

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО НАВЧАННЯ АНГЛОМОВНОЇ ДІЛОВОЇ ТЕЛЕФОНІЇ СТУДЕНТІВ ЕКОНОМІЧНИХ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ У ВНЗ УКРАЇНИ

Л.Б. Сліпченко

Кременчуцький інститут Дніпропетровського університету імені Альфреда Нобеля,
м. Кременчук (Україна)

В даній статті надаються практичні рекомендації щодо впровадження діючої телефонної комунікації англійською мовою на економічних факультетах або в економічних ВНЗ України. Розглядаються методичні основи навчання ДТК АМ в межах курсу "Іноземна мова за професійним спрямуванням" в умовах кредитно-модульної системи.

Постановка проблеми. В умовах економічних змін роботодавці все більше уваги звертають на тих потенційних працівників, які б вільно володіли іноземною мовою в рамках ділових та професійних контактів. Для того щоб український фахівець виявився конкурентоспроможним в умовах європейського ринку, його слід уже зараз готувати до роботи, насамперед, у професійно-орієнтованому середовищі. Оволодіння павичками ділової телефонної комунікації англійською мовою (ДТК АМ) є актуальним на сьогоднішній день та являється важливою передумовою ефективних професійних та економічних контактів у сфері ділових відносин.

В зв'язку з цим навчання ДТК АМ у контексті професійної підготовки студентів економічних спеціальностей повинно стати невід'ємною часткою в опануванні іноземної мови за професійним спрямуванням.

Аналіз останніх досліджень. Проведений нами огляд сучасних підручників з ділової англійської мови показав, що ділова телефонія, як окремий фрагмент ділової комунікації, присутня тією або іншою мірою практично в усіх сучасних підручниках зарубіжних авторів (S.Donna, M.Gutiy, V.Hollette) [4; 5; 6]. Повністю використовувати матеріали та методику навчання зарубіжних авторів не є доцільним з точки зору того, що більшість з них орієнтована на англомовних носіїв, тобто тих, для кого вживання клішованих засобів є нормою, і тих, яким не потрібно долати «психологічний бар'єр» в процесі сприйняття англомовного повідомлення.

Що ж стосується вітчизняних підручників та навчальних посібників, то в них навчання ДТК АМ приділяється вкрай мало уваги, акценти ставляться переважно на лексичних аспектах, залишаючи поза увагою різноманітність ситуацій, що можуть виникати в ході спілкування по телефону і з якими можуть зіткнутися майбутні учасники переговорів.

Мета статті - сформулювати набір методичних рекомендацій щодо застосування методики навчання ділової телефонії в економічних ВНЗ України.

Основні результати дослідження. На наш погляд, курс ДТК АМ, як підрозділ загальноуніверситетського курсу «Іноземна мова за професійним спрямуванням», доцільно впроваджувати на економічних факультетах або в економічних ВНЗ України не раніше другого року навчання, тобто після досягнення студентами передсереднього або середнього рівня володіння загальнонавчальною англійською мовою - рівні B1, B2 (за ЗЄР) [2].

Впровадження ДТК АМ у навчальний процес має ряд переваг:

- створення змодельованих комунікативних ситуацій англомовного телефонного середовища (проведення рольових/ділових ігор) [1, с.13-27];
- сприйняття на слух широкого діапазону мовлення різних людей, слухання правильного мовлення (використання широкого спектру автентичних мовленнєвих зразків);
- формування соціокультурного компоненту професійно-орієнтованої комунікативної компетенції (вживання клішованих мовних засобів, що іноді не мають

еквівалентів в англомовній телефонній комунікації);

Розробляючи курс англомовної ділової телефонії, необхідно по-перше, взявши найкраще від західних підходів, розробити український варіант комунікативного методу навчання ДТК АМ. Іншими словами такий варіант повинен враховувати менталітет україномовних студентів, особливості їх навчання. По-друге, варто спиратися на загальнодидактичні та загальнометодичні принципи, на основі яких можливим є формування комунікативної компетенції в говорінні та аудіюванні: принцип ситуативності, принцип реалізації комунікативної компетенції, принцип забезпечення мотиваційної достатності, принцип проблемного навчання або стимулювання пізнавальної діяльності, принцип професійної міжкультурної спрямованості й принцип автентичності. По-третє, необхідним є розробка специфічних принципів навчання саме для даної сфери мовної комунікації, а саме: *принцип навчання ДТК АМ через моделювання комунікативних ситуацій спілкування; принцип пріоритету говоріння; принцип навчання ДТК АМ на основі рольових/ділових ігор; принцип клішованості у навчанні ДТК АМ; принцип культурної обумовленості навчання; принцип концентрованості у навчанні ДТК АМ.*

При відборі змісту навчання ДТК АМ варто враховувати наступну процедуру [3, с.41-63]:

- комунікативний аспект (відбір тематики та ситуацій спілкування);
- лінгвістичний аспект (відбір мовленнєвих зразків та мовного інвентарю (специфічна термінологічна лексика, граматичні конструкції));
- процесуальний та психофізіологічний аспекти (відбір знань, навичок та вмінь, якими студенти оволодівають для формування професійно-орієнтовної комунікативної компетенції засобами телефонної комунікації).

Тематика для опрацювання має відповідати комунікативним потребам вже сформованих фахівців, які використовують англомовну телефонію задля вирішення питань професійного характеру. За результатами опитування ми визначили найбільш уживані теми та ситуації (специфічні сценарії розгортання теми) для навчання ділової телефонної комунікації англійською мовою як таких, що розкривають ймовірні аспекти даної сфери комунікації:

1. *Making and receiving calls through cross-cultural aspect*
2. *Connecting people - leaving and taking messages*
3. *Making and canceling appointments*
4. *Looking for job vacancies*
5. *Bookings: hotel reservations and travel arrangements*
6. *Making enquiries*
7. *Offering goods and services*
8. *Ordering goods and services*
9. *Dealing with complaints*

Після того, як тематика та комунікативні ситуації вже дібрані, необхідно розробити систему вправ, використовуючи основні положення загальної системи вправ для навчання спілкування іноземних мов.

Для побудови системи вправ для навчання ділового спілкування по телефону варто враховувати наступні критерії:

- комунікативної спрямованості (комунікативні, умовно-комунікативні та некомунікативні вправи);
- вмотивованості діяльності студента (наявність мовленнєвої інтенції, навчально-комунікативної ситуації);
- спрямованості на сприймання або передачу інформації (вправи рецептивно-репродуктивні (коли репліки співрозмовників є заздалегідь заданими мовними формами, готовими фразами, кліше, чимось раніше відомим або вивченим), та рецептивно-продуктивні (співрозмовники обмінюються висловлюваннями, створеними «на місці», а не опрацьованими раніше);
- керування мовленнєвою діяльністю студентів (при навчанні ділової телефонії

необхідним є використання повного (на підготовчому етапі навчання), часткового та мінімального (на основному етапі навчання) керування).

На основі відібраних матеріалів викладачеві рекомендується будувати систему вправ з урахуванням психолінгвістичних, лінгвістичних та соціокультурних особливостей даної сфери мовної комунікації. Іншими словами, для забезпечення максимально високого рівня здатності та готовності майбутніх економістів здійснювати телефонну комунікацію з представниками англomовного соціуму необхідним є включення тренувальних вправ на подолання «психологічного бар'єру» комунікації без зорового контакту, а також на подолання впливу комунікативних шумів та пошкоджень на лінії. Це здебільшого *підготовчі вправи* для навчання клішованого спілкування та вправи для навчання аудіювання на основі операційних вправ (вправи нижчою рівня комунікативності), а також основні вправи для навчання говоріння на основі цілісних діалогів, що складаються з різних комунікативних функцій та діяльнісні вправи для навчання аудіювання (вправи вищого рівня комунікативності).

По завершенні курсу навчання ДТК за запропонованою методикою створюються умови для досягнення студентами рівня В2 у сформованості професійно-орієнтованої комунікативної компетенції в говорінні та аудіюванні.

Апробований курс у групах студентів другого курсу напрямів: «Маркетинг», «Міжнародна економіка», «Економіка підприємства» *Кременчуцького інституту Дніпропетровського університету економіки та права*: «Менеджмент», «Маркетинг», «Економіка підприємства» *Кременчуцького Державного політехнічного університету імені М.Остроградського*: «Міжнародна економіка». «Менеджмент організації і адміністрування», «Маркетинг» *Кременчуцького університету економіки, інформаційних технологій і управління* дає підстави стверджувати, що описаний вище матеріал відповідає інтересам майбутніх фахівців із різних галузей економіки та підтверджує ефективність запропонованої методики навчання студентів англomовної телефонної комунікації за всіма показниками.

Узагальнюючи вищевикладене у даній публікації, варю зробити **висновки** про наступне: використання запропонованої методики навчання ділової телефонної комунікації англійською мовою майбутніх економістів є можливим при досягненні тих, хто навчається рівня В1, тобто коли вже нормовані базові навички в говорінні та аудіюванні можна переносити у сферу ділової комунікації. Для забезпечення максимального рівня розвитку специфічних комунікативних павичок та вмінь необхідним є дотримання специфічних принципів навчання як таких, що, по-перше, підкреслюють відповідність методики навчання ДТК АМ українському варіанту комунікативного метода, по-друге, надають орієнтири щодо практичного вбору змісту навчання, розробки спеціальної системи вправ та побудови своєрідної моделі організації навчального процесу.

Література

1. Методика навчання англійської мови студентів-психологів: монографія / О.Б. Тарнопольський, С.П. Кожушко, Ю.В. Деїтярьова, І.Р. Кабанова / за заг. та наук. Ред. О.Б. Тарнопольського. – Д. : Дніпропетр.університет імені Альфреда Нобеля, 2011. – 264 с.
2. Програма з англійської мови для професійного спілкування. Колектив авторів: Г.Є. Бакаева, О.А. Борисенко, І.І. Зуєнок та ін. – К. : Ленвіт, 2014. – 119 с.
3. Тарнопольський О.Б. Методика обучения английскому языку для делового общения [учебное пособие] / О.Б. Тарнопольский, С.П.Кожушко. – К. : Ленвит, 2004. – 192 с.
4. S. Donna. Teach Business English. Cambridge Handbooks for language Biers. Cambridge University Press. – 2000, 370 p.
5. Mary Ellen Guffey. Business Communication: process and product. – Belmont: Wadsworth Publishing Company, 1994. – 558 p.

6. V. Hollett. Business objectives. Teacher's book [Text] / V. Hollett. – Internation. ed. – Oxford, UK : Oxford University Press. 2009. – 94 p.