

- наличие различных уровней трудности (сложности) при изложении учебного материала,
- возможность выбора варианта содержания учебного материала,
- возможность выбора режима работы с ПСУН,
- возможность изменения скорости работы с ПСУН,
- наличие встроенной системы контроля,
- наличие встроенной системы управления последовательностью обучения,
- возможность использования (по выбору) некоторых или всех параметров;
- возможности адаптивности ПСУН к различным факторам использования:
- модификации программы, данных, информации,
- обеспечения обратной связи,
- прием и выдача вариантов ответа,
- наличие возможности анализа ошибок, их коррекции,
- наличие возможности диагностики ошибок по результатам учебной деятельности;
- факты апробации результатов, предъявляемых к защите, должны подтверждаться соответствующими актами. Если разработанный продукт проходил апробацию, должна быть описана технология ее проведения и обработки результатов эксперимента (если таковые имеются);
- психолого-педагогические характеристики ПСУН:
- адекватность психолого педагогическим требованиям к ППС,
- педагогическая целесообразность использования,
- виды учебной деятельности, обеспечиваемой ПС (индивидуальная; групповая; коллективная),
- рекомендуемая деятельность с использованием ПСУН,
- психолого-педагогические цели использования ПС:
- развитие мышления,
- формирование базовых знаний по основам наук,
- формирование умений и (или) навыков учебной деятельности;
- формирование информационной культуры;
- перечень формируемых знаний, умений, навыков (по возможности указывать средства определения достоверности контроля);
- активное время работы обучаемого с ПС.

#### *Литература*

1. Вьюхин В.В. Технология разработки адаптивных методических систем в ВУЗе. Образование и наука. Известия УРО РАО, № 2(50), апрель, 2008, с. 74-81.
2. Вьюхин В.В., Ченушкина С.В. Проблемы разработки адаптивных методических систем в условиях дистанционного образования. Новые информационные технологии в образовании: Материалы междунар. науч.-практ. конф., Улан-Уде, 7-9 июля 2008 г.// НОУ «БФКК», ГОУ ВПО «РГППУ», ГОУ ВПО «ОмГУ», Улан-Уде, 2008. с. 234-239.

**Галамбец Н.А.**

**ОСОБЕННОСТИ ОБУЧЕНИЯ КОММЕРЧЕСКОМУ ЯЗЫКУ.**

*ngalambets@mail.ru*

*Евразийский Национальный Университет им.Л.Н.Гумилева  
г.Астана*

На современном этапе развития суверенного Казахстана перед преподавателями иностранного языка высшей школы стоит непростая задача: подготовить специалистов не просто владеющих одним- двумя иностранными языками, но способными использовать их в своей будущей профессии, в частности в сфере делового сотрудничества, в рамках которого коммерческий язык находится на одном из ведущих мест.

Коммерческий язык занимает положение между обычным языком общения и научным языком. Исходя из количества часов, отведенных на изучение иностранного языка при подготовке бакалавра, следует на третий семестр (третью часть часов) планировать изучение профессиональной лексики, а именно, коммерческого языка.

Для общения человек располагает многочисленными средствами: естественные языки в первую очередь, но также язык жестов, язык музыки, язык изображения, язык графики, логико-математический язык, язык знаков, например, дорожных и т. д.

Для полноценного общения человек не выбирает исключительно один, или другой язык. Например, чтобы передать свои чувства, можно прибегнуть к языку музыки или цветов, но не к графическому, и, наоборот, чтобы поговорить об изменениях цены на нефть используют, скорее, язык графики. И только естественный язык народа может позволить говорить и о чувствах, и о цифровых данных. Поэтому о естественном языке говорят как о самом мощном средстве общения, который находится между двух полюсов: языке поэтическом и языке научном.

Что касается техниче­ско- научного языка, то он располагается между «общим», то есть естественным, и научным языком в его абстрактном значении. Техниче­ско-научный язык определенной науки или техники не может быть монолитным. Лишь для упрощения понимания говорят: «юридический язык», «коммерческий язык», «медицинский язык» и т. д. Каждый текст, более или менее научный, содержит элементы поэтического языка.

Знакомя студентов с правилами и особенностями написания делового, коммерческого письма на французском языке следует обратить внимание на формулы вежливости, которые обязательно завершают деловую переписку, и именно в них элемент «поэтичности» отражается наиболее явно:

Veuillez recevoir, Monsieur, l'expression de mes sentiments distingués.

(Соблагово­лите принять, ме­сье, выражение моих особых чувств.)

Степень «поэтичности» или «научности» в коммерческом языке варьируется в зависимости от ситуации. Устный коммерческий язык очень близок к «общему» языку, он менее рационален, чем язык деловой переписки, который, в свою очередь, менее рационален, чем язык коммерческих контрактов.

Реклама, хотя она составляет часть коммерческой практики, использует, в основном, язык более поэтичный, чем «обычный» язык.

Относительная «научность» коммерческого языка характеризует все языковые аспекты, прежде всего, лингвистические, так как слово употребляется в более точном смысле, например: слово «le bénéfice» в обычном словаре имеет шесть значений: прибыль, преимущество, пользование, поступление и т. д., а в коммерческом словаре только два значения: льгота, прибыль.

Коммерческое общение содержит много социальных условностей, упрощает понимание, это касается формата бумаги, конвертов, написания адресов; типографических аспектов: расположения текста на странице, поля, употребления цифр для выделения определенных частей текста и т. д. Характер написания текстов стандартный, что делает их «социальными» по двум причинам: первое - их легко понять; второе - они не несут на себе отпечаток особенностей передающего информацию. Стандартность проявляется в написании официального названия предприятия, регистровых отметках, подписи, указания даты и места написания письма; все выполняет социальную функцию и касается паралингвистического аспекта.

Относительно аспекта пунктуации, нужно заметить, что пунктуация облегчает интерпретацию текста; ее употребление довольно стандартизировано. Пунктуация может быть двух типов: логико- семантической (точка, запятая, точка с запятой, двоеточие), которая указывает на соотношение частей текста и эмоциональной (вопросительный и восклицательный знаки, кавычки), которая передает чувства: энтузиазм, удивление, озадаченность, гнев и т. д.

Лексика является наиболее важным аспектом в любом виде языка. Как считает Одиль Шантелев (Италия), «слова в технических языках используются только в их прямых значениях, в смысле, который отражен в словаре... Игра слов исключается из технических текстов, тогда как она нередко встречается в обычном языке или в поэзии». Коммерческий язык часто прибегает к абстрактным словам, например, используют чаще слова «marchandise» (товар) или «article» вместо «biscuits» (бисквиты). В любом виде контрактов имена собственные используются только в начале документа, затем они передаются через абстрактные понятия: «Покупатель и Продавец», «Автор и Издатель», «Страховщик и Страхователь». Также в коммерческом языке часто идет подмена глаголов существительными: «продажа» вместо «продать», «платеж» вместо «платить». Эти существительные более абстрактны, чем соответствующие им глаголы, что позволяет обезличивать документ или речь и фокусироваться не на индивидуумах (я, ты), а на выполняемой операции.

Что касается морфо-синтаксического аспекта, то здесь также характерна деперсонализация: вместо «я» - «наше предприятие». Чаще используют местоимения «мы, вы» вместо «я, ты». В коммерческих документах обычно используются фамилии, а не имена, или деперсонализированное «господин». Если речь идет об индивидууме, то часто избегают его обозначение, то есть пишут «наша бухгалтерия» вместо «наш бухгалтер».

Предпочтение отдается пассивной форме глагола, что позволяет выделить суть операции, например: «Ваша запись будет подтверждена после того, как будет получен ваш платеж».

Типичными для коммерческого языка являются повествовательные предложения. Вопросы используются редко, но если есть необходимость задать вопрос в деловом письме, то чаще используют косвенную форму вопроса, которая менее агрессивна.

В плане прагматического аспекта назначение коммерческого текста должно быть ясным и четким. В коммерческой переписке цель письма выделяется словом «objet», за которым следует сама формулировка цели: «запрос информации», «просьба оплаты» и т. д. В контракте цель указывается в первых строках, назначение каждой части контракта выделено промежуточными заголовками типа: «Обязанности продавца». Эти же требования применяются и к законодательным документам, понимание которых не должно трактоваться двояко.

Все вышеперечисленные особенности коммерческого языка должны быть отражены в учебном материале по иностранному языку, чтобы будущий специалист мог ориентироваться в деловом мире и быть конкурентоспособным при устройстве на работу.

#### *Литература*

1. Bloomfield A. Affaires à suivre. Hachette Livre. Paris, 2001.
2. Gavrichina K.S. Dictionnaire Commercial Français-Russe. M., 1992.

**Галанова М.А.**

**ПРОБЛЕМА СОЗДАНИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СРЕДЫ ВУЗА КАК ФАКТОРА ФОРМИРОВАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНО-СУБЪЕКТНОЙ ПОЗИЦИИ БУДУЩЕГО ПЕДАГОГА**

---

galanova@mail.ru

*Башкирский государственный педагогический университет им. М. Акмуллы*

*г. Уфа*

Отличительной особенностью современного образовательного пространства является наличие в его структуре доминирующего элемента – информационной среды, обеспечивающей активное использование информационных технологий в организации образовательных процессов. Понятия образовательное пространство и информационная среда могут существовать как две независимые категории. При этом образовательное пространство является открытой системой, в которой присутствуют педагогически упорядоченные и неупорядоченные источники информации. Под информационной средой в данном случае понимается среда, в которой циркулируют информационные потоки и физические средства, необходимые для обеспечения ее функционирования, поддержания и развития [2]. Необходимым условием существования такой среды, по мнению П.А. Якушкина, является принятие единой организации информационных потоков, форматов отражения информации, интегрированных программных средств, обеспечивающих коммуникативность всех ее подсистем [3]. В настоящее время суверенность данных категорий в значительной степени утрачивается в связи с тем, что информационная среда становится неотъемлемым компонентом образовательного пространства. Внедрение информационной среды в образовательное пространство дает возможность перевести глобальную философскую категорию «пространство» в понятие более регулируемое и организуемое – речь идет об образовательной информационной среде. Под образовательной информационной средой понимается системно-организованная совокупность средств передачи данных, информационных ресурсов, протоколов взаимодействия, аппаратно-программного и организационно-методического обеспечения, ориентированная на удовлетворение образовательных потребностей пользователя [1].

Концептуальная схема информационного менеджмента R.Maesa [4] позволила нам дифференцировать уровни формирования информационной образовательной среды вуза на операционный, тактический и стратегический. Операционный уровень отражает применение информации как способа упорядочивания информационного пространства, повышение качества отдельных операций, действий, осуществляемых в рамках взаимодействия субъектов образовательного процесса (применение ЭУМК, мультимедиа технологий, обучающих программ и др.). Тактический уровень связан с определением масштаба информатизации образовательного процесса, организации технологических систем оборудования и управления данными, системным программным обеспечением. Стратегический уровень обеспечивает преобразование образовательного пространства в логике направлений развития вуза, его позиционирования на рынке образовательных услуг, в выработке концептуальных положений создания информационной образовательной среды. Структурно-содержательный анализ образовательного пространства дает нам достаточно полную картину функционирования компонентов этой системы и уровней ее информатизации. В то же время обращение к философским и психолого-педагогическим исследованиям показало, что вопросы проектирования информационной образовательной среды с точки зрения ее возможностей формирования профессионально-субъектной позиции будущего педагога в настоящее время не исследованы.

Информационная образовательная среда обеспечивает благоприятные условия формирования профессионально-субъектной позиции будущего педагога только в том случае, если она охватывает не отдельные дисциплины или формы проведения занятий, а осуществляется в рамках всех обозначенных выше компонентов на основе установление управляемого взаимодействия «когнитариатов», обеспечения комфортности существования и развития личности, персонализацию образовательной среды. В информационной образовательной среде априори существуют условия для проявления субъектности студента, мы пришли к выводу, что в процессе формирования профессионально-субъектной позиции личности значительную роль играет активность самого субъекта. Информационная образовательная среда с точки зрения создания условий для возникновения активности не может быть определена однозначно. С одной стороны она способствует самостоятельному поиску, информации, ее отбору, классификации, систематизации, в чем, безусловно, проявляется активность личности. С другой стороны, данная активность не распространяется на дальнейшее применение полученной информации в профессиональной сфере. Следовательно, информационная образовательная среда в ее современном состоянии имеет ограниченные возможности в формирование профессионально-субъектной позиции будущего педагога. Это утверждение основано на том, что информационная образовательная среда, безусловно, позволяет формировать когнитивный компонент профессионально-субъектной позиции, путем накопления студентами самостоятельно приобретаемых знаний, отчасти, способствует формированию аффективного и творческого компонентов, но практически исключает возможность формирования поведенческого компонента в структуре профессионально-субъектной позиции. Информационная образовательная среда, в том виде, в котором мы наблюдаем ее сегодня, лишает студентов возможности участвовать в ситуациях профессиональной деятельности. Современная образовательная