

*Л. А. Федоренко, аспирант
МГЛУ (Минск)*

*М. А. Комарова, канд. филол. наук, доцент
БГЭУ (Минск)*

ДИДАКТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РЕАЛИЗАЦИИ МЕЖКУЛЬТУРНЫХ ПРОЕКТОВ ПРИ ОБУЧЕНИИ БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИИ

В современной евродидактике обучение иностранным языкам, в том числе для профессиональных целей, основывается на рациональном комбинировании когнитивно-ориентированного и акционального подходов, когда для обучаемых моделируется особая информационно-образовательная среда, позволяющая реализовать и развивать имеющиеся академические и языковые компетенции. Целесообразность межкультурных обучающих проектов, при которых создается реальная потребность в бизнес-коммуникации, неоспорима, а их ценность возрастает в случае когерентности с профессиональной деятельностью обучаемых.

В рамках международного межвузовского сотрудничества кафедрой романских языков БГЭУ было инициировано участие франкоговорящих студентов первого курса факультета маркетинга и логистики в проекте университета г. Фуртванген (Германия), разработанном для студентов-маркетологов, изучающих деловой французский язык в качестве иностранного.

Согласно проекту в течение месяца в ходе одного занятия в неделю студенты в режиме онлайн обсуждали со своими немецкими партнерами найденную информацию по проекту, целью которого являлось исследование условий для запуска на французский рынок электрического велосипеда *Made in Germany*. Студентам предлагалось провести анализ PESTEL для изучения влияния (позитивного и негативного) макро- и микроэкономических факторов окружающей среды на запуск новой продукции, а именно политического, экономического, социокультурного, технологического, экологического и законодательного контекстов во Франции.

Реализация проекта направлена на развитие следующих компетенций:

- межкультурной (общение с представителями другой культуры помогло студентам осознать разницу взглядов на одну и ту же проблему);
- профессиональной (проведенный анализ может быть включен студентами в их резюме при поиске работы, а также явился полезным опытом);
- методологической (анализ представлял собой письменную работу университетского уровня, при которой должное внимание уделялось поиску и отбору информации, использованию авторитетных источников и пр.);
- лингвистической (проект предполагал коммуникацию на экономические, политические, социокультурные темы на французском языке на уровне C1);
- когнитивной (работа над проектом характеризовалась высоким уровнем межпредметных связей со специальными маркетинговыми дисциплинами).

Результатом проекта явился SWOT-анализ, отражающий сильные и слабые стороны, возможности и угрозы для нового товара. В ходе исследования участники пришли к следующему выводу: электрический немецкий велосипед имеет все шансы для внедрения на французский рынок ввиду превалирования благоприятных условий (эко-направленность товара, приемлемая стоимость, значимость для здорового образа жизни и пр.). Основными угрозами для запуска товара являются конкуренция со стороны французских предприятий *Solex, Peugeot, O2feel, Maltra, Cube*, производящих аналогичную продукцию, и уровень среднемесячной зарплаты французов (1600 €) при стоимости велосипеда 700 €.

Вышеперечисленные теоретические основы, умноженные на опыт международного сотрудничества и креативность преподавателя, который проводит серьезную подготовительную работу для продвижения и осуществления проекта, создают релевантные условия для подготовки поликультурных специалистов высокого уровня.

И. Н. Чугай
БГЭУ (Минск)

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КУЛЬТУРЫ РЕЧИ

Многочисленные исследования данных показывают, что культура речи современно-го населения претерпевает изменения. Большинство ученых подчеркивают негативную тенденцию к упрощению языковых норм и правил. Считается, что основной проблемой стало слишком активное проникновение в литературный язык разговорного, просторечного языка. Сленг и жаргонизмы стали неотъемлемой частью речевого общения международного сообщества из-за стремительно возросшего количества коммуникаций посредством сети Интернет.

Согласно Википедии сленг — набор особых слов или новых значений уже существующих слов, употребляемых в различных человеческих объединениях. Сленг не может быть запрещен или отменен. Он делает нашу речь более эмоциональной, живой и интересной собеседнику, демонстрирует нашу принадлежность к социально значимой группе и повышает статус пользователя. Молодежный сленг достаточно быстро обновляет свой лексический состав, пополняясь за счет нововведений в различных языках и культурах.

Увлечения современной молодежи компьютерными играми, технологическими новшествами, идеализация бизнес-сообщества и влияние шоу-бизнеса посредством доступного информирования населения приводят к быстрому закреплению неформальной и нелитературной лексики даже в официальных текстах.

На данном этапе общение преподавателя со студентами уже становится практически невозможным без использования молодежного сленга. Однако филологи бьют тревогу: безнадежно страдают не только устоявшиеся лексические нормы, но и орфография и грамматика. Возникают проблемы экологии языка и культуры, вызванные речевой свободой и раскрепощенностью. Упрощение речи может привести к тотальной безграмотности подрастающего поколения.

Процесс глобализации мира таким образом выявляет огромное противоречие, когда требуются высококлассные специалисты с развитой речевой культурой, но отсутствуют необходимые условия возникновения для этого коммуникативных навыков и умений. Преподавателям приходится изыскивать все новые способы мотивации учеников, при уже существующем очень высоком уровне познавательной активности студентов.

Следует заметить, что лишь усилий преподавателей для достижения положительного эффекта недостаточно. Примером правильного использования литературных речевых норм должны служить все средства массовой и особенно печатной информации. Лидерами политической, деловой и культурной жизни должны избираться высокообразованные и профессионально ориентированные, а не эпатажные и харизматичные личности.

Сегодня особенно актуальна для высших учебных заведений задача развития и совершенствования речевой и культурной подготовки студентов, поиска наиболее эффективных средств обучения, использования инновационных методик и технологий, в том числе раскрытие обучающих и корректирующих возможностей интернета, при подготовке современных специалистов.