

DOI: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2019-5-69-39>

УДК 372.881.1

Штохман Л.М.

Тернопільський національний економічний університет

ДЕЯКІ АСПЕКТИ ВИКЛАДАННЯ ДІЛОВОЇ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ

Анотація. У статті розглядаються особливості викладання предмету «Ділова іноземна мова». Термін «Ділова англійська» охоплює цілий ряд курсів різного спрямування і може викликати певні дискусії щодо методології викладання і необхідних матеріалів. Додаткової уваги та ретельності вимагає їх точний вибір з огляду на цільову аудиторію навчального курсу. Серед суперечливих – питання лексичного наповнення, матеріалів для навчання, крос-культурного елементу в курсі, необхідність навчання граматики чи приділення окремої уваги викладанню ділових навичок. Розглянуто питання мотивації під час опанування іноземної мови, адже вирішальним у забезпеченні ефективності навчання є свідоме врахування мотиваційного фактора і керування ним на всіх рівнях і всіх компонентах навчального процесу. Проаналізовано праці деяких західних науковців із цієї тематики.

Ключові слова: викладач, навчання, ділова іноземна мова, технології, мотивація.

Shtokhman Liliia

Ternopil National Economic University

SOME ASPECTS OF TEACHING BUSINESS FOREIGN LANGUAGE

Summary. The article deals with peculiarities of teaching business foreign language. The term «Business English» includes several different courses and may cause arguments about teaching methods and necessary materials. For the past several decades, English has grown into the primary language for international communication. Just like people, companies in today's economy find that their primary source of competitive advantage lies in the knowledge they possess, so they are investing more and more on training their staff. Nowadays, people not only need to know English, but they need to develop a range of communicative language competences in order to be able to perform their job-related tasks properly. They usually link their English studies to their area of expertise and the attention becomes more focused on language as a tool for communication rather than on language knowledge as an end in itself. Most business English students need to communicate within a certain context, so the syllabus must reflect the discourse they are confronted with. Including cross-cultural element, business lexis, teaching business skills and grammar in the course are among disputable issues. Investigated is the notion of motivation while studying a business foreign language. The article deals with the analysis of teaching features and motivational factor management in studying foreign business language revealed in scientific works. It is defined that effective training is provided by consciously influencing the motivational factor by means of special organization of teaching material, methods and ways of its introducing and training. Reasoned is that motivation of studying is important in acquiring knowledge while a student is included in different activities. Set before are some aspects of communicative approach to language teaching, students and the teacher participation in it. Analyzed are some foreign scientific surveys on the topic.

Keywords: teacher, studying, business English, technologies, motivation.

Постановка проблеми. Збільшення інформаційного потоку з кожним днем неминуче призводить до того, що випускникам вищих навчальних закладів доводиться стикатися із необхідністю інтенсивного використання іноземної мови в професійній діяльності. Відомо, що багато іноземних компаній інвестують в нашу країну, тим самим забезпечуючи робочі місця. Однак, головною умовою для того, щоб працювати з ними, є знання англійської мови. Нерідко саме це є перешкодою для вітчизняних спеціалістів у реалізації їх потенціалу. Для деяких професій володіння англійською є обов'язковим, але якщо людина може зрозуміти мову, а крім того грамотно відповісти – перед нею з'являються нові можливості. Вона має більші шанси на втілення своїх професійних амбіцій.

Зростає потреба у діловій англійській, адже ті, хто її вивчають, мають чітке уявлення про свої цілі її застосування. У сучасній світовій економіці необхідними є не лише навички вільного читання, письма, говоріння – ті, хто вивчають мову, хочуть також спілкуватися якісно, щоб їх рівень визнали та оцінили співрозмовники – партнери із багатьох країн. Вони орієнтуються саме на такі

результати і мають на меті, щоб їх результати оцінювались за визнаними у світі критеріями – звідси і підвищений попит на іспити з ділової англійської. Потенційний ринок робочих місць зростає із великою швидкістю, а школи, коледжі, університети пропонують освітні послуги із викладання предмету «Ділова англійська мова» не лише для студентів, але й для спеціалістів, які відчувають високу мотивацію та бажання здобути необхідні, чи доповнити вже здобуті знання для покращення комунікативних навичок з метою просування у кар'єрі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Визано, що вивчення ділової іноземної мови має бути головною характерною рисою навчання іноземної мови у вищих навчальних закладах немовного профілю, бо воно ґрунтується на врахуванні потреб майбутніх фахівців і є запорукою успіху і вдалої кар'єри. Мова для бізнесу – це навчання лінгвістичним тонкощам певного виду професійної діяльності. Наголос на необхідності навчання студентів не англійської мови для загальних цілей, а англійської мови для спеціальних цілей робить все більша кількість вітчизняних науковців (Н.Ф. Бориско, В.Д. Борщовецька, Н.В. Зінукіна,

С.С. Коломієць, Е.В. Мірошніченко, О.П. Петрашук, Н.С. Саєнко, О.Б. Тарнопольський, С.П. Кожушко, О.М. Устименко, Н.В. Ягельська та ін.) [1]. Серед українських науковців питанню викладання курсу ділової англійської мови для реципієнтів різного спрямування приділяють А.О. Ходцева, Д.В. Бубнова, І.А. Федорова, Т.В. Шиян та інші [1–3]. Головною метою викладача у цьому випадку визнається не стільки вивчення мови і комунікативних навичок, скільки розвиток ефективного професійного спілкування.

Виділення невіршених раніше частин загальної проблеми. Викладання англійської мови пройшло через радикальні зміни акценту впродовж останніх десятиліть, починаючи із комунікативної революції у середині 1970-х. Ділова англійська, однак, є сферою, яку часто оминають своєю увагою дослідники, надаючи перевагу роботі із тими галузями англійської, де можливо чітко визначити їх межі та специфіку [5].

Ділова іноземна не є предметом, в основі якого лежить незмінний матеріал і напрацювання попередників. Це – практика, що показує розмаїття і світ, що приймає безліч форм залежно від національних особливостей. Ділова англійська є засобом комунікації між інтернаціональними партнерами і мови, яка для неї застосовується – англійської. Викладання ділової англійської є порівняно новим явищем на вітчизняних теренах, та підтверджує значні перспективи цього сегменту англійської для особливих потреб.

Термін «Ділова англійська» охоплює цілий ряд курсів різного спрямування і може викликати певні суперечки щодо методології викладання і необхідного матеріалу. Коли хтось стверджує, що викладає чи вивчає ділову англійську цілком можливо, що слухач і автор повідомлення мають дещо різне уявлення про предмет розмови [9].

Формулювання цілей статті. З огляду на це, метою нашої статті є аналіз особливостей та деяких аспектів викладання предмету «Ділова іноземна мова», висвітлених у працях західних науковців.

Виклад основного матеріалу дослідження. Визнано, що вивчення ділової іноземної мови має бути головною характерною рисою навчання іноземної мови у вищих навчальних закладах немовного профілю, бо воно ґрунтується на врахуванні потреб майбутніх фахівців і є запорукою їх успіху і вдалої кар'єри [3].

Опитування, проведене британською фахівчицею Хелен Мета (Helen Mehta) серед викладачів, із завданням доповнити речення «Ділова англійська – це...» показало досить різноманітні результати – від визначень про мову як таку та комунікативні навички, потрібні для орієнтування в діловому світі, аж до зв'язку цієї дисципліни із певними аспектами культури. У своєму дослідженні науковиця представляє термін «ділова англійська» у деталях і, більш того, вивчає питання особливостей його викладання. Авторка розглядає також відмінності між діловою та загальною англійською [11].

Відрізняється, передусім, їх зміст – підручник із ділової англійської може включати в себе теми, що стосуються культури ділового світу чи розповіді про будні офісу, на відміну від тем про сім'ю чи друзів. Особлива увага приділяється

розвитку комунікативних навичок, як, наприклад, підготовка презентації, а не лише говоріння взагалі. Ситуація, однак, змінюється, і вже досить скоро різниця між діловою та загальною англійською може стати не досить чіткою. Нові підручники розмовної англійської мови виходять із такими назвами, як «Природня англійська» чи «Навички для життя», акцент змінюється, адже роль англійської як *lingua franca* досягає нових забарвлень. Потреба у знанні англійської зараз як ніколи є технічною [14].

Стиль і методологія занять будуть теж дещо іншими. Замість, наприклад, роботи в парах чи групах, студенти можуть значно більше дізнатись в результаті кейс стаді, рольових ігор чи вправ-симуляцій. В таких ситуаціях викладач виконує інші, аніж в ході вивчення англійської розмовної ролі. Це, наприклад, можуть бути ролі куратора, модератора вчителя-помічника в ході тренування вмінь для проведення зустрічей, або роль посередника, коли опрацьовуються навички моніторингу переговорів [там само].

Як і будь-яка інша сфера вивчення мови, навчання ділової англійської має свої труднощі. Хелен Мета вважає, що поряд із рядом позитивних особливостей присутні і ускладнення, що так чи інакше мають свій вплив на перебіг навчального процесу [14]. Поряд із тим, що викладач має можливість опанувати нову для себе сферу ділового світу, деяких зусиль може вартувати вивчення нових, незнайомих раніше для викладача понять і термінів. Також у бізнес-курсі невід'ємною складовою є активний підбір викладачем матеріалів з бізнес-тематики. На сучасному етапі пропонується надзвичайно широкий вибір автентичних джерел, однак додаткової уваги та ретельності вимагає їх точний вибір з огляду на цільову аудиторію навчального курсу.

За умови спільної роботи студентів в малих групах помітно збільшується рівень інтеракції і, судячи з досліджень L. Springer, суттєво покращуються результати навчання та ставлення до нього студентів, підвищується їх мотивованість [14, с. 25]. Методи спільної роботи в парах чи малих групах можуть бути використані для вирішення специфічних завдань, обговорення певних питань та ідей, підготовки до колективної дискусії, для порівняння відповідей чи оцінювання роботи один одного.

Науковці П. Урр, М. Вільямс та Р. Бурден (Ur, Williams, Burden) відзначають особливу специфіку, якої надає робота в групах вивченню іноземної мови [18; 19]. Причин для цього, за їх дослідженнями, є дві. По-перше, саме завдяки такому виду організації навчання студенти набувають мовленнєвих вмінь, по-друге, вчать належно сприймати учасників комунікації. За їх дослідженнями, правильний підбір учасників комунікації набуває значної ваги у роботі в групах, завдяки чому студенти можуть вести діалоги зі своїми партнерами без контролю з боку викладача [там само]. Крім того, таким чином досягається рівність і невимушеність діяльності учасників процесу.

Рівень мотивації значним чином залежить від очікувань тих, хто здобуває знання, тобто від причин, що спонукали до вивчення ділової англійської. Дослідження показують, що він зазвичай є вищим, ніж у випадку вивчення розмовної

мови [5; 6]. Відсутність видимого прогресу може бути демотивуючим фактором як для студентів, так і для викладача. У свою чергу, низький рівень мотивації є основною причиною незадовільної якості навчання.

Курс Ділової англійської є єдністю трьох складових – викладання, самої англійської мови та обізнаності із термінологією та професійними особливостями бізнес-спільнот. Британський фахівець Піт Шарма розглядає у цьому зв'язку деякі суперечливі аспекти у викладанні ділової англійської мови [16].

Щодо підручника, викладач може адаптувати його, забезпечуючи студентів відповідними додатковими матеріалами. Можливості вибору сьогодні є якнайкращими: від Market Leader (Longman) до In Company (Macmillan) чи Business Basics (OUP) та English 365, або підручники вітчизняних авторів. Звідси, лише від викладача залежить, чи підручник зумовлюватиме методологію викладання, чи обраний підхід до донесення інформації визначить вибір підручника.

З іншого боку, звучать голоси на підтримку позиції повного неприйняття розмаїття друкованої продукції та за вибір базового підручника типу Business English Teacher's Resource Book. Обидві сторони спираються на масштабні дослідження, що були здійснені авторами, адже ділова мова охоплює і сферу менеджменту, і значно ширші горизонти.

Сам термін «підручник», як він зазначає, на теперішній час теж не зовсім точно описує те, чим послуговуються вчителі та викладачі ділової іноземної мови – це і електронні матеріали, і веб-уроки, що доводять свою відповідність сучасності [там само].

Наступним аспектом викладання ділової іноземної мови, на якому акцентує дослідник, є різниця у рівні обізнаності у сфері ділових вмінь викладачів вчителів-мовників та викладачів тренерів бізнес-шкіл, які займаються підготовкою менеджерів. Навички, наприклад, складати потужні презентації закладають і вчителі, не маючи для того потрібної достатньої підготовки. Така ж ситуація із діловими вміннями. Саме питання «Чого навчати з переліку необхідних ділових умінь?» може бути справжньою проблемою для вчителя [16].

Крос-культурна обізнаність, на думку педагога, є також серед обов'язкових якостей викладача курсу ділової іноземної мови, де для ефективного викладання неодмінно повинен розглядатись крос-культурний елемент. У цій царині, до того ж, необхідно бути досить обережним, адже деякі студенти можуть не зовсім позитивно сприйняти стереотипізацію [16].

Ще однією ланкою, де точаться дебати, є те, яка саме лексика повинна бути включена в курс ділової іноземної. Поряд із тим, що викладач має можливість опанувати нову для себе сферу ділового світу, деяких зусиль може вартувати вивчення нових, незнайомих раніше для викладача понять і термінів. Часто що більше слово пов'язане із професійними жаргонізмами, то з більшою імовірністю ті, хто опановують ділову іноземну, з ним знайомі і зможуть навіть самі його пояснити викладачу.

Важливо для педагога володіти інформацією про потенційне застосування англійської тими,

хто навчається – створення презентацій, участь у конференціях, проведення переговорів і т. п. Обов'язковою є також обізнаність з їх сферою діяльності, їх інтересами. Релевантним у цьому зв'язку повинен бути і зміст курсу [11].

Науковець наголошує, що є велика методологічна відмінність між тим, що вчитель розповідає про мову і тим, як її викладає. Звичайно, всі заняття відрізняються, але крім того, вчителі часто говорять різне. Раніше у підручниках спочатку розглядався теперішній тривалий час, хоча, як відомо, теперішній простий вживається частіше. Лінгвісти кажуть, що майбутнього часу немає, деякі матеріали CELTA заперечують це. Вчителі у монологічних групах використовують переклад, у багатомовних – зазвичай ні. Були часи, коли переклад не використовувався взагалі, а для того, щоб пояснити слово *flounder*, потрібно було мало не лежати на підлозі [16].

Також, за його словами, значно змінює підхід до викладання ділової іноземної мови ставлення вчителів до технологій. Вчителю А подобаються блоги, вікі, DVD та інші електронні матеріали, вчитель Б цього не любить. Вчитель А користується Skype і Moodle, вчитель Б їх не використовує. Фахівець запитує, наскільки відрізняються їхні курси? І одразу ж визнає, що у такому випадку різниця разюча [там само].

До факторів, що впливають на різницю у викладанні, педагог відносить:

- досвід;
- контекст / ситуацію (університет / приватна школа / приватні заняття);
- знання предмета;
- наявність чи відсутність підручника;
- використання технологій.

Американський науковець Дуглас Браун (H. Douglas Brown), у свою чергу, зазначає, що забезпечуючи навчання, яке вимагає якнайповнішого змістового наповнення, викладаючи англійську як незамінний засіб бізнес-комунікації, викладач передусім повинен пам'ятати про забезпечення зворотнього зв'язку шляхом підготовки відповідних завдань. На відміну від репродуктивних чи інструктивних вправ, так зване «навчання у співпраці» є запорукою його результативності. Він також зауважує, що при вивченні ділової англійської мови найкращою формою контролю могли б стати не тести та екзамени, а самоконтроль у виді самодіагностики, вправ на перевірку рівня сформованості навичок, що, крім того, і підвищило б внутрішню мотивацію тих, хто її вивчають [4]. Викладач у такій ситуації може допомогти у постановці персональних цілей, чи то на близьку, чи на дальшу перспективу, мотивувати у здобутках і досягненнях.

Висновки з даного дослідження. Отож, можемо стверджувати, що викладання курсу «Ділова англійська мова» є процесом складним, але вдячним. Крім того, він не лише є особливим предметом, а й може стати захоплюючою сферою викладання, адже в результаті докладених зусиль можна отримати цікавий досвід і велике задоволення від роботи. А час, приділений вибору матеріалу та особистій підготовці до вільного оперування новими для філолога поняттями і явищами ділового світу забезпечить найвищу ефективність навчального процесу.

Список літератури:

1. Зязюн І.А. Неперервна освіта: концептуальні засади і сучасні технології. *Творча особистість у системі неперервної освіти*. Харків : ХДПУ, 2002.
2. Казачінер О.С. Шляхи підвищення ефективності та якості уроку англійської мови. URL: <http://kazachiner.narod.ru/engeffect.html>
3. Пометун О., Пироженко Л. Інтерактивні технології навчання: теорія, практика, досвід. Київ, 2002.
4. Brown H.D. Teaching by principles: An interactive approach to language pedagogy. Englewood Cliffs, N.J. : Prentice Hall, 1994.
5. Ellis M. Teaching business English. Oxford handbook for language teachers / M. Ellis, C. Johnson. – Oxford University Press. 1994. 237 p.
6. Frendo E. How to Teach Business English. Pearson Education Limited. 2005. 135 p.
7. Gibson R. Intercultural business communication / R. Gibson. – Oxford University Press. 2009. 111 p.
8. Johnson M. A Philosophy of second language acquisition. – London : Yale University Press, 2004. 218 p.
9. Light G. and Cox R. Learning and Teaching in Higher Education: The Reflective Professional, Paul Chapman Publishing. London, 2001.
10. Larsen-Freeman D. Techniques and principles in language teaching (2nd ed.). Oxford : University Press, 2000. 189 p.
11. Mehta H. Aspects of business English. URL: <http://www.teachingenglish.org.uk>
12. Pica T.P. Communicative language teaching: An aid to second language acquisition. Some insights from classroom research. *English Quarterly*, 1988, 21(2), pp. 70–80.
13. Richards J.C. Curriculum Development in Language Teaching. – Cambridge : Cambridge University Press, 2001. 168 p.
14. Richards J.C., Rodgers T.S. Approaches and methods in language teaching (2nd ed.). – Cambridge : Cambridge University Press, 2001. 254 p.
15. Rosenthal A.S., Sloane R.A. A communicative approach to foreign language instruction: The UMBC project. *Foreign Language Annals*, 1987, 20(3), pp. 245–53.
16. Sharma P. Controversies in Business English. URL: <https://www.teachingenglish.org.uk/article/controversies-business-english>
17. Swan M. A critical look at the communicative approach (1). *ELT Journal*, 39(1), 1985, pp. 2–12.
18. Ur P. A course in language teaching practice and theory. Cambridge : Cambridge University Press, 1996. 175 p.
19. Williams M., Burden R.L. Psychology for language teachers: A social constructivist approach. Cambridge : Cambridge University Press, 1997. 213 p.

References:

1. Ziaziun I.A. (2002). Neperervna osvita: kontseptualni zasady i suchasni tekhnolohii [Continuing education: conceptual foundations and contemporary technologies]. *Tvorcha osobystist u systemi neperervnoi osvity*. Kharkiv : KhDPU.
2. Kazachiner O.S. Shliakhy pidvyshchennia efektyvnosti ta yakosti uroku anhliiskoi movy [Ways to improve the English language proficiency and quality]. URL: <http://kazachiner.narod.ru/engeffect.html>
3. Pometun O., Pyrozhenko L. (2002). Interaktyvni tekhnolohii navchannia: teoriia, praktyka, dosvid [Interactive learning technologies: theory, practice, experience]. Kyiv.
4. Brown H.D. Teaching by principles: An interactive approach to language pedagogy. Englewood Cliffs, N.J. : Prentice Hall, 1994.
5. Ellis M. Teaching business English. Oxford handbook for language teachers / M. Ellis, C. Johnson. – Oxford University Press. 1994. 237 p.
6. Frendo E. How to Teach Business English. Pearson Education Limited. 2005. 135 p.
7. Gibson R. Intercultural business communication / R. Gibson. – Oxford University Press. 2009. 111 p.
8. Johnson M. A Philosophy of second language acquisition. – London : Yale University Press, 2004. 218 p.
9. Light G. and Cox R. Learning and Teaching in Higher Education: The Reflective Professional, Paul Chapman Publishing. London, 2001.
10. Larsen-Freeman D. Techniques and principles in language teaching (2nd ed.). Oxford : University Press, 2000. 189 p.
11. Mehta H. Aspects of business English. URL: <http://www.teachingenglish.org.uk>
12. Pica T.P. Communicative language teaching: An aid to second language acquisition. Some insights from classroom research. *English Quarterly*, 1988, 21(2), pp. 70–80.
13. Richards J.C. Curriculum Development in Language Teaching. – Cambridge : Cambridge University Press, 2001. 168 p.
14. Richards J.C., Rodgers T.S. Approaches and methods in language teaching (2nd ed.). – Cambridge : Cambridge University Press, 2001. 254 p.
15. Rosenthal A.S., Sloane R.A. A communicative approach to foreign language instruction: The UMBC project. *Foreign Language Annals*, 1987, 20(3), pp. 245–53.
16. Sharma P. Controversies in Business English. URL: <https://www.teachingenglish.org.uk/article/controversies-business-english>
17. Swan M. A critical look at the communicative approach (1). *ELT Journal*, 39(1), 1985, pp. 2–12.
18. Ur P. A course in language teaching practice and theory. Cambridge : Cambridge University Press, 1996. 175 p.
19. Williams M., Burden R.L. Psychology for language teachers: A social constructivist approach. Cambridge : Cambridge University Press, 1997. 213 p.