

ԳԵՂԱՆՈՒՇ ՎԱՐԴԱՆՅԱՆ

ՏՆՏԵՍԱԿԱՆ ԳԵՐՄԱՆԵՐԵՆԻ ՈՒՍՈՒՅՄԱՆ
ՍԻ ՔԱՆԻ ԴՐՈՒՅԹՆԵՐ

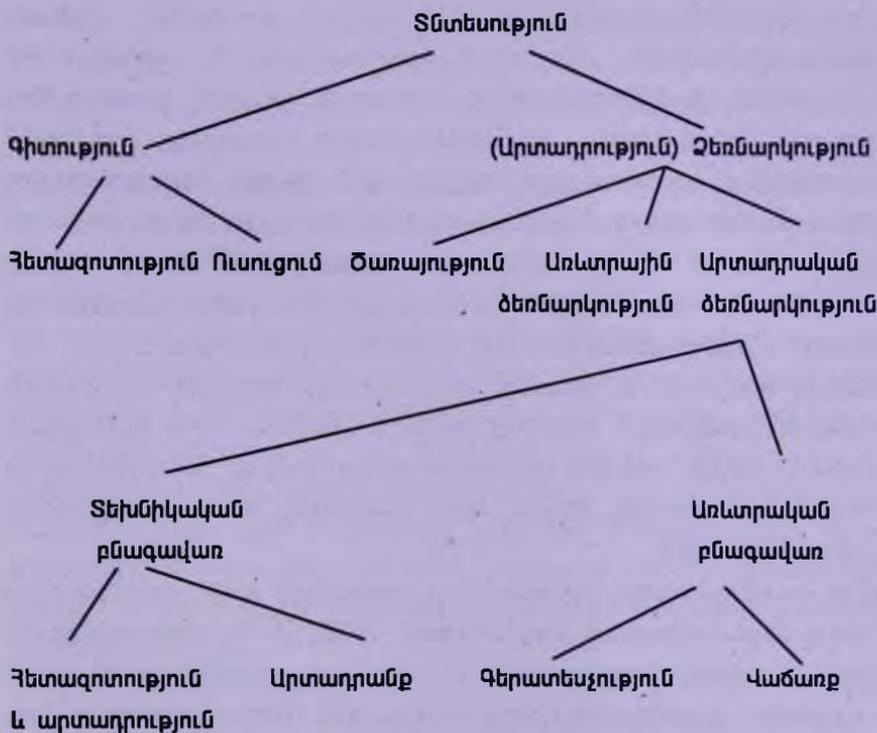
1990-ական թվականներից սկսած առանձնահատուկ ուշադրություն է առաջացել տնտեսագիտության և նրա հետ կապված երևույթների, տարբեր ոլորտներում նրա դրսևորումների նկատմամբ:

Դրա հիմնական պատճառներից մեկը նախկին սոցերկրների պլանային տնտեսագիտությունից շուկայական տնտեսագիտության անցումն է, նոր տնտեսական հարաբերությունների ստեղծումը, տարբեր երկրների միջև առևտրա- տնտեսական հարաբերությունների խորացումը, առևտրային թղթակցության հաղորդակցման ձևերը և այլն: Վերջինս իր արծագանքը գտավ տնտեսագիտական բառապաշարի մեջ, որն էլ իր հերթին չէր կարող չանդրադառնալ տնտեսագիտության ֆակուլտետի օտար լեզվի դասավանդման մեթոդների, ուսումնական նոր ձեռնարկներ ստեղծելու, նոր նյութեր և ինֆորմացիայի նոր աղբյուրներ ձեռք բերելու վրա:

Գնալով խորանում են տարբեր երկրների միջև արտաքին տնտեսական հարաբերությունները, և ուսանողը պետք է պատրաստ լինի հասկանալու մասնագիտական տեքստը, կարողանա օտար լեզվով հաղորդակցվել, իր մտքերն արտահայտել, ինչպես նաև ձևակերպել նամակ- առաջարկներ, գովազդներ և այլն:

Այժմ արտասահմանում առաջարկվող գերմաներեն լեզվի դասընթացների 50%-ը տնտեսագիտական ուղղվածություն ունեն, (Wirtschaftsdeutsch), որտեղ առանձնահատուկ ուշադրություն է դարձվում արտաքին տնտեսական, առևտրային հարաբերությունների, ինչպես նաև բիզնեսի պարզաբանվող խոսքի զարգացմանը: Նման դասընթացներ կազմակերպում են նաև

տնտեսագիտության ֆակուլտետում դասավանդող դասախոսների համար, որովհետև միայն լեզվական ընդհանուր գիտելիքները բավարար չեն մատուցելու մասնագիտական տեքստի ճիշտ բովանդակությունը կամ էլ գործընթացը: Հատկապես ուշադրություն է դարձվում այնպիսի ոլորտների վրա ինչպիսիք են տնտեսական աշխարհագրությունը, արտահանումն ու ներմուծումը, ԳՖՀ – ի դերը եվրոհամայնքում, առևտրային թղթակցությունը, բանակցությունների լեզուն, ապրանքների շնորհանդեսի կազմակերպումը: Ցավոք մեր բուհերում դեռ չեն ուսումնասիրվում այնպիսի բնագավառներ, ինչպիսիք են հյուրանոցային գործը, գաստրոնոմիան և տուրիզմը: Օտար լեզվով տնտեսագիտության ուսուցման գործընթացում պետք է կատարվի ուղղակի բաժանում՝



Ելնելով վերը նշված բաժանումից ուսանողը հաղորդակից է դարձվում այդ բնագավառներին վերաբերող բառապաշարին և արտահայտություններին՝ նախօրոք լսած լինելով այդ թեմաներով դասախոսություններ մայրենի լեզվով: Ուսանողը պետք է ձեռք բերի հմտություններ ինչպես գրավոր, այնպես էլ բանավոր հաղորդակցման բնագավառներում (բանակցություններ, երկխոսություններ, պայմանագրեր, հեռախոսազրույց և այլն):

Մատուցվող բառապաշարը պետք է վերաբերի արտադրող- հաճախորդ թեմային (Fachpersonal und Kunde im Service) :

Գրավոր խոսքում զարգացվում են հմտություններ ձեռնարկության բիզնես (առևտրային գրագրություն/ թղթակցություն (Geschäftskorrespondenz)), զովագող(Werbung), պայմանագրեր(Vertrag), ուղեցույցներ, արտադրական պլաններ ոլորտները:

Բանավոր խոսքում հեռախոսազրույց բանակցություններ գնորդի, հաճախորդի սպասարկում, ինֆորմացիոն բնույթի կոնֆերանսներ ոլորտները:

Բանակցային երկխոսությունների համար անհրաժեշտ է իմանալ որոշ կարևոր ճյուղերի տերմինաբանություն (Sprache des Produkts) Օրինակ՝ /Bayer:Chemie, /Siemens:Elektronik, /Daimler Benz: Automobilbau, / Dr. Oetker: Nahrungsmittel և այլն:

Տնտեսագիտության ֆակուլտետում գերմաներեն լեզվի դասավանդումը կայանում է երեք ասպեկտներով՝

1. Տնտեսագիտությունը որպես գիտություն (Fachsprache)
2. Տնտեսագիտություն մասնագիտական լեզվով (Berufssprachen)
3. Երկրագիտական ինֆորմացիա տնտեսության վերաբերյալ, (հիմնականում իրականացվում է ամսագրերի, թերթերի միջոցով):

Ի մի բերելով կարելի է ասել տնտեսական- գիտական գերմաներենը մասնագիտական բառապաշարով հագեցած տեքստերի մի ուսումնասիրություն: «Մասնագիտական լեզու» հասկացությունը լեզվական միջոցների ամբողջությունն է, որ կիրառվում է նեղ մասնագիտական հաղորդակցման բանագավառում և որը ծառայում է այդ բնագավառում աշխատող

մասնագետների շրջանակներում միմյանց ճիշտ հասկանալուն և ըմբռնելուն:

Մասնագիտական բառապաշարը համընդհանուր լեզվի մի մասն է կազմում, որում հնչյունաբանական, բառակազմական և շարահյուսական տարրերը մի ամբողջություն են կազմում, որը և հնարավորություն է ստեղծում տվյալ մասնագիտության բնագավառում դրա կիրառմանը:

Պայմանավորված լինելով վերջինիս արագ զարգացմամբ, միշտ մասնագիտական լեզուն վերաբերում է որոշակի ժամանակահատվածի: Ասենք՝ մի տերմին առաջ ընդունելի էր, այժմ կորցրել է իր նախկին կենսունակությունը՝ փոխարինվելով այլ հասկացությամբ:

Մասնագիտական բառապաշարը կապված լինելով գիտության այս կամ այն բնագավառի հետ ծառայում է նրան արտացոլելով այդ ճյուղի առանձնահատկությունները: Յուրաքանչյուր մասնագիտական բառապաշար կիրառվում է մասնագետի կողմից, ոչ մասնագետը օգտագործում է այդ բառապաշարի լոկ տարրերը: Մասնագիտական լեզվին բնորոշ է համակարգված, տերմինացված բառապաշար, նրան բնորոշ է նաև ռճային առանձնահատկությունը (Stilmerkmale): Բնագիտական, տեխնիկական մասնագիտական լեզուներին բնորոշ է ճշգրտությունը և միանշանակությունը:

«Տնտեսագիտական գերմաներենը, - ըստ Բուհլմանի, բոլոր լեզվական միջոցների ամբողջությունն է, որը կիրառվում է սահմանափակ հաղորդակցման որոշակի բնագավառում և ծառայում է այդ բնագավառում զբաղված մարդկանց ճիշտ ըմբռնմանը»¹:

Իսկ որն է այն կարևորը, որին պետք է հաղորդակից դարձնել տնտեսագիտություն ուսումնասիրող ուսանողին: Կան բնագավառներ, որի շրջանակներում ուսանողը պետք է հմտություններ ձեռք բերի՝ կատարելով գրավոր ձևակերպումներ, իսկ կան բնագավառներ, որտեղ բանավոր խոսքի հմտություններն են կարևորը: Լինելով այդքան ծավալուն, տնտեսական գերմաներենի բառապաշարը իր հետ բերում է նաև դասավանդման հետ առնչվող (նյութի մատուցում, ձևակերպում, դասընթացի հետ կապված

¹ Jehreshuch DaF, Band 15, 1989, München

կազմակերպում) մեծ դժվարություններ: Այստեղ պետք է հաշվի առնել և այն հանգամանքը, թե ինչ մակարդակի վրա են ուսանողները, և ներմուծվող նյութը գերմաներենով ինչքան է ըմբռնելի նրանց համար: Ուստի յուրաքանչյուրը պետք է նախ և առաջ հաշվի առնի ուսման նպատակը, բովանդակությունը, որոնք իրենց մեջ պետք է ներառեն ոչ միայն լեզվական, այլ նաև երկրագիտական բովանդակություն:

Վերոհիշյալը կարելի է ներկայացնել դասի մեկ օրինակով, որի թեման է արտադրական գործոններ(Produktionsfaktoren): Այն նախատեսվում է 1- ին կուսի 2- րդ կիսամյակի համար: Դասի նպատակը թեմայի հետ առնչվող մասնագիտական բառապաշարի յուրացումն է, որպես համընդհանուր լեզվի լեզվական օրինաչափություն: Ձեռնարկության տնտեսության բնագավառի բառապաշարը նախատեսված է ավելի ցածր կուրսերի համար, իսկ երկրագիտականը՝ բարձր կուրսերի և մագիստրատուրայի ուսանողների համար: Խտացված յուրաքանչյուր թեմա եզրափակվում է երկխոսությամբ կամ էլ զրույցով որին մասնակցում է ամբողջ խումբը: Դասի թեման մաբողջությամբ կարելի է համարել յուրացված, եթե համապատասխանում են լեզվական և մասնագիտական ունակությունները: Ներկայացնենք «Ձեռնարկություն» թեմայի հետ առնչվող տեքստերից մեկը, որն իր բնույթով զուտ մասնագիտական է և ունի ինֆորմացիոն բնույթ, ելնելով թեմայի բովանդակությունից ուսանողը ինքը պետք է բերի օրինակներ:

Das Einliniensystem

“Das Einliniensystem ist ein System mit einem hierarchischen Dienstweg, der von allen arbeitenden Menschen einzuhalten ist. Also jeder Arbeiter hat einen, der ihm befiehlt. Dieses System hat wie alle anderen Dinge auf der Welt Vor- und Nachteile. In dieser Organisation ist die Leitungsspitze überlastet, es gibt keine direkte Koordination zwischen gleichrangigen Stellen und Instanzen. Die Leitung ist nicht spezialisiert, das sind die Nachteile des Systems. Das System hat auch Vorteile: Einheit der Auftragserteilung, klare Kommunikation, klare Kompetenzabgrenzung, leichte Kontrolle.”

Մեջբերված տեքստը թարգմանելուց և հասկանալուց հետո, ուսանողը կարող է արդեն սահմանել թե ինչ է իրենից ներկայացնում «Einliniensystem» հասկացությունը: Սահմանումից հետո խոսվում է այդ համակարգի թերությունների և առավելությունների մասին, որը նույնպես ինֆորմացիայի տեսքով ընդգրկված է տեքստի մեջ (Nachteile – Vorteile):

Տնտեսական գերմաներենի հետ կապված դժվարություններից է այն, որ բացի զուտ մասնագիտական թեմա լինելուց, (ինչպես վերը նշված օրինակն է) կան տեքստեր, որոնք ունեն նաև երկրագիտական ուղղվածություն, և ուսանողին միայն բավարար չէ մասնագիտական բառապաշարը, կամ էլ մայրենի լեզվով նույն թեմայի վերաբերյալ լսած դասախոսությունները, այլ նաև այն, որ վերջինս պետք է պատկերացնի Գերմանիան իր ողջ մշակութային, արտադրական և գիտական կոմպոնենտներով միասին վերցրած: Այստեղից էլ բխում է այն փաստը, որ երկրագիտական ուղղվածություն ունեցող մասնագիտական տեքստերը մատուցվում են բարձր կուրսերում, մինչ այդ ուսանողը հաղորդակից է դառնում այնպիսի պարզ բնագավառների, ինչպիսիք են երկրի աշխարհագրական դիրքը, նրա տնտեսական աշխարհագրությունը, երկրում գործող ֆիրմաներն ու խոշոր ձեռնարկությունները և այլն:

«Երկրագիտություն» հասկացությունը մինչ այժմ չունի իր հստակ սահմանումը, սակայն առանց որի էլ չի ընթանում և ոչ մի օտար լեզվի ուսուցում: Օտար լեզվի ուսուցումը չի կարելի պատկերացնել երկրագիտությունից կտրված: 1987թ. լույս տեսած Միչա Սելդի գրքի վերնագիրը որոշ չափով պարզաբանում է մտցնում երկրագիտության և օտար լեզվի դասավանդման փոխկապակցվածության մեջ “Zur Integration von Landeskunde und Kommunikation im Fremdsprachenunterricht”: Ըստ հեղինակի ցանկացած ուսանող հաղորդակցման համար պետք է ունենա երկրագիտական և մշակութային գիտելիք: Հատկապես դա վերաբերում է միջազգային տնտեսական հաղորդակցման գործընթացին: Երկրագիտությունը տնտեսական գերմաներենում ենթադրում է ամենաքիչը երկու հանգամանք «բառապաշարի իմացություն» կապված Գերմանիայի տնտեսության հետ և միջմշակութային իմացություն, որին էլ հետևում է միջմշակութային հաղորդակցումը: Շատ հաճախ ոչ միշտ է հնարավոր տարբերակել այն պարզ

բաժանումը, որը գոյություն ունի երկրագիտական, մշակութային և միջմշակութային հաղորդակցման միջև: Օրինակ՝ գովազդի բնագավառում այն իր մեջ կարող է ներառել մի կողմից մասնագիտական, մյուս կողմից՝ մշակութային իմացությունը: Օտար լեզվի դասավանդման ընթացքում կարելի է որքան հնարավոր է շատ ինֆորմացիա հաղորդել օտար երկրի մշակույթի մասին հակադրելով վերջինիս մեկ այլ երկրի մշակույթին: Օրինակ՝ Անգլիայում ողջույնի համար ծեռք չեն մեկնում, ի տարբերություն Գերմանիայի: Իմանալով այդ սովորույթի մասին գերմանացի գործարարը հանդիպման ժամանակ ողջունելիս կարող է ծեռք չմեկնի, իսկ չի բացառվում նաև այն հանգամանքը, որ անգլիացին էլ իր հերթին հաշվի առնելով գերմանացիների սովորույթը, սպասի, որ վերջինս մեկնի ծեռքը, որն էլ կարող է դիտարկվել անգլիացու կողմից անքաղաքավարություն: Այստեղից էլ պետք է եզրակացնել, որ միայն տեսական իմացությունը բավարար չէ. ուսանողը պետք է հնարավորություն ունենա (տեսաֆիլմերի, գերմանական ալիքի (DW) տեսագրությունների ուսուցման և ներմուծման շնորհիվ) հաղորդակցվելու նաև պրակտիկայում իրականացվող միջմշակութային հաղորդակցմանը: Դրան նպաստում են տնտեսագիտական գերմաներենով լույս տեսած շատ դասագրքեր, որոնք ուղեկցվում են տեսաֆիլմերով, ընդգրկում են հեռախոսազրույցներ, բանակցությունների ընթացք, առևտրային պայմանագրեր կնքելու դրվագներ և այլն: Տնտեսագիտության ֆակուլտետի բարձր կուրսերում դասագրքերին զուգահեռ մատուցվում է Kraus-ի (Ein eiliger Grobseufzer) տեսաֆիլմը, որը պատմում է գործարար կապերի մասին, որոնք ընթանում են Շվեդիայում: Շվեդական մի ֆիրմա գործընկեր է փնտրում Գերմանիայում, որը կկարողանա ներկայացնել շվեդական ապրանքները Գերմանիայում, միաժամանակ կազմակերպելով վերջիններիս գովազդը: Իհարկե այն ամենը, ինչ տեսնում է ուսանողը ֆիլմում, տեսականորեն գիտի, գիտի բառապաշարը և բովանդակությունը և բանակցություններ վարելու կարգը: Ֆիլմը օգնում է մեկ անգամ ևս ի մի բերելու գիտեցածը և նույնպիսի բանակցությունների կազմակերպում անցկացնել դասասենյակում՝ օրինակ բերելով արդեն հայկական և գերմանական ֆիրմաներ: Երկխոսություն

սկսվում է հյուրանոցից, հետո տեղափոխվում բանկ և ավարտվում բանակցություններով տոնավաճառում այդ ապրանքի ներկայացմամբ:

Մյուս տեսաֆիլմը, «Messegespräch» է: Այն ամբողջությամբ վերաբերվում է տոնավաճառում տեղի ունեցող գործարար իրավիճակներին: Ֆիլմի նպատակն է վեր հանել սովորույթների հետ կապված գործարար առևտրային դժվարությունները: Ֆիլմը դիտելուց հետո ուսանողները, նշում են այն բոլոր դժվարությունները, որոնք ի հայտ են գալիս տարբեր երկրներում սովորույթների տարբերության հետ կապված: Տնտեսական գերմաներենը որպես լեզվի ուսուցման առանձին բնագավառ անընդհատ ենթարկվում է փոփոխությունների, և որպեսզի ուսանողը հասնի այդ բնագավառում որոշակի հմտությունների, պետք է անընդհատ հաղորդակից դառնա նորագույն փոփոխություններին, որի հնարավորությունն այժմ առավել, քան երբևէ գոյություն ունի՝ կապված հաղորդակցման արդիական հնարավորությունների հետ: