

Т. В. Шиян,

Миколаївський національний університет імені В. О. Сухомлинського, м. Миколаїв

ВИКЛАДАННЯ БІЗНЕС-КУРСУ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ У ПІДГОТОВЦІ СТУДЕНТІВ ФІЛОЛОГІЧНИХ ФАКУЛЬТЕТІВ

У статті визначається зміст навчальної дисципліни з ділової англійської мови для студентів філологічних спеціальностей.

Ключові слова: комунікативні вміння, фонові знання, соціокультурна компетентність, міжкультурна компетентність.

В статье определяется содержание учебной дисциплины по деловому английскому языку для студентов филологических специальностей.

Ключевые слова: коммуникативные умения, фоновые знания, социокультурная компетентность, межкультурная компетентность.

The article reveals the content of a course in business English for linguistics students.

Key words: communicative skills, background knowledge, socio-cultural competence, intercultural competence.

Вступ. Посилення ділових контактів України, мобільність людських ресурсів, подальший розвиток інформаційних технологій, поява нових сфер і напрямів професійної діяльності призвели до зміни акцентів у вимогах, що висуваються до студентів у межах їхньої професійної підготовки. В умовах міжнародного співробітництва та конкуренції успішним у професійній кар'єрі є сьогодні фахівець, який володіє певним обсягом знань, вмінь та компетенцій з спеціальності, а також стратегіями поведінки у різних ситуаціях міжкультурної професійної взаємодії. Одним з видів професійної взаємодії сьогодні є бізнес-спілкування, яке перестає бути вузькоспеціалізованим, оскільки бізнес-комунікація стає комунікацією масовою, її зразки активно тиражуються ЗМІ, соціальними медіа, створюючи якісно інший комунікаційний простір. Звідси, виникає необхідність включення цього аспекту комунікації у процес підготовки фахівців гуманітарних спеціальностей.

Аналіз досліджень та публікацій. Проблема оптимізації процесу викладання ділової англійської мови є актуальною у дослідженнях вітчизняних науковців. Зокрема, методика навчання студентів старших курсів вищого технічного закладу усного ділового діалогічного спілкування англійською мовою є предметом дослідження Д. Бубнової [1]; розроблено методику навчання читання англійською мовою для ділового спілкування у взаємозв'язку з іншими видами мовної діяльності у дослідженні Ю. Дегтярьової [3]; окреслюються дидактичні можливості комп'ютерних програм, зокрема презентацій як активного методу викладання ділової англійської [4].

Формулювання мети статті та завдань. Метою нашого дослідження є визначення змісту курсу ділової англійської мови для студентів філологічних спеціальностей.

Виклад основного матеріалу статті. Розглядаючи проблему оптимального змісту курсу ділового спілкування для студентів гуманітарних факультетів, необхідно виходити з типових ситуацій ділового спілкування, відповідних вмінь для успішної комунікації у таких ситуаціях, особливостей цільової аудиторії, а також розвивальні, освітні та виховні цілі навчального процесу.

Типовими ситуаціями для майбутнього випускника гуманітарного факультету є необхідність складати резюме та аплікаційні листи, брати участь у співбесіді з працевлаштування, створювати презентації, вирішувати організаційні питання, реєструватися на міжнародних конференціях та семінарах, підтримувати ділову бесіду, писати ділові листи різного змісту, у тому числі електронні тощо. Очевидно, що набутих студентами під час вивчення основного курсу з англійської мови мовленнєвих навичок (лексичних, граматичних, фонетичних) бракуватиме для ефективного здійснення означених вище функцій. Мова бізнесу має специфічні тезаурус, стилістику, семантику, тому оволодіння нею потребує спеціальної підготовки.

Метою змісту навчальної дисципліни Бізнес-курс англійської мови для студентів спеціальності «Прикладна лінгвістика» є формування комунікативної компетентності з ділового мовлення у сфері бізнесу, розширення словникового запасу студентів за рахунок спеціальної лексики, розвиток чотирьох базових навичок спілкування. До того ж, необхідним є формування фонових знань студентів, їхньої соціокультурної та міжкультурної компетентності.

Фонові знання забезпечують взаєморозуміння між адресантом та адресатом у комунікативному ланцюгу [2], оскільки вони володіють загальною інформацією. У контексті нашого дослідження це конкретизується у завданні сформулювати загальноекономічні знання студентів про функціонування суспільства з ринковою економікою. Наприклад, пошук роботи, споживання, торгівля, маркетинг, реклама, принципи організації підприємства тощо. Ці тематичні блоки мають бути включеними у зміст Бізнес-курсу англійської мови для студентів-філологів.

Реалізація завдання формування фонових знань в рамках Бізнес-курсу англійської мови для студентів-філологів надає викладачу широке інформаційне поле для добору дидактичних матеріалів. Насамперед, це автентичні тексти різного виду: словникові й газетні статті, рекламні тексти, інтерв'ю з видатними представниками ділового світу, документальні фільми та відео сюжети про бізнесменів, компанії тощо. Знайти ресурси можна у мережі Інтернет за наступними посиланнями: <http://www.businessenglishsite.com/>, <http://www.breakingnewsenglish.com/>, <http://www.bbc.co.uk/worldservice/learningenglish/business/talkingbusiness/> та ін.

У роботі з текстами важливо підкреслювати зв'язок між соціально-економічними явищами та їхнім відображенням у семантиці. Такі лексичні одиниці як *benchmarking*, *glass ceiling*, *affirmative action*, *coffee culture*, *downshifting*, *take-over*, *employability* потребують додаткового пояснення з боку викладача, оскільки не існує відповідного еквіваленту в українській мові. Складність для сприйняття автентичного тексту становлять також абрєвіатури, які досить поширені у соціально-економічному дискурсі. Оскільки вони є загальноприйнятими для мови бізнесу, то вони, зазвичай, не розшифровуються у самому тексті. Такими є, наприклад, *R&D* (*Research and Development*), *plc* (*public limited company*), *BPR* (*Business Process Re-Engineering*), *CEO* (*chief executive officer*), *four Ps* (*product, price, place, promotion*).

Спеціально підібрані вправи на закріплення нового лексичного матеріалу сприяють його відтворенню та активізації, а також формуванню фонових знань про культуру ведення бізнесу. Студенти порівнюють та зіставляють соціально-економічні явища життя в Україні та в англосовітних країнах, що посилює їхнє відчуття співучасників і співгромадян єдиного світу, об'єднаного спільними цінностями, проблемами та шляхами їх вирішення.

З метою формування соціокультурної компетентності студентів-філологів засобами дисципліни Бізнес-курс доцільно супроводжувати заняття лінгвокраїнознавчими та лінгвокомерційними коментарями. Останні містять приклади заповнення анкет, написання супровідних листів, резюме, замовлень, підтверджень, створення візитної картки, оформлення рекламних листів, контрактів. Виконання подібних вправ матиме більший ефект, якщо запропонувати студентам реальні ситуації. Наприклад, *Ви виграли грант на навчання в Центральноєвропейському університеті. Для того, щоб завершити процедуру зарахування, необхідно підготувати пакет документів: заповнена візова анкета для посольства, лист-подяка, резюме та лист-прохання щодо подальших інструкцій*. Завдання такого типу спрямовані на підвищення мотивації навчання, надають можливість вирішувати реальні комунікативні завдання, уникнути можливих комунікативних чи культурних бар'єрів у типових ситуаціях у майбутньому, збільшувати арсенал комунікативних стратегій спілкування.

Основними методами формування міжкультурної компетентності студентів-філологів у процесі вивчення Бізнес-курсу є пошукові, методи моделювання, техніка вибору релевантних зразків поведінки (*critical incidents*). Такі методи передбачають практичну спрямованість, діяльнісний підхід, творчий характер, ігрові елементи, діалогічність, інтерактивність, групову роботу. Наприклад, при виконанні завдання *What do you associate with the following colours? Which colours (white, black, red, green, purple) should be carefully used in advertising or packaging materials for West European countries, China, the USA?* студенти здійснюють пошукову роботу, спрямовану на вирішення конкретної проблеми. У результаті вони отримують знання, які розширюють їхнє уявлення про культурні розбіжності, важливість їхнього урахування у веденні бізнесу.

Тренінгові вправи, рольові ігри створюють позитивний емоційний відгук та посилюють пізнавальний інтерес. Такі вправи сприяють засвоєнню знань про іншу культуру через призму власної культури. Наприклад, *Imagine you are going to give a business presentation in front of foreign partners from the USA / Japan / Germany / Italy / Russia / the UK. What do you think about the following techniques: starting with a joke, reading a written text, involving the audience, dressing formally, summarizing what you have said at the end of the presentation, keeping to the time limit*.

Техніка вибору релевантних зразків поведінки стає поширеним прийомом формування міжкультурної компетентності студентів, оскільки заохочує інтерпретацію реальних життєвих ситуацій, вирішення яких полягає саме у культурних розбіжностях. Наприклад, *Critical incident : A British-Ukrainian joint venture is running into problems. Svitlana Lysenko, one of the key members of the Ukrainian sales staff, has been sent to London to work with the UK partner company. The London office is very impressed with her performance, and would like her to stay on for another six months. Geoff Woodside, the British manager of the London office, asks her to ring Kyiv to see what they think. The telephone conversation is in Ukrainian. Although Geoff can't speak Ukrainian, it quickly seems clear to him that Svitlana is having a row with the Kyiv office. When she puts the phone down, he says to her, Svitlana, sorry to have got you into this mess – I hope we haven't made you unpopular in Kyiv. ' Svitlana is puzzled and says, 'What are you talking about? Everything's fine – Kyiv has given us the OK. ' What do you think is happening here?* Викладач складає такі ситуації, враховуючи також розбіжності між ставленням представників різних культур до простору, часу, колективу, статі тощо.

Відбір навчального матеріалу та тематичних блоків у викладанні Бізнес-курсу англійської мови для студентів-філологів ускладнюється тим фактом, що ця цільова аудиторія, яку називають «pre-experienced learners» [5, с. 16–17], не має досвіду професійної діяльності. Звідси, вони мають низьку мотивацію щодо вивчення курсу на початку його викладання, в них відсутні фонові знання, які могли б стати повноцінною основою для комунікації. Досвід роботи засвідчив, що вступними до Бізнес-курсу мають бути більш практично орієнтовані теми. Наприклад, в рамках теми *Travelling for Business and pleasure* студентам пропонується навчальний матеріал, який стосується бронювання білетів, планування та призначення ділових зустрічей, написання ділових листів з метою запиту інформації або скарг на послуги готелів, ресторанів. Ця тема ця тема логічно пов'язана з наступними – *Business across Cultures* та *Communication in Business*. Подальший тематичний спектр залежить від цільової аудиторії, їхніх комунікативних вмінь, очікувань, потреб тощо.

Висновок. Викладання Бізнес-курсу для студентів-філологів має бути спрямоване на формування у них мотивації, пізнавального інтересу, розвиток комунікативних навичок, фонових знань, соціокультурної та міжкультурної компетентностей. Зміст курсу та методи його реалізації мають бути практично орієнтованим задля ефективної інтеграції майбутнього фахівця у ділове середовище. Проведене дослідження не вичерпує наявний дидактичний арсенал. Перспективними для подальших досліджень є проблеми виявлення рівнів сформованості міжкультурної компетентності студентів, питання мовної соціалізації особистості.

Література:

1. Бубнова Д. В. Методика навчання ділового спілкування англійською мовою студентів старших курсів вищих технічних навчальних закладів: дисс. ... канд. пед. наук: 13.00.02 / Д. В. Бубнова. – Севастопольський національний ун-т ядерної енергії та промисловості. – Севастополь. – 2007. – 236 с.
2. Васейко Ю. С. Фонова інформація як компонент національної мовної картини світу / Ю. С. Васейко // Учёные записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия «Филология». – 2005. – Т. 18 (57). – № 1. – С. 95–97.
3. Дегтярьова Ю. В. Методика навчання студентів вищих немовних навчальних закладів читання англійською мовою для ділового спілкування: автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.02 / Ю. В. Дегтярьова. – Київ. – 2006. – 22 с.
4. Тарнопольський О. Б. Successful Presentations (Успішні презентації). Посібник для навчання ділових презентацій англійською мовою студентів економічних спеціальностей / О. Б. Тарнопольський, Ю. С. Авсюкевич. – К. : Ленвіт. – 2007. – 135 с.
5. Ellis M. Teaching business english. Oxford handbook for language teachers / M. Ellis, C. Johnson. – Oxford University Press. – 1994. – 237 p.
6. Gibson R. Intercultural business communication / R. Gibson – Oxford University Press. – 2009. – 111 p.