



Балогне Петкевич Ольга,

кандидат филологических наук, доцент
факультета торговли, ресторанно-
гостиничного бизнеса и туризма,
Будапештский экономический
университет прикладных наук, 1054
Будапешт, Алькотмань утца 9-11,
Венгрия.

EDN: NJTQHT
УДК 378.147

Научная статья

Использование юмора в процессе обучения иностраннных студентов языку специальности

О. Балогне Петкевич ✉

Будапештский экономический университет прикладных наук, Будапешт, Венгрия
✉ petkevicsolga@gmail.com

Аннотация. Рассматриваются приемы оптимизации процесса обучения иностранцев деловому русскому языку с применением юмора как средства активизации познавательного интереса и развития креативного мышления учащихся. Исследование характеризует стилистический облик деловой речи при усвоении русского языка иностранцами. Результаты применяемой методики свидетельствуют о высокой способности учащихся воспринимать юмор и адекватно реагировать на него.

Ключевые слова: деловой русский язык для иностранцев, лексика делового общения, юмор, оптимизация учебного процесса, мотивация, креативность

Конфликт интересов. Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

История статьи: поступила в редакцию 31.10.2022; принята к печати 25.11.2022.

Для цитирования: Балогне Петкевич О. Использование юмора в процессе обучения иностраннных студентов языку специальности // Русский тест: теория и практика. 2022. Т. 8. № 1. С. 60–64.

Введение

На языковых курсах факультета торговли, ресторанно-гостиничного бизнеса и туризма Будапештского экономического университета прикладных наук студенты должны усвоить объемную лексику по своей специальности.

В языке профессиональной сферы общения преобладает официально-деловой стиль речи, который отличается безличностью, сухостью изложения, обилием специфических терминов, большим количеством устойчивых оборотов и отсутствием эмоциональной окрашенности.

© Балогне Петкевич О., 2022



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/legalcode>

Стилистический облик деловой речи существенно усложняет и без того не всегда легкое усвоение русского языка иностранцами. Чтобы не ограничиться безжизненной подачей материала и сделать занятия более интересными, необходимо постоянно искать новые способы оптимизации процесса обучения, а также экспериментировать с уже известными. Одним из таких способов является использование юмора на уроках. О мотивирующем эффекте юмора в обучении иностранному языку написано множество статей и научных работ, авторы которых сходятся во мнении, что применение различных материалов юмористического характера на занятиях повышает интерес учащихся и эффективность урока. Известно, что еще в эпоху Античности люди обращались к юмору, как способу особого психологического воздействия на других (Ван Шуан, 2019: 18).

Однако приемлем ли юмор на курсах делового русского языка? Имеет ли он место в процессе обучения языку специальности? Насколько доступно понимание комических ситуаций иностранными студентами, изучающими деловой русский язык? Попытка найти ответы на эти вопросы и явилась **целью** тематического исследования при осуществлении эксперимента с уроками с опорой на юмористический контекст. Для активизации и управления вниманием студентов использовались такие средства, как видеоролики, фильмы и рекламы с юмористической начинкой, а также непосредственно шутки и анекдоты, вписывающиеся в рамки темы. Были разработаны дополнительные тренировочные задания, построенные на комичности ситуации. Перечисленные технологии способствовали лучшему запоминанию информации.

Строго регламентированный объем статьи позволяет более подробно остановиться лишь на одном примере из применяемых практик, которые помогают создать хороший эмоциональный настрой на уроках и нивелируют скованность студентов.

Юмор как методический инструмент на занятиях по русскому языку

В основу этого примера легло комедийное видео «Фирма, которая занимается ничем» канала МЁD на YouTube¹. Оно было использовано в процессе разработки темы «Собеседование при приеме на работу» в группах, изучающих русский язык как иностранный с уровнем знания языка B1-B2. Фильм продолжительностью чуть меньше 6 минут содержит разговор между соискателем работы и сотрудниками компании-работодателя.

Ядро лексики, присутствующей в этом видео, составляют следующие слова:

брифинг, вакансия, выгода, договор, задача, инвестор, качество, клиент, компания, начальник, опыт, партнёр, подчинённый, предложение, презентация, процесс, рынок, сайт, связи, сервис, скорость, сотрудничество, специалист, товары, услуги

выполнять, добиваться, заключать, заниматься, использовать, обеспечивать, оптимизировать, организовать, повышать, помогать, предлагать, продавать, решать, собирать, создавать, увеличивать, улучшать, устраивать

взаимный, высочайший, индивидуальный, коммерческий, корпоративный, креативный, лучший, мобильный, непосредственный, основной, плодотворный, подчинённый, правильный, региональный, сложный, современный, универсальный, экологичный, эффективный

Все они относятся к пласту лексики делового общения и не предполагают ничего комичного. Курьёз ситуации проявляется в том, в каком контексте они используются в фильме. Однако это выясняется позже, в ходе просмотра. Сюжет состоит из отдельных сцен разговора соискателя работы с руководством компании, во время которого первый тщетно пытается узнать сферу её деятельности. Ответы на его вопросы содержат скопление пустых, ничего не значащих и никого ни к чему не обязывающих фраз, невольно ассоциирующихся с «резиновой мыслью»

¹ Развлекательный канал МЁD-@makeyoday (13 декабря 2016). *Фирма, которая занимается ничем* [A company that is engaged in nothing] [видеокалип]. YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=fqWQ2tePQk8>.

Полыхаева из «Золотого телёнка» И. Ильфа и Е. Петрова о постоянном повышении, увеличении и усилении чего угодно, которую можно приспособить ко всем случаям жизни. В ходе собеседования в большом объёме используются речевые клише и конструкции терминологического характера.

На первом этапе перед просмотром студенты получили ряд заданий для отработки лексики, которые в большой мере способствовали более полному пониманию ситуации. Ниже приводятся некоторые из них.

Довольно простое задание — подборка к именам существительным подходящих по смыслу прилагательных с учётом их согласования. Наличие нескольких вариантов способствовало лучшему запоминанию слов.

взаимные, индивидуальный,	группа, директор, интересы,
коммерческий,	компания, месседж,
корпоративный,	начальник, партнёр, подход,
креативная, личный,	помощник, практика, связи,
непосредственный,	сотрудничество
новые, плодотворное,	
региональный, современная,	
универсальная	

Очень важна работа над устойчивыми в деловом общении выражениями, состоящими из глагола и существительного, например, *подписать договор, заключить сделку* и т. п. Следующее задание имело целью отработку конструкций по приведенной выше схеме.

вложить, выполнить,	договоры, задачи, капитал,
заключать,	качество, конференцию,
оптимизировать,	предложение, процессы, работу,
повысить, продавать,	с клиентами, скорость,
работать, решать,	товары и услуги
увеличить, улучшить,	
устроить	

Задание с синонимичными парами было представлено в виде подборки к заимствованному слову русского эквивалента.

брифинг, вакансия,	вкладчик, встреча, выгода,
инвестор, клиент,	договор, обслуживание,
коллега, компания,	потребитель, предприятие,
контракт, кооперация,	свободное место, сообщение,
месседж, профит, сайт,	сотрудник, сотрудничество,
сервис	страница

На основе вербального содержания фильма ряд заданий был продолжен поиском антонимичных пар, недостающих предложений, соответствующих терминов и другими упражнениями.

После отработки лексики и усвоения главных понятий, используемых в комедийном видео, следовал его просмотр. Студенты не подозревали о юмористическом фоне продолжения разрабатываемой темы. Видео можно было воспринимать как награду за предшествующую работу, а также как небольшую передышку перед продолжением работы над темой.

Чтобы в большей степени заинтересовать студентов, просмотр был разбит на части. В перерывах велись дискуссии об увиденном и услышанном. Работа проводилась в парах или небольших группах. Непосредственно перед просмотром учащиеся вместе составили список типичных вопросов, задаваемых с обеих сторон на собеседовании при приёме на работу. Эффект неожиданности выражался в том, что последующая информация в видеозаписи демонстрировала совершенно иную картину.

Уже на 48-й секунде записи после ничего не значащих фраз просмотр был остановлен. Студентам было предложено пофантазировать и ответить на вопрос, в чем, на их взгляд, заключается сфера деятельности компании. Ниже приводятся довольно оригинальные ответы.

Компания предлагает консалтинговые услуги, как можно ничем не заниматься.
Предлагает услуги коучинга для развития бизнеса.
Издаёт книги с советами, как можно с успехом ничего не делать.
Готовит менеджеров.
Отмывает деньги.
Строит инвестиционную пирамиду.
Является кадровым агентством, которое нанимает новых кадровых агентов.

Здесь был отражён только один момент работы над сюжетом фильма с целью вовлечь учащихся в процесс усвоения нового материала. Приведённые выше примеры свидетельствуют о том, что они понимают всю пародийность ситуации и адекватно реагируют на нее. Благодаря тому, что в фильме постоянно уходят от ответов на задаваемые вопросы, студентам предоставляется возможность заполнить недостающую информацию своим толкованием. На этом уровне выражается креативный механизм комического, который порождает в процессе восприятия текста изменение или порождение нового смысла (Мусийчук, 2014: 3431).

Разбивая фильм на части и делая паузы в соответствующих местах, учеников можно побудить пофантазировать, предложив им вопросы для размышления. Практика показывает, что учащиеся быстро проникаются шуточной атмосферой и стараются соответственно отвечать. Это отражают следующие примеры:

Как называется эта компания? — Оптимус.

Какие клиенты у этой компании? — Которые требуют индивидуального подхода.

Как можно обеспечить индивидуальный подход к клиентам? — Высоким уровнем сервиса.

Почему кандидат на работу нервничает? — Он знает только русский язык.

Как оптимизировать процессы работы? — Повышением скорости и улучшением качества.

Когда доволен спонсор? — Когда находит нового спонсора.

Что вносится в планировщик задач? — Всё приятное: деловые обеды, ужины, поездки.

Как сделать сайт экологичным? — Выбрать для него зелёный фон.

Что делает личный помощник / начальник? — Делегирует задачи другим. / Ничего, но очень интенсивно.

Почему предложение о зарплате повысили? — По закону спроса и предложения.

Кроме восприятия вопросов в шуточном ключе, не исключен и серьезный подход при поиске ответов, поскольку оба варианта преследуют одну цель: улучшение креативности и расширение словарного запаса учеников.

На последнем этапе работы над темой следовали задания, строго соответствующие

нормам официально-делового стиля: имитация собеседования, составление объявления о свободной вакансии, письменный отчет об успехах компании за прошедший период и т. п.

По завершении темы среди участников курса был проведен опрос. На вопрос, встречались ли они раньше на уроках иностранного языка с шуточными ситуациями, легшими в основу разработки деловой лексики, все, за исключением одного, дали отрицательный ответ. Положительная оценка была дана содержанию видео, подаче информации и сопровождающим заданиям. По мнению опрошенных, шуточные моменты придавали урокам интересный характер, что в высокой степени способствовало лучшему запоминанию, несмотря на трудную лексику. Позитивный отзыв получил также тот факт, что до просмотра были обсуждены все ключевые выражения, а в ходе просмотра детально разработана тема с участием всей группы. Среди трудностей был отмечен быстрый темп речи в фильме. На вопрос о том, были ли уроки эффективными или просто поднимали настроение, студенты выделили прежде всего последнее, добавив, что это, в свою очередь, положительно сказалось на эффективности работы. На предложение описать прошедшие уроки одним словом, большинство квалифицировали их как полезные, интересные и приятные. Кроме этого, ученики отметили, что и в будущем хотели бы работать с юмористическими контекстами, так как разряженная обстановка способствует лучшему запоминанию материала.

Заключение

На основе проведенного тематического исследования можно сделать вывод, что эксперимент привел к положительному результату. Учащиеся высоко ценят юмористические моменты на занятиях и активнее участвуют в работе, демонстрируя свою креативность. Это помогает им легче преодолеть трудности при усвоении стандартизированной лексики делового общения.

Список литературы

Ван Шуан. Методика использования юмора в преподавании иностранного языка // История и педагогика естествознания. 2019. № 4. С. 18–21. URL: <https://doi.org/10.24411/2226-2296-2019-10404>

Мусийчук М.В. Имплиcitный смысл как основание креативного механизма комического // Научно-методический электронный журнал «Концепт». 2014. Т. 20. С. 3431–3435. URL: <http://e-koncept.ru/2014/54950.htm>.

EDN: NJTQHT

UDC 378.147

Research article

The use of humour in teaching business language to foreign students

Olga Baloghne Petkevics ✉

University of Applied Sciences, Budapest, Hungary

✉ petkevicsolga@gmail.com

Abstract. The author examines the methods of optimizing the process of teaching business Russian to foreigners using humour as a means of activating cognitive interest and developing creative thinking in students. The study characterizes the stylistic appearance of business speech when acquiring the Russian language. The results of the applied methods show the students' high ability to perceive humour and react to it adequately.

Keywords: business Russian for foreigners, business communication vocabulary, humour, optimization of the language learning process, motivation, creativity

Disclosure statement. The author declares no conflict of interest.

Article history: received 31.10.2022; accepted 25.11.2022.

For citation: Baloghne Petkevics, O. (2022). The use of humor in teaching business language to foreign students. *Russian language: Research, Testing and Practice*, 8(1), 60–64. (In Russ.).

References

Wang Shuang. (2019). Method of using humor in teaching a foreign language. *History and Pedagogy of Natural Science*, (4), 18–21. (In Russ.). <https://doi.org/10.24411/2226-2296-2019-10404>

Musiichuk, M.V. (2014). Implicit meaning as the basis creative mechanism comic. *The periodical scientific and methodological electronic journal "Koncept"*, 20, 3431–3435. (In Russ.). Retrieved from <http://e-koncept.ru/2014/54950.htm>.

About the author:

Olga Baloghne Petkevics, Ph.D., Assistant Professor, Budapest Business School, University of Applied Sciences, Faculty of Commerce, Hospitality and Tourism, 1054 Budapest, Alkotmány utca 9-11, Hungary