцією пов'язуємо з кількома факторами. По-перше, наукою доведено, що в пам'яті адресатів краще зберігаються конотовані назви. По-друге, більшість опитаних належить до жіночої аудиторії, яка визнається психологами більш

емоційною порівняно з чоловічою. По-третє, половина опитаних – це люди віком від 18 до 23 років, яким властиві емоційна нестійкість, романтизація та інфантильність, що й зумовлює надання ними переваги назвам із широким асоціативним потенціалом. По-четверте, вибір інформантами умовних ергонімів зумовлений їхнім прагненням отримувати позитивні емоції, що збігається з орієнтирами психологічної культури людини. Надання респондентами більш низьких оцінок не прямо та побічно інформуючим ергонімам, на наш погляд, зумовлено наявністю в опитаних актуальних зв'язків між назвою установи та їхнім особистим досвідом або відсутністю в таких назвах наскрізно вираженої рекламної функції, що виражається формулою AIDA, де A – привернення уваги, I – збудження інтересу, D – дія, A – активізація бажання.

2.2.2. Проєкт «Вікова та гендерна специфіка сприйняття зовнішньої реклами міста Миколаєва»

Назва – «Вікова та гендерна специфіка сприйняття зовнішньої реклами міста Миколаєва».

Виконавці – студенти 4 курсу.

Керівник – канд. філол. наук Щербак О. В.

Навчальна дисципліна – «Психолінгвістика».

Тип проєкту – дослідницький.

Актуальність проєкту. Один із найвідоміших письменників сучасної Франції Ф. Бегбедер сказав так: «Не реклама копіює життя, а життя копіює рекламу». З цим висловом не можна не погодитися, тому що реклама є одним із найбільш прагматично скерованих видів комунікації, а її сприйняття відбувається за етапами моделі AIDA. За аналогією схемою сприймається й зовнішня реклама, під якою розуміється реклама, розміщена на вулицях, на фасадах будівель, а також на транспорті. Щоправда, особливості сприйняття зовнішньої реклами на першому етапі A – Attention пов'язані з тим, що вона має специфічний

характер, бо в неї є лише кілька секунд, щоб привернути увагу. Підраховано, що час сприйняття рекламного плакату пішоходами складає приблизно 30–40 секунд, а водіями – лише 1–2 секунди.

Вперше до проблеми сприйняття зовнішньої реклами звернувся американський психолог Дж. Гібсон. За його теорією сприйняття представляє собою акт отримання інформації зі структур світлового потоку, що пов'язаний зі сферою інтересів людини. Цю ідею значно розширили та поглибили його співвітчизники Дж. Лаудон та Д. Біт. Серед представників слов'янської науки, хто сьогодні активно займається аналогійними проблемами, варто назвати психолінгвістів О. Бистрову, К. Воннерук, С. Карпову, а також і українську дослідницю І. Соколову. Однак у працях згаданих учених немає окремих даних щодо вікових, гендерних, професійних, освітніх тощо характеристик тих, хто сприймає тексти зовнішньої реклами.

Тому актуальність нашого проєкту зумовлюється необхідністю встановлення спільних та відмінних особливостей сприйняття зовнішньої реклами реципієнтами, які мають різний вік та виконують різні гендерні ролі. Значною мірою актуальність роботи посилює й її матеріал, а саме тексти зовнішньої реклами міста Миколаєва, що в окресленому психолінгвістичному ракурсі допоки не аналізувалися.

Мета проєкту – визначення вікових та гендерних особливостей сприйняття зовнішньої реклами міста Миколаєва. Поставлена мета вказує на необхідність розв'язання таких основних завдань: 1) конкретизувати значення термінологічної одиниці «реklamний текст»; 2) описати специфіку процесу сприйняття рекламних текстів; 3) обрати й обґрунтувати методикку визначення вікових та гендерних особливостей сприйняття текстів зовнішньої реклами міста Миколаєва; 4) встановити відповідні особливості сприйняття текстів зовнішньої реклами міста Миколаєва.

Матеріали проєкту. Джерельною базою ми обрали рекламні щити (борди), розміщені на проспектах м. Миколаєва протягом березня 2018 року. Такий вибір мотивовано тим, що саме рекламні щити належать до найбільш поширених видів зовнішньої реклами, а проспекти є найдовшими та найширшими вулицями міста, де, відповідно, й потік людей виявляється більшим. Загальна кількість проаналізованих рекламних текстів становить 60.

Методологія. Під час роботи над проєктом використано низку методів. Загальнонаукові методи опису, аналізу, синтезу, узагальнення допомогли обробити теоретичну інформацію, кваліфікувати зібраний нами фактичний матеріал. Метод кількісного аналізу посприяв визначенню загального обсягу фактичного матеріалу та обробці анкетних даних. Нам прислужилися й спеціальні методи, а саме метод анкетування для отримання даних сприйняття текстів зовнішньої реклами чоловіками та жінками різних вікових категорій. Почасти ми спиралися й на методику семантичного диференціала Ч. Осгуда, що посприяла формуванню шкали оцінок під час проведення анкетування, а також метод Мілтон-модельної ідентифікації, завдяки якому вдалося визначити в текстах реклами найбільш впливові слова та співвіднести їх із певними процесами нейролінгвістичного програмування.

Результат № 1. Поняття «реklamний текст» можна розуміти по-різному. З одного боку, це самодостатнє мовленнєве повідомлення, тобто рекламний текст є суто вербальною системою. З іншого боку, це функційно організоване екстралінгвістичними й лінгвістичними знаками повідомлення, занурене в ситуацію рекламного звернення. Доведено, що зовнішня реклама є найбільш видовищною з усіх засобів реклами, що досягається не стільки через оригінальність її вербальних засобів, скільки через наявність кольорових оформлень. Тому саме друге визначення рекламного тексту стало актуальним для нашої роботи.

Результат № 2. Із результатів експериментальних досліджень І. Соколової ми дізналися, що сприйняття текстових елементів зовнішньої реклами відбувається в такій послідовності. Спочатку реалізується етап усвідомлення реципієнтом необхідності отримання інформації, що містить рекламний текст (тобто формується мотив). Далі відбувається сприйняття невербальних елементів рекламного тексту. Можливо, це пов'язано з тим, що невербальне спілкування є первинним щодо вербального. Після цього відбувається детальне сприйняття інформації рекламного тексту, у зв'язку з чим реципієнт починає сприймати й словесний ряд тексту. Завершальним етапом стає зміна системи цінностей реципієнта та його практична діяльність, що полягає насамперед у тому, чи придбає він рекламований товар, чи ні. Ця інформація стала вагомою для нашого дослідження, бо, беручи її до уваги, ми змогли визначити, які елементи в текстах зовнішньої реклами є головними, а які – другорядними. Зрештою, це стало в нагоді й під час укладання анкетних питань для респондентів.

Результат № 3. У розробці методики визначення вікових та гендерних особливостей сприйняття текстів зовнішньої реклами міста Миколаєва ми спиралися на думку відомих українських маркетологів Т. Решетілової, С. Довганя та К. Пілової, які на прикладі гендерно скерованої зовнішньої реклами (тобто з обов'язковим зображенням чоловіків і жінок) довели, що найкращим методом для цього є опитування. Для вирішення практичних задач нашого дослідження ми обрали такий вид опитування, як анкетування, причому заочне, електронне.

Укладанню анкети передувала така робота. Спочатку наша академічна група сформувала фототеку рекламних щитів, у якій налічувалося 60 відповідних зображень. Після цього з цієї кількості ми відібрали 10 фотознімків, які в подальшому ввели до анкетних питань. На цьому етапі ми

керувалися тим, щоб в анкеті представити лише ті зображення, домінантні кольори яких у нашій базі виявилися найчастотнішими. Такими колірними поєднаннями стали: 1) червоний, білий, синій; 2) синій, червоний, чорний; 3) жовтий, білий, червоний; 4) зелений, білий, блакитний; 5) білий, червоний, чорний; 6) зелений, білий, фіолетовий; 7) рожевий, білий, блакитний; 8) коричневий, жовтий, чорний; 9) білий, червоний, синій; 10) білий, червоний, сірий.

Далі нами складено анкету. Вона містила два блоки: перший – це питання соціологічного характеру, що передбачали отримання даних про стать та вік респондентів, а другий – це конкретні питання, що стосувалися отримання відомостей про сприйняття текстів зовнішньої реклами. В цьому ж другому блоці респондентам пропонувалося 10 питань, кожне із яких містило по два підпитання: перше підпитання мало на меті з'ясувати особливості сприйняття колірного оформлення рекламного тексту, а друге, відповідно, – словесного. Для визначення таких особливостей ми вирішили звернутися до методики семантичного диференціала Ч. Осгуда, однак на цьому етапі ми стикнулися з деякими труднощами. Програма Google Forms, за допомогою якої укладалася анкета та проводилося дистанційне опитування, не дозволила використати шкалу оцінок зі знаком «мінус». Тому нами застосовано таку шкалу оцінок: 0 – зовсім не подобається; 1 – не подобається; 2 – швидше не подобається, ніж подобається; 3 – нейтрально; 4 – подобається; 5 – дуже подобається.

Загалом в анкетуванні, що тривало протягом трьох тижнів, узяли участь 80 респондентів, серед них чоловіків – 34, жінок – 46. Вони представляли такі вікові категорії (відповідно до медичної класифікації): підліткова категорія 14–17 років (19 осіб), юнацька категорія 18–21 рік (20 осіб), перша категорія зрілих людей 22–25 років (25 осіб), друга категорія зрілих людей 35–45 років (16 осіб).

Результат № 4. Ми обробили дані анкет і встановили такі факти.

Підліткам жіночої статі найбільше подобається реклама кави «Льор», де текст «Кава бездоганна, як золото» зображено з використанням коричневого, жовтого та чорного кольорів. Візуальний ряд оцінено в середньому на 4,75, а сам текст – на оцінку «4». Прикметно, що коричневий колір зазвичай обирають люди консервативні, але його поєднання із золотавим свідчить про те, що особа намагається досягти розкоші чи помпезності в чомусь. У вербальному ряді знаменним словом є слово «бездоганна», що належить до ключових слів реклами та створює її позитивний емоційний ореол. Підліткам чоловічої статі найбільше сподобалася реклама ТРЦ «Магелан» із текстом «Не поспішай! Ціни знижено назавжди!», надрукованим на яскраво-рожевому кольорі (оцінки по 3,4 відповідно). В літературі з психології реклами знаходимо таку інформацію: рожевий колір наділений символічним значенням незрілості, пасивності, боязкості, потребою в опіці. Можливо, такий вибір хлопців-підлітків зумовлений тим, що вони, на відміну від своїх ровесниць, психологічно ще не готові до дорослого життя. Цікавими є їхні вподобання щодо словесного оформлення реклами, оскільки найвищу оцінку вони поставили тексту, де ми спостерігаємо такі процеси нейролінгвістичного програмування, як упуцнення (завдяки пасивному дієслову «знижено») та процеси узагальнення (завдяки прислівнику «назавжди»), що разом із ключовим словом «ціна» роблять цей текст дуже впливовим.

Дівчата віком від 18 до 21 року найвищу оцінку поставили тексту та зображенню реклами кави «Льор», що збіглося зі сприйняттевими характеристиками жіночої аудиторії з попередньої вікової групи. Проте відмінністю є те, що дівчата юнацької групи поставили дещо меншу оцінку тексту та зображенню, тобто не 3,4, а лише 2,9. Своєю чергою, хлопці-юнаки найвище оцінили зображення з реклами

«УкрТелеком» (їхня оцінка 2,44), де домінантним є зелений колір. Уважається, що цей колір вибирають люди здібні та врівноважені, а його символічним значенням є свіжість, наполегливість, гармонія. Проте респондентам цієї групи найбільше сподобався текст з іншої реклами, а саме з реклами шин: «Шини для всіх видів техніки». Цей текст, де, до речі, є слово «всіх», завдяки якому реалізується процес узагальнення НЛП, хлопці-юнаки оцінили на 2,08.

Жінки з першої категорії зрілих людей продемонстрували такі вподобання. За колірним оформленням найбільше їм сподобалася реклама кави «Льор», що знову-таки збігається зі сприйняттєвими характеристиками жінок молодшого віку. Коричнево-золотавий фон вони оцінили на «4», що значно перевищує оцінки підлітків та юнаків. Також жінкам розглядуваної нами групи сподобався й текст цієї реклами, який вони оцінили на 3,4. Крім цього, аналогічну оцінку вони виставили й тексту з реклами ТРЦ «Магелан», що, як ми вже казали, найбільше сподобався й хлопцям-підліткам. Відповіді чоловіків із першої категорії зрілих людей показали, що їм, як і хлопцям-юнакам, найбільше подобається зелений фон із реклами «УкрТелеком», що правда, їхня оцінка є трохи вищою – 3,9. Проте найвищу оцінку ця група респондентів поставила тексту реклами магазину «Пишна краса» (3,1): «Великі розміри. Сезонні знижки». В цьому тексті ключовим словом є іменник «знижка».

У другій категорії зрілих людей ми отримали лише відповіді від представників жіночої статі. Однак їм також, як і іншим жінкам, сподобалося колірне оформлення та текст реклами кави «Льор». Проте вони поставили ще вищі оцінки: 4,38 та 4 відповідно.

Висновки. Окресливши тенденції сприйняття колірних та словесних елементів зовнішньої реклами, ми підсумували:

– у відповідях представниць жіночої статі абсолютно всіх вікових категорій ми помітили збіг уподобань. Їм

усім, щоправда, різною мірою подобається як колірна гама, так і текст реклами кави «Льор». Виявляється, що, за даними асоціативного експерименту І. Ковальчук, коричневий колір у рекламі асоціюється з роботою, харчуванням та домогосподарками, а золотавий – із сонцем, світлом та гарним настроєм. Із цього приводу ми можемо лише сказати про те, що жінки-респонденти підсвідомо обрали так звані свої кольори. Також їм усім сподобався текст «Кава бездоганна, як золото». Незважаючи на те, що ключовим словом є прикметник «бездоганна», ми вважаємо, що не менш ключовим тут є і іменник «золото», який жінки можуть сприймати в різних значеннях: «речі, виготовлені із золота», «велике багатство, розкоші», «щось дуже цінне, гарне». Зрештою, ми гадаємо, що це слово в рекламному тексті є стереотипізованим, тому що відомо, що жінки з давніх-давен є небайдужими до ювелірних виробів із золота та всього золотавого;

– у відповідях представників чоловічої статі є розбіжності. Як виявилось, їм подобаються фони яскраво-рожеві (лише підліткам) та зелені (юнакам та зрілим чоловікам). Якщо звернутися до результатів асоціативних експериментів, ми знайдемо інформацію про те, що зазвичай рожевий колір асоціюється з ніжністю, м'якістю, невпевненістю, а зелений – із вірністю, спокоєм, прохолодою, відпусткою. Можливо, вибір чоловіків пов'язаний із тим, що в сприйнятті інформації їх дратують збуджуючі кольори та кольори, що відволікають увагу. Також результати анкетування показують, що на відміну від жінок чоловіки є менш сприйнятливими до текстів із багатозначними словами. Ми помітили, що підліткам та зрілим чоловікам подобаються тексти, де йдеться про знижки та цінову політику, що свідчить про їхній раціоналістичний та економічний підхід до всього: «Не поспішай! Ціни знижено назавжди!», «Великі розміри. Сезонні знижки», а юнакам – текст, у якому

зроблено наголос на апріорно чоловічих інтересах: «Шини для всіх видів техніки».

2.2.3. Project “A Survey Project Integrating Language Skills with Critical Thinking”

Назва – “A Survey Project Integrating Language Skills with Critical Thinking”.

Виконавці – студенти 5 курсу.

Керівник – канд. філол. наук, професор НУК Філіппова Н. М.

Навчальна дисципліна – «Практичний курс англійської мови» (Рівень B2 (Upper Intermediate) or C1 (Advanced)).

Тип проєкту – дослідницький.

Вступ / Introduction.

Communicative language teaching emphasizes the importance of communicative skills relevant for real communication in a variety of real world situations and focuses on the teaching of listening, reading, speaking, writing within content-, task- and project-based activities (CEFR).

But among the skills which are considered necessary, there is one ability which is lacking both in many students and employees today, that is the critical thinking ability that is defined by Pearson Talent Lens as “the ability to look at the situation logically and clearly understand it from multiple perspectives while separating facts from opinions, prejudices, intuition and assumption”.

Critical thinking is the issue that is exceptionally important: to evaluate the most relevant information, to ask the right questions, to separate reliable facts from false and fake information or assumptions, to come up with logical decisions. Though it goes without saying that it has always been crucial, the amount of information and the speed at which we receive news has caused the world to learn how to objectively evaluate the information. It is highlighted that critical thinking ability is now more important than ever. It has become distinct societal relevance.

Therefore the task for an ambitious specialist is to develop and improve this ability by integrating the knowledge of mainstream subjects, English language and a number of essential skills: critical thinking, group work, collaboration. The most suitable method of integrating the skills and enabling to involve all the participants into reasonable activities is project framework. "Project work is student-centred and driven by the need to create an end-product. However, it is the route to the end-product that makes the project work so worthwhile. The route to the end-product brings the opportunities for students to develop their confidence and independence and to work together in the real-world environment by collaborating on a task which they have defined for themselves and which has not been externally imposed.... The collaborative process, relying as it does on the involvement and commitment of the individual students, is the strength of the project. ... It is still the case that students studying in the English-speaking environment have an advantage in being surrounded by the target language, but students' motivation and commitment is generally what drives a project forward and determines its overall success" (Booth).

A survey project for Upper Intermediate or Advanced students majoring in Applied Linguistics is a challenging way to integrate communicative skills within the project-based activity.

Mema / The main aim of the project.

A central focus of the project is to build critical thinking skills, including improving metacognitive strategies, i.e., the ability to evaluate one's own learning, advancing through the stages of collecting data, analyzing, reporting results, brainstorming, problem solving, group work.

Значення / The relevance of the project.

Survey writing is a teaching tool often mentioned in EFL teaching methodology, a commonly used activity and a technique to facilitate project-based work. It is known

to combine teacher guidance, teacher feedback, student engagement, elaborated tasks and some degree of challenge. Moreover, the project presents an opportunity to combine focused language use with the development of a) communicative, e.g., conflict-handling; and b) critical thinking skills which relate to a set of cognitive skills, e.g., interpretation (analysis, evaluation, inherence, explanation) and self-regulation (monitoring).

Interpretation skills can be defined as comprehending and expressing the meaning of a variety of input, such as experience, data, beliefs, rules (Facione) involving the skill of categorizing information and clarifying meaning. Categorizing information is especially relevant because grouping similar ideas together is essential for formatting a survey that generates useful data. Clarifying meaning plays a vital role for researchers to be able to analyze their questions for biased language.

Self-regulation skills are also significant in critical thinking process because they enable to monitor and evaluate one's own work and conclusions which is an indispensable part of the learning process.

Moreover, conflict-handling skills are also necessary both for survey-makers and respondents.

Generally speaking, the communicative approach in language teaching presupposes and emphasizes hands-on collaboration, interaction, turn-taking which can be messy and complicated. And the project enables to become aware of the necessity to resolve conflicts in real-life communication and to select the approaches and techniques of coping with the communication problems while developing the format of the survey and later working with respondents to collect the data and interpreting the results. Learning to express differences of opinions is crucial for succeeding in groups, negotiating, reviewing how to ask for more specific information, restating questions, suggesting, agreeing, disagreeing.

As critical thinking skills are extremely important in real-world experience, the project enables to consider innovative ways of thinking about problems and attempting to solve them. For example, brainstorming, as a loosely structured discussion, is designed to generate ideas from students, to come up with many ideas about an issue without being concerned about the limitation (irrespective of the fact if the ideas are brilliant, bizarre, predictable) and then to look at the usefulness of the ideas especially at the stage of getting the process started. Another way the teacher can facilitate brainstorming is to distribute critical thinkers among groups because they have the natural critical thinking potential and can promote discussion by asking “Why?”, “How?”, “What happens if?” questions.

Emanu / The procedures for developing, administering, managing the project.

The communicative approach in English learning, which emphasizes hands-on collaboration, can be a messy and complicated affair, because being able to resolve conflicts with both group mates and respondents is primarily essential. Therefore another crucial problem is the ability of expressing differences of opinions to succeed in groups. This explains the fact why managing projects based on real-world experience also requires a teacher to guide students and act as a resource to help them to consider innovative ways of thinking about problems and sometimes attempting to solve them.

Observing an actual questionnaire project illuminates many benefits of the task-based activity but it presupposes some necessary steps for its monitoring.

Step 1. Selecting a project topic and forming a group.

It is usually supposed that at least three topics are offered for the preliminary discussion. The members of the group can have discussions and shared opinions, which sometimes turns into debates.

At this stage, brainstorming is the most common method for achieving the goal. The aim is to come up with as many

ideas as possible about an issue, without being concerned about limitations, and then to look at the feasibility of the ideas. Moreover, students are able to cope with zero judgment, i.e. understanding that every brainstormer is equal, and the whole group works as a team. Every idea irrespective of the fact that it is too predictable, dreadful, unrealistic; impractical is important for the group. Encouragement and feedback from the teacher sends a positive message about the free contribution of ideas during brainstorming, as initially there are no correct ideas.

One subgroup proposes the topic to be studied

Another group criticizes and discusses the relevance of the topic concerned.

Then the groups come to some common decision.

Step 2. Selection of question types.

The general requirements for the questions are as follows:

- 1) they should be transparent, easy to answer and clear in structure;
- 2) they should only contain one item or idea;
- 3) are relevant and understandable for respondents.

The collection of valid and complete data from respondents depends on the type and aim of the survey. Therefore the type of questions is important because they make up a survey instrument. At least, four major types of questions can be used:

A. Structured questions.

How long have you been doing.....?

- Less than 1 year
- 1 year to 3 years
- 4 years to 7 years
- 8 years or more

Have you been experienced doing...?

- Yes
- No

B. Scaled questions.

How often do you do....?

- Always
- Very often
- Often
- Sometimes
- Never

C. Open-ended questions.

Do you do ...?

D. Mixed questions.

How do you do ...?

(Choose one or more answers from the options provided,)

- I do it in this way.
- I do it in another way.
- Other.....

Step 3. Selection of project type.

In spite of a wide range of varieties which survey projects can be fallen into, it could be expedient to group them into six categories:

A. Mainstream class subject matter projects which can complement themes covered in mainstream classes (e.g., sociolinguistics, psycholinguistics, term studies, corpus linguistics, computer lexicography, literary studies, Modern Ukrainian, the methods of foreign language teaching in line with ESL):

- The City Linguistic Landscape (the role of advertising),
- The pros and cons of EL content-based instruction (methods of EL teaching),
- Municipal election modeling (communicative technologies).

B. Vocational topics connected to students' vocational interests:

- Promoting regional tourism (advertising, booklets, videos, online guidebooks in English),
- Selection of profession-oriented jobs,
- Advances in computer technologies and linguadidactics.

C. Sociopolitical issues tied to students' interests:

- Gender roles in contemporary world,
- Bullying,
- Rights of the handicapped,
- Human rights defense,
- Freedom of speech and press,
- Drug-taking / Alcohol abuse / Smoking ;
- Animal rights;
- Pandemic-related problems/ Vaccination appeals.

D. General human interest topics dependent on ages, maturity levels, interests and concerns (e.g., sports, entertainment, travels).

E. Local issues related to local economic problems and solutions (local pollution, local unemployment).

F. Global issues defined by those global issues that are of interest to students (global climate change, global warming, computer hacking, informational hybrid wars, international terrorism, fake news, pandemic).

Step 4. Choosing the questionnaire format.

This step is important because project-makers have to decide the method of collecting the data through: a) through direct interviews; b) through independent completion of questionnaires by respondents; c) through a combination of both methods.

At this stage brainstorming is also desirable to generate an initial list of possible questions, because it enables to learn how to examine the strengths and weaknesses of questionnaire compiling, how to engage in constructive criticism, how to guide the questionnaire writing process. Then the draft is peer-reviewed and edited.

To test the validity of the questionnaire, it is crucial to envisage its pilot testing. While pilot respondents are completing the survey, it is important to observe their reaction, note their feedback and then discuss potential corrections.

At this stage the final version of the questionnaire is revised + Step 2.

Step 5. Administering the survey.

This is the stage of distributing the questionnaire online, encouraging respondents to answer the questionnaire clearly and collecting the data in a proper way.

Step 6. Evaluating the results.

The data are tallied and necessary assumptions are made about what the results might indicate. The data obtained can be evaluated and displayed in some ways, e.g., statistics instruments can be used and the results are presented in bar charts, pie charts, graphs or tables.

As the topics are related to the issues which are of interest to the people all over the world, respondents from different countries could give a variety of answers. Thus, when evaluating the results, surveyors could need to display critical thinking skills at all stages of the project for interpreting the data: analysis and problem solving, information collecting, strategic and creative thinking, judgment and decision-making, i.e. representing the core building blocks of critical thinking: recognizing assumptions, evaluating assumptions and drawing conclusions.

Висновки / Conclusion.

While there is no doubt that a survey project is a labour-intensive activity, it is worthwhile because it is a unique way of gaining real-world experience in communication, enabling students to evaluate the level of communicative skills and being able to integrate critical thinking with other macro skills.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Борін К. А. Проектна робота як засіб інтенсифікації самостійної роботи студентів під час вивчення іноземних мов. Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах. 2020. № 69, Т. 2. С. 38–41.

2. Вороненко Т. І. Класифікація навчальних проектів. URL: <http://ipvid.org.ua/upload/iblock/20c/20c207b21906f87eb-050de396d9b5a55.pdf>

3. Гладка О. В. Формування комунікативної компетенції студентів на основі проектної методики навчання іноземної мови. URL: http://zagpedagogika.at.ua/load/formuvannja_komunikativnoji_kompetencij

4. Єжко І. С. Метод проектів як один із засобів оптимізації автономного навчання. Вісник Дніпропетровського університету імені Фльфреда Нобеля. Серія «Педагогіка і психологія». Педагогічні науки. 2014. № 2 (8). С. 92–98.

5. Куліченко А. К. Проектне навчання як вид самостійної роботи на заняттях з іноземних мов в медичному університеті. Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах: збірник наукових праць, 37 (90), 2014. С. 492–498.

6. Метод проектів: традиції, перспективи, життєві результати : практико-зорієнтований збірник / [наук. ред. І. Г. Єрмаков]. К. : Департамент, 2003. 500 с.

7. Ніколаєва С. Ю. Curriculum for English Language Development. Kyiv, 2001. 245 p.

8. Олійник І. П. Використання методу проектів на уроках англійської мови як один із шляхів формування комунікативної компетентності учня. Котовськ : Котовськ, 2012. 21 с.

9. Пелагейченко Н. Л. Метод проектов. классификация и структура школьных исследований. Методические ориентиры. 2013. № 4. С. 2–8.

10. Ступницкая М. А. Что такое учебный проект? М. : Первое сентября, 2010. 44 с.

11. Шацька З. Я. Впровадження проектних технологій в діяльність ВНЗ: переваги та недоліки. ВІСНИК КНУТД. Спецвипуск. Серія «Економічні науки». 2019. С. 374–383.

12. Щербина Ю. М. Метод проектів як сучасна освітня технологія у викладанні іноземної мови. URL: <http://repo.snau.edu.ua/bitstream/123456789/7164/1>.

13. Alan B., Stoller E. L. Maximizing the benefits of project work in foreign language classrooms. English Teaching Forum, 43 (4), 2005. P. 10–21.

14. Allen L. Q. Implementing a culture portfolio project within a constructivist paradigm. Foreign Language Annals, 37 (2), 2004. P. 232–239.

15. Common European Framework of Reference for Languages: Learning, teaching, assessment. Cambridge University Press, 2001. 260 p.

16. Facione P. A. Critical thinking. What it is and why it counts. Millbrae : California Academic Press. URL: <http://www.insightassessment.com/articles.html>.

17. Fried-Booth D. L. Project Work. Oxford : Oxford University Press, 2002. 125 p.

18. Fried-Booth D. L. Project work. Resource books for teachers / ed. by A. Maley. Oxford : Oxford University Press, 2002. 127 p.

19. Kilpatrick W. H. The Project Method. The Use of the Purposeful Act in the Educative Process. Teachers College Record, 19, 1918. P. 319–334.

20. Levine G. S. Global simulation: a student-centered, task-based format for intermediate foreign language courses. Foreign Language Annals, 37 (1), 2004. P. 26–36.

21. Papandreou A. P. An application of the project approach to EFL. English Teaching Forum, 32(3), 1994. P. 41–42.

22. Rainer E. Wicke. Aktiv und kreativ lernen Projektorientierende Spracharbeit im Unterricht. Huebnerverlag : Ismaning, 2008. 207 p.

23. Sheppard K., Stoller F. Guidelines for the integration of student projects in ES0 classrooms. English Teaching Forum, 33 (2), 1995. P. 10–15.

24. Stoller F. Project work. A means to promote language content. English Teaching Forum, 35 (4), 1997. P. 2–10.

25. Yanenko Ya. Мультимедійний творчий проект як форма самостійної роботи студентів та чинник їх професійної соціалізації. Information Technologies and Learning Tools, 2019, 69(1). P. 174.

ДОДАТОК

Пропоновані теми проєктів для студентів-філологів

1. Навчальна дисципліна «Практичний курс англійської мови».

– Назви британських та американських брендів: спільне та відмінне.

– Англійськомовні написи на одязі: лексикологічні глибини.

– Релігійна лексика англійської мови.

– Специфіка англійського сленгу в Австралії і Канаді.

2. Навчальна дисципліна «Методика викладання англійської мови».

– Ігрові технології для вивчення лексики англійської мови.

– Інтернет-додатки для вивчення граматики англійської мови.

– Онлайн-вивчення англійської мови: за та проти.

3. Навчальна дисципліна «Стилістика англійської мови».

– Стилістичний портрет мовлення британських та американських телеведучих.

– Стилістика текстів англійськомовних пісень.

– Метафорика англійськомовних наукових статей.

4. Навчальна дисципліна «Історія англійської мови».

– Граматична категорія роду в англійській мові: вчора, сьогодні, завтра.

– Відмінки в англійській мові: виникнення та розвиток.

– Форми звертання в англійській мові: еволюційний поступ.

– Історія слов'янських запозичень в англійській мові.

– Історія способів представлення пасивної дії в англійській мові.

– Історія формування мір порівняння англійських імен прикметників.

5. Навчальна дисципліна «Лінгвістика тексту».
 - Фонографічна специфіка текстів у поетичній збірці П. Глазового «Сміхологія».
 - Місце прикметників у тексті роману В. Жадька «Грек із душею українця».
 - Типи складних речень у текстах Законів України про освіту.
6. Навчальна дисципліна «Основи комунікативної лінгвістики».
 - Анекдот як маркер комунікативної культури британців та американців.
 - Політична коректність як мовне явище в США.
7. Навчальна дисципліна «Основи лінгвокультурології».
 - Лінгвокультурна мапа Великої Британії.
 - Лінгвокультурна мапа США.
 - Лінгвокультурна мапа України.
8. Навчальна дисципліна «Технології нейролінгвістичного програмування».
 - Нейролінгвістичні техніки впливу в промовах американських та українських президентів.
 - Сугестійні та маніпулятивні технології впливу в рекламах ЗВО України.
 - Метапрограми в текстах кінотрейлерів та анонсів.
9. Навчальна дисципліна «Друга іноземна мова».
 - Етимологія назв місяців і днів тижня в німецькій мові.
 - Німецькі прислів'я та приказки: структура та семантика.
 - Специфіка перекладу українських казок німецькою мовою.
10. Навчальна дисципліна «Третя іноземна мова».
 - Аббревіація у французькому молодіжному сленгу.
 - Лексика французької моди.
 - Проблеми перекладу віршів Т. Шевченка французькою мовою.

ДЛЯ ЗАДАТОК

ДЛЯ ЗАДАТОК

Навчальне видання

ФІЛІПОВА Ніна Михайлівна
ЩЕРБАК Олена Володимирівна

ПРОЄКТНА РОБОТА
СТУДЕНТІВ-ФІЛОЛОГІВ

Методичні рекомендації

Комп'ютерне верстання *В. В. Москаленко*
Коректор *О. Є. Вакула*

Формат 60х84/16. Ум. друк. арк. 3,0. Тираж 100 прим. Вид. № 10. Зам. № 1306-14.
Видавець і виготовник Національний університет кораблебудування
імені адмірала Макарова
просп. Героїв України, 9, м. Миколаїв, 54025
E-mail : publishing@nuos.edu.ua
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 6402 від 19.09.2018 р.