

MEDIEN IN DER SPRACHLICH-FACHLICHEN WEITERBILDUNG

Т.А. Кальчук

Старший преподаватель кафедры немецкой филологии

БрГУ имени А.С.Пушкина

г. Брест

Аннотация. Статья посвящена самостоятельному обучению и повышению квалификации в своей профессиональной сфере с помощью использования Интернет-ресурсов. В зависимости от направления вектора воздействия в отношении пользователя средства массовой информации подразделяются на „Pull“-СМИ (пользователь активен) и „Push“-СМИ (пользователь пассивен). Актуальность и аутентичность получаемой таким путем информации способствует развитию ключевых профессиональных компетенций, необходимых в данной сфере деятельности.

Ключевые слова: профессиональная коммуникация, Интернет-ресурсы, деловая (производственная) квалификация, самостоятельная учеба, повышение квалификации, „Pull“-СМИ, „Push“-СМИ

Abstract. This article is devoted to unassisted study process and improvement of skills (professional) with the help of Internet resources. Depending on vector's direction of influence upon user media are subdivided into pull- (the user is active) and push-media (the user is passive). Actuality and authenticity of received in this way information facilitate the development of professional skills which are necessary in the field of professional activity.

Key words: professional communication, Internet resources, professional skill, self-instruction, advanced training, „Pull“-media, „Push“-media

Es kann heute kein Zweifel darüber bestehen, dass der berufsbezogene Deutschunterricht einen besonderen hohen Anspruch an Aktualität und Authentizität hat. Er ist dann effizient, wenn neben dem sachsystematischen Unterricht auch die Formen des lebensnah situierten, problemorientierten, anwendungsbezogenen sowie stärker selbstregulierten Lernens verwendet werden. Das Lernen im Fachunterricht nimmt auch heute die zentrale Stellung ein und ist zugleich Grundlage für fachübergreifende Aktivitäten. Doch werden die Studierenden heute zu mehr Selbstlernen befähigt. Die Ergebnisse des Selbststudiums kann man effektiv im Präsenzunterricht einbeziehen. So können der berufsbezogene Unterricht und das Selbstlernen deshalb in besonderem Maße von den vorhandenen Internet-Ressourcen profitieren. Im Internet gibt es eine ganze Palette berufsbezogener Informationen: ständig aktualisierte Wirtschaftsnachrichten, Börseninformationen, detaillierte Unternehmensberichte, betriebswirtschaftliche Statistiken, Konjunkturanalysen, Messeinformationen, Bewerbungsratgeber usw. Die Anwendung solcher Materialien schult die berufsrelevante Medienkompetenz bei den Studierenden und fördert auch das Selbstlernen sowie die Weiterbildung im jeweiligen Berufsfeld.

Außerdem läuft heute die ganze berufliche Kommunikation meistens über Internet ab, was zur Entstehung der neuen fremdsprachgebundenen berufsorientierten

Schlüsselqualifikationen beiträgt. Solche Qualifikationen heute sind: das Schreiben von E-Mails, das Recherchieren im Internet, die Präsentationen, die Verhandlungen, interkulturelle Kommunikation und die Besprechungen.

Das Benutzen der authentischen Materialien dient ganz gut dem Selbstlernen und der notwendigen Weiterbildung im Bereich Wirtschaftsdeutsch. Auch später im Berufsleben soll man immer auf dem Laufenden über das Wirtschaftsgeschehen im Land und auch in der Welt bleiben. In diesem Fall darf man nicht mehr auf Online-Medien verzichten. Auf solche Weise kann man selber die vorhandenen medialen Serviceleistungen benutzen. Solche Weiterbildung beruht auf zwei Prinzipien: „Pull“- und „Push“-Prinzip [1, S. 35].

Unter dem „Pull“-Prinzip versteht man das Prinzip des World Wide Web, bei dem der Nutzer selbst entscheidet, ob, wann und wie lange er eine Website besucht. Es besagt, dass alle Aktionen im Internet durch den Nutzer ausgelöst werden, der sich die gewünschten Informationen „heranzieht“ (pull). So ist das Internet und speziell das WWW ein Pull-Medium, weil der Nutzerselbst etwas anfordert.

Mit der Push-Technologie wird ein anderes Prinzip bevorzugt, bei dem die Initiative vom werbetreibenden Unternehmen ausgeht [2]. Als Push-Medien werden Medien bezeichnet, bei denen der Informationsfluss vom Sender gesteuert wird und der Kommunikationsfluss primär in einer Richtung vom Sender zum Empfänger verläuft. Der Rundfunk und das Fernsehen sind beispielsweise Push-Medien, da der Kommunikationsfluss hier unidirektional verläuft. Aber auch im Internet gibt es Push-Verfahren, nämlich dort, wo die Anbieter unbestellte Werbung oder Information an den Nutzer senden, ohne dass der Nutzer aktiv werden musste. Schon eine Newsletter-Mail, die auf einmaligen Wunsch dem Interessenten regelmäßig zugestellt wird, ist ein Push-Medium, ähnlich dem Abonnement einer Zeitung.

Also, als „Pull“-Medien für die sprachlich-fachliche Weiterbildung betrachtet man in erster Linie persönliche Lieblingsadressen des Nutzers. Zu erwähnen sind auch aktualisierte Nachrichtendienste, Wirtschaftszeitungen oder Wirtschaftsteile von Tageszeitungen und Fachzeitschriften. z.B., die Rubriken in der Online-Zeitung FAZ-Net zeichnen sich durch eine Vielfältigkeit aus. Sie steht für Meinungsvielfalt und Unabhängigkeit, für umfassende Berichterstattung und meinungsstarke Kommentare zu Themen aus Politik, Wirtschaft, Kunst und Kultur, Wissenschaft, Bildung und Gesellschaft. Hier kann man stets aktuelle und authentische News fast nach allen Sprachniveaustufen des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens finden. Aus diesem Grunde eignet sich diese Zeitung für einen breiteren Adressatenkreis.

Auch deutschsprachiges Radio im Internet unterstützt Lernautonomie des Nutzers oder dient als zusätzliche Übung bei den geübten Nutzern (Binnendifferenzierung).

Als „Push“-Medien dienen kostenlose wirtschaftsbezogene Podcasts und verschiedene Newsletters, die täglich, wöchentlich oder monatlich verschickt werden. z.B., es gibt Wirtschaftsmeldungen der Deutschen Welle (www.dw.de) oder der Infobrief Wirtschaftsdeutsch (www.wirtschaftsdeutsch.de). Der letzte dient der eigenen Weiterbildung und erscheint monatlich mit Rubriken „Wirtschaft im Rückspiegel“, „Aktuelles Thema“, „Lehrmaterialien aus der Redaktion“, „Webliographie Wirtschaftsdeutsch“ / „Bibliographie Wirtschaftsdeutsch“,

„Buchvorstellung“ (z.B.: „Podcasts im Sprachunterricht am Beispiel Deutsch“), „Stellenangebote“, „Termine“, „Pinnwand“. In der Rubrik „Lehrmaterialien“ findet man weiter Arbeitsblätter, Tests, Online-Übungen und Fachartikel, wo die Materialien nach Themen sortiert sind: Arbeitswelt, Finanzwelt, Handel und Verbraucherfragen, Institutionen und Organisationen, Logistik und Verkehr, Marketing, Tourismus und Gastronomie, Wirtschaft und Politik, Unternehmen und Unternehmensgründung [3]. Mit Sicherheit kann man behaupten, dass der Infobrief Deutsch als Fremdsprache (E-DaF-Info) als eine kostenlose Serviceleistung besonders gut die Verwendung des Internets als Informations- und Lernmedium bei der berufsbezogenen Weiterbildung fördert.

Die Anwendung der „Pull“- und „Push“-Medien im Unterricht, beim Selbstlernen oder in der berufsbegleitenden Weiterbildung entwickelt weiter die Fähigkeit bei den Nutzern, sich strukturiert, zielgerichtet und sprachlich korrekt zu artikulieren und die erforderlichen Schreibformen und -techniken zu beherrschen. Außerdem befähigt das die Studierenden oder die Fachleute, komplexe Zusammenhänge schriftlich oder mündlich darzustellen, was auch zur sprachlichen Reflexion beiträgt.

Man muss nicht vergessen, dass die berufsbezogene Weiterbildung eine Gleichgewichtigkeit der Arbeitsfelder Sprechen und Schreiben, Umgang mit Texten und Medien, Reflexion über Sprache und Methoden unter Berücksichtigung relevanter Probleme der Lebenswelt sowie Formen der Integration dieser Teilbereiche fordert. Außerdem benötigt man dabei ein hohes Maß an Selbstdisziplin und Durchhaltevermögen, jedoch kann man gleichzeitig von der hohen Flexibilität profitieren, die solche berufsbegleitende Weiterbildung im Allgemeinen bietet.

Also, heutzutage besteht die Möglichkeit, mit Hilfe der Medien fachlich auf der Höhe zu bleiben oder gezielt weiterzubilden. Die erworbenen berufsrelevanten Schlüsselqualifikationen befähigen die Fachleute zu beruflicher Mobilität und Flexibilität in der internationalen Arbeits- und Berufswelt.

ЛИТЕРАТУРА

1. Jung, M. Wirtschaftsdeutsch im Internet / M. Jung, R. Riechert // Neue Medien im Deutschunterricht. – 1990. – № 2. – S. 34-36.

2. Pull-Prinzip [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.wirtschaftslexikon24.com/d/pull-prinzip/pull-prinzip.htm>. – Дата доступа : 04.02.2015.

3. Infobriefe Wirtschaftsdeutsch [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.wirtschaftsdeutsch.de/infodienst/index.php>. – Дата доступа : 05.02.2015.