

particular attention is given to the formulation of the criteria for evaluation of the educational system by way of two groups: the „criteria of fact” and „quality criteria”. Thus, among the criteria of fact, the author mentions: the organization of the activities in vocational school, correspondence of the content, scope and undertaken measures to the opportunities and conditions in the vocational educational establishment, the developed collective, stable age relationships, communication, etc. The quality criteria include the degree of achievement of the goals, the implementation of pedagogical conceptual foundation which is the basis of the educational system, the general psychological climate in the vocational school, the style of relationships in it, students’ health, and their social security system.

The following structural components of the educational system of vocational schools are characterized: the goal, activities, subjects (students, teachers), relations, environment, management and analysis.

The article deals with important elements of the educational system of vocational schools (activities, communication, cognition, and teaching climate).

Key words: education, educational process, educational system, the criteria of fact, the quality criteria, the components of the educational system, educational microclimate.

Стаття надійшла до редакції 13.12.2014 р.

Прийнято до друку 24.01.2014 р.

Рецензент – д. пед. н., проф. Чернуха Н. М.

УДК 371.315’808

Л. О. Максименко

**ВИКОРИСТАННЯ РИТОРИЧНИХ ПРИЙОМІВ
ДЛЯ РОЗВИТКУ УСНОГО ДІАЛОГІЧНОГО МОВЛЕННЯ
МЕНЕДЖЕРІВ-ЕКОНОМІСТІВ**

Професійна діяльність менеджера передбачає різноманітні ділові контакти всередині та за межами підприємства не лише в Україні, але й на міжнародному рівні. Таким чином, виникає необхідність у фахівцях з економіки та менеджменту, які б володіли англійською, як найрозповсюдженішою міжнародною мовою спілкування в діловій сфері. Це обумовлює високі вимоги до іншомовної комунікативної компетентності спеціаліста. Зокрема, у Програмі з англійської мови для професійного спілкування передбачено набуття студентами навичок та вмій практичного володіння різними видами іншомовної мовленнєвої діяльності, а саме використання монологічного та діалогічного мовлення

в межах побутової, суспільно-політичної, загальноекономічної та фахової тематики, обумовленої професійними потребами.

Проблемам навчання іншомовного професійно спрямованого говоріння присвячено багато робіт вітчизняних і зарубіжних учених: Є. Г. Бжоско, Л. Б. Котлярова, М. Г. Кочнева, А. П. Литнева, Л. І. Морська, О. Б. Тарнопольський, N. Brieger, M. Ellis, D. Johnso, N. Hutchinson та ін. Зокрема проблему навчання усного мовлення студентів фінансових та економічних спеціальностей досліджували Н. Л. Драб, О. П. Биконя, В. Д. Борщовецька, І. В. Коломієць, С. С. Коломієць, Л. Я. Личко, Л. Ф. Манякіна, І. А. Мірошниченко, Г. С. Скуратівська та ін.

Однак дослідження усного професійно спрямованого спілкування доводять, що неможливо під час навчання студентів іноземної мови (ІМ) не враховувати той факт, що відродження і бурхливий розвиток риторики за останні роки значно вплинув на зміст навчальної діяльності, на організацію і прийоми навчання ІМ. Незважаючи на великі можливості міжкультурного спілкування на сучасному етапі, у багатьох студентів, особливо з немовних спеціальностей, відсутня мотивація до мовленнєвої діяльності іноземною мовою. Дослідження ділової комунікації (В. І. Андрєєв, О. О. Баєва, Л. О. Введенська, Л. Г. Павлова, О. Я. Гойхман, С. В. Мельникова) дають можливість зробити висновок, що одним із вирішень цієї проблеми є використання елементів риторики на заняттях з ІМ. Отже, виникає необхідність охарактеризувати особливості усного професійного мовлення менеджерів-економістів, виокремити вміння, які є найбільш ефективними для вивчення ІМ, і прийоми, що нададуть можливість підвищити мотивацію студентів.

До складу практичних вмінь слід внести компенсаційні вміння. Серед яких ефективними, на нашу думку, в умовах вивчення іноземної мови для професійного спілкування, є вміння використовувати прийоми ділової риторики.

В умовах ринкової економіки роль і значення ділової риторики важко перебільшити. Її ефективне застосування необхідне для зростання престижу, конкурентної спроможності та творчого потенціалу кожного спеціаліста і може розглядатися на рівні з професійними знаннями.

Мотивація до вивчення іноземної мови має ґрунтуватися на універсальних риторичних законах (діалогічності мовлення, уваги до адресата, близькості теми, конкретності, емоційності мовлення) і використанні риторичних прийомів або тактик [4, с. 104].

Загальновідомий той факт, що мовлення в діловому спілкуванні спрямоване на те, щоб переконати співрозмовника у правоті своїх поглядів і схилити до співпраці. Це є предметом ділової риторики. До її складу входить наука, мистецтво і людський досвід у переконливому й ефективному мовленні в різних видах (жанрах) ділового спілкування.

Майбутнім фахівцям у сфері управління необхідно користуватися усіма мовленнями для засвоєння, отримання та передачі інформації, а

також для впливу на погляди, судження та вчинки інших з метою зміни їхнього ставлення до певних реальних фактів і явищ.

Ділова риторика передбачає забезпечення майбутніх фахівців у сфері менеджменту правилами оперування словом, оволодіння риторичними прийомами і немовними засобами передання інформації. До того ж, здатність використовувати прийоми ділової риторики, на нашу думку, можна вважати оперуванням комунікативними стратегіями, які разом із виконанням безпосередньо мовленнєвої діяльності приведуть до прогресу у вивченні ІМ [3, с. 57].

Специфіка риторики для економістів полягає в тому, що вона має конкретну сферу застосування і тому вимагає відбору найбільш актуальних жанрів. Її навряд чи можливо обмежити певною чіткою кількістю жанрів, але потребам фахівців цієї сфери найбільш відповідають міжнародні усні діалогічні жанри службового контакту (ділового спілкування), а саме: ділова бесіда, переговори, наради, збори, інтерв'ю, консультація, коментар, суперечка, дискусія, дебати, ділове спілкування по телефону тощо [7, с. 34]. Виокремлення усних діалогічних професійних жанрів надасть можливість їх охарактеризувати та допоможе в оволодінні ними.

М. М. Бахтін дає визначення жанру мовленнєвого спілкування як стійкому типу висловлювання у кожній сфері використання мови. Зазначені вище форми спілкування мають певні вимоги до її учасників. Водночас є щось спільне, що поєднує всі ці форми ділового спілкування – прагнення у будь-який спосіб вирішити ділові проблеми.

Об'єктом дослідження ділової риторики є культура мовлення ділового спілкування, а предметом – принципи й умови ефективного навчання, що спрямоване на творчий саморозвиток особистості для оволодіння культурою мовлення ділового спілкування.

Під час навчання професійно спрямованого іншомовного діалогу головним є формування комунікативних умінь, які набуваються протягом навчально-мовленнєвої діяльності. Ці вміння забезпечують культуру ділового мовлення як основу цілеспрямованої взаємодії учасників комунікації з вибором відповідних засобів іншомовного спілкування в усній і письмовій формах.

Ураховуючи мету і завдання спілкування, ситуацію і ролі учасників спілкування, виокремлюють такі основні різновиди (жанри) ділової комунікації менеджерів-економістів, у яких представлено ДМ: ділову бесіду, дискусію, інтерв'ю, переговори, телефонні розмови [1; 4].

Ділова бесіда має диференційований підхід до предмету обговорення з урахуванням комунікативної мети й партнера, вимагає зрозумілого й переконливого викладення думки, швидкого реагування на висловлювання співрозмовників, що сприяє поставленій меті. У бесіді необхідно критично оцінювати думки, пропозиції, заперечення партнерів; аналітично підходити до врахування об'єктивних і суб'єктивних факторів проблеми в цілому; відчувати власну значущість і

підвищувати компетентність партнерів шляхом критичного аналізу інших точок зору з цієї проблеми; відчувати причетність і відповідальність за прийняття рішення.

Для *дискусії* характерна велика кількість учасників з різними поглядами та думками щодо одного питання. Ділова бесіда і дискусія в сучасній педагогічній науці має такі етапи:

- привітання, звернення партнерів один до одного;
- формулювання проблеми і пропозиції однієї сторони;
- активне слухання, обмін інформацією;
- пропозиції щодо ідей, гіпотез;
- знаходження оптимального вирішення проблеми;
- прийняття рішення;
- завершення спілкування (побажання успіхів тощо).

Інтерв'ю зазвичай передбачає бесіду з журналістом, призначену для газети, журналу, радіо і телебачення.

Переговори передбачають процес цілеспрямованого й орієнтованого на досягнення певних результатів ділового спілкування у формі діалогу, який є їхньою невід'ємною частиною. В умовах ділової комунікації такий діалог має певні особливості. По-перше, на його етапах у сторін, що ведуть переговори, можуть бути зовсім різні цілі, а саме:

- діалог з метою зрозуміти один одного;
- діалог з метою обговорити спосіб вирішення проблеми, конфлікту;
- діалог з метою знайти компромісне, прийнятне для обох рішення;
- діалог з метою відстояти, найкраще обґрунтувати свою позицію.

По-друге, кожна сторона має свою точку зору і мету, яку під час переговорів намагається досягти.

По-третє, кожна сторона висуває свої аргументи для того, щоб отримати певну вигоду і нарешті знайти прийнятне для обох рішення. Предметом обговорення на переговорах є проблема, яка викликає спільний інтерес в обох сторін, який необхідно реалізувати.

Отже, переговори проводяться з певного приводу (наприклад, у зв'язку з необхідністю створення нового продукту), за певних обставин (наприклад, розбіжність інтересів), з певною метою, з певних (економічних, політичних, соціальних тощо) питань.

Телефонні розмови мають дуже широке застосування і включають такі етапи: взаємне привітання, роз'яснення суті проблеми, обговорення проблеми, завершення розмови. Зазвичай усі домовленості, які зроблено під час телефонної розмови, виконуються.

Наведені характеристики ділових жанрів указують на специфіку кожного з них. Створюючи мовленнєві висловлювання певних жанрів, необхідно знати, якій мовленнєвій дії відповідає конкретна мовленнєва конструкція (формула), оскільки вона несе в собі стратегії й тактику

ділового спілкування, можливість маніпулювати партнером. Такі мовленнєві формули мають універсальний характер і можуть бути використані в різних жанрах ділової риторики; вони також відповідають мотивам спілкування [5, с. 140 – 142].

Серед розмаїття прийомів ділової риторики, які спрямовані на те, щоб досягти високого рівня ділового спілкування, що допоможе у вирішенні професійних питань, моделюванні професійної співпраці, було визначено основні прийоми активного слухання [6, с. 320]:

- з'ясування (запитання-уточнення), тобто звернення до співрозмовника з уточненням, щоб отримати додаткові факти, судження;
- перефразування – переформулювання того, що було щойно сказане, в іншій формі для перевірки його точності. Зазвичай перефразування використовується для виокремлення лише суттєвих думок співрозмовника тоді, коли партнер висловлюється нечітко;
- резюмування – підведення підсумків почутого, основних ідей;
- підтвердження контакту – запрошення висловлюватися вільно та невимушено.

Не менш важливими є прийоми дипломатичного впливу на співрозмовника (вживання ввічливих форм, прохання замість надання прямих наказів для того, щоб переконати або спонукати підлеглого до виконання дій), коректної поведінки у випадках, коли мовця перебивають чи роблять зауваження (обіцянка повернутися до питання пізніше, ввічливо не погодитись / відхилити зауваження, дати відповідь тощо), уникання складних / недоречних запитань (спроба виграти час для обмірковування відповіді; запропонувати відповісти тому, хто є фахівцем у цій сфері; не давати прямої відповіді, а лише повторити позитивні аспекти щодо проблеми). Ці прийоми складають ядро компенсаційних умінь використовувати комунікативні стратегії ділової риторики і забезпечують культуру спілкування ІМ у професійних ситуаціях [2, с. 103].

Це далеко не повний перелік риторичних прийомів, які можна використовувати для навчання професійного спілкування майбутніх менеджерів. Їх вибір залежить від певних умов, потреб і цілей навчання. Мета формування вмінь ділової риторики полягає в тому, щоб студенти-менеджери мали можливість оволодіти культурою ділового спілкування, виробити свій стиль службових взаєностосунків, сформувати імідж на підґрунті англійської мови, пізнати риторичні закони й принципи, їх адекватне застосування в певних комунікативних ситуаціях, навчилися робити правильний вибір засобів відповідно до мовленнєвих намірів, інакше кажучи навчилися переконувати, вести ділову бесіду.

Результати проведеного аналізу за зазначеними вище параметрами надають перспективи для подальшого створення програм для навчання професійно спрямованого іншомовного спілкування, з урахуванням зазначених особливостей та видів усного ділового

мовлення, а також з використанням риторичних прийомів під час навчання ІМ.

Список використаної літератури

- 1. Белова А. Д.** Поняття „стиль”, „жанр”, „дискурс”, „текст” у сучасній лінгвістиці / А. Д. Белова // Київський національний університет імені Тараса Шевченка : Вісник : Серія „Іноземна філологія”. – К. : ВЦ „Київський університет”, 2002. – Вип. 32 – 33. – С. 11 – 14.
- 2. Гальскова Н. Д.** Современная методика обучения иностранным языкам : [пособие для учителя] / Наталья Дмитриевна Гальскова. – [2-е изд., перераб. и доп.] – М. : АРКТИ, 2003. – 190 с.
- 3. Загальноєвропейські Рекомендації з мовної освіти: вивчення, викладання, оцінювання** / [науковий редактор українського видання докт. пед. наук, проф. С. Ю. Ніколаєва]. – К. : Ленвіт, 2003. – 273 с.
- 4. Колтунова М. В.** Язык и деловое общение. Нормы. Риторика. Этикет.: [учебное пособие] / М. В. Колтунова. – М. : Флинта, 2000 – 152 с.
- 5. Формування професійно орієнтованої компетентності в англomовному діалогічному мовленні майбутніх менеджерів невиробничої сфери** / Максименко Л. О. // Теорія і практика формування іншомовної професійно орієнтованої компетентності в говорінні у студентів нелінгвістичних спеціальностей : Колективна монографія / Заг. і наук. ред. Бігич О. Б. – К. : Вид. центр КНЛУ, 2013. – Розділ 3. – С. – 175.
- 6. Guffey M. E.** Essentials of Business Communication : 8th Edition / Mary Ellen Guffey, Dana Loewy. – Mason, USA : South-Western Cengage Learning, 2010. – 560 p.
- 7. Brieger N.** Teaching Business English Handbook / N. Brieger. – Y. : York Associates, 1998. – 192 p.

Максименко Л. О. Використання риторичних прийомів для розвитку усного діалогічного мовлення менеджерів-економістів

Стаття ґрунтується на результатах аналізу робіт вітчизняних і зарубіжних учених, присвячених проблемам навчання іншомовного професійно спрямованого говоріння, зокрема студентів фінансових та економічних спеціальностей. Зазначено особливості усного професійного мовлення менеджерів-економістів і на цій підставі виокремлено практичні вміння, які є найбільш ефективними для вивчення іноземної мови. Наведено характеристики ділових жанрів, що вказують на специфіку кожного з них. Ґрунтуючись на результатах проведеного аналізу, визначено прийоми ділової риторики, які спрямовані на те, щоб досягти високого рівня ділового спілкування, що допоможе у вирішенні професійних питань, моделюванні професійної співпраці і надасть можливість підвищити мотивацію студентів.

Ключові слова: усне професійне мовлення, ділові жанри, прийоми ділової риторики, мотивація.

Максименко Л. А. Использование риторических приёмов для развития устной диалогической речи менеджеров-экономистов

Статья основывается на результатах анализа работ отечественных и зарубежных ученых, посвященных проблемам обучения профессионально-ориентированному говорению на иностранном языке, в частности студентов финансовых и экономических специальностей. Указаны особенности устной профессиональной речи менеджеров-экономистов и на этом основании выделены практические умения, которые являются наиболее эффективными для изучения иностранного языка. Приводятся характеристики деловых жанров, определяющие специфику каждого из них. Опираясь на результаты проведенного анализа определены приемы деловой риторики, направленные на достижение высокого уровня делового общения, что поможет решению профессиональных вопросов, моделированию профессионального сотрудничества и предоставит возможность повысить мотивацию студентов.

Ключевые слова: устная профессиональная речь, деловые жанры, приемы деловой риторики, мотивация.

Maksymenko L. O. The Usage of Rhetorical Devices for Oral Dialogue Speech of Managers-Economists Development

This article deals with the results of the analysis of works of Ukrainian and foreign scientists dedicated to the problems of training foreign language professionally oriented speaking and training students of financial and economic fields to spoken language. The specific characteristics of oral professionally oriented speech of managers-economists have been stated and due to that the main practical skills which are the most efficient for learning foreign languages have been distinguished. Taking into consideration the aims and objectives of the communication, situation and the roles of interlocutors the basic types (genres) of managers and economists dialogue business communication have been defined. The peculiar features of business genres are also presented. According to the results of the analysis performed, the basic techniques of business rhetoric are identified. These techniques are aimed at achieving a high level of business communication which will help in solving professional issues, professional collaboration organization and enable to increase the motivation of students. The perspectives for further research work in teaching professionally oriented foreign language communication, taking into consideration the specified characteristics and types of oral business communication, and also rhetorical techniques usage while learning FL have been mentioned.

Key words: oral professional speech, business genres, techniques of business rhetoric, motivation.

Стаття надійшла до редакції 23.12.2013 р.

Прийнято до друку 24.01.2014 р.

Рецензент – д. пед. н., проф. Савченко С. В.