

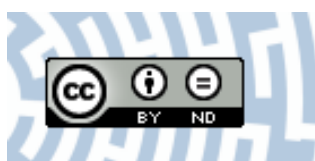


You have downloaded a document from
RE-BUŚ
repository of the University of Silesia in Katowice

Title: Możliwości przyspieszenia recepcji w procesie nauczania języka francuskiego specjalistycznego z wykorzystaniem tekstów autentycznych korespondencji handlowej

Author: Grzegorz Markowski

Citation style: Markowski Grzegorz. (2004). Możliwości przyspieszenia recepcji w procesie nauczania języka francuskiego specjalistycznego z wykorzystaniem tekstów autentycznych korespondencji handlowej. "Neofilolog" (Nr 25, (2004) s. 31-35).



Uznanie autorstwa - Bez utworów zależnych Polska - Ta licencja zezwala na rozpowszechnianie, przedstawianie i wykonywanie utworu zarówno w celach komercyjnych i niekomercyjnych, pod warunkiem zachowania go w oryginalnej postaci (nie tworzenia utworów zależnych).



UNIwersYTET ŚLĄSKI
W KATOWICACH



Biblioteka
Uniwersytetu Śląskiego



Ministerstwo Nauki
i Szkolnictwa Wyższego

MOŻLIWOŚCI PRZYŚPIESZENIA RECEPCJI W PROCESIE NAUCZANIA JĘZYKA FRANCUSKIEGO SPECJALISTYCZNEGO Z WYKORZYSTANIEM TEKSTÓW AUTENTYCZNYCH KORESPONDENCJI HANDLOWEJ

Przedmiotem niniejszego artykułu jest przybliżenie czytelnikom cech języka specjalistycznego, wyjaśnienie pojęcia tekstów autentycznych, udzielenie pewnych wskazówek dotyczących wykorzystania autentycznej korespondencji handlowej zredagowanej w języku francuskim oraz pracy z tego typu tekstami na poziomie zaawansowanym. W końcowej części, podamy przykłady ćwiczeń, które powinny przyspieszyć recepcję leksyki specjalistycznej języka francuskiego.

Według słownika A. Szulca (1984), język specjalistyczny jest szczególną postacią języka ogólnonarodowego, przystosowaną do dokładnego opisu określonej gałęzi wiedzy lub techniki, wyróżniającą się fachową leksyką, która zawiera często dużo internacjonalizmów. Jest to zespół zjawisk językowych z określonej sfery komunikacji, ograniczony przez specyficzne cele, intencje i warunki. Z kolei E. Calus (1995) jest zdania, że przez język specjalistyczny należy rozumieć nie tylko samą leksykę, ale również pewne cechy strukturalne.

Większość językoznawców uważa, że bardzo trudne jest wytyczenie granicy między językiem specjalistycznym a językiem ogólnonarodowym.

Z powyższych stwierdzeń wynika, że język specjalistyczny odwołuje się do zasobów języka ogólnego, jest środkiem komunikacji językowej służącym do przekazywania specjalistycznej informacji wśród specjalistów należących do tej samej dziedziny. Tak więc do języka specjalistycznego zalicza się słownictwo należące do języka ogólnonarodowego. Trzeba równocześnie podkreślić fakt istnienia leksyki typowo specjalistycznej funkcjonującej tylko i wyłącznie w zakresie języka fachowego, (np. w języku francuskim: *capital (kapitał)*, *chèque (czek)*, *commerce (handel)*, *acte de vente (umowa sprzedaży)*).

Jesteśmy jednak zdania, że zdecydowana większość słownictwa specjalistycznego należy do zbioru leksyki należącej do obu języków: specjalistycznego i ogólnego (np. w języku francuskim: *marché (targ i rynek)*, *accord (zgoda i porozumienie)*, *net (czysty i netto)*, *action (akcja, uczynek, działanie, czynność i akcja (handl.))*, *branche (gałąź drzewa i gałąź przemysłu, dziedzina)*).

W słownictwie specjalistycznym niektóre terminy zanikają wraz z zanikaniem niektórych narzędzi czy środków produkcji i technologii, inne nowe z kolei pojawiają się aby określić na przykład nowe przedmioty, czynności w danej dziedzinie. Stąd właśnie rodzi się potrzeba kreowania nowych terminów - neologizmów. Owe neologizmy są rodzajem żargonu specjalistycznego, który daje możliwość danej grupie specjalistów poznania znaczenia słów fachowych należących do dziedziny, którą zajmują się owi specjaliści.

Aby wspomniany żargon był jak najbardziej realny niezbędne jest korzystanie w procesie nauczania/uczenia się języka specjalistycznego z materiałów rzeczywistych, czyli autentycznych, które dają możliwość poznania i przekazania specjalistycznych treści komunikatów językowych.

W obecnych czasach, w życiu codziennym bardzo ważną rolę odgrywają języki obce. Coraz większa liczba osób wykorzystuje ich znajomość w pracy zawodowej, a więc możemy stwierdzić, że głównym celem nauczania jest wypracowanie u osób uczących się języków

obcych sprawności receptywnych i produktywnych (czytania, słuchania, mówienia, pisanie). Biorąc pod uwagę konkretne potrzeby uczących się możemy sprecyzować szczegółowe cele nauczania. Takim przykładem mogą być ćwiczenia mające na celu opanowanie sprawności czytania i pisanie w specjalistycznym języku francuskim z wykorzystaniem dokumentów korespondencji handlowej.

Głównym zadaniem osoby uczącej języka obcego specjalistycznego jest oddziaływanie na sferę recepcji i produkcji uczniów. Nauczyciel prowadzący zajęcia z korespondencji handlowej ma możliwość pracy z tekstami-dokumentami. Te materiały dydaktyczne umożliwiają prowadzenie ćwiczeń mających na celu opanowanie sprawności czytania ze zrozumieniem danego tekstu specjalistycznego, sprawności produkcji czyli pisanie tekstów specjalistycznych oraz pracę nad słownictwem funkcjonującym w dziedzinie handlowej.

Nauczanie języka francuskiego handlowego powinno koncentrować się głównie na pracy nad leksyką specjalistyczną, doskonaleniu umiejętności rozumienia tekstów z zakresu korespondencji handlowej i służbowej, zapoznaniu uczących się z elementami realioznawczymi i kulturowymi, które pozwoliłyby oswoić się oraz lepiej zrozumieć język specjalistyczny zawarty w dokumentacji francuskiej korespondencji handlowej.

Zdaniem S. Adamczyk (2001), w dydaktyce nauczania języka francuskiego specjalistycznego znaczącą rolę odgrywa wiedza dotycząca ukształtowania sytuacji komunikacyjnych, chodzi tu więc o taki kontekst sytuacyjny, którego elementem konstrukcyjnym byłaby wiedza z zakresu życia codziennego. To powinno pomóc w poprawnym zrozumieniu niektórych konstrukcji stosowanych w korespondencji handlowej języka francuskiego.

Potrzeby językowo-komunikacyjne w Polsce w ostatnich latach zmieniły się. Obserwujemy obecnie w naszym kraju wzmożone zainteresowanie językiem francuskim specjalistycznym (handlowym, biznesowym). Fakt, że w 2000 roku Francja była krajem, który zainwestował w Polsce najwięcej, (ok. 70 inwestorów) zmotywował Polaków do uczenia się specjalistycznego języka francuskiego, a co za tym idzie między innymi do poznania zasad funkcjonowania komunikacji pisanej, a więc korespondencji. Uważamy, że są duże szanse aby Polacy władający biegłym językiem francuskim ogólnym jak również specjalistycznym znaleźli w przeszłości zatrudnienie w przedsiębiorstwach z kapitałem francuskim. Oprócz tego, w momencie gdy Polska stanie się pełnoprawnym członkiem Unii Europejskiej znajomość języków obcych, głównie angielskiego i francuskiego będzie niezbędna. Co więcej, liczyć się będą głównie umiejętności komunikacyjne. Aby te umiejętności przyniosły pozytywne rezultaty, osoba władająca językiem francuskim musi w pełni być przygotowana do konfrontacji kultur.

Należy więc stworzyć, jak twierdzi S. Adamczyk (2001), w procesie nauczania języka francuskiego specjalistycznego optymalne warunki komunikacji międzyludzkiej, zakładającej rozwój interkulturowej kompetencji komunikacyjnej z jednoczesnym zrozumieniem i opanowaniem szeroko pojętego tła kulturowego określonego kraju i narodu.

Aby przygotować osoby studiujące francuski specjalistyczny język handlowy do skutecznej, poprawnej i rzeczywistej komunikacji językowej powinno się pracować w czasie zajęć z oryginalnymi specjalistycznymi dokumentami handlowymi. Są to teksty nie spreparowane, najczęściej skierowane do rodzimego odbiorcy, a więc do firm, bądź ich pracowników, zredagowane w celu przekazania pewnej informacji lub udzielenia odpowiedzi na otrzymaną informację z dziedziny biznesowej. Stanowią one przykład rzeczywistej komunikacji specjalistycznej, pozwalają nabywać umiejętności poprawnego posługiwania się językiem francuskim zarówno w sytuacjach życia codziennego jak i życia zawodowego.

To powoduje, że w procesie nauczania specjalistycznego języka francuskiego, obserwujemy coraz większe zainteresowanie pracą z tekstami autentycznymi, mającą pomóc uczącym się nabywanie właściwej recepcji terminologii specjalistycznej znajdującej się w

proponowanych przez nauczyciela tekstach.

Osoby studiujące francuski język specjalistyczny w Kolegiach Języka Biznesu reprezentują przeważnie wysoki poziom językowy. To pozwala na zrozumienie ogólne proponowanego dokumentu specjalistycznego, w którym studenci znajdują bardzo często, podobnie jak w innych tekstach nawet spreparowanych dla potrzeb dydaktycznych, te same struktury gramatyczne, te same przymiotniki, te same przysłówki.

Najważniejsza dla studentów jest akwizycja słownictwa tak ogólnego, jak i specjalistycznego, a więc należy zwrócić szczególną uwagę na sposoby przyswajania nowej terminologii przez studentów.

Problemem w dokładnej recepcji są przeważnie terminy typowo specjalistyczne, głównie rzeczowniki i czasowniki, jak również terminologia występująca w języku ogólnym, która nabiera innego znaczenia w nowym dla studenta kontekście specjalistycznym.

Co należy więc zrobić żeby słownictwo nowopoznane zostało zapamiętane na dłuższy czas, czyli zakodowane w pamięci długotrwałej?

Rozumienie treści proponowanego dokumentu autentycznego jest wynikiem odpowiedniej recepcji pewnych struktur myślowych, które pozwolą w sposób właściwy zinterpretować znaczenie zastosowanego w nim słownictwa.

Według A. de la Garanderie (1995), na recepcję słownictwa w proponowanym tekście mają wpływ następujące elementy:

- nastawienie na wykonanie ćwiczenia (konkretny cel, zdolność do skupienia się na zadanym ćwiczeniu),
- indywidualne predyspozycje receptywne, które polegają na wizualnym tworzeniu reprezentacji w umyśle,
- nawyki w sposobach postrzegania.

Według nas, duże znaczenie dla recepcji słownictwa mają także następujące czynniki: poziom inteligencji ucznia, zdolności wrodzone, wiek, płeć, sytuacja rodzinna, znajomość tematyki, której proponowany tekst dotyczy, ilość nowego słownictwa w tekście, ilość informacji zawartych w tekście, organizacja tekstu oraz długość tekstu.

Oprócz tego musimy pamiętać, że każdy uczeń posiada dwa rodzaje wiedzy: deklaratywną (obejmuje to, co uczeń wie) i proceduralną (zdolność osoby uczącej się do posługiwania się tym, co już wie).

Problemem może być właściwy dobór zestawów ćwiczeń, które nauczyciel pracujący z konkretnym dokumentem miałby zaproponować osobie uczącej się, tak aby mogła ona wypracować sobie pewne typy czy też schematy posługiwania się w sposób właściwy nabytą wiedzą deklaratywną.

Zanim podamy konkretne propozycje ćwiczeń na tekstach autentycznej dokumentacji korespondencji handlowej przytoczymy jeszcze zaprezentowane przez J. Wilk-Janik (2000) trzy kategorie strategii metodyków J. O'Malley'a i A. U. Chamot (1990), z których nauczyciel może skorzystać w nauczaniu leksyki języka obcego.

Strategie metakognitywne są wykorzystywane w nauczaniu sprawności receptywnych, a więc czytania i słuchania, oraz produkcyjnych, czyli pisania i mówienia. W czasie zajęć nauczyciel może proponować poszczególne etapy tych strategii. Są to: uwaga wybiórcza – uczeń czyta lub słucha tekstu w określonym celu, planowanie - uczeń przygotowuje swoją wypowiedź ustną lub pisemną, monitorowanie - uczący się ma za zadanie np. zapamiętanie wskazanej przez nauczyciela informacji, oraz ocenianie, czyli sprawdzenie poprawności zrozumienia tekstu lub fragmentu tekstu przez ucznia.

Strategie kognitywne, które służą do zadań, w których uczeń ma możliwość wykorzystania posiadanej wiedzy. W tym przypadku, nauczyciel może proponować organizowanie - klasyfikowanie słów według ich właściwości syntaktycznych i semantycznych, wnioskowanie - wyciąganie wniosków z treści proponowanego tekstu,

streszczanie, czyli przygotowanie syntezy informacji zawartej w tekście, dedukcję - stosowanie reguł w celu zrozumienia leksyki, *wykorzystywanie wyobraźni*, służące do wizualnego zapamiętywania leksyki, *transfer językowy* - wykorzystanie znanych zasad języka w celu przyswojenia sobie nowych kwestii, oraz *przetwarzanie* polegające na łączeniu nowych pojęć z poznana wcześniej informacją lub łączeniu nowych informacji z poznanymi wcześniej pojęciami.

Strategie społeczno-emocjonalne polegające między innymi na interakcji uczniów, wzajemnej *współpracy* w celu rozwiązania konkretnego problemu, *rozmowie z samym sobą* - uczeń dodaje sobie odwagi poprzez wmawianie sobie, że zadanie, które ma do wykonania zrobi poprawnie.

R. Oxford (1990) wskazuje na cztery najpopularniejsze techniki, które pozwalają uczącym się zapamiętać słownictwo. Są to:

1. zapisywanie nowego słowa i umieszczenie go w widocznym miejscu w celu zapamiętania,
2. asocjacje – polegają one na tworzeniu indywidualnych skojarzeń nowej leksyki,
3. powtarzanie nowych słów,
4. kontekstualizacja – co polega na próbach odgadnięcia znaczenia nowego słowa w danym kontekście, sprawdzeniu jego znaczenia np. w słowniku, zbudowaniu z nim zdań oraz zapisywaniu i pozostawieniu ich w widocznym miejscu.

Uważamy, że ta ostatnia technika daje najlepsze wyniki.

Jak wcześniej napisaliśmy, znaczna część słów specjalistycznych została zapożyczona z języka ogólnego, więc aby osoby uczące się leksyki mogły zapamiętać jej znaczenie w kontekście specjalistycznym muszą ją przyswoić sobie właśnie w tym kontekście.

Dokumenty korespondencji handlowej pozwalają studentom zaznajomić się z autentycznością specjalistycznego kontekstu leksykalnego. Zaproponowane teksty muszą być interesujące, a więc motywujące do pracy. Ważne jest również aby proponowane dokumenty korespondencji handlowej tworzyły pewną całość, były ze sobą powiązane. Nie powinny one zawierać zbyt dużo nowej leksyki specjalistycznej oraz nie powinny być zbyt długie. Dydaktycy proponują w pracy nad tekstem trzy rodzaje ćwiczeń:

1. ćwiczenia pretekstowe,
2. ćwiczenia właściwej pracy z tekstem,
3. ćwiczenia posttekstowe.

W pracy z dokumentami francuskiej autentycznej korespondencji handlowej, opieramy się na w/w ćwiczeniach. Jako przykłady zadań do zrealizowania, zaproponowalibyśmy:

- **ćwiczenia pretekstowe** - na podstawie listy wybranych słów z tekstu, studenci próbują podać ich definicje w języku francuskim, utworzyć kilka zdań z wyrazami z proponowanego dokumentu, ułożyć zdania z rozsypanych wyrazów, ułożyć treść dokumentu według rozsypanych jego fragmentów, według listy kluczowych słów zaproponować treść proponowanego dokumentu, według przedmiotu listu handlowego (*objet*) zaproponować treść listu;

- *ćwiczenia właściwej pracy z tekstem* - przetłumaczyć tekst, wskazać najistotniejsze fragmenty dokumentu, wskazać najważniejsze informacje poszczególnych akapitów, podkreślić w tekście kluczowe słownictwo i ułożyć z nim zdania, wskazać słownictwo specjalistyczne występujące w proponowanym tekście, wskazać słownictwo specjalistyczne należące do konkretnej dziedziny, na przykład bankowości, zastąpić wskazaną leksykę synonimami lub antonimami oraz ułożyć z nimi zdania, wskazać w proponowanej dokumentacji słownictwo typowo specjalistyczne oraz należące do języków: ogólnego i specjalistycznego, ułożyć zdania - w przypadku leksyki należącej do obu języków studenci proponują z każdym ze słów kilka zdań, w których uwzględniają wszystkie możliwe konteksty, w których dane słowo funkcjonuje;
- *ćwiczenia posttekstowe* - wypisać leksykę, która została zapamiętana po przeczytaniu tekstu, po kilkukrotnym przeczytaniu na przykład listu lub poczty internetowej dotyczącej dziedziny handlowej, studenci próbują odtworzyć jego treść, streścić dokument na przykład w 10 zdaniach, napisać w imieniu przedsiębiorstwa odpowiedź na otrzymany list, wykorzystując wybrane fragmenty tekstu, napisać list według na przykład schematu amerykańskiego, zaproponować kolejne etapy komunikacji między odbiorcą a nadawcą dokumentu handlowego, przygotować listowną reklamę przedsiębiorstwa, które jest nadawcą/odbiorcą proponowanego na zajęciach dokumentu.

Powyższe propozycje ćwiczeń pomagają zapamiętać, zakodować w pamięci długotrwałej, ewentualnie utrwalić słownictwo danego dokumentu oraz kontekst, w którym ono funkcjonuje. Autentyczność proponowanej dokumentacji sprawia, że uczący się poznają realia komunikacji w dziedzinie handlowej.

BIBLIOGRAFIA

1. Adamczyk S. 2001. *Możliwości zastosowania tekstów autentycznych w nowoczesnym interkulturowym nauczaniu języków obcych*. Prace Naukowe Wyższej Szkoły Pedagogicznej w Częstochowie. Częstochowa.
2. Całus E. 1985. *Wybrane aspekty nauczania języka specjalistycznego*. Prace Naukowe SPNJO Politechniki Wrocławskiej 20. Wrocław.
3. de la Garanderie A. 1995. *L'intuition. De la perception au concept*. Bayard. Paris.
4. O'Malley J./ Chamot A.U. 1990. *Learning Strategies in Second Language Acquisition*. Cambridge University Press: New York.
5. Oxford R. 1990. *Language Learning Strategies. What Every Teacher Should Know*. New House Publishers. New York.
6. Szulc A. 1984. *Podręczny słownik językoznawstwa stosowanego*. PWN. Warszawa.
7. Wilk-Janik J. 2000. „Język biznesu: jego cechy i ich implikacje dla glottodydaktyki”. *Neofilolog* nr 19. Poznań.