

КРИТЕРИИ ОТБОРА КУЛЬТУРНО-МАРКИРОВАННЫХ ТЕКСТОВ ДЛЯ СТУДЕНТОВ-ЭКОНОМИСТОВ

Учебные программы по иностранным языкам в экономическом вузе предполагают поэтапное формирование профессионального сознания специалиста на основе приобретения обучающимися профессиональной коммуникативной компетенции на иностранном языке в рамках соответствующей специализации.

Однако наряду с обучением профессиональному общению в иноязычной среде курс иностранного языка предполагает образовательные и воспитательные цели, так как выпускник вуза должен обладать высоким общим уровнем культуры, содействовать развитию связей в своей профессиональной сфере, но также и в сфере социально-гуманитарных контактов, зачастую преодолевая при этом определенные ценностные противоречия.

Одним из важных путей формирования мультикультурной компетенции является чтение, при этом необходимо иметь в виду, что этот вид речевой деятельности является также и средством для реализации других целей обучения. В процессе учебно-методической работы преподаватель иностранного языка, в частности, такой дисциплины как профессионально-ориентированный иностранный язык, осуществляет работу по подбору текстов по специальности как в процессе составления учебных пособий, так и для дополнительной аудиторной и самостоятельной работы студентов.

С учетом сказанного выше необходимы целенаправленный поиск, отбор, адаптация и разработка аутентичных текстов, не только несущих исключительно профессионально-направленную информацию, но и имеющих некий культурный фон. Итак, при подготовке текстов преподаватель должен поставить перед собой следующие цели:

- развитие знаний студентов о культуре страны изучаемого языка в целом и о культуре профессионального общения в частности;
- знакомство обучаемых с профессиональными особенностями общения в деловой сфере, с нормами поведения, ценностями, социальными установками участников коммуникации из иной культурной среды;
- умение студентов на основе полученных из текстов знаний сопоставить специфику деятельности в своей и иноязычной профессиональной среде;
- умение обучаемых дать адекватную оценку иноязычной профессиональной деятельности с точки зрения носителя языка;
- развитие готовности студентов к групповым формам работы.

В основу отбора корпуса текстов, предназначенных для реализации цели формирования межкультурной компетенции, необходимо учитывать следующие критерии:

- соответствие содержания текста современным реалиям иноязычной среды;
- соответствие содержания целям обучения профессионально-ориентированной коммуникации;
- соответствие текстов по специальности уровню профессиональной подготовки студентов;
- соответствие текстов когнитивно-коммуникативным возможностям и профессиональным интересам обучаемых;
- социокультурная информативность текстов;
- соответствие текстов общему уровню владения иностранным языком обучаемыми.