

MAŁGORZATA WIDEL-IGNASZCZAK

OBSZARY WIEDZY SPECJALISTYCZNEJ I SOCJOKULTUROWEJ W NAUCZANIU ROSYJSKIEJ KOMUNIKACJI BIZNESOWEJ

1. UWAGI WSTĘPNE

Współcześnie wielu językoznawców i glottodydaktyków podkreśla znaczenie osiągnięcia przez uczących się języków obcych tzw. kompetencji interkulturowej, na którą składają się wiedza, umiejętności i postawy¹. Nauczanie obcych języków specjalistycznych jest połączeniem obszarów wiedzy lingwistycznej, fachowej oraz socjokulturowej i jej zastosowania w praktyce. Cele i treści nauczania są ukierunkowane na potrzeby uczących się i rozwój profesjonalnej kompetencji komunikacyjnej. Głównym założeniem i nadrzędnym celem konstruowania kursów językowych jest efektywność nauczania i uczenia się języków specjalistycznych. Skuteczność w tym zakresie umożliwia sprecyzowanie nie tylko językowych, ale także zawodowych i socjokulturowych treści nauczania oraz dobór adekwatnych i różnorodnych materiałów dydaktycznych.

Dr MAŁGORZATA WIDEL-IGNASZCZAK – adiunkt Katedry Języków Wschodniosłowiańskich KUL; adres do korespondencji: Katedra Języków Słowiańskich KUL, Al. Raclawickie 14, 20-950 Lublin; e-mail: goswid@gmail.com

¹ В.Г. АПАЛЬКОВ, *Межкультурная компетенция в целях обучения иностранным языкам*, в: ТЕНЗЕ, *Методика формирования межкультурной компетенции средствами электронно-почтовой группы*, Москва 2011, s. 32 n.; С.Г. ТЕР-МИНАСОВА, *Язык и межкультурная коммуникация*, Москва 2008, s. 26.

Nauczanie specjalistycznego języka rosyjskiego oraz dążenie do osiągnięcia przez uczących się zawodowej kompetencji językowej jest obecnie skoncentrowane na potrzebach uczącego się, co z kolei przekłada się na wymagania uczestników kursów językowych: filologów, a także pracowników różnych grup zawodowych. Potrzeby te powinny znaleźć odzwierciedlenie w celach i treściach nauczania oraz formach ćwiczeń, i – jak zauważa J. Cholewa – powinny przebiegać w dwóch kierunkach: nauczania dla celów naukowo-teoretycznych i nauczania dla celów zawodowych w związku z wertykalnym podziałem języków specjalistycznych. Dokonuje się go według stopnia abstrakcji języka i środowiska uczestników komunikacji, a przede wszystkim poziomu ich kompetencji zawodowej, czyli opanowania wiedzy na podstawie fachowych, specjalistycznych treści oraz umiejętności danej osoby².

W niniejszym artykule zostaną przedstawione obszary wiedzy specjalistycznej i socjokulturowej w odniesieniu do modelu kształcenia w zakresie rosyjskiego języka biznesu używanego dla celów komunikacji zawodowej. Zasadność podjęcia tego tematu potwierdzają słowa N. Krenskiej: „В последнее время в Польше наблюдается оживление в исследованиях и практических разработках в области специальных языков, особенно в области русского языка делового общения или русского языка бизнеса, ввиду наблюдающейся острой и возрастающей потребности в нём”³.

Analiza zostanie przeprowadzona w ujęciu interkulturowym, określonym przez Grzegorza Ziętałę mianem „świata rosyjskiego biznesu”⁴. Takie podejście implikuje stwierdzenie, że uczący się powinien poznać „świat biznesu”, którego istotę stanowi nie tylko wiedza lingwistyczna, ale także wiedza fachowa oraz socjokulturowa.

2. POTRZEBY KOMUNIKACYJNE UCZĄCYCH SIĘ

Celem nauczania rosyjskiego języka biznesu jest osiągnięcie kompetencji w zakresie komunikacji biznesowej oraz kompetencji kulturowej, bowiem brak wiedzy na temat kultury rosyjskiej, zachowania społecznego (ros. *социальное*

² J. CHOLEWA, *Nauczanie języków specjalistycznych wczoraj i dziś*, „Języki obce w szkole” 2013, nr 4, s. 76.

³ N. KRENSKA, *Русский язык бизнеса в Польше – его основные проблемы*, w: *Komunikacja specjalistyczna*, t. II: *Specyfika języków specjalistycznych*, Warszawa 2009, s. 146.

⁴ Г.А. ЗЕНТАЛЯ, *Мир русского бизнеса в обучении специалистов по деловому русскому языку*, Щецин 2012, s. 8.

поведение) i istotnych aspektów kultury narodowej Rosjan, ich mentalności, przesadów i stereotypów nierzadko tworzy bariery dla skutecznej komunikacji. Jak słusznie konstatuje D.N. Wołodina: „Корректное вербальное и невербальное поведение в типичных ситуациях делового общения базируется на понимании основных законов делового дискурса, знании его лингвистических и культурологических особенностей”⁵. Wypracowanie u uczących się kompetencji zawodowej w zakresie języka rosyjskiego w biznesie zakłada aktywizację wiedzy socjolingwistycznej, czyli zrozumienia społecznego kontekstu, w którym odbywa się komunikacja, co prowadzi do sprawnego posługiwania się językiem w różnorodnych zawodowych sytuacjach komunikacyjnych.

W nauczaniu języka rosyjskiego biznesu obszary wiedzy specjalistycznej oraz socjokulturowej przeplatają się z glottodydaktycznym podejściem do wprowadzania poszczególnych podsystemów języka⁶. Ten stan rzeczy wynika przede wszystkim ze ścisłego powiązania w tym zakresie teorii z praktyką⁷. Trudno wyobrazić sobie realizację celów komunikacyjnych, wynikających z podejmowanej przez uczących się pracy zawodowej, np. ustalania warunków kontraktu, bez fachowej wiedzy dotyczącej systemu prawnego w Rosji, zasad sporządzania tego typu dokumentów, wiedzy na temat etykiety komunikacyjnej podczas spotkań biznesowych, profesjonalnej wiedzy na temat zasad negocjowania z partnerami rosyjskimi.

Mówiąc o nauczaniu dla celów zawodowych języka rosyjskiego jako obcego, należy podkreślić doniosłość faktu, iż uczący się najczęściej docelowo oczekują wymiernych efektów w postaci przystąpienia do państwowych egzaminów certyfikujących – poziomy B1 – C1 (ros. *Сертификационные экзамены по русскому языку делового общения*). Zasadne wydaje się zatem odniesienie się w niniejszym artykule właśnie tych obszarów wiedzy, które obejmuje rozbudowany program certyfikacji, opracowany przez uczonych i praktyków z Instytutu im. A.S. Puszkina w Moskwie⁸.

⁵ Д.Н. ВОЛОДИНА, *Формирование социокультурной компетенции на уроках русского языка как иностранного (сфера делового общения)*, „Молодой ученый” 7(2011), т. 2, s. 83.

⁶ Милославская С. К., *Русский язык как иностранный в истории становления европейского образа России*, Москва 2012, с. 75.

⁷ J. ŚWIKLIŃSKA, S. SZADYKO, *Obszary wiedzy specjalistycznej w wybranych wariantach języka Business Communications*, w: *Teksty specjalistyczne w kontekstach zawodowych i tłumaczeniach*, [Języki specjalistyczne 5], Warszawa 2005, s. 85 n.

⁸ Л.С. ЖУРАВЛЕВА, Л.Б. ТРУШИНА, О.А. УСКОВА, М.М. КАЛИНОВСКАЯ, Н.В. ЛАВРОВА, *Русский язык делового общения. Бизнес. Коммерция, Лингводидактическое описание целей и содержания обучения. Базовый сертификационный уровень*, Москва 2003; Л.С.

3. KONTEKST SOCJOKULTUROWY W AKTYWIZACJI ROSYJSKIEGO JĘZYKA BIZNESU

Możliwość adekwatnego uczestniczenia w polsko-rosyjskiej komunikacji biznesowej jest koniecznym warunkiem efektywnej działalności filologa lub specjalisty z zakresu różnych dziedzin. Uczący się poznaje nie tylko język, ale także podstawowe komponenty kultury, charakteru narodowego, powinien znać kody kulturowe partnera biznesowego, zasady etykiety komunikacyjnej oraz nazwy realiów współczesnego społeczeństwa.

Relevantne w tym kontekście jest także zagadnienie roli stereotypów, które mogą negatywnie wpływać na proces komunikacji biznesowej, niezależnie od rzeczywistych zamiarów uczestników komunikacji, a czasem nawet wbrew nim⁹. Wiedza socjokulturowa pozwala na adekwatny osąd prawdziwości takich stereotypów i skraca dystans w komunikacji biznesowej. Kluczową pozycję zajmuje problematyka kulturowej funkcji języka. Językoznawcy traktują stereotypy jako niezbywalny element kultury i wiążą go z pojęciem językowego obrazu świata¹⁰. Wyznacznikiem powodzenia kształcenia jest osiągnięcie porozumienia między partnerami uczestniczącymi w komunikacji specjalistycznej. Aby komunikacja była efektywna, nieodzowna jest więc wiedza o obcych systemach wartości, sposobach zachowań językowych i pozajęzykowych i ich interpretacji¹¹. Nie oznacza to jednak, że nauczanie w tym zakresie ogranicza się jedynie do celów zawodowych. Podobnego zdania jest S.J. Magala, twierdzący, że: „Naukowcy, konsultanci, menadżerowie [...] zaczynają odkrywać i wykorzystywać lokalną i niezwerbalizowaną wiedzę, rytuały, symbole, języki i zachowania. [...] Różnorodność ta coraz częściej traktowana

ЖУРАВЛЕВА, Л.Б. ТРУШИНА, О.А. УСКОВА, М.М. КАЛИНОВСКАЯ, Н.В. ЛАВРОВА, *Русский язык делового общения. Бизнес. Коммерция, Лингводидактическое описание целей и содержания обучения. Средний сертификационный уровень*, Москва 2002.; Л.С. ЖУРАВЛЕВА, Н.П. ИСАЕВ, М.М. КАЛИНОВСКАЯ, С.В. РОМАНОВА, *Русский язык делового общения. Бизнес. Коммерция. Внешнеторговая деятельность, Лингводидактическое описание целей и содержания обучения. Продвинутый сертификационный уровень*, Москва 2007.

⁹ Г.А. ЗЕНТАЛЯ, *Мир русского бизнеса*, s. 34-38.; А.В. СЕРГЕЕВА, *Русские стереотипы поведения. Традиции. Ментальность*, Москва 2012, s. 252.

¹⁰ Д.Н. ВОЛОДИНА, *Формирование социокультурной компетенции*, s. 84; na ten temat zob. także: J. BARTMIŃSKI, I. LAPPO, U. MAJER-BARANOWSKA, *Stereotyp Rosjanina i jego profilowanie we współczesnej polszczyźnie*, „Etnolingwistyka” 14(2002), s. 105-151.

¹¹ E. ZAWADZKA, *Kulturowe uwarunkowania wybranych zachowań językowych i pozajęzykowych w biznesie*, w: *Język trzeciego tysiąclecia II*, t. I: *Nowe oblicza komunikacji we współczesnej polszczyźnie*, [Język a komunikacja 4], red. G. Szpila, Kraków 2002, s. 211.

jest raczej jako okazja do twórczego rozwoju niż przeszkoda lub zagrożenie dla wysiłku zespołowego”¹².

Sukcesywnie zgłębiany jest także obraz świata rodzimych użytkowników, który odzwierciedla się w przyswajanym języku, przez co uzasadnia na przykład specyfikę różnorodnych stylów funkcjonalnych, w tym także stylu urzędowego¹³. B. Banach pisze o socjolingwistycznej *regule współwystępowania*, czyli *kookurencji*, której stosowanie polega na konsekwentnym używaniu określonego rodzaju języka, wybranego na początku wypowiedzi. Jeżeli sytuacyjnie w danej wypowiedzi należy użyć języka bardzo formalnego (zarówno w wymowie, jak i gramatyce czy słownictwie), to nie należy wprowadzać jakichkolwiek elementów stylu kolokwialnego. W przeciwnym wypadku następuje dysharmonia socjolingwistyczna, która wywołuje efekty komiczne. Opanowanie reguł kookurencji w języku obcym jest niezwykle trudne i dlatego temu zagadnieniu, według uczonej, powinno się poświęcić więcej uwagi¹⁴.

Treści socjokulturowe powinny być przekazywane na każdym etapie nauczania rosyjskiego języka biznesu, bowiem „в основе языковых структур лежат структуры социокультурные”¹⁵. Ich aktywizacja w procesie dydaktycznym przebiega jednak różnie na różnych etapach kształcenia. Na wyższym poziomie często odbywa się przede wszystkim za pomocą produkcji i recepcji tekstów fachowych. „Nasylenie tekstu specjalistycznego odpowiednimi terminami odróżnia go od tekstu niespecialistycznego i jest podstawowym wykładnikiem jego fachowości”¹⁶. Teksty, używane w nauczaniu języka rosyjskiego dla celów zawodowych, powinny być wyraźnie socjokulturowo, sytuacyjnie, funkcjonalnie określone¹⁷. Działania językowe uczących się koncentrują się wówczas na gatunkach tekstów wykorzystywanych dla celów komunikacji ustnej i pisemnej. Dla przykładu: w zakresie poziomie C1 można przywołać

¹² S.J. MAGALA, *Kompetencje międzykulturowe*, przeł. J. F. Dąbrowski, Warszawa 2011, s. 9-10.

¹³ Д.Н. ВОЛОДИНА, *Формирование социокультурной компетенции*, s. 83; С.К. МИЛОСЛАВСКАЯ, *Русский язык как иностранный в истории становления европейского образа России*, Москва 2012, s. 81.

¹⁴ B. BANACH, *Tendencje interkulturowe we współczesnej glottodydaktyce*, „Języki obce w szkole” 200, nr 3, s. 12.

¹⁵ С.Г. ТЕР-МИНАСОВА, *Язык и межкультурная коммуникация*, Москва 2008, s. 29.

¹⁶ S. GRUCZA, *Idiolekt specjalistyczny – idiokultura specjalistyczna – interkulturowość specjalistyczna*, w: *Teksty specjalistyczne w kontekstach międzykulturowych i tłumaczeniowych*, [Języki specjalistyczne 6], Warszawa 2006, s. 39.

¹⁷ М. ПЛУЖЫСКА, *Обучение восприятию текста в дидактике специального языка (на материале текстов преддоговорной переписки)*, „Linguodidactica” 12(2008), s. 123-134; zob. *Культура устной и письменной речи делового человека*, ред. И.М. Рожкова, Москва 2006, s. 3.

gatunki przedstawiane w formie monologu (referat, wystąpienie na konferencji, w radio, telewizji, na zebraniu służbowym, na negocjacjach) oraz dialogu czy polilogu (telefoniczna i osobista rozmowa biznesowa, wideo-konferencje, omówienie sytuacji przedsiębiorstwa, dyskusje na zebraniach, negocjacje). Pisemne gatunki tekstów obejmują korespondencję handlową, dokumenty urzędowe, dokumenty bankowe i ubezpieczeniowe, dokumentację transportową i spedycyjną, dokumenty związane z formalnościami celnymi oraz wiele dokumentów stanowiących przygotowanie do zawarcia różnego typu umów handlowych, a także tekst samego kontraktu. Ważną sferę stanowią także autentyczne teksty, będące aktami ustawodawczymi i normatywnymi regulującymi działalność firm międzynarodowych w Federacji Rosyjskiej¹⁸.

Celem nauczania języka rosyjskiego w biznesie na poziomie podstawowym jest przede wszystkim nabycie przez uczących się umiejętności komunikacyjnych w zakresie zawodowym obejmującym tematykę związaną z przedsiębiorstwem. Za J. Cholewą należy bowiem podkreślić, że im wyższy jest poziom kompetencji komunikacyjnej uczących się, tym częściej dydaktyka języka obcego dla celów zawodowych obejmuje elementy dydaktyki dla celów naukowo-teoretycznych. Treści zawodowe i naukowo-teoretyczne stanowią integralną, nierozzerwalną całość. Nie wykluczają się wzajemnie, ponieważ wszystkie działania językowe zmierzają w jednym kierunku: osiągnięcia zawodowej kompetencji komunikacyjnej, gdzie rozwój kompetencji językowej jest jednocześnie rozwijaniem kompetencji zawodowej. „Teraz celem nauczania nie jest jedynie, tak jak to miało miejsce w poprzednich dziesięcioleciach, osiągnięcie wysokiego poziomu kompetencji językowej, ale rozwijanie zawodowej kompetencji komunikacyjnej w połączeniu z treściami językowymi i specjalistycznymi przy włączeniu treści interkulturowych”¹⁹.

4. OBSZARY WIEDZY SPECJALISTYCZNEJ

– IMPLIKACJE DLA DYDAKTYKI JĘZYKA BIZNESU

Nieodzownym komponentem każdego aktu komunikacyjnego jest temat, który określa treść komunikatu językowego. Temat może wpływać nie tylko

¹⁸ Л.С. ЖУРАВЛЕВА, Н.П. ИСАЕВ, М.М. КАЛИНОВСКАЯ, С.В. РОМАНОВА, *Русский язык делового общения. Бизнес. Коммерция. Внешнеторговая деятельность, Лингводидактическое описание целей и содержания обучения. Продвинутый сертификационный уровень*, Москва 2007, s. 19-21.

¹⁹ J. CHOLEWA, *Nauczanie języków specjalistycznych*, s. 77.

na dobór leksyki, ale także na inne cechy formalne²⁰. Koncepcja G. Ziętali, dotycząca integralnego podejścia do nauczania języka rosyjskiego w biznesie, określana pojęciem „мир русского бизнеса”, zawiera między innymi następujące elementy:

1. Informacje o charakterze gospodarczo-geograficznym, do których należą: wiedza fachowa dotycząca gospodarki współczesnej Rosji, specyfiki poszczególnych gałęzi przemysłu, rozwoju gospodarki w regionach), geografii gospodarczej Rosji oraz podziału administracyjnego (regiony gospodarcze). W tej grupie badacz konstytuuje także wiedzę specjalistyczną, dotyczącą firm rosyjskich, ich działalności i produkcji, znajomości rosyjskich marek i kompleksów przemysłowych.

2. Język rosyjski w komunikacji biznesowej, który zawiera między innymi takie – relewantne z punktu widzenia glottodydaktyki – komponenty, jak: zmiany leksykalne w języku rosyjskim ostatnich dziesięcioleci, komunikacja elektroniczna, różnorodność stylistyczna leksyki i frazeologii (terminologii geograficznej i ekonomicznej).

3. Cechy komunikacji ustnej w sferze biznesu, czyli wiedza na temat typowych sytuacji w komunikacji zawodowej (osobistej i telefonicznej) wraz z opisem środków językowego wyrażenia intencji komunikacyjnych niezbędnych w tym kontekście.

4. Cechy komunikacji pisemnej w biznesie: wiedza dotycząca sporządzania typowych pism służbowych oraz rezerwuaru konstrukcji leksykalno-gramatycznych, charakterystycznych dla biznesowej komunikacji pisemnej²¹.

Ziętala, reasumując, pisze: „Все эти знания [...] крайне необходимы для налаживания новых деловых контактов, функционирования на внешнем рынке (экспорт – импорт) или возможной работы в сфере международного бизнеса, например, в совместных предприятиях”²².

Omówione obszary wiedzy fachowej, w większości, pokrywają się z wymaganiami stawianymi osobom ubiegającym się o certyfikat w zakresie języka rosyjskiego w biznesie. Z uwagi jednak na cel nadrzędny certyfikacji, czyli weryfikację przede wszystkim kompetencji językowej, nie są sformułowane tak szczegółowo (nie obejmują np. zagadnień slangu biznesowego czy współczesnej komunikacji elektronicznej), postulują natomiast aktywizację wiedzy w następujących sferach tematycznych komunikacji biznesowej:

²⁰ B. BANACH, *Tendencje interkulturowe we współczesnej glottodydaktyce*, „Języki obce w szkole” 2003, nr 3, s. 12.

²¹ Г.А. ЗЕНТАЛЯ, *Мир русского бизнеса*, s. 8-9.

²² Там же, s. 9.

1. przedsiębiorstwo (status prawny, kierunek działalności, kapitał zakładowy, struktura, zasoby ludzkie, rejestracja, wynajem pomieszczeń biurowych, ubezpieczenie, operacje bankowe);

2. działalność handlowa firmy (marketing, poszukiwanie partnerów biznesowych, reklama, charakterystyka towaru, stymulowanie sprzedaży, transakcje);

3. kontakty biznesowe podmiotów gospodarczych z różnymi organizacjami (banki, izby przemysłowo-handlowe, urząd skarbowy, kancelarie prawnicze, sądy arbitrażowe, służby celne, giełdy, agencje reklamowe, media);

4. ustna i pisemna etykieta komunikacyjna i in.²³

Treści fachowe z zakresu funkcjonowania gospodarki wolnorynkowej w Rosji i na świecie wykorzystywane są też jako kryterium doboru materiału nauczania, często wykorzystuje się materiały autentyczne, a formy językowe podczas takich zajęć nie stoją w centrum uwagi. Skuteczna komunikacja jest zatem celem i środkiem, ponieważ „obok zadaniowości wyraźną tendencją w dydaktyce języków obcych jest dziś nauczanie przez treść (CLIL – *Content and Language Integrated Learning*), które polega na integracji poszczególnych treści z celami nauczania języka. Najważniejszą kwestią w koncepcji nauczania przez treść jest wykorzystanie drugiego języka do zdobywania wiedzy, a przy okazji rozwijanie samych umiejętności językowych”²⁴. Nauczanie języka rosyjskiego w komunikacji zawodowej powinno się zatem docelowo skupiać na tym, żeby uczący się mogli nie tylko osiągać kompetencje lingwistyczne i komunikacyjne, lecz by mogli w sposób merytoryczny porozumiewać się w języku rosyjskim. Prowadzący zajęcia powinien więc dysponować szerokim rezerwuarem materiałów autentycznych, aby stworzyć możliwość symulacji naturalnej komunikacji²⁵.

„Świat biznesu” to pojęcie niezwykle pojemne, przepełnione informacjami socjokulturowymi. Posiadanie wiedzy specjalistycznej i socjokulturowej wa-

²³ Л.С. ЖУРАВЛЕВА, Л.Б. ТРУШИНА, О.А. УСКОВА, М.М. КАЛИНОВСКАЯ, Н.В. ЛАВРОВА, *Русский язык делового общения. Бизнес. Коммерция, Лингводидактическое описание целей и содержания обучения. Базовый сертификационный уровень*, Москва 2003.; Л.С. ЖУРАВЛЕВА, Л.Б. ТРУШИНА, О.А. УСКОВА, М.М. КАЛИНОВСКАЯ, Н.В. ЛАВРОВА, *Русский язык делового общения. Бизнес. Коммерция, Лингводидактическое описание целей и содержания обучения. Средний сертификационный уровень*, Москва 2002.; Л.С. ЖУРАВЛЕВА, Н.П. ИСАЕВ, М.М. КАЛИНОВСКАЯ, С.В. РОМАНОВА, *Русский язык делового общения. Бизнес. Коммерция. Внешнеторговая деятельность, Лингводидактическое описание целей и содержания обучения. Продвинутый сертификационный уровень*, Москва 2007.

²⁴ J. CHOLEWA, *Nauczanie języków specjalistycznych*, s. 77.

²⁵ Zob. С.Г. ТЕР-МИНАСОВА, *Язык и межкультурная коммуникация*, Москва 2008, s. 27-28.

рункује власціве прыгатованіе wykwalifikowanego specjalisty z zakresu języka języka rosyjskiego w biznesie²⁶.

BIBLIOGRAFIA

- BANACH B.: Tendencje interkulturowe we wspoczesnej glottodydaktyce, „Języki obce w szkole” 2003, nr 3, s. 3-14.
- BARTMINSKI J., LAPPO I., MAJER-BARANOWSKA U.: Stereotyp Rosjanina i jego profilowanie we wspoczesnej polszczyynie, „Etnolingwistyka” 14(2002), s. 105-151.
- CHOLEWA J.: Nauczanie językw specjalistycznych wczoraj i dzisiaj, „Języki obce w szkole” 2013, nr 4, s. 75-80.
- CWIKLINSKA J., SZADYKO, S.: Obszary wiedzy specjalistycznej w wybranych wariantach języka Business Communications, w: *Teksty specjalistyczne w kontekstach zawodowych i tłumaczeniach*, [Języki specjalistyczne, 5], Warszawa 2005, s. 81-88.
- GRUCZA S.: Idiolekt specjalistyczny – idiokultura specjalistyczna – interkulturowocie specjalistyczna, w: *Teksty specjalistyczne w kontekstach miedzykulturowych i tłumaczeniowych*, [Języki specjalistyczne, 6], Warszawa 2006, s. 30-49.
- KRENSKA N.: Русский язык бизнеса в Польше – его основные проблемы, w: *Komunikacja specjalistyczna*, t. II: *Specyfika Językw specjalistycznych*, Warszawa 2009, s. 146-155.
- MAGALA S. J.: Kompetencje miedzykulturowe, przeł. J. F. Dąbrowski, Warszawa 2011.
- PŁUZYSCA M.: Обучение восприятию текста в дидактике специального языка (на материале текстов преддоговорной переписки, „Linguodidactica” 12(2008), s. 123-134.
- ZAWADZKA E.: Kulturowe uwarunkowania wybranych zachowaw językowych i pozajęzykowych w biznesie, w: *Język trzeciego tysiąclecia II*, t. I: *Nowe oblicza komunikacji we wspoczesnej polszczyynie*, [Język a komunikacja, 4], red. G. Szpila, Krakow 2002, s. 211-218.
- АПАЛЬКОВ В.Г.: Межкультурная компетенция в целях обучения иностранным языкам, w: TENZE, *Методика формирования межкультурной компетенции средствами электронно-почтовой группы*, Москва 2011 – za: <http://www.mesi.ru/> [dostep: 12.01.2015].
- ВОЛОДИНА Д. Н.: Формирование социокультурной компетенции на уроках русского языка как иностранного (сфера делового общения), „Молодой ученый” 7(2011), т. 2, s. 83-86 – za: <http://www.moluch.ru/> [dostep: 10.12.2014].
- ЖУРАВЛЕВА Л. С., ИСАЕВ Н.П., КАЛИНОВСКАЯ М.М., РОМАНОВА С.В.: Русский язык делового общения. Бизнес. Коммерция. Внешнеторговая деятельность, Лингводидактическое описание целей и содержания обучения. Продвинутый сертификационный уровень, Москва 2007.
- ЖУРАВЛЕВА Л.С., ТРУШИНА Л.Б., УСКОВА О.А., КАЛИНОВСКАЯ М.М., ЛАВРОВА Н.В.: Русский язык делового общения. Бизнес. Коммерция, Лингводидактическое описание целей и содержания обучения. Базовый сертификационный уровень, Москва 2003.

²⁶ Г.А. ЗЕНТАЛЯ, *Мир русского бизнеса в практике преподавания. Методические рекомендации и упражнения*, Щецин 2012, s. 5.

- ЖУРАВЛЕВА Л.С., ТРУШИНА Л.Б., УСКОВА О.А., КАЛИНОВСКАЯ М.М., ЛАВРОВА Н.В.: Русский язык делового общения. Бизнес. Коммерция, Лингводидактическое описание целей и содержания обучения. Средний сертификационный уровень, Москва 2002.
- ЗЕНТАЛЯ Г.А.: Мир русского бизнеса в обучении специалистов по деловому русскому языку, Щецин 2012.
- ЗЕНТАЛЯ Г.А.: Мир русского бизнеса в практике преподавания. Методические рекомендации и упражнения, Щецин 2012.
- Культура устной и письменной речи делового человека, ред. И.М. РОЖКОВА, Москва 2006.
- МИЛОСЛАВСКАЯ С.К.: Русский язык как иностранный в истории становления европейского образа России, Москва 2012.
- СЕРГЕЕВА А. В.: Русские стереотипы поведения. Традиции. Ментальность, Москва 2012.
- ТЕР-МИНАСОВА С.Г.: Язык и межкультурная коммуникация, Москва 2008.

OBSZARY WIEDZY SPECJALISTYCZNEJ I SOCJOKULTUROWEJ W NAUCZANIU ROSYJSKIEJ KOMUNIKACJI BIZNESOWEJ

Streszczenie

Obecnie nauczanie języków specjalistycznych jest połączeniem obszarów wiedzy lingwistycznej, fachowej oraz socjokulturowej. Cele i treści nauczania są ukierunkowane na potrzeby uczących się i rozwój zawodowej kompetencji komunikacyjnej. W artykule rozpatrywana jest efektywność nauczania i uczenia się języków specjalistycznych. Skuteczność w tym zakresie umożliwiła sprecyzowanie nie tylko językowych, ale także zawodowych i socjokulturowych treści nauczania oraz dobór adekwatnych i różnorodnych materiałów dydaktycznych.

Słowa kluczowe: nauczanie języków obcych, język rosyjski w biznesie, komunikacja zawodowa, stereotyp, kompetencja socjokulturowa.

SPECIALIST AND SOCIO-CULTURAL AREAS OF KNOWLEDGE IN TEACHING RUSSIAN BUSINESS COMMUNICATION

Summary

Contemporary specialist language teaching is a combination of linguistic, professional and socio-cultural areas of knowledge, applied in practice. The aims and contents of teaching are directed towards learners' requirements and the development of the professional communicative competence. This article analyses the efficiency of teaching and learning specialist languages. The effectiveness in this field allows for a better specification not only linguistic but also professional and socio-cultural teaching material and choice of adequate and varied teaching aids.

Key words: foreign language teaching, Russian business language, professional communication, stereotype, socio-cultural competence.