

УДК 811.112.2:33

## **ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ТЕКСТЫ ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННОГО ЧТЕНИЯ НА ИНОСТРАННОМ ЯЗЫКЕ**

*Бельская М. А., УО «Гомельский государственный технический  
университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь*

*Научный руководитель Зыблева Д. В., доц. каф. белорусского  
и иностранных языков, канд. филол. наук,*

*УО «Гомельский государственный технический  
университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь*

Поскольку основной целевой установкой обучения является получение информации из иноязычных источников, особое внимание на занятиях по иностранному языку следует уделять чтению текстов. Понимание иностранных текстов достигается при осуществлении двух видов чтения: чтения с общим охватом содержания и изучающего чтения.

Чтение с охватом общего содержания складывается из следующих умений: догадываться о значении незнакомых слов на основе словообразовательных признаков и контекста, «видеть» интернациональные слова и устанавливать их значение, находить знакомые грамматические формы и конструкции и устанавливать их эквиваленты в русском языке, использовать имеющиеся в тексте иллюстраци-

онный материал, схемы, формулы и т. п., применять знания по специальным предметам в качестве основы смысловой и языковой догадки.

Изучающее чтение предполагает умение самостоятельно проводить лексико-грамматический анализ, используя знания специальных предметов. Итогом изучающего чтения является перевод текста на родной язык.

Исходя из задачи обучения чтению как пониманию любого текста по специальности, прочитанного с определенной целью, предполагаются некоторые типы экономических текстов, систематизированных по содержанию и функциональной направленности. Под экономическими здесь понимаются, в широком смысле слова, все тексты, издаваемые как внутри самого предприятия, так и тексты, касающиеся положения дел в экономике. При анализе экономических текстов по содержанию и функциям с большой очевидностью выделяются два типа: образовательно-обучающие и профессионально-бытовые. Причем первые имеют место в учебниках для учреждений высшего и среднего специального образования, в монографиях, дипломных и курсовых работах, лекциях преподавателей, научных докладах и журналах. Их авторами являются, как правило, специалисты в области экономических теорий, поэтому в отличие от научно-популярных текстов они содержат значительное количество терминологической лексики.

С точки зрения интенциональной направленности для образовательно-обучающих текстов характерна функция сообщения, предполагающая обмен знаниями и научной информацией. Неотъемлемым атрибутом многих экономических текстов является диаграмма – достаточно четкое графическое изображение в числах или структурах. Диаграмма помогает сосредоточить внимание на сути, учит мыслить абстрактно, правильно интерпретировать информацию, представленную с помощью графиков и таблиц. Скупые в языковом оформлении диаграммы дают хорошую возможность при закреплении важных терминов описывать тенденции развития той или иной отрасли, прогнозы, различия, сравнения и структуры. Лаконичность диаграммы экономит время и языковые средства, способствуя пониманию взаимосвязей при изучении специальности, а также построению ассоциативной цепочки «увидеть – познать».

Профессионально-бытовые экономические тексты, при всей неизбежной взаимосвязи с вышерассмотренными, имеют свои существенные отличия и по функционально-семантическим особенностям, в свою очередь, могут отражать две сферы коммуникации: 1) письменное общение внутри предприятия или между дочерними предприятиями в рамках одной фирмы; 2) письменное общение а) между отдельными предприятиями и б) между предприятиями и частными лицами (клиен-

тами). К первой группе следует отнести протоколы, различного рода внутриведомственные сообщения, акты, формуляры всех видов, отчеты о командировках. Эти тексты представлены обычно в виде приказов, инструкций и отчетов. Вторая категория текстов включает рекламные проспекты, договоры купли-продажи и связанную с ними коммерческую корреспонденцию, переписку по обслуживанию клиентов и по работе с банками. Для этого типа текстов характерно частота апеллятивных, инструктивных и аргументативных высказываний.

Основной лингвистической чертой профессионально-бытовых текстов, отличающих их от образовательно-обучающих, является наличие профессионального жаргона, постоянно изменяющегося и совершенствующегося в зависимости от новых разработок в различных сферах экономики. В переписке между отдельными предприятиями бросается в глаза частота употребления рутинных форм. В коммуникации между предприятиями и клиентами, а также в сообщениях, адресованных общественности, наблюдается преобладание литературного языка над профессиональным, в результате чего достигается возможность заинтересовать, проинформировать и убедить в необходимости сотрудничества большое количество лиц.