

NYELV **VILÁG**

A BUDAPESTI GAZDASÁGI EGYETEM
IDEGEN NYELVI ÉS KOMMUNIKÁCIÓS INTÉZETÉNEK
SZAKMAI KIADVÁNYA



21

2018

Szerkesztőbizottság

Barthalos Judit, Fűkőh Borbála, Dr. Hegedüs Gyula, Hukné Dr. Kiss Szilvia,
Dr. Kéri András, Lehr Emma, Szendrői Ildikó

Főszerkesztő

Dr. Kéri András

Technikai szerkesztő

Deák Gabriella

Szerkesztőség címe:

1054 Budapest, Alkotmány u. 9-11.

ISSN 1786-0636

Felelős kiadó: Dr. Csillag Sára

Készült a BGE Külkereskedelmi Kar házi nyomdájában.

Formátum: A/4

Ívszám: A/5

Példányszám: 250

Приемы семантизации русской лексики при обучении венгерских учащихся бизнес-русскому

HAMSOVSZKI SZVETLANA
 KKK

В высших учебных заведениях Венгрии учебными программами предусматривается ограниченное количество учебных часов для изучения иностранных языков, а связанный с этим недостаток практики вызывает у студентов значительные трудности при изучении русского языка. В сложившихся условиях преподавателю иностранного языка следует максимально учитывать процессы развития языка и свой педагогический опыт с целью оптимизации процесса обучения и формирования у студентов тех умений и навыков, которые могут быть реализованы не только на занятиях, но и в ситуациях делового общения.

Процесс глобализации, расширение международных контактов и ряд других факторов способствуют значительному увеличению количества заимствований в русском языке. Это в значительной степени касается и терминологии языка делового общения в сфере экономики, маркетинга, финансов и других отраслей бизнеса. Так, например, слово *бизнес* уже прочно закрепилось в русском языке, более того, стало производным: кинобизнес, шоу-бизнес, бизнес-план, бизнес-леди, бизнес-центр, бизнес-тренинг, бизнес-логика и пр. Постепенно складывается ситуация, когда вместо исконно русских слов всё чаще употребляются слова иноязычного происхождения. Например, *дедлайн* вместо *крайний срок*, *гаджет* вместо *планшет(ный компьютер)*, *секьюрити* вместо *служба безопасности*. Прочно вошли в обиход слова *тест-драйв*, *кофе-брейк*, *бизнес-ланч*, *прайс-лист*, *директ-мейл*. Вместо слова *посредник* в деловой речи всё чаще используется слово *дилер*. Дилер – это лицо (фирма), осуществляющее биржевое или торговое посредничество за свой счёт и от своего имени. Широко употребляется слово *акцент* – согласие на предложение вступить в сделку, заключить договор на условиях, указанных в предложении. К терминам делового общения относится и заимствованное слово *дистрибьютор* – фирма, осуществляющая сбыт на основе оптовых закупок у крупных промышленных фирм-производителей готовой продукции. Заимствование слов – естественный и необходимый процесс развития любого языка. Их наличие в русском языке в определённой степени способствует оптимизации обучения русскому языку как иностранному венгерских студентов, уже владеющих английским языком, так как терминология языка делового общения строится на словах, заимствованных в большей степени из английского языка. Более того, многие из них прочно закрепились и в венгерском языке. Процесс глобализации приводит к тому, что в разных языках возникают похожие слова. Например: *аудит*, *брокер*, *тренинг*, *контакт*.

Обратим внимание на некоторые приёмы семантизации новой лексики, способствующие эффективному усвоению общеупотребительных терминов. Уже на этапе предъявления новой лексики следует помнить, что различные лексические группы требуют разных приёмов работы и разных действий со стороны преподавателя и обучаемых. И в случае предъявления лексики специальности следует постоянно придерживаться основных методических принципов – адекватности, целесообразности и опоры на родной язык или язык-посредник.

Остановимся на основных приёмах семантизации, являющихся оптимальными в нашем случае. Как уже подчёркивалось выше, в нашем распоряжении обычно мало учебных часов и студенты не владеют русским языком на уровне, достаточном для понимания толкования на русском языке.

Приведём пример, когда семантизация слова с помощью толкования является совершенно неоправданной: *бизнес-план – это план, программа осуществления бизнес-операции, действий фирмы, содержащая сведения о фирме, рынках сбыта, маркетинге, организации операций и их эффективности.* Венгерским учащимся в этом случае достаточно знать значение слова *план*, так как значение слова *бизнес* известно всем. Или *директ-мейл – вид рекламы: прямая адресная рассылка рекламных материалов потенциальным покупателям, клиентам, заказчикам по почте.* Владеющие английским языком знакомы с таким выражением и могут догадаться, что это означает без дополнительного толкования.

С целью оптимизации учебного процесса эффективными представляются следующие приёмы: перевод на венгерский язык, подбор синонимов или антонимов, дефиниции, словообразовательный анализ и семантизирующий контекст. Кратко остановимся на некоторых из них.

При изучении делового языка эффективно использование перевода. Например, с помощью перевода на венгерский язык целесообразно семантизировать такие слова, как *сбыт, доход, реализация, прибыль* и т.п., а также такие словосочетания, как *внешнеэкономическая деятельность, внутренний валовой продукт, охрана окружающей среды.* Такой приём значительно экономит учебное время. Особого внимания требует семантизация слов, имеющих фонетическое сходство, но значение которых в венгерском и русском языках совпадает лишь частично. Например, слово *виза* в русском языке означает не только *vízum*, но и *подпись руководителя, должностного лица, означающая согласие с содержанием документа.* Или созвучное венгерскому слову русское *протокол (protokoll – jegyzőkönyv) – документ, содержащий последовательную, адекватную запись хода обсуждения вопросов и принятия решений на собраниях, совещаниях, конференциях и заседаниях коллегиальных органов.*

В венгерской аудитории следует особое внимание обращать и на слова, имеющие некоторое фонетическое сходство и которые можно с уверенностью отнести к категории «ложные друзья переводчика». Примером может служить слово *дата.* Если предложить учащимся догадаться о значении этого слова, в большинстве случаев получим ответ *adat.* Это объясняется тем, что владеющие английским языком в первую очередь вспоминают похожее по звучанию слово. На русском языке значение этого слова можно объяснить следующим образом: это важнейший реквизит письма, а датой письма является дата его подписания. По-венгерски это означает *dátum.*

Семантизация с помощью синонимов эффективна только в случае, если у студентов достаточно большой словарный запас или в качестве синонима выступает всем хорошо известное слово. Например: *бизнесмен – предприниматель, договор – контракт, продажа – сбыт, фундамент – база.*

В своей практике преподаватели очень часто используют перевод на родной язык или язык-посредник, что весьма оправданно, однако следует помнить и о том, что семантизация с помощью синонимов способствует расширению словарного запаса учащихся.

Использование антонимов для объяснения новых слов также имеет смысл только в том случае, если учащимся накоплен определенный словарный запас и приводимый для объяснения значения слова антоним всем известен: *продавать – покупать, продажа – покупка, доходы – расходы, дорогой – дешёвый* и пр.

Как известно, семантизирующим может быть и удачно подобранный контекст. Иногда для понимания учащимися значения слова достаточно минимального контекста –

словосочетания или предложения. Ярким примером может служить следующее толкование слова *контрагент*. Контрагенты – лица, вступающие в договорные отношения и сотрудничающие в процессе выполнения договора: *продавец – покупатель, кредитор – займщик, комиссионер – комитент, арендатор – арендодатель*. Как видим, в одном предложении встречается сразу несколько ключевых слов делового языка, представленных в виде антонимических рядов, что способствует быстрому пониманию значения предъявляемых слов. Данное предложение можно использовать и в качестве дефиниции – приёма, применяемого для семантизации слов, обозначающих понятия языка специальности.

Практика показывает, что словообразовательный анализ способствует интенсификации и оптимизации учебного процесса. Учащиеся часто не знают производных слов (с префиксом, суффиксом и пр.), хотя исходные или однокоренные им известны. В этом случае достаточно объяснить значение, к примеру, префикса *без-*, чтобы учащиеся поняли значение таких слов, как *безопасный, безаварийный, безработный, безналичный, безлимитный*. В некоторых случаях можно продемонстрировать однокоренные слова: *эффект – эффективность – эффективный; тест – тестировать – тестирование; груз – грузчик – погрузка – разгрузка*. Поняв значение префикса или суффикса того или иного слова, учащиеся способны не только узнавать, но и моделировать аналогичные слова, что способствует пополнению их словарного состава. Однако во избежание ошибок процесс моделирования, особенно на начальном этапе, следует осуществлять под руководством преподавателя или самостоятельно на заранее строго отобранном и сгруппированном лексическом материале. Например, при отсутствии контроля студенты в качестве антонима к слову *доходы* (bevétel) подбирают слово *отходы* (hulladék) по аналогии с глагольными приставками *от-* и *до-*, имеющими антонимичные значения.

Способствуют пониманию новой лексики в деловой речи следующие приемы объяснения: предъявление широко употребительных терминов иностранного происхождения в одной группе (*спонсор, сайт, рейтинг, бэк-офис, кэблэк, прайс-лист, тест-драйв, сервис, клиент, структура, маркетинг, хостинг, реклама, дедлайн* и др.); включение в объяснение сложных слов, имеющих фонетическое сходство со словами английского или родного языка, образованные путём сложения двух основ, в которых один корень знаком учащимся (*техцентр, автосалон, агробизнес, артбизнес*).

При отборе и группировании учебного материала также следует прогнозировать и учитывать ошибки, связанные не только с семантическим сходством, но фонетико-графическими несоответствиями в родном и русском языках, например, слова *лицензия* и *ревизия* в венгерском и русском языках.

С целью предупреждения или исправления ошибок студентов можно группировать слова по следующим критериям:

- 1) Имеют некоторое фонетическое сходство, но вызывают орфографические трудности, связанные с употреблением звуков *sz, s* и *z* в заимствованных словах венгерского и русского языков: *спекуляция – spekuláció, стандарт – standart, структура – struktúra, но санкция – szankció, сегмент – szegmens, консенсус – konszenzus*.
- 2) Фонетическое сходство со словом венгерского языка отсутствует, а значения всех элементов сложных слов полностью совпадают в русском и венгерском языках: *сухопутные (перевозки) – szárazföldi (szállítás), внешнеторговый (оборот) – külkereskedelmi (forgalom)*.
- 3) Заимствованные слова в русском языке, а в венгерском используется исконное слово: *дедлайн – határidő, процент – százalék, авиа – légi*.

- 4) Совпадает фонетический образ слова и семантика, но разное количество букв или звуков: *реклама* – reklám, *программа* – program, *колл центр* – call center, *менеджер* – menedzser, *сервис* – szervíz.
- 5) Фонетическое написание слов: *альтернатива* – alternatíva, *аналогия* – analógia, *динамика* – dinamika, *иерархия* – hierarchia, *категория* – kategória.
- 6) Слова имеют фонетическое сходство, но семантика не совпадает: *характер* – karakter, *декларация* – deklaráció.
- 7) «Ложные друзья переводчика»: *магазин* – bolt (nem magazin), *груз* – rakomány, súly (nem grúz férfi), *билет* – jegy (nem biléta).

Студенты записывают предъявляемую лексику в словарные тетради. Важно, чтобы слова не записывались просто сразу после их появления на занятии или в алфавитном порядке, а группировались по тем или иным критериям: фонетическому сходству или различию в венгерском и русском языках, по темам, синонимическим или антонимическим рядам, словообразовательным типам и пр.

Такие приемы семантизации лексики на занятиях по деловому русскому языку способствуют интенсификации и оптимизации обучения венгерских студентов языку специальности, мотивируют их к изучению русского языка и создают атмосферу творчества.

Felhasznált irodalom:

- Азимов Э. Г., Щукин А. Н. Новый словарь методических терминов и понятий (теория и практика обучения языкам). Москва, 2009. 448 с.
- Большой толковый словарь русских существительных: Идеографическое описание. Синонимы. Антонимы / Под ред. проф. А. Г. Бабенко. Москва, АСТ-ПРЕСС КНИГА, 2005. 864 с.
- Методика обучения русскому языку как иностранному: учебное пособие для вузов. Под ред. проф. И. П. Лысаковой. – Москва, Русский язык. Курсы 2016. 320 с., С. 207-213.

