

Лингвометодические проблемы обучения на начальном этапе русскому языку как средству делового общения

© доктор педагогических наук Л. П. Клобукова,
доктор педагогических наук И. В. Михалкина, 1998

Характеризуя актуальные направления теории и практики преподавания русского языка как иностранного, Г. И. Рожкова в 1997 году писала, в частности, о том, что «новыми для кафедр становятся группы «бизнесменов», и это вызывает необходимость подготовки «учебников и учебных пособий, учитывающих вариативность обучения, принципы индивидуализации обучаемых, социолингвистические и этнические параметры»¹.

Действительно, в настоящее время все большее число иностранных граждан овладевает русским языком, прежде всего, как средством делового общения, что обусловлено стремительным развитием интеграционных процессов во внешнеэкономических отношениях между Россией и зарубежными странами. Поэтому актуальной задачей современной лингводидактики является разработка современных технологий обучения деловому общению на русском языке и создание соответствующих учебных материалов. И если продвинутый этап обучения сегодня в известном смысле может считаться оснащенным², то начальная языковая подготовка по русскому языку иностранных специалистов в области внешнеэкономических связей в настоящее время ведется с привлечением учебников и учебных материалов, адресованных другим контингентам учащихся.

Как правило, с этой целью используются пособия, адресованные учащимся подготовительных факультетов вузов России. И это не случайно, поскольку обучение на подготовительном факультете традици-

¹ Рожкова Г.И. Основы преподавания русского языка как иностранного в ретроспективном прочтении и перспективе // Лингводидактические аспекты описания языка и гибкая модель обучения. М., 1997. С. 13.

² В 1997 году в Вашингтоне вышел первый в практике преподавания русского языка как иностранного базовый учебник для данного контингента учащихся, см.: Клобукова Л.П., Михалкина И.В., Солтановская Т.В., Хавронина С.А. Русский язык в деловом общении. Washington: ACTR-ACCELSC, 1997; см. также: Хавронина С.А., Клобукова Л.П., Михалкина И.В. Учебный курс «Русский язык для деловых людей»: Выпуск 1. Презентация фирмы, М., 1991; Выпуск 2. Коммерческие предложения, объявления, реклама, М., 1993; Выпуск 3. Финансы и банки, М., 1993.

Язык, сознание, коммуникация: Сб. научных статей, посвященный памяти Галины Ивановны Рожковой / Ред. Л.П. Клубукова, В.В. Красных, А.И. Изотов. – М.: Диалог-МГУ, 1998. – Вып. 6. – 116 с. ISBN 5-89209-357-3

онно считалось основной формой начальной языковой подготовки, в рамках которой иностранные учащиеся в течение учебного года овладевали необходимыми базовыми знаниями и умениями, достаточными для последующей жизни и учебы в России.

Совершенно очевидно, однако, что подобное положение нельзя считать приемлемым по ряду причин. Деловые люди, в отличие от такой категории учащихся, как иностранные абитуриенты, как правило, не располагают достаточным количеством времени, и у них нет ни возможности, ни необходимости в полном объеме проходить учебный курс по русскому языку, актуальный для будущих студентов высших учебных заведений России. Он оказывается для них, с одной стороны, явно избыточным, а с другой – столь же явно недостаточным.

Изучение коммуникативных потребностей деловых людей показало, что, приступая к изучению русского языка, они за относительно короткий срок (480-520 учебных часов) стремятся обрести базовую коммуникативную компетенцию не только в повседневном, но и в деловом общении. Возникает закономерный вопрос: «Возможна ли в принципе разработка такой системы обучения, при которой подобные ожидания учащихся окажутся реализованными?». Как известно, одной из аксиом методики преподавания русского языка как иностранного является положение о том, что поставленные цели обучения должны быть реальными для достижения в конкретных условиях обучения. Опыт работы в рамках международной научно-практической программы филологического факультета МГУ им. М. В. Ломоносова позволяет дать однозначно положительный ответ на этот вопрос.

Проблема обучения деловому общению на начальном этапе овладения русским языком относится в настоящее время к числу оживленно дискутируемых. При этом порой высказываются диаметрально противоположные взгляды. Некоторые ученые считают недопустимым приступать к обучению деловому общению прежде, чем учащийся не освоит так называемый «базовый курс» русского языка, который обеспечивает необходимую основу для последующего овладения русским языком в специальных целях.

Другие методисты считают возможным и целесообразным создание базового курса, целиком построенного на реалиях делового общения. При этом проблема, на наш взгляд, неоправданно упрощается: зачастую специфика такого курса ограничивается изменением лексического наполнения традиционно вводимых на начальном этапе языковых моделей. Другими словами, вместо *Это Аня. Она студентка.* в учебных материалах появляется: *Это Анна Ивановна. Она менеджер.*

Думается, что подобный путь решения такой сложной лингводидактической задачи, как разработка современной технологии обучения русскому языку как средству делового общения на начальном этапе, вряд ли можно назвать удовлетворительным. Все это побудило авторов статьи к лингвометодическому обоснованию и созданию современного учебника для начинающих, формирующего у учащихся базовую коммуникативную компетенцию как в повседневном, так и в деловом общении на русском языке.

Учебник адресован широкому кругу учащихся – сотрудникам зарубежных фирм и организаций, использующих русский язык не только в повседневной жизни, но и как средство профессионального общения с деловыми партнерами в России, в странах бывшего Советского Союза и в странах Восточной Европы. Основная его цель – помочь учащемуся практически овладеть русским языком как инструментом последующей профессиональной деятельности.

С целью создания мотивационной основы обучения авторы приняли целенаправленное изучение реальных коммуникативных потребностей охарактеризованного выше контингента учащихся, что позволило адекватно определить конечные и промежуточные цели обучения, принципы отбора и презентации языкового и речевого материала³. В качестве форм изучения коммуникативных потребностей учащихся использовались:

- 1) устные беседы с российскими и зарубежными сотрудниками иностранных фирм и совместных предприятий;
- 2) наблюдение за речевым поведением деловых людей в условиях профессионального общения.

С учетом полученных данных, опыта создания учебников и программ для начального этапа обучения, а также анализа практического опыта педагогической работы авторами были отобраны и минимизированы следующие содержательные компоненты учебника:

- речевой материал (речевой минимум: тематико-ситуативные фрагменты, темы, ситуации и коммуникативные задачи),
- языковой материал (грамматический, лексический и фонетический минимумы),
- информативный материал (в том числе культурно-страноведческого характера).

Учебник «Русский язык в повседневном и деловом общении» создавался на прочном и проверенном временем фундаменте традиционно

³ Коммуникативная программа, положенная в основу данного учебника, разработана И.В. Михалкиной.

выделяемых в теории и практике преподавания РКИ начального и среднего этапов обучения. Вместе с тем новый социальный заказ потребовал определенного пересмотра с позиций сегодняшнего дня отработанной десятилетиями универсальной модели начального этапа, ее адаптации к выявленным реальным коммуникативным потребностям учащихся и новым условиям обучения. Значительного переосмысления потребовали некоторые особенности отбора и организации языкового, речевого и текстового материала, традиционно предлагаемого учащимся начального этапа обучения.

Существенной особенностью учебника является его прагматическая направленность в отборе и презентации языкового материала, в системе выработки речевых навыков и коммуникативных учений. Для авторов принципиально важно было исключить из ткани учебника языковой и речевой материал, традиционно присутствующий в учебниках начального этапа обучения в тренировочных целях, но не являющийся аутентичным, то есть не встречающийся в реальной коммуникации. Например, в естественной речи вряд ли может состояться такой диалог:

– *Какая это машина?*

– *Это новая машина. / Это большая машина.*

По законам прагматики, скорее всего, на вопрос «*Какая это машина?*» последует ответ типа «*Это “Форд”*».

С учетом перемен, происходящих в общественно-политической жизни России и, как следствие этого, в информативной основе обучения русскому языку иностранных учащихся, большим трансформациям подверглись традиционно выделяемые информативный и лексический минимумы начального этапа обучения.

Авторами учитывалась и подвергалась методическому осмыслению степень активности той или иной лексической единицы в современном узусе повседневного и делового общения, поскольку выделенный в свое время лексический минимум начального этапа обучения, опирающийся на устаревший в значительной своей части текстовый материал, нередко отражающий ушедшие из жизни российского общества реалии, во многом уже не адекватен лексическому запасу, который современный русскоговорящий активно использует в реальном повседневном и деловом общении.

Так, например, существительные *бар* и *ресторан* оказываются гораздо более частотными в речи делового человека, чем традиционно присутствующие в словниках-минимумах начального этапа существительные *буфет* и *столовая*; слово *гостиница* оказывается более актуальным, чем слово *общежитие* и т.д. А такие лексические единицы, как *офис*, *фирма*, *факс*, *принтер*, *ксерокс*, *сейф*, *каталог*, *контракт*, *дис-*

кета, визитная карточка и многие другие, вообще не представленные в используемых сейчас учебниках по русскому языку для иностранных учащихся, должны вводиться уже на первых уроках.

Изучение коммуникативных потребностей учащихся позволило не только откорректировать объем информативного и лексического минимумов, положенных в основу курса, но и очертить круг наиболее актуальных, типичных для деловых людей ситуаций, тем и задач общения, что в свою очередь заставило авторов по-новому осмыслить многие традиционно осваиваемые на начальном этапе обучения языковые явления. Так, например, грамматическая тема «Согласование имен прилагательных с именами существительными» оказывается в учебнике «Русский язык в повседневном и деловом общении» сопряженной с реализацией интенции «Характеристика потребительских свойств товара», а изучение спряжения глаголов в настоящем времени – с интенцией «Запрос информации о направлении деятельности фирмы» и т.д.

Установка учебника на активную коммуникативность органично сочетается в нем с системным представлением языкового материала, который рассматривается авторами как средство формирования у учащихся ориентировочной основы их речевой деятельности. Основная цель учебника – научить учащихся решать на русском языке актуальные задачи реальной коммуникации, в том числе и бизнес-коммуникации в широком значении слова *бизнес*.

Последовательная ориентация авторов учебника на активную коммуникацию учащихся проявляется не только в отборе учебного материала, что отмечалось выше, но и в особенностях его организации и презентации. Каждая новая «порция» языкового материала организуется вокруг решения определенной коммуникативной задачи, что открыто манифестируется в самом тексте учебника с помощью номинации той или иной интенции, реализовать которую учащемуся помогает усвоение определенного языкового материала. При этом каждый фрагмент урока⁴ начинается с презентации двух диалогических текстов, функции которых многоплановы⁵. Диалоги аутентично иллюстрируют ход решения той или иной задачи коммуникативного минимума, демонстрируют функционирование языковых единиц, необходимых и достаточных для реализации интенции.

⁴ Существительное *урок* используется нами для называния формы организации материала учебника.

⁵ Отметим, что, демонстрируя ход решения одной и той же коммуникативной задачи, один из диалогов принадлежит к сфере повседневного общения, а другой – к сфере делового общения.

Язык, сознание, коммуникация: Сб. научных статей, посвященный памяти Галины Ивановны Рожковой / Ред. Л.П. Клубукова, В.В. Красных, А.И. Изотов. – М.: Диалог-МГУ, 1998. – Вып. 6. – 116 с. ISBN 5-89209-357-3

Устной форме речи в учебнике уделяется особое внимание, что вполне отвечает коммуникативным потребностям учащихся. Показательно, что организация тренировочных упражнений и условно-речевых заданий проводится преимущественно в форме диалогов. Это позволяет достигать необходимого автоматизма речи и корректности в формировании ведущих грамматических навыков, что в свою очередь является залогом быстрого дальнейшего продвижения в овладении языком.

Учебник «Русский язык в повседневном и деловом общении» является базовым компонентом учебного комплекса, включающего, помимо учебника, тетрадь для учащегося и компьютерное лексико-грамматическое приложение, позволяющие успешно реализовывать в учебном процессе идеи операционной основы обучения языку, активно разрабатываемые лингводидактикой в последние годы.

Объективно и экономично проверить степень усвоения учащимся программы, лежащей в основе учебника, призван типовой стандартизированный тест АУПДО, успешное прохождение которого свидетельствует о том, что учащийся достиг Адаптационного уровня владения русским языком как средством повседневного и делового общения. По результатам тестирования учащийся получает сертификат международного образца МГУ им. М. В. Ломоносова и Американской Торговой Палаты.

Учебник «Русский язык в повседневном и деловом общении» является в известном смысле «открытой гибкой системой», поскольку он обеспечивает достаточную и необходимую базу для дальнейшего изучения языка, а его структура позволяет входить в систему обучения на любом его этапе.