

6. Тезисы выступления директора департамента развития предпринимательства Министерства экономики Ульяновской области Р.Ш.Гайнетдинова по вопросу «О мероприятиях по поддержке субъектов малого и среднего бизнеса в 2010 году» на отчетно-выборной конференции Ульяновского регионального отделения Общероссийской общественной организации малого и среднего предпринимательства «ОПОРА РОССИИ» 04.03.2010. <http://www.sme.ulgov.ru/gosstat/428>.

## ПРОБЛЕМЫ ОБУЧЕНИЯ АУДИРОВАНИЮ В УСЛОВИЯХ РЕАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ LISTENING COMPREHENSION DIFFICULTIES IN THE ACT OF COMMUNICATION WITH PEOPLE

*М. Л. Ермолаева*  
*M. L. Ermolayeva*  
*Ульяновская ГСХА*  
*Ulyanovsk State Academy of Agriculture*

*The subject of this article deals with listening comprehension difficulties in the act of communication with people in different situations and the ways of improving Language Teaching.*

Современные тенденции к установлению и развитию международных контактов в профессиональной сфере деятельности находят отражение в сотрудничестве российских специалистов с деловыми партнерами из других стран, способствуя обмену знаниями, опытом, результатами новых исследований и достижений в различных областях знаний. В связи с этим, актуальным заказом государства является формирование студента неязыкового вуза не только как высококвалифицированного специалиста в области избранной профессии, но и полноценного партнера по общению с представителями других лингвокультурных социумов. Соответственно, обязательным компонентом подготовки современного специалиста любого профиля в неязыковом вузе является овладение иностранным языком для будущей профессиональной деятельности в сфере межкультурных контактов.

Профессиональное общение на иностранном языке, направленное на взаимодействие специалистов и, в первую очередь, на обмен необходимыми сведениями с целью их дальнейшего использования, реализуется в устной и письменной форме.

В процессе устной иноязычной коммуникации осуществляется передача говорящим и прием слушающим/аудитором информации, представляющей интерес для специалистов.

При этом, как установлено учеными, доля слуховой рецепции в условиях естественных речевых контактов (в том числе профессиональных) составляет 45% общего времени общения, тогда как говорению принадлежит 30%, чтению- 16%, письму- 9%. Это значит, что современному специалисту в процессе

профессиональной иноязычной коммуникации приходится аудировать больший объем информации, чем тот, который он передает сам.

Следовательно, аудирование остается безусловным «лидером» среди других видов речевой деятельности.

Главной целью аудирования иноязычного текста (в том числе и профессионально значимого) как сложного вида речевой деятельности является достижение реципиентом конкретной коммуникативной цели в результате понимания на слух содержания текста (как правило, при однократном его предъявлении).

Поэтому, важной целью подготовки будущих специалистов-нефилологов по иностранному языку является формирование у них умений аудирования информации, содержащейся в профессионально значимых аудиотекстах различных жанров. Подобное требование - овладение студентами неязыкового вуза указанными умениями - сформулировано, в качестве одной из основных практических целей обучения, в новой Программе дисциплины «иностраный язык» для вузов неязыковых специальностей (МГЛУ, 2000). Достижение данной цели возможно лишь на продвинутом этапе подготовки студентов неязыкового вуза, когда они уже обладают определенными знаниями в области избранной профессии.

Несмотря на необходимость целенаправленного обучения будущих студентов-нефилологов аудированию как важному компоненту профессионального общения, изучение вопроса по данной проблеме, а также обобщение опыта преподавания показывают, что формированию умений рассматриваемого вида иноязычной речевой деятельности в вузах неязыкового профиля уделяется недостаточно внимания, а ведущим средством извлечения профессионально значимой информации продолжает оставаться чтение.

В методических публикациях последних лет при изложении материала, связанного с аудированием, наблюдаются следующие подходы. Так, например, Э. Г. Азимов и А. Н. Щукин отмечают, что процесс аудирования обеспечивается «механизмами кратковременной памяти, долговременной памяти, вероятностного прогнозирования и осмысления». С. А. Вишнякова, кроме вышеназванных, рассматривает еще три механизма: внутреннего проговаривания, сегментации речи и идентификации понятий.

Между тем исследование аудирования как вида речевой деятельности в условиях реальной коммуникации обнаруживает еще два не менее важных психофизиологических механизма - селекционирование полезного звукового сигнала и адаптации, развитием которых следует специально заниматься в ходе учебного процесса. Эти механизмы позволяют аудитору справляться с большой группой трудностей, связанных с условиями коммуникации. Почему один и тот же текст, адекватно понимаемый учащимися в тихой аудитории, оказывается сложным для восприятия при наличии отвлекающих внимание шумов? Потому что отсекают посторонние звуковые сигналы от воспринимаемой на слух речи помогает аудитору механизм селекционирования, зачастую недостаточно сформированный. Поэтому в современные видеокурсы по развитию навыков устной речи (говорения и аудирования) целенаправленно включаются видеосюжеты, в ходе которых, герои общаются в обстановке реальной коммуникации при различного рода шумовых помехах, плохой акустике (общественный транспорт, доносящаяся речь окружающих и др.)

Механизм адаптации «отвечает» за успешное аудирование речи людей

с различными голосовыми параметрами. Именно поэтому на начальном этапе обучения предпочтительна совместная работа нескольких преподавателей, а при формировании аудитивных навыков так важно чередование мужских и женских голосов.

Однако нельзя объяснять коммуникативные неудачи, возникающие у учащихся при восприятии иноязычной речи на слух, ссылаясь лишь на объективную сложность самого процесса аудирования. Не менее важными являются причины методического плана. А именно, аудирование зачастую не рассматривается преподавателями как особая и важная цель в процессе обучения. Другая причина заключается в методически некорректной организации и презентации учебных материалов, предназначенных для формирования и развития навыков и умений аудирования.

Содержание обучения аудированию зависит от многих факторов, но в первую очередь - от целей и этапов обучения, от конкретных условий обучения. Рассматривая технологию отбора содержания обучения аудированию, следует начинать с изучения реальных коммуникативных потребностей учащихся, что в последующем поможет подобрать методически оптимальные технологические шаги:

- определение актуальных для учащегося сфер общения;
- определение тем устного общения;
- отбор типичных ситуаций устного общения;
- выявление коммуникативных задач в аудировании;
- формирование функциональной аутентичной аудиотеки;
- отбор языкового материала, актуального для устного восприятия;
- выбор техники обучения аудированию;
- разработка учебных заданий для формирования навыков аудирования.

Следует отметить, что обучение аудированию не может ограничиваться работой над восприятием на слух текстов монологического характера, оно должно включать обучение диалогической форме общения. Ведь для конструирования ответной реплики необходимо интерпретировать реплику инициальную адекватную контексту. Именно поэтому нельзя рассматривать монологическую речь как основу формирования умений, необходимых для участия в диалоге.

При выборе технологии работы над текстом следует учитывать, с одной стороны, реальные условия коммуникации, а с другой - уровень владения языком и специфику коммуникативной задачи, которая решается при помощи данного текста. Представляется, что при обучении аудированию устные тексты изначально должны предьявляться только реально существующим в коммуникации способом - в виде звучащих речевых произведений.

Следует отметить, что при восприятии звучащего текста основное внимание слушающего направлено на содержательную сторону только при условии достаточной автоматизации языковых навыков. Чем ниже уровень владения языком, тем активнее должны использоваться зрительные (в том числе вербальные) опоры.

Подводя итог выше сказанному, следует отметить, что отбор содержания обучения, организация и презентация учебных материалов, предназначенных для формирования и развития аудитивных навыков и умений, должны осуществляться через понимание потребностей, возникающих у учащихся в процессе реального общения. Это в дальнейшем может способствовать оптимизации

учебного процесса, выбору эффективных технологий обучения, повышению мотивации обучения учащихся, и в конечном итоге, их скорейшей подготовке к успешному общению в условиях естественной коммуникации.

#### Литература:

1. Пассов Е. И. Основы коммуникативной методики.- М.: Русский язык, 1989.
2. Рогова Г. В., Верещагина И. Н. Методика обучения английскому языку на начальном этапе в общеобразовательных учреждениях.- М.: Просвещение, 1998.
3. Соловова Е. Н. Методика обучения иностранным языкам. Базовый курс лекций.- М.: Просвещение, 2006.
4. Тер - Минасова С. Г. Язык и межкультурная коммуникация.- М.: Слово/ Slovo, 2000.
5. Ur Penny. A Course in Language Teaching.- CUP, 1996

УДК 637.1

## УРОВЕНЬ КАЧЕСТВА И КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ТОВАРА НА РЫНКЕ МОЛОКА И МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ THE ANALYSIS OF QUALITY AND COMPETITIVE ADVANTAGES OF THE GOODS IN THE MARKET OF MILK AND DAIRY PRODUCTION

*О.В. Жигалова*  
*O.V. Zhigalova*  
*Ульяновская ГСХА*  
*the Ulyanovsk state agricultural academy*

*Now a situation in the market of milk and dairy production the extremely astable. It is aggravated with presence of a great number of competitors from other regions. Competitive positions of local commodity producers thus low enough. In this connection at the given stage it is necessary to define potential of subjects of the market and strategy of their further development.*

Оценка качественных параметров, представляющих наибольший интерес для покупателей, проводилась на основе шести детерминирующих параметров по трем основным молокоперерабатывающим предприятиям Ульяновска и Ульяновской области, присутствующим на данном рынке, а также для сравнения был рассмотрен молокозавод-конкурент «Самаралакто» (г. Самара), занимающий большую долю ввозимого в область молока.

В результате проведенного исследования можно сделать следующий вывод:

- характеристика предприятий – респонденты до 25 лет на первое место 6-и критериям (реклама, размещение, качество, услуги, цена и имидж) ставят