

	стремиться их заинтересовать	' <i>feedback sessions</i> ' и др.)
учебник содержит ответы на большинство вопросов	не реализована учебно-познавательная деятельность учащихся	развивать творческую и мыслительную активность учащихся, привлекать к самостоятельному поиску необходимой информации (внедрить кейс-метод ' <i>case method</i> ', метод мозгового штурма ' <i>brainstorm</i> ', метод дерева решений ' <i>decision tree</i> ', групповую дискуссию ' <i>group discussion</i> ' и др.)

Приведенная таблица демонстрирует, что учебник иностранного языка зачастую не соответствует принципам современности, информативности и функциональности. Будучи ограниченным по содержанию и способу представления материала, он, несомненно, требует дополнения другими развивающими материалами в конкретной ситуации обучения.

В свете перечисленных проблем, в образовательном пространстве перспективным и продуктивным на сегодняшний день является внедрение электронного учебника нового поколения, основой которого являются мультимедийные технологии, что позволит добиться успешного формирования иноязычной компетенции учащихся и эффективной организации учебного процесса.

УЧЕБНАЯ КНИГА В ПРАКТИКЕ ОБУЧЕНИЯ ДЕЛОВОМУ НЕМЕЦКОМУ ЯЗЫКУ: ТРАДИЦИИ И СОВРЕМЕННОСТЬ

*Кириллова Фирюза Михайловна,
ВГУ имени П.М. Машерова*

В контексте преемственности рассматривается вопрос становления и развития методик преподавания деловому немецкому языку в учебной и учебно-методической литературе. Обучение деловой немецкой речи и практике ведения деловой корреспонденции является неотъемлемой частью подготовки студентов специальности «Романо-германская филология». Учебная литература призвана сформировать у будущих педагогов, переводчиков профессионально-коммуникативную компетентность в сфере деловой коммуникации на немецком языке. Комплексный подход в обучении предполагает единство теоретического обучения, самообразования и развития навыков практической деятельности в контексте делового общения.

Обобщение опыта использования учебной книги в педагогической практике обучения деловому немецкому языку, анализ структуры учебной книги и педагогических технологий для определения перспективных подходов их разработки и применения при изучении делового немецкого языка.

Результаты и их обсуждение. Разрабатывая теорию создания «идеального» учебника, отечественные дидакты обосновали теорию, согласно которой учебник должен быть моделью определенной педагогической системы, призванной обеспечить потребности общества, формируя у обучаемых способность к познавательной, преобразующей и творческой деятельности (В.Г. Бейлинсон, И.Я. Лернер, Е.И. Перовский, М.Н. Скаткин и др.). Существует ряд проблем, которые возникают при использовании учебной литературы по теории и практике делового общения. Так, оптимизация процесса обучения деловому профессионально-ориентированному языку и эффективное использование времени аудиторных занятий определяется, в первую очередь, наличием учебных материалов: учебников и учебных пособий, электронных учебно-методических комплексов и тестовых заданий, презентаций и видеоматериалов. Важность же делового общения и получения знаний и навыков в этой области специалистами-переводчиками сегодня ни у кого не вызывает сомнения. Основное противоречие при использовании учебных материалов это, с одной стороны, небольшой объем учебного времени на дисциплину, а с другой, динамически возрастающие требования к уровню специалистов, включающими в себя знания не только языка, но и ряда относящихся к деловому общению знаний в области экономики, психологии, маркетинга, документооборота, товароведения и т.д. Целью изучения учебного материала является формирование у студентов компетенций более высокого уровня по сравнению с общеязыковыми. К таким компетенциям относятся: овладение коммуникативными стратегиями и тактиками в сфере делового общения, освоение стилистических норм и правил, расширение словарного запаса в области профессиональной лексики, применение риторических средств при проведении официально-деловых переговоров с применением навыков ораторского искусства, осуществление межкультурной коммуникации с деловыми партнерами. Важной является проблема структурирования учебного материала. В рамках решения этой проблемы можно выделить следующие сформировавшиеся в учебной литературе по деловому немецкому языку подходы к структурированию учебного материала: грамматический, лексический, тематический.

Примером грамматического подхода к структурированию учебного материала выступает учебник «Немецкий деловой язык» И.И. Сущинского [1]. Автор использует такое изложение, при котором за основу, теоретическую часть, берется определенное грамматическое явление языка (Passiv, PassivmitModalverben, Attributsätze/Relativsätze, Objektsätze, Kausalsätze, Konditionalsätze, KonzessiveNebensätze, Temporalsätze, Finalsätze, Perfekt, HöflicheFormulierungen). Лексическая часть способствует расширению словарного запаса и закреплению пройденной теоретической части. И, наконец, в тематической части рассматриваются примеры деловой коммуникации, в частности, виды акционерных обществ, структурные подразделения организаций, деловая корреспонденция, реклама и маркетинг, банковская сфера и

др. В итоге, изучив определенные грамматические правила, студент выполняет связанные с ними упражнения по тематике делового общения.

В учебном пособии «Немецкий язык для профессиональной коммуникации» Л.В. Иванова [2] использует лексический подход к структурированию материала. Учебник включает такие разделы по тематике делового общения, как «Деловая переписка», «Деловые переговоры», «Деловое предложение» и др. В разделе «Деловая переписка» рассматриваются форма и стиль делового письма, заполнение фирменных бланков, правила и нормы переписки. Практический раздел ориентирован на перевод образцов деловых писем, выполнение упражнений по заполнению недостающих слов и фраз в деловой корреспонденции, восстановление текста письма по заданным ключевым фразам, написание делового письма на заданную тему в соответствии с предложенным заданием. В разделе «Деловые переговоры» рассматриваются виды коммерческих предложений, основные термины и понятия экономики, психологии ведения переговоров, этикета делового общения. Практические упражнения направлены на перевод типовых диалогов при проведении деловых переговоров, обсуждение правил проведения деловых переговоров, деловые игры в группах с распределением ролей между участниками, ситуационное моделирование телефонных переговоров. В разделе «Деловое предложение» студенты изучают лексику по основам товароведения, микроэкономики, маркетинга, документооборота; правила произношения аббревиатур, символов и численных выражений, используемых в коммерческих договорах, предложениях, условиях поставки, оплаты товара и других видах документов. Теоретический материал тем дополняется упражнениями по пополнению словарного запаса, письменному и устному переводу документов.

Тематический подход прослеживается у авторов Н.И. Крыловой, Й. Верген, А. Вёрнер [3, 4], когда учебный материал разделен на определенное число тем. Тематика пособия «Деловой немецкий язык. Экономическая и коммерческая информация» [3] представлена такими темами, как «Деловая корреспонденция», «Деловые связи», «Переговоры», «Качество товара. Гарантия», «Цена. Базисные условия поставки. Платеж» и т.д. В каждой теме присутствует вокабуляр, лексико-грамматический компонент, а также задания для самостоятельной работы. Достаточно интересным, в стиле других немецких изданий, является практико-ориентированный подход авторов пособия «Курс делового немецкого языка» [4], который в каждой теме дает минимальный объем теории, формулируя для обучаемого текущую ситуацию делового общения, а также возникшую проблему, и давая возможность самостоятельно найти путь ее решения. Весь материал пособия разделен на главы, например: «Запрос информации», «Организация встречи», «Оферты и сметы», «Переговоры и соглашения», «Составление договоров». Каждая глава имеет следующую структуру:

1. Письмо с пропусками, которое необходимо дополнить. Из предложенного списка нужно выбрать правильный вариант. В приложении к учебному пособию даны правильно заполненные письма-образцы.

2. Раздел «Элементы текста», в котором подробно описаны речевые клише, необходимые для написания деловых писем.

3. В разделе «Примечания» студенты знакомятся с особенностями отдельных грамматических форм.

4. Раздел «Ваша очередь» предлагает студентам выполнить практические задания, предполагающих проработку лексических и грамматических трудностей.

Данное пособие позволяет построить образовательный процесс таким образом. Каждую отдельную тему можно разделить на следующие этапы:

I этап – ознакомление студентов с теоретической информацией в области ведения деловой корреспонденции: виды деловых писем, функциональное назначение, композиционные и стилистические особенности;

II этап – структурный и языковой анализ образцов различных типов деловых писем на немецком языке, представленных в учебном пособии;

III этап – ознакомление с речевыми клише и типичными для определенного вида письма формулировками;

IV этап – выполнение практических заданий, ориентированных на овладение коммуникативными навыками в сфере делового общения: вставить подходящие предлоги и окончания, вписать подходящий глагол, определить подходящую форму *Indikativ* или *Konjunktiv II*, дополнить предложения с помощью данных речевых клише, восстановить правильный порядок слов в предложениях, составить письмо из набора предложений.

Учебник -ключевой компонент процесса обучения, который определяет познавательную деятельность обучающегося, опосредует его взаимодействие с преподавателем и предоставляет в интегрированном виде цели, задачи, структуру, содержание процесса обучения. Конструирование содержания учебного материала и его методической концепции в учебниках по деловому немецкому языку представляет собой нетривиальную многогранную проблему, о чем свидетельствует многообразие подходов их авторов. От сбалансированного решения данной проблемы зависит оптимизация процесса обучения студентов деловому немецкому языку в условиях глобализации, интеграции и возрастающей конкуренции на рынке труда.

Литература

1. Сущинский, И.И. Немецкий деловой язык / И.И. Сущинский. – М.: Филоматис, 2004. – 432 с.
2. Иванова, Л. В. Немецкий язык для профессиональной коммуникации: учеб. пособие / О.М. Снигирева, Т.С. Талалай, Л.В. Иванова. – Оренбург: 2013. – 153 с.
3. Крылова, Н.И. Деловой немецкий язык. Экономическая и коммерческая информация: учеб. пособие / Н.И. Крылова. – Москва: НВИ-Тезаурус, 2000. – 232 с.
4. Верген, Й. Курс делового немецкого языка PONS / Й. Верген, А. Вёрнер; (пер. с нем. О. Лазовой). – М.: Рипол классик, 2010. – 200 с.