

ственно на занятии; сервис позволяет выбрать видеоролик согласно заданной теме в рамках бытовой и профессиональной тематики. Но наиболее важной характеристикой YouTube является возможность погружения студентов в ситуацию реального общения, т.к. любой пользователь сайта может оставить свои комментарии к видеоролику или прочитать комментарии других пользователей, т.о. может возникнуть обсуждение темы или проблемы, затронутой видеороликом. YouTube предлагает также прекрасную возможность для самовыражения: каждый пользователь может снять видеоролик по волнующей его теме и разместить на сайте. Использование при обучении иностранным языкам сервиса YouTube также в значительной степени способствует разнообразию проектной деятельности студентов.

Таким образом с помощью Интернет-ресурсов можно решить многие дидактические задачи, такие как формирование у студентов высокой мотивации изучения иностранного языка и обеспечение процесса обучения необходимым аутентичным материалом. Кроме того огромные коммуникационные возможности глобальной сети дают полную свободу общения с реальными носителями любого языка и культуры. Являясь самым динамичным и обширным информационным «банком», Интернет может дать множество необходимых социокультурных знаний о чужой стране и ее народе.

*И.Н. Болушевская, О.В. Иванова  
БГЭУ(Минск)*

### **ОТБОР ЯЗЫКОВОГО МАТЕРИАЛА ПРИ ОБУЧЕНИИ ПИСЬМЕННОЙ ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ В НЕЯЗЫКОВОМ ВУЗЕ С УЧЕТОМ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОРИЕНТАЦИИ СТУДЕНТОВ**

В процессе обучения письменной деловой коммуникации в неязыковом вузе важная роль принадлежит проблеме содержания обучения, которое определяет уровень коммуникативной компетенции как итоговой цели обучения,

Одним из важнейших вопросов, связанных с содержанием обучению письменной деловой коммуникации, является вопрос отбора языкового материала. Именно он во многом определяет успех в формировании у студентов коммуникативной компетенции.

Учебные материалы, используемые при обучении письменной деловой коммуникации в неязыковом вузе должны отвечать ряду требований:

— предоставлять лингвистическую информацию соответствующего уровня (грамматические структуры, лексика по специальности, стилистические особенности делового письма);

- способствовать развитию письменных коммуникативных умений;
- развивать умения по построению письменного делового дискурса;
- формировать межкультурную компетенцию;
- строиться по принципу проблемности;
- соответствовать критериям методической аутентичности;
- представлять познавательную ценность для студентов.

Бесспорно, одним из важнейших требований, которое следует учитывать при отборе материала, является адекватность источников отбора цели обучения. Для обучения письменной речи используются такие письменные источники, как тексты. Тек-

стами для обучения письменной деловой коммуникации являются тексты деловых писем (оригинальная деловая переписка, письма-образцы из сборников писем). Страноведческий компонент и профессионально ориентированный компонент содержания может быть представлен в виде образцов печатной информации страны изучаемого языка (газетные и журнальные статьи, брошюры, справочники и т.п.).

Отбираемые учебные материалы должны соответствовать следующим характеристикам:

— **аутентичность.** Учебный материал должен представлять собой образцы естественной речи носителей языка, речевые произведения, порожденные в реальных ситуациях общения в определенном социуме. Принцип аутентичности не исключает методическую обработку языкового материала. Однако после такой обработки материал не должен потерять свою подлинность для студента, т.е. должен обладать всеми свойствами аутентичности, а именно, связностью, информативной и эмоциональной насыщенностью, использованием естественного языка.

— **типичность.** Учебные материалы должны представлять речевые произведения, регулярно воспроизводимые в регулярно повторяющихся ситуациях общения.

— **современность.** Эта характеристика учебных материалов подразумевает, что они должны отражать современную социально-культурную ситуацию в стране изучаемого языка.

— **познавательная ценность.** Познавательной ценностью обладают тексты, содержащие наиболее значительную информацию для познания определенного явления.

— **профессиональная направленность.** Учебные материалы должны отбираться с учетом будущей профессиональной деятельности студентов, они призваны способствовать формированию коммуникативной компетентности специалистов и предполагают практическое применение приобретенных знаний и умений в процессе делового и профессионально-ориентированного общения.

Таким образом, при отборе и организации учебного материала при обучении письменной деловой коммуникации в неязыковом вузе следует показать не только, как устроен язык на лексическом, грамматическом, стилистическом, морфологическом уровнях, но и как он употребляется в различных коммуникативных ситуациях.

*И.И. Большаков*  
БГЭУ (Минск)

### **ПЕРЕВОД ТОПОНИМОВ**

Неточности в передаче имен собственных могут вести к фактическим искажениям в тексте перевода, к потере национального колорита. Под топонимами понимаются названия географических объектов, местностей, гор, рек, городов, а также названия улиц, площадей, кварталов. Географические имена передаются путем транслитерации, транскрипции либо используется перевод.

В качестве примеров транскрибирования и транслитерации можно привести следующие: Berlin — Берлин, Schwarzwald — Шварцвальд, der Main — Майн, der Schweriner See — Шверинерзе, но der Bodensee — Боденское озеро. Если географиче-