

СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие.....9

АКИМОВА Елена, КАРАБАЕВА Светлана
Формирование этнокультурных компетенций в обучении
родному языку.....11

ГЛАВА I
Умение студента-русиста выполнять синтаксические
и асимметрические акты речи.....18

ГАЙДАРОВА
Психологическое обеспечение обучения в группе
на подготовительном факультете для иностранных граждан.....31

ГАЛКА Анна
Методика заданий в автономном обучении студентов-
русистов.....49

ДЗВЕЖИЦКАЯ
Формирование умения понимать речь на слух и коммуника-
тивный подход в обучении языку.....55

ЗЕНТАЛЯ Гжегож
Обучение и использование в оценке студентов русской филологии и преподавателей.....62

ЕЛИМКЕВИЧ Александр
Дистанционное обучение: его формы и возможности.....71

КОСАКАС Юозас
Лексико-грамматическая характеристика лексико-терминологического материала в учебнике по русскому языку.....87



WYDAWNICTWO
UNIwersytetu Rzeszowskiego

RZESZÓW 2003

Содержание

КОССАКОВСКА-МАРАС Мария Использование техники mindmapping в модификации педагогической практики и занятий по методике обучения русскому языку (избранные примеры).....	99
---	----

Opiniowała

prof. dr hab. KRYSZYNA IWAN

ПАТЫЩЕВ Хенрик Дистанционное обучение в системе занятий по практическому русскому языку на примере лексикологии.....	107
---	-----

ПЫСАКОВА Ирина О новых формах организации обучения русскому языку в вузах России.....	115
--	-----

МЯРКЕНЕ Найоле Речевая деятельность и выбор языка.....	124
---	-----

ПАЛИНЬСКИ Антон Умение замечать ошибки учащихся – необходимый компонент учительской компетентности.....	128
--	-----

ПАРМЕНОВА Татьяна О категориальных ситуациях и перспективах создания ситуативной грамматики русского языка.....	137
--	-----

ПАХОЛЬЧИК Талеуш Об основных этапах формирования межкультурно-коммуникативной компетенции в процессе обучения русскому языку.....	160
--	-----

© Copyright by

Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego
Rzeszów 2003

ISBN 83-7338-102-3

ПЕНТАК Илона Обучение русскому языку в польской гимназии – опыт первых лет реформированной системы.....	167
--	-----

Printed in Poland

ПРОШАК Ирена Префиксальные глаголы и их роль в процессе обучения русскому языку.....	173
---	-----

WYDAWNICTWO UNIWERSYTETU RZESZOWSKIEGO
35-310 Rzeszów, ul. Ćwiklińskiej 2, skr. poczt. 155, tel. 857 42 55

Wydanie I
Ark. druk 13,5

Format B5

Ark. wyd. 11
Zam. 154/2003

WYKONANO W Drukarni UR w Rzeszowie

Гжегож ЗЕНТАЛЯ
Жешув, Польша

ОБУЧЕНИЕ И ИСПОЛЬЗОВАНИЕ БИЗНЕС-РУССКОГО В ПОЛЬШЕ В ОЦЕНКЕ СТУДЕНТОВ РУССКОЙ ФИЛОЛОГИИ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

Владение иностранными языками очень важно для развития экономики страны, вследствие международных торговых контактов. Чрезвычайную роль играют здесь бизнес-языки. Хотя английский язык занимает ведущее место в международных контактах, в настоящей статье постараемся доказать значительную роль бизнес-русского.

С этой целью нами было проведено анкетное исследование в избранных польских вузах, на отделениях русской филологии, а также в предприятиях. Исследования проводились с целью выявления потребности во владении иностранными языками, а также для построения модели курса бизнес-русского на русской филологии.

В объединенной Европе стандартом будет знание не только английского, но и нескольких европейских языков в достаточной степени как в устной, так и письменной речи (В. Kiełtyka-Zajac; A. Zajac, 1995, с. 117). Это относится как к преподавателям, так к предпринимателям. Поэтому, для того, чтобы будущие предприниматели владели иностранными языком в достаточной степени, особенно в сфере своей профессиональной деятельности, обучение каждому иностранному языку в вузах и школах должно быть тесно связано с анализом потребностей знания данного языка. Дело здесь в предвиденных условиях, месте, обстоятельствах использования знаний и умений, приобретенных в ходе реализации программы обучения („ситуация соотнесения”).

Поэтому возникает вопрос: „какой язык, в какой степени, в какой области, какими общественными группами должен изучаться”? (W. Pfeiffer, 2001, с. 144). Х. Латышев (1997, с.5) пишет: „русский язык сегодня нужен конкретным людям, избравшим определенную профессию, для установления экономических и профессиональных контактов с Россией и с государствами, где достаточно велик процент русскоязычного населения, а также со странами, где русский язык может исполнять роль языка-посредника. В настоящее время в Польше есть много малых и крупных предприятий, которые стремятся продать свою продукцию или купить сырье в странах СНГ”. Отсюда, потребность в обучении русскому языку, очевидна. Но, чтобы построить курс обучения, который может подготовить квалифицированного специалиста по бизнес-русскому, необходимым является кроме анализа существующей литературы и собственного опыта, выявление желаний самих заинтересованных в обучении, т.е. студентов. Поэтому мы и решили провести исследования на отделениях русской филологии.

В первом исследовании мы опросили студентов: Высшей педагогической школы в Жешуве, Щецинского университета (в 1997/98 учебном году), Жешувского университета, Свентокшиской академии в г. Кельце, Гданьского университета, Университета в Белостоке, Университета в Зеленой Гуре, Университета им. Адама Мицкевича в Познани, Педагогической академии в Кракове, Университета им. Марии Кюри-Склодовской в Люблине (в 2001/02 учебном году). Количество респондентов составило 241 человек.

Таблица 1. Польские вузы, в которых проводилось исследование

Город	Высшее учебное заведение	Год	Курс	К-во	%
Жешув	Высшая педагогическая школа	1997/98	V	22	9
	Жешувский университет	2001/02	V	17	7
Щецин	Щецинский университет	1997/98	IV, V	36	15
Гданьск	Гданьский университет	2001/02	IV	27	11
Кельце	Свентокшиска академия	2001/02	V	24	10
Познань	Университет им. А. Мицкевича	2001/02	IV	42	17
Люблин	Университет им. М. Кюри-Склодовской	2001/02	IV, V	14	6
Белосток	Университет в Белостоке	2001/02	IV	20	8

Город	Высшее учебное заведение	Год	Курс	К-во	%
Зелена Гура	Зеленогурский университет	2001/02	IV, V	26	11
Краков	Педагогическая академия	2001/02	IV	13	5
ИТОГО:				241	100

Карта 1. Польские города, в которых проведено исследование



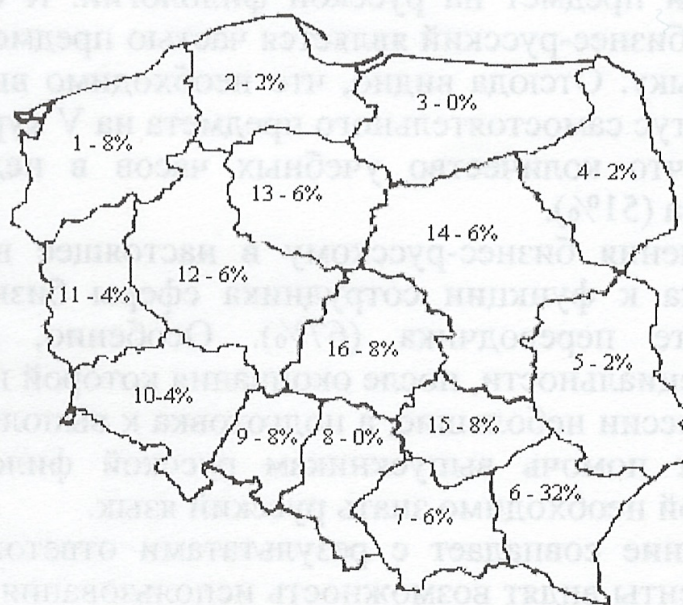
Второе исследование, это анкеты для сотрудников фирм, которые были разосланы в 132 местности. Мы считали целесообразным узнать мнения будущих возможных работодателей наших выпускников, касающиеся потребности в использовании иностранных языков, в том числе бизнес-русского. Анализу мы подвергли, в большинстве своем, производственно-торгово-услугиые предприятия – количество обследованных – 50 человек.

Таблица 2. Польские воеводства, в которых проводилось исследование

Воеводства	К-во полученных обратно анкет	%
Дольнослёнское	2	4
Куявско-поморское	3	6
Люблинское	1	2

Любуское	2	4
Лодзинское	4	8
Малопольское	3	6
Мазовецкое	3	6
Опольское	4	8
Подкарпатское	16	32
Подляское	1	2
Поморское	1	2
Слѣнское	-	0
Свентокшиское	4	8
Варминьско-мазурское	-	0
Велькопольское	3	6
Заходнёпоморское	4	8
ИТОГО:	50	~100

Карта 2. Воеводства, в которых проводилось исследование



1-Заходнёпоморское, 2-Поморское, 3-Варминьско-мазурское, 4-Подляское, 5-Люблинское, 6-Подкарпатское, 7-Малопольское, 8-Сленское, 9-Опольское, 10-Дольносленское, 11-Любуское, 12-Велькопольское, 13-Куявско-поморское, 14-Мазовецкое, 15-Свентокшиское, 16-Лодзинское.

Проведенное нами исследование в польских вузах имело своей целью выявление:

- статуса предмета бизнес-русский;
- количества учебных часов;

- целей обучения;
- тематических групп, реализуемых в обучении бизнес-языку;
- типа применяемых материалов на занятиях;
- способа отбора учебных материалов;
- форм контроля овладения материалом.

В исследовании, проведенном в **фирмах**, мы попытались определить:

- потребность в использовании иностранных языков руководящим персоналом фирм и сотрудниками;
- рейтинг языков используемых в контактах с иностранными партнерами во время визитов в Польшу, а также поездок за границу;
- области использования иностранных языков;
- источники знания языков, оценку занятий по иностранным языкам;

Значительная часть студентов (79%) видит бизнес-русский как самостоятельный предмет на русской филологии. К сожалению, в польских вузах бизнес-русский является частью предмета практикум по русскому языку. Отсюда видно, что необходимо выделить его и придать ему статус самостоятельного предмета на V курсе. Студенты предполагают, что количество учебных часов в неделю должно составлять 3 часа (51%).

Целью обучения бизнес-русскому в настоящее время должна быть подготовка к функции сотрудника сферы бизнеса (72%), а также к работе переводчика (67%). Особенно, это касается учительской специальности, после окончания которой перспективы в работе по профессии небольшие, а подготовка к выполнению другой функции может помочь выпускникам русской филологии найти работу, в которой необходимо знать русский язык.

Это положение совпадает с результатами ответов на один из вопросов. Студенты видят возможность использования своих знаний по бизнес-русскому именно в фирмах (46%), в работе переводчика (32%), в торговле (7%). В школе видит себя лишь 1% обследованных.

Студенты многократно подчеркивают большую роль переводов, потому что умение переводить, это залог будущей потенциальной профессии, это элемент занятий (95%), тип упражнений (14%), форма контроля усвоенных знаний (63%).

Другие формы контроля, это: высказывания (57%), сочинения (12%). Самое важное, это составление писем (68%). Кроме умения переводить тексты, студенты желают ознакомиться с теорией

экономики (81%), формами торговли (50%), коммерческой корреспонденцией (46%), рекламой (15%), финансами (12%), маркетингом и правом (по 10%), банковским делом (8%). Респонденты указывают на значительную роль лексики связанной с туризмом (27%).

Опрошенные студенты хотят посещать польско-российские фирмы (71%), приглашать на занятия предпринимателей (50%), а даже проходить практику в фирмах (12%). Это было бы интересным и полезным элементом обучения, но для этого необходимо введение другой специальности – языка бизнеса, вместо, или рядом с существующей – учительской.

В обучении необходимо применять оригинальные материалы (68%), программы российского телевидения (24%), кассеты (22%), учебники и газеты (по 20%).

Исследуемые подчеркивают, что в обучении важна роль дикции (59%), интонации (50%), силы голоса (34%), собственных коммуникации в сфере бизнеса.

Интересным было выявление мнения польских предпринимателей на тему использования иностранных языков и обучения им, с точки зрения многолетнего опыта предпринимательской деятельности.

Респонденты в фирмах занимались торговлей (52%). Они, прежде всего, президенты фирм и их владельцы (по 22%).

Предприниматели считают, что в их фирмах нужно знание иностранных языков (88% обследованных). В фирмах используется английский (80%), немецкий (58%) и русский (48%) языки. Сами предприниматели пользуются иностранными языками. Большинство владеет английским языком (58%). На втором месте немецкий язык (48%), на третьем – русский (36%).

Иностранные языки в фирмах используются в беседах (76%), в составлении корреспонденции (68%) и для чтения текстов (30%). Обследованные ответили, что пользуются иностранными языками, прежде всего, в устной коммуникации (76%), а затем, в письменной (20%). Обучение составлению корреспонденции также очень важно, что подчеркивало большинство студентов, такую необходимость замечают и предприниматели.

Кроме того, предприниматели, занимающие высокие должности, пользуются помощью переводчиков (24%), сотрудников (10%), членов семьи (6%), а также находят нужные им слова в словарях (4%).

Помощь переводчиков необходима в составлении писем (40%), в собеседованиях (16%), иногда в переводе разных текстов (10%).

Обследованные предприниматели выучили иностранные языки на курсах (58%), на лекторатах в вузах (54%). Большинство из них свои занятия по иностранным языкам оценивает отрицательно (60%).

Предприниматели определяют следующие отрицательные черты занятий:

Таблица 3. Отрицательные черты занятий по иностранным языкам в оценке предпринимателей

ОТРИЦАТЕЛЬНЫЕ ЧЕРТЫ	КОЛ-ВО	%
Изменения преподавателей	1	2
Небольшая эффективность занятий	1	2
Шаблонный подход к занятиям	1	2
Много грамматики	4	8
Небольшое количество диалогических занятий	6	12
Неинтересные темы	1	2
Нет учительской мотивации к учебе	1	2
Мало учебных часов	5	10
Недостаточное знание бизнес-лексики преподавателями	3	6
Низкий уровень занятий	1	2
Заучивание наизусть языкового материала	2	4
Отсутствие занятий в языковых кабинетах	1	2
Небольшая заинтересованность преподавателей в проведении занятий	1	2
Минимизация языкового материала	1	2
Нет элементов спецязыка	1	2
ИТОГО	30	60

Так как предприниматели владеют иностранными языками, они от своих будущих сотрудников ожидают владения английским (50%), немецким (32%) и русским (18%) языками.

Они готовы принять на работу людей, владеющих иностранными языками, несмотря на языковое образование сотрудников. Самое главное знание языков (60%). После филологии, к сожалению, нужны сотрудники только в 8% фирм.

Предприниматели замечают необходимость специальной подготовки сотрудников фирм по иностранным бизнес-языкам (48%).

Совершенствовать свои знания сотрудники могут, но за свой счет (48%) на разного рода курсах (58%). Многие польские предприятия

поддерживают отношения с фирмами из стран СНГ. В основном, в контактах с этими фирмами используется русский (46%), польский (18%), английский (12%) и украинский (4%) языки.

В контактах со странами Запада, зато, на английском (52%), немецком (28%) языках, но также и на русском языке (22%).

Знание иностранных языков необходимо и во время заграничных поездок. Тогда на первом месте немецкий язык (40%), на втором английский (34%), на третьем русский (14%).

Несмотря на то, что знание иностранных языков необходимо в контактах с заграницей выпускники русской филологии работают только в 2% фирм.

Предприниматели планируют в будущем налаживание контактов с российскими партнерами (46%).

На основании анализа литературы и собственного исследования мы попытались выявить, нужно ли в фирмах знание иностранных языков? К счастью, нужно. Что касается рейтинга языков, то, как можно было предполагать, самым популярным является английский язык, а русский на третьем месте.

Для того, чтобы поддержать это третье место, а даже выйти на второе, необходимо умелое составление программ обучения, учитывающих все потребности рынка и самих заинтересованных. Результаты обследования подтверждают, что в настоящее время необходимо придание бизнес-русскому статуса самостоятельного предмета, а в будущем, главного на специальности бизнес-язык. Потребность в использовании русского языка очевидна в сфере бизнеса, несмотря на первое место английского языка.

БИБЛИОГРАФИЯ

Kiełtyka-Zajac B., Zajac A., 1995, *Determinanty kształcenia technicznego z punktu widzenia wymagań wejścia do Unii Europejskiej*, [в:] *Przemiany w edukacji*, A. Zajac, (red.), Wyd. WOM, Przemysł.

Pfeiffer W., 2001, *Nauka języków obcych od praktyki do praktyki*, Wyd. Wagros, Poznań.

Zaczyński W., 1968, *Praca badawcza nauczyciela*, Warszawa.

Латышев Х., 1997, *Совершенствование обучения русскому языку*, Изд. ЕГУ, Минск.

STRESZCZENIE

Artykuł powstał w oparciu o badania ankietowe przeprowadzone wśród studentów filologii rosyjskiej i w firmach.

Badaniom zostali poddani studenci: Wyższej Szkoły Pedagogicznej w Rzeszowie, Uniwersytetu Rzeszowskiego, Gdańskiego, Szczecińskiego, Zielonogórskiego, Uniwersytetu w Białymstoku, Akademii Świętokrzyskiej w Kielcach, Akademii Pedagogicznej w Krakowie, Uniwersytetu im. A. Mickiewicza w Poznaniu i im. M. Curie-Skłodowskiej w Lublinie. Celem badania było określenie studenckich propozycji zbudowania kursu nauki rosyjskiego języka biznesu.

Drugie badanie zostało przeprowadzone w 50 firmach z terenu 14 województw, a celem jego było określenie zapotrzebowania przedsiębiorców na znajomość języków obcych, w tym i rosyjskiego języka biznesu, określenie hierarchii ważności języków obcych w firmach, a także sytuacji wykorzystania języków obcych w sferze biznesu.