

ПРОБЛЕМЫ ОБУЧЕНИЯ ДЕЛОВОМУ ОБЩЕНИЮ НА НАЧАЛЬНОМ ЭТАПЕ ОСВОЕНИЯ РКИ



Г.М. ЛЁВИНА
galmil@yandex.ru

д-р пед. наук,
профессор
кафедры англистики
и межкультурной
коммуникации
Института
иностраных языков
Московского городского
педагогического университета
Москва, Россия



Ю.Е. ПРОХОРОВ
yury.prokh@yandex.ru

д-р пед. наук,
д-р филол. наук, профессор
кафедры русского языка
как иностранного
и методики его
преподавания
филологического
факультета
Санкт-Петербургского
государственного университета
Москва, Россия



К.Е. РОДИОНОВА
ksushencay@mail.ru

магистрант
кафедры англистики
и межкультурной коммуникации
Московского городского
педагогического университета
Москва, Россия

Ключевые слова:
*начальный этап обучения
РКИ, язык делового
общения, язык бизнеса*

В статье рассматриваются особенности преподавания русского языка делового общения: целевая аудитория, проблемы мотивации и подачи материала. Особое внимание авторы уделяют изучению существующих в данной области учебных пособий.

Одним из направлений внешней государственной политики на сегодняшний день является продвижение русского языка в качестве мягкой силы. Что означает «продвижение»? Это в первую очередь привлечение новых иностранных граждан к изучению нашего языка. «Сегодня многими гражданами зарубежных стран русский язык воспринимается прежде всего как инструмент, который может пригодиться им в их будущей профессиональной деятельности, поскольку Россия по праву считается страной с емким и активно развивающимся рынком сбыта, территорией, предоставляющей иностранцу богатые возможности для личного карьерного роста» [6: 49].

Чем может привлечь русский язык сегодня? С какой потенциальной целью он изучается чаще всего? Очевидно, что эти цели могут быть представлены в виде трех групп, основанных на мотивации учащихся.

1. «Хочу-цель» – это в основном филологи, те, кто заинтересован в языке как в будущей профессии.

2. «Надо-цель» – это те, кто ощущает необходимость в изучении русского языка в силу профессиональных причин: экономисты, работники торговли, работники туристического бизнеса, строители и пр. А также те, для кого знание русского – помощь в карьерном росте.

3. «Должен-цель» – те, кто учит по принуждению, по имеющейся в условиях его образования объективной необходимости, обязанности изучать иностранный язык.

(Следует подчеркнуть, что эти три типа целей не относятся к специфике изучения РКИ, это объективная данность в изучении иностранного языка вообще.)

Наибольший интерес представляет, безусловно, вторая группа обучающихся, реализующая «надо-цель». Это связано с тем, что:

1) она в настоящее время наиболее многочисленная. По данным мониторинга, иностранные студенты в российских вузах чаще всего выбирают для обучения инженерно-технические, экономические и медицинские специальности. Каждое из перечисленных направлений обучения составляет около 20% в общем числе иностранных студентов. Немного меньше иностранцев (около 12%) обучаются на гуманитарно-социальных специальностях;

2) она наиболее мотивированная. Это люди, которым русский язык нужен в профессиональных, карьерных целях. Соответственно, этой группе нужен в первую очередь русский язык делового общения (далее – РЯДО);

3) она, с одной стороны, наиболее разнообразная с точки зрения тех специальностей и направлений деятельности, ради которых русский язык изучается; а с другой – обладает совершенно разными «стартовыми компетенциями»: русский язык, необходимый («надо») именно сейчас, может изучаться и с уровня вполне солидной школьной/гимназической подготовки, и с нуля.

В связи с этим актуальным становится и собственно методический вопрос: всем этим учащимся, разным по стартовому уровню и тому профессиональному предмету, ради которого необходимо овладеть общением на русском языке, нужен, в принципе, не «один русский язык», но один тип общения на русском языке – деловое общение. Но что – именно в методическом плане – можно понимать под, казалось бы, таким часто используемым термином, как «деловое общение»?

«Деловое общение – это самый массовый вид социального общения... Содержанием делового общения является то дело, которым заняты

люди в процессе деятельности, а не проблемы, затрагивающие их внутренний мир» [10].

Язык бизнеса и язык делового общения – разные вещи. Язык делового общения нужен не только работникам торговых или строительных фирм, это не обязательно разговор о поставках стиральных машин или покупке строительных материалов. Это язык тех, кто приезжает в Россию на научные конференции, различные форумы (не только экономические), на стажировки, по обмену опытом в самых разных сферах человеческой деятельности (право, медицина, образование и др.). Все они хотят овладеть минимальным набором единиц общения, чтобы добраться из аэропорта до гостиницы, ориентироваться в уличных надписях, найти банк, аптеку, арендовать машину, заполнять различные бланки, в том числе заявки на участие в конференциях и выставках, понимать программу мероприятия, в котором будут участвовать, представляться, знакомиться и т.д. Получается, что в сферу делового общения попадают не только ситуации переговоров или переписки на фирмах, а все ситуации, с которыми сталкивается любой выезжающий в зарубежную командировку. Плюс формулы знакомства, прощания, представления, приглашения, извинения и т.д. Для начинающих изучать русский язык с нуля важно в первую очередь научиться общаться именно в перечисленных ситуациях.

Все это элементы делового общения, но совсем не язык бизнеса. Иными словами, конечно, они нужны любому бизнесмену, но вот язык бизнеса нужен далеко не каждому нуждающемуся в основах делового общения.

В настоящее время понятия «деловой язык» и «бизнес-язык» не дифференцируются, что приводит к неправильной трактовке обучения РЯДО. Например, в статье «Русский язык делового общения в современном культурном и образовательном пространстве» С.А. Хватов понятия «язык бизнеса» и «язык делового общения» описывает как синонимы: «...осуществляемая... коммуникация, именуемая «деловой коммуникацией» (business communication), или «деловым общением», реализуется при помощи специального варианта русского языка, получившего наименование «русский язык бизнеса», «русский язык делового общения» [9: 72].

Однако «язык бизнеса» включает в себя не только языковую сторону, но и фактическую:

1) знание понятий, стоящих за терминами (*право подписи, офшор, оферта* и пр.);

2) овладение навыками деловой коммуникации (умение вести переговоры, знакомство с тактиками уклонения, давления, колебания, ухода от прямого ответа) и их русскоязычным выражением; исключительно важным становится изучение различных тактик ведения

споров, т.е. уход в вопросы психологии и социологии. Если мы всерьез учим иностранцев ведению переговоров с русскими, то неизбежно возникают вопросы, связанные с ведением дискуссий, с обучением аргументации;

3) знание правил ведения деловых переговоров (кто ведет переговоры, кто имеет право подписи, каковы сроки и т.д.);

4) владение письменным стилем делового языка, навыками составления официальных документов (письмо-согласие, письмо-отказ, письмо-напоминание, письмо-приглашение и пр.).

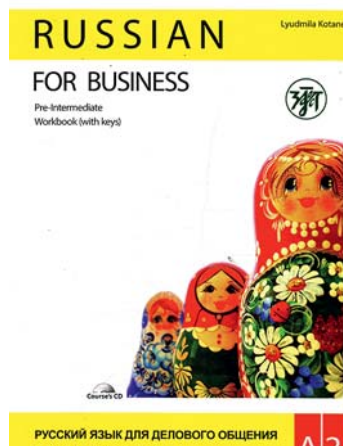
Более того, он включает в себя и страноведческие знания, описывающие особенности невербальной коммуникации в данной стране, например, допустимы ли опоздания, какой стиль ведения переговоров более предпочтителен, какие подарки можно и нельзя вручать и т.д. Необходимы знания о русской национальной специфике общения, т.е. культурологические. Таким образом, язык – это всего лишь один из факторов формирования профессиональных, предметных знаний.

«Коммуникативная подготовка специалистов в области международных торгово-экономических отношений – актуальная задача современности, требующая от преподавателей РКИ поиска новых компетенций и технологий обучения. В частности, это задача не только и не столько формирования различных компетенций с учетом их специфики, но и задача уметь их интегрировать и соподчинять контексту общения. Вот почему мы говорим не только об обучении РЯДО, но и об обучении деловому общению, где язык – это всего лишь один из набора факторов формирования целостного дискурса делового общения» [8: 6]. Для получения этих знаний на русском необходим достаточно высокий уровень владения языком. Поэтому большинство учебников по деловому русскому предполагает владение как минимум уровнем А2.

Мы же понимаем деловое общение не как «бизнес-язык», а как общение в рамках той сферы деятельности, в которой человек существует.

Что же в настоящее время предлагается той базовой группе изучающих русский язык иностранцев, о которых идет речь? Анализ показывает, что учебники по деловому русскому (для иностранцев) ориентированы прежде всего на бизнесменов. Многие из них в названии имеют ключевое слово «бизнес» или «бизнесмен». Но есть и такие названия, которые обещают обучение языку делового общения, а по факту учат бизнес-языку. Иными словами, в сознании пишущих учебники и большинства преподавателей эти два совершенно разных по предметной области направления слились в одно. А это неправильно.

Приведем некоторые из наиболее значительных учебников:



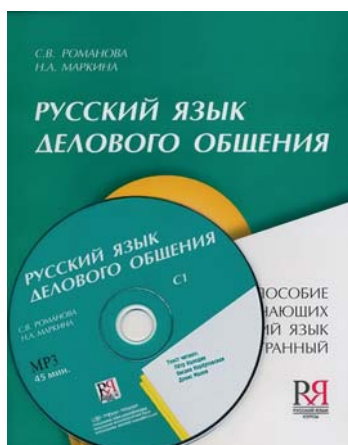
1) «Русский язык для делового общения. А2: Учебное пособие по изучению делового русского языка как иностранного (базовый уровень)» (СПб.: Златоуст, 2014) – адресовано менеджерам и бизнесменам, ведущим сотрудничество или планирующим работу с русскоговорящими клиентами и партнерами;



2) «Этот многоликий мир бизнеса» (СПб.: Златоуст, 2010) – пособие предназначено для иностранных студентов, аспирантов, которые имеют начальную подготовку по русскому языку (B1, или ТРКИ-1) и изучают экономические дисциплины;

3) Еремина Л.И., Любимцева С.В., Тарковская Б.М. «Русский язык для бизнесменов: Интенсивный курс. Для среднего этапа обучения» (М.: Русский язык. Курсы, 2012);

4) Маркина Н.А., Романова С.В. «Русский язык делового общения» (М.: Русский язык. Курсы, 2014) – книга адресована иностранным учащимся продвинутого уровня обучения



(С1), иностранным бизнесменам, работающим в России;

5) Горбенко В.Д. «Будем партнерами! Развитие умений и навыков аудирования и говорения на основе аутентичных видеотекстов бизнес-тематики» (М.: Русский язык. Курсы, 2014) – пособие адресовано иностранным учащимся, которые осваивают русский язык делового общения на уровне В1.



Учебников по языку бизнеса уже достаточно много. Но подавляющее большинство из них предполагает уже сформированный уровень владения языком не ниже А2. Иными словами, эта группа учебников не подходит для привлечения новых пользователей. А те пособия, которые обещают обучение с нуля, неизбежно с 3–4-й страницы переходят на обучение конструкциям языка бизнеса.

Когда лингводидактическое описание языка бизнеса кладут в основу курса делового русского, мы получаем учебник совершенно избыточный для людей, которые хотели бы общаться на свои профессиональные темы, не связанные с бизнесом. Для тех, кто хочет освоить речевые модели делового, но не бизнес-общения, учебники явно перегружены. Избыточность материала утяжеляет процесс обучения и убивает мотивацию, притом что на начальном этапе главная задача – привлечь, а не отпугнуть. Самое трудное – отсекают все, что выходит за рамки.

В данный момент на современном российском рынке присутствуют следующие учебные пособия для начинающих изучать РЯДО с нуля:

- 1) Козлова В., Курлова И.В., Кульгавчук М.В. «Начало: Начальный курс русского языка для делового общения (Книга 1–2)» (М.: Русский язык. Курсы, 2013);
- 2) Жуковская Е.Е., Леонова Э.Н., Мотина Е.И. «Курс для бизнесменов» (М.: ПАИМС, 1993–1994);
- 3) Вохмина Л.Л. «Русский. Экзамен. Туризм» (М.: ВК, 2007–2012).

К сожалению, данные учебные пособия не полностью соответствуют заявленным требованиям. Учебники «Русский. Экзамен. Туризм» и «Курс для бизнесменов» узко ориентированы. Первый специализирован на сфере международного туристического бизнеса, а второй – на внешнеэкономической деятельности.

Единственным учебником, предназначенным для студентов, изучающих русский язык с нуля, является «Начало: Начальный курс русского языка для делового общения». По заявлению авторов, «учебник предназначен для англоговорящих иностранцев, начинающих изучать русский язык с целью овладения навыками деловой коммуникации. Курс поможет овладеть учащимся русским языком на базовом уровне, лексический минимум курса составляет около 900 ед., рассчитан на 100–120 ч. Целевая аудитория: разные сферы делового сотрудничества».

Авторы предполагают, что последовательное изучение данного курса позволит учащимся с нулевым уровнем владения языком достичь 1-го сертификационного уровня (В1). Материал выстроен следующим образом: вводно-фонетический курс, знакомство, знакомство с фирмой,



деятельность компании, организация деятельности фирмы, быта; визиты, гости; результаты и планы деятельности фирмы; поиск партнера и деловые встречи; поездки, командировки и путешествия. Грамматика вводится большими блоками в зависимости от использования данных грамматических конструкций в представленных в данном уроке ситуациях общения. Например, урок 2 включает следующий грамматический материал: род одушевленных существительных; местоимения личные и притяжательные; мн. ч. существительных и притяжательных местоимений; прилагательное, согласование прилагательных с существительными в роде и числе (для пассивного усвоения); Р.п. существительных (№ 2) в значениях: а) лица-обладателя, б) отрицания (*нет переводчика*), в) в сочетаниях типа *директор фирмы*, г) в сочетаниях с числительными (*45 лет*); Д.п. (№ 3) существительных и личных местоимений для обозначения возраста; В.п. (№ 4) существительных, личных местоимений в значении прямого объекта; указательная конструкция со словом *это*; конструкция общего вопроса и ответа на него; союз *а* в роли соединительного элемента.

Как мы видим, один урок охватывает большой пласт грамматического материала разной направленности. Он состоит приблизительно из 30 упражнений. Сложно представить, как такое небольшое количество практических заданий позволяет отработать всю заявленную в уроке грамматику и лексику.

Поэтому перед нами стоит существенная методическая (а с точки зрения продвижения русского языка – и методологическая) проблема – сформулировать, кого и чему именно можно будет учить с помощью задуманного учебника. Иными словами, перед тем, как браться за его написание, нужно осознать, что этот учебник будет не дополнением к курсу общего владения

русским языком, а первым в жизни человека курсом по русскому языку. Это очень важно! По нашему глубокому убеждению, в сегодняшней геополитической ситуации начальным курсом для изучения любого языка должен быть именно курс делового общения, так как в современном мире гораздо актуальнее овладеть речевыми конструкциями для использования в перечисленных ситуациях общения, чем речевым материалом для обсуждения отвлеченных проблем и литературных предпочтений. Последние будут обсуждаться позже, на уровнях В1 и выше.

Поэтому для создания начального курса РКИ (читай РЯДО) нужно решить следующие задачи.

1. Отбор тем и ситуаций общения (как мы уже говорили, это, например, представление, считывание информации с визитки, аренда офиса и автомобиля, стенда и выставочного пространства, обращение в бизнес-центр, заполнение бланков, участие в конгрессе, конференции, форуме и др.).

2. Проблемы отбора и особенно предъявления грамматического материала. Первая из них решается проще: заданность сфер и тем общения сама диктует набор синтаксических моделей, с которыми надо знакомить учащихся, и последовательность прохождения. Проблема объяснения грамматических правил сложнее. Каждый преподаватель РКИ встречался в своей педагогической практике с такой просьбой: «Не надо грамматики, просто научите нас говорить». Имплицируется нам очень важной чертой начального курса РКИ.

3. Лексический минимум. Конечно, в первую очередь авторы учебников ориентируются на требования к уровню А1, но невозможно сегодня оставаться в рамках этих требований и заданного ими словаря. Современная жизнь невозможна без мобильного телефона, планшета, эсэмэсок, навигаторов, флешек, кредиток, бизнес-центров, аренды офисов, выставочных площадок и автомобилей... Необходимы и соответствующие глаголы: *скачать на флешку, сбросить на почту, забить в поиск, погуглить, отксерить, размножить, выступить с докладом, арендовать машину* и др. Мир меняется. «Чтобы адекватно отвечать потребностям рынка образовательных услуг, необходимо решить лингвометодическую составляющую проблемы: чтобы знать, «как учить», нужно прежде всего понять «зачем учить» и, соответственно, «чему учить» [6: 5].

Мы описали «зачем» и «чему». Вопрос «как учить?» тоже ставит перед нами много проблем.

Ранее уже было сказано о разрыве между требованиями стандартов и потребностями рынка.

Новые потребности изучения языка ставят вопрос и об использовании новых подходов в обучении.

Конечно, можно постоянно сетовать на то, что молодежь практически не читает, заставлять их читать серьезные литературные тексты, задавать писать множество тренировочных упражнений. Но такая позиция никак не способствует усвоению иностранных языков, особенно если человек приступает к изучению языка с желанием на нем заговорить, а встречается с устаревшими методическими подходами и отсутствием выхода в реальные речевые ситуации. Современные учебники изменились, соответственно, учебники должны создаваться под новый тип восприятия процесса обучения новым (принципиально новым!) поколением учащихся.

Необходим учет психологических и когнитивных особенностей студентов в соответствии с развитием техногенного процесса.

Согласно исследованиям С. Блейка, современное общество изменило собственный когнитивный тип восприятия [1: 34]. Примерно на 62% оно сейчас состоит из визуалов [4: 41]. Наиболее актуальные исследования определяют массовое изменение когнитивного типа учащихся в сторону визуализации. В отличие от зрительного восприятия, которым обладают все животные, человек наделен визуализацией, отличительной особенностью которой является вынос из внутреннего плана во внешний продукт мозговой интеллектуально-умственной деятельности [2: 41].

Визуальный тип восприятия, переработки и усвоения информации сейчас является доминантным в психологии современных подростков и молодых людей [5: 120]. Также исследователи отмечают другой достаточно интересный процесс, который происходит во время восприятия и мысленной переработки современным человеком информации, представленной в визуальном виде. Это мыслеобразы – основа, которая лежит в любом процессе визуализации, вне зависимости от того, какую именно информацию и каким образом человек потребляет. Этот когнитивный процесс тесно взаимосвязан с ассоциативным механизмом. Иными словами, та ассоциация, которая уже известна человеку, вытесняется под воздействием зрительного образа во внешний план – благодаря этому происходит осознание увиденного [12].

Новый когнитивный тип отличается большей долей подвижности и активности. И если с одной стороны молодые люди могут выглядеть пассивными, вовлеченными только в гиперпространство своего телефона – на самом деле, они не созерцают пассивно: они активно творят, разрабатывая и обмениваясь собственными

шутками в графическом виде, обрезая и монтируя видео, экспериментируя с аудиозаписями и пр. Именно поэтому разработка качественно нового подхода, ориентированного на взаимодействие в первую очередь с техникой, так актуальна в современной педагогике.

Итак, перед создателями учебников встают следующие вопросы.

- Как ответить на изменение когнитивного восприятия современного ученика, у которого преобладает восприятие зрительное?
- Как использовать сформированную клиповость мышления?
- Как использовать потребность в упрощенности, в коротких учебных сессиях?

По-видимому, необходимо искать:

- 1) новые методические приемы подачи материала;
- 2) новую его дозировку;
- 3) современные способы визуализации учебного процесса.

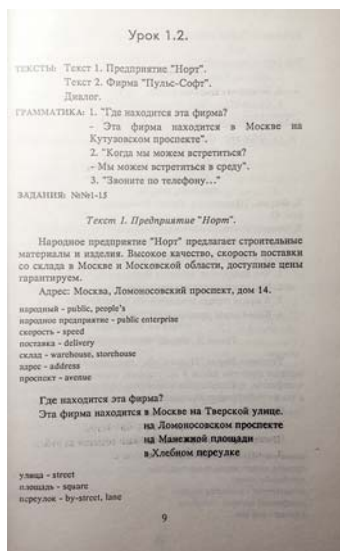
При этом учебник, естественно, должен быть коммуникативно направленным – учащиеся мотивированы не потребностью изучения русского языка, а потребностью общения на русском языке в четко понимаемых ими самими прагматических обстоятельствах.

Сравним страницы двух учебников (см. стр. 79).

Если спросить, какой из этих учебников издан в России, ответ, к сожалению, очевиден. Наглядность, аутентичность, краткость, аудио-поддержка – вот что привлекает пользователя, делает обучение ярким, запоминающимся, нескучным. Привычный формат получения информации – одна из важных составляющих успеха. Австрийский учебник Т. Блюм и Е. Гореловой, страница из которого здесь показана, так и называется: «Путь к успеху». Рассмотрим этот учебник как пример современного подхода к обучению на начальном этапе.

Учебник Тамары Блюм и Елены Гореловой «Путь к успеху. Weg zum Erfolg. Russisch für Alltag und Beruf 1» («Путь к успеху. Русский язык для повседневной жизни и профессии») предназначен для носителей немецкого языка, изучающих русский язык с нуля. Хотя авторы создавали его для студентов-экономистов, в сущности, он является первым шагом в освоении РКИ и ориентирован именно на деловой русский язык.

Первичной целью учебника является освоение коммуникативных навыков. Авторы пишут, что учебное пособие обеспечивает быстрое достижение результата за счет четкой структуры, коммуникативной направленности, аутентичных материалов, разумного дозирования



материала, множества разнообразных упражнений и ситуаций, возможности непосредственного практического применения, возможности работать самостоятельно, повторения, закрепления изученного материала. По утверждению авторов, учебник способен подготовить обучающихся к речевым ситуациям общения, с которыми они могут столкнуться по приезду в Россию, и подготовить к международному сертификационному экзамену уровней А1–А2 [11].

Пособие содержит учебник, рабочую тетрадь и аудиоприложение. Рабочая тетрадь служит для отработки нового грамматического и лексического материалов. Ее структура полностью соотносится с содержанием учебника.

Учебник состоит из 10 уроков, включающих следующие разделы: языковой материал, коммуникативный материал, словарь и раздел о русской культуре. Он начинается с вводного урока «Старт», поступательно обобщающего элементарные понятия и категории русского

языка: буквенно-звуковую систему, дифференциацию *он – она*, указательные местоимения *вот (тут) – там*, категорию одушевленности/неодушевленности и элементарные лексические пласты (спорт, продукты, фрукты).

Грамматика представлена в каждом уроке в виде наглядных таблиц, выводящих основное объяснение использования той или иной конструкции. А в рабочей тетради представлен более подробный материал, объясняющий принципы построения грамматической парадигмы. Комментарии на немецком языке содержат информацию о грамматических структурах и их формах, представленных в соответствующем уроке. Материал вводится на основе принципа устного опережения: сначала представлен текст (диалог или монолог) с новой конструкцией, затем дается таблица, обобщающая парадигму ее изменения, и затем следуют упражнения на отработку нового материала.

В самом учебнике представлено небольшое количество упражнений на отработку главных трудностей, в основном это речевые и коммуникативные задания. Более обширная система упражнений дана в рабочей тетради, что, по нашему мнению, очень удобно, так как огромное количество заданий не загромождает учебник, а их наличие в рабочей тетради позволяет лучше отработать новый материал. Можно сделать вывод о том, что изучение грамматики является не целью данного учебника, а скорее, средством снятия трудностей, способствующим лучшему освоению коммуникативного материала. Но в то же время, в отличие от многих аналогичных коммуникативных пособий, грамматике здесь уделяется большое внимание, а упрощенная, но достаточно подробная форма представления способствует легкому и быстрому ее усвоению.

Данное пособие коммуникативно ориентировано. Почти весь текстовый материал представлен в виде диалогов в разных речевых ситуациях общения, после которых следует система речевых и коммуникативных заданий на отработку и вывод их в речь (составь свои диалоги по образцу, ответь на вопросы, дополни диалог и т.д.). Тема каждого урока соответствует определенной ситуации общения: «Давайте познакомимся», «Первые контакты», «На работе», «Не только работаем, но и отдыхаем», «Иностранные языки – это моя любовь», «Время – деньги», «Планы на неделю». В конце каждой главы следует обобщающая таблица изученного лексического материала «Это мы уже знаем», которая суммирует изученное.

Для коммуникативной практики выделен целый раздел «Практика в общении». В нем описаны конкретные речевые ситуации,

встречавшиеся во время урока. Студенты должны выстроить коммуникацию в соответствии с конкретной ситуацией. Это очень удобно, потому что на предыдущей странице дана таблица с изученными речевыми конструкциями, т.е. ученики могут использовать их, выстраивая беседу.

Учебник сопровождается аудиоприложением, записанным носителями языка. Также в издании представлено много заданий на отработку навыка аудирования. Система заданий достаточно обширна и разнообразна: на понимание основной мысли, деталей сказанного и поиск специфической информации. Например, соотнесите услышанный диалог с фотографией, прослушайте и реконструируйте диалоги, прослушайте и скажите, правильно или нет, прослушайте и запишите номер телефона и т.д.

Большое внимание уделяется развитию навыков письма. Студентов знакомят с тем, как создавать визитную карточку, заполнять анкету, писать электронные письма и отвечать на них. Все эти умения жизненно необходимы людям, которые собираются приехать работать в Россию. Навык письменной речи является одним из наиболее трудных, так как русский язык богат клише официально-делового стиля, поэтому наличие данного материала в учебнике уже начального этапа является большим плюсом.

Одним из преимуществ данного учебника можно считать обширный и интересный раздел со страноведческим комментарием «Россия: культура, традиции и факты», расположенный в каждой главе. Это информация об основных городах России, достопримечательностях, особенностях культуры. После каждого текста следуют послетекстовые задания на понимание прочитанного (ответь на вопросы, скажи, правильно или нет) и на расширение знаний (поиск дополнительной информации в Интернете). Данный материал сопровождается яркими фотографиями, что позволяет погрузиться в русский быт и повышает интерес к данной теме.

Сопровождение всего курса аутентичными фотографиями выполняет разные функции. В частности, в учебнике представлены

фотографии различных вывесок, что, на наш взгляд, является уникальным открытием: это очевидный и легкий способ сделать материал более аутентично ориентированным, отработать произношение и расширить кругозор студентов.

В учебнике присутствуют два контрольных урока «Проверим себя». Данные уроки представлены в виде следующих разделов: «Как мы знаем лексику и грамматику», «Как мы умеем понимать прочитанное» (представлены оба аспекта: монологическая и диалогическая речь), «Как мы умеем понимать услышанное» (аудиозадания разного типа на отработку различных навыков), «Как мы умеем писать по-русски» (актуальные задания для людей, которым необходим именно деловой русский: заполнить регистрационную форму, написать мейл) и «Как мы умеем говорить по-русски» (заданы ситуации общения, на которые нужно отреагировать).

В конце книги представлены грамматические таблицы и словарь из 1300 активных и пассивных лексических единиц.

Можно смело утверждать, что на сегодняшний день данный учебник является наилучшим для обучения РЯДО на начальном этапе. Поэтому в Институте иностранных языков в Московского государственного педагогического университета он был выбран как основа для разработки мобильного приложения «Поездка в Москву» (ispri.ng/mZK1). В рамках изучаемого материала приложение содержит задания на заучивание лексики, слушание и понимание диалогов, формирование умений поддерживать диалог, считывать информацию с визиток, заказывать такси по телефону и пр.

Подводя итоги, повторим, что в современной ситуации изучение языка нужно начинать с речевых конструкций, обеспечивающих не бытовое, а деловое общение. Соответственно, первостепенной задачей методистов является составление лингводидактического описания для такого курса, начиная с описания сфер и ситуаций общения и заканчивая лингвистическим материалом. ■

ЛИТЕРАТУРА

1. Блейк С., Пейп С., Чошанов М.А. Использование достижений нейропсихологии в педагогике США // Педагогика. 2004. № 5.
2. Веккер Л.М. Психика и реальность: Единая теория психических процессов. М., 1998.
3. Козлова Т.В., Курлова И.В., Кульгавчук М.В. Начало: Начальный курс русского языка для делового общения (с комментариями на английском языке): в 3 ч. / Под ред. Т.В. Козловой. М., 2013.
4. Макарова Е.А. Визуализация как интроекция смыслообразов в ментальное пространство личности: Монография / Под. ред. И.В. Абакумовой. М., 2010.
5. Полякова Е.В. Применение способов и методов визуального мышления в современном образовании // Известия ЮФУ. Технические науки. 2012. № 3.

6. Прохоров Ю.Е. Социокультурные аспекты изучения русского языка: новые условия, новые потребности, новые модели // Русский язык за рубежом. 2012. № 3.
7. Прохоров Ю.Е. Цели изучения русского языка как иностранного и цели обучения русскому языку как иностранному: сотрудничество или соперничество? // Русский язык и литература в пространстве мировой культуры: Материалы XIII Конгресса МАПРЯЛ (г. Гранада, Испания, 13–20 сентября 2015 г.): в 15 т. СПб., 2015. Т. 10.
8. Роляк И.Л. Многофакторная модель обучения польских специалистов русскому языку делового общения: Дис. ... д-ра пед. наук. М., 2015.
9. Хватов С.А. Русский язык делового общения в современном культурном и образовательном пространстве // Труды Санкт-Петербургского государственного университета культуры и искусств. 2013. Т. 196.
10. Шабалина Л.А. Русский язык делового общения: Конспект лекций // lib.ssga.ru/fulltext/UMK/120103.
11. Blum T., Gorelova E. Путь к успеху. Weg zum Erfolg. Russisch für Alltag und Beruf 1 (Русский язык для повседневной жизни и профессии). Wien, 2014.
12. pois.ru/vizual.htm.

G.M. Levina, Y.E. Prokhorov, K.E. Rodionova

PROBLEMS OF TEACHING BUSINESS COMMUNICATION AT THE INITIAL STAGE OF RUSSIAN AS A FOREIGN LANGUAGE LEARNING

Initial stage of teaching, language of business communication, language of business.

The article discusses the features of Russian as a foreign language teaching in business communication: target audience, problems of motivation and material supply. The authors focus on the study of existing textbooks in this field.

НОВОСТИ НОВОСТИ НОВОСТИ НОВОСТИ

15–16 декабря 2016 г. в Русском центре Пизанского университета состоялась конференция «Русский язык в условиях информационной глобализации». Мероприятие было организовано Институтом евразийских исследований и департаментом внешнеэкономических и международных связей г. Москвы при поддержке Русского центра в Пизе и департамента филологии, лингвистики и литературы Пизанского университета. В конференции приняли участие ученые из разных российских учебных и исследовательских заведений (МГУ им. М.В. Ломоносова, РГГУ, Институт языкознания РАН, Институт русского языка РАН). А.Д. Шмелев и Е.Я. Шмелева говорили об эволюции речевых жанров в эпоху Интернета, М.К. Башаратьян – о влиянии глобального мира на функционирование русского языкового дискурса, А.А. Зализняк – о русской аспектологии. На сессиях председательствовали декан факультета искусств МГУ им. М.В. Ломоносова профессор А.П. Лободанов и директор Русского центра профессор С. Гардзонио. При активном участии доцентов и студентов Пизанского университета обсуждались главные тенденции в развитии современного русского языка в условиях информационной глобализации, научно-технического развития, новых форм СМИ и распространения социальных сетей. В заключение конференции последовала презентация новых изданий по русскому языку. В частности, обсуждались новые книги А.А. Зализняк, И.М. Микаэля, А.Д. Шмелева, М.А. Кронгауза и И.Б. Левонтиной.

Стефано Гардзонио (Пиза, Италия)