

**Особливості аудіювання та говоріння у процесі навчання англомовних ділових телефонних бесід та переговорів майбутніх економістів**

*Розглядаються загальні теоретичні аспекти аудіювання та говоріння як видів мовленнєвої діяльності у процесі навчання майбутніх економістів англомовних ділових телефонних бесід та переговорів; розкриваються особливості аудіювання та говоріння з точки зору психології, соціолінгвістики, лінгвістики та психолінгвістики; визначаються фактори, що впливають на формування мовленнєвої компетенції в аудіюванні та говорінні.*

У сучасному суспільстві, в якому англійська мова набула статусу провідної мови міжнародного ділового спілкування, оволодіння навичками і вміннями ведення бесід та переговорів по телефону є важливим компонентом діяльності фахівця, що пов'язана з міжнародними контактами. Не є секретом той факт, що більшість випускників вищих навчальних закладів економічного профілю не в змозі вести самостійно переговори по телефону з іноземними партнерами, тому що їм бракує практики ділової комунікації, оскільки в процесі навчання зазвичай приділяється недостатньо уваги саме цьому формату спілкування. Спілкування по телефону відбувається дистантно, що надає діловим партнерам можливість вступати в усну контактну комунікацію в режимі реального часу, створюючи унікальну автентичну ситуацію діалогічного спілкування в усній формі. При цьому процес конкретного акту комунікації відбувається з урахуванням особистості адресата, ситуації комунікації та мети створення ділового повідомлення. Основним недоліком дистантного спілкування є неможливість візуального контакту зі співрозмовником. Оскільки фактор часу відіграє вирішальну роль, такий вид ведення переговорів характеризується чіткістю і стислістю викладу змісту висловлювання, діловим стилем, швидкою реакцією-відповіддю співрозмовника, уживанням повторів для підтвердження/уточнення прийнятої інформації. Висвітлення теоретичних питань та особливостей аудіювання і говоріння в процесі навчання телефонних бесід та переговорів у методиці викладання іноземних мов є надзвичайно **актуальною проблемою**, адже досі не існує достатньо розробленої та ефективної методики навчання англомовної бізнес-телефонії через складність самого процесу формування вмінь аудіювання та специфіку ведення телефонних розмов, яка включає:

- встановлення контакту зі співрозмовником;
- ведення переговорів у потрібному напрямку – реалізація комунікативного наміру в ситуації професійного спілкування;
- ознайомлення з проблемою, її обговорення та обмірковування;
- класифікація інформації;
- інформування, аргументування своєї точки зору;
- прийняття рішення та доведення його до відома партнерів.
- переконання партнера та мотивування своїх пропозицій.
- спостереження за реакцією партнера (у програмі Skype), уміння слухати;
- прогнозування відповідей;
- корекцію своєї поведінки при взаємодії;
- уміння висловлювати розуміння або схвалення;

Зважаючи на вищезазначене, формулюємо **мету нашої статті** – розглянути особливості аудіювання та говоріння у процесі навчання англомовних ділових телефонних бесід і переговорів; визначити провідні фактори, що впливають на формування професійно-орієнтованої комунікативної компетенції студентів економічних спеціальностей. Розглянуті далі теоретичні аспекти аудіювання та говоріння у процесі навчання англомовних ділових телефонних бесід та переговорів майбутніх економістів знайшли своє відображення в розробленому нами навчальному посібнику "Business Telephoning".

**Аналіз досліджень і публікацій.** Підтвердження вагомості нашого дослідження у галузі ведення телефонних переговорів ми знаходимо у працях І. О. Зимня [1], О. Б. Тарнопольського, С. П. Кожушко [2], Л. А. Завірюхи та О. В. Лавренко [3], Н. М. Черненко [4] які визначають, що успіх бізнесу більш ніж на 80 відсотків залежить від уміння людини спілкуватися. У процесі формування професійно-спрямованої компетенції студентів-економістів Л. Я. Личко наголошує на навчанні комунікативної ролі мовця, що змусили б майбутнього економіста поводитися як "контактний комунікант", який може заволодіти увагою слухача і забезпечити прийом повідомлення [5].

Для визначення психологічних, соціолінгвістичних, лінгвістичних та психолінгвістичних особливостей навчання ведення ділових телефонних переговорів ми звернулися до досліджень у сфері ділового спілкування, які були проведені такими вченими як Л. Я. Личко, О. П. Биконя, І. В. Чирва та інші, які стверджують, що оволодіння іншомовним діалогічним мовленням викликає певні труднощі у студентів, що проявляються у специфічних рисах цієї форми мовлення [6; 7]. Перша з них викликана тим, що діалогічне мовлення об'єднує два види мовленнєвої діяльності – аудіювання і говоріння. У зв'язку з цим другий

партнер має зрозуміти репліку першого партнера та швидко й адекватно відреагувати на неї, тобто відгукнутися реактивною реплікою. Ось тут і виникає гальмування процесу спілкування. Наступна трудність полягає в тому, що необхідність сприйняти і правильно зрозуміти першого партнера, з одного боку, і підготувати своє висловлювання, з іншого, спричиняє стан роздвоєння уваги і, врешті, неспроможність вести діалог у нормальному темпі за умови недостатнього володіння мовними засобами. Ще одна перешкода оволодіння студентами діалогом пов'язана з його непередбачуваністю. Діалог неможливо спланувати заздалегідь, адже мовленнєва поведінка кожного з учасників спілкування значною мірою визначається мовленнєвою поведінкою іншого партнера. Кожному з них необхідно стежити за перебігом думки співрозмовника, часом несподіваним, а така несподіваність призводить до зміни предмета спілкування. Отже, у процесі комунікації мовець має здійснювати ряд психологічних та психолінгвістичних завдань: утримувати в пам'яті сказане, планувати зміст наступного висловлювання, адекватно та швидко реагувати на репліки співрозмовника, дотримуючись обраного регістру; при висловлюванні стежити за добром слів і виразів, не відволікатися на сторонні думки, емоції, події.

**Виклад основного матеріалу.** Ділове спілкування, з *психологічної точки зору*, це – взаємодія людей, в якій його учасники виконують певні соціальні ролі, внаслідок чого в ньому розрізняють цілі спілкування, мотиви, а також способи, завдяки яким здійснюються ділові контакти. Уміння уважно слухати дозволяє більш точно зрозуміти співрозмовника. До причин, які можуть вести до нерозуміння в процесі переговорів, відносяться:

- Неточність висловлення.
- Недосконалість перекодування думок у слова і речення.
- Недоречне використання професійних термінів.
- Неправильне тлумачення наміру співрозмовника.
- Неповне інформування партнера.
- Швидкий виклад інформації.
- Наявність значеннєвих розривів і стрибків у ході думки. Неповна концентрація уваги.
- Невикористання різних каналів сприйняття.

Для телефонного спілкування характерними є спонтанність і емоційна забарвленість, що розкриває психологічні особливості ведення телефонних бесід та переговорів. У діловій бесіді кожен з її учасників виконує свою роль, окрім того, у ній яскраво проявляється особистість співрозмовника, відбивається єдність рольового й особистісного моменту. Однак, виходячи з того, що від результатів деяких ситуацій ділового спілкування залежить успіх (невдача) комерційної справи або угоди, висловлювання учасників такого діалогу є точнішими, іноді лаконічнішими, ніж у звичайному діалозі, для них є характерним попереднє обмірковування змісту і форми висловлювань. Успіх у навчанні діалогічного мовлення залежить від рівня розвитку таких індивідуально-психологічних особливостей особистості студента:

- ціннісні орієнтації;
- навички і вміння діалогового мовлення;
- безпосередній об'єм слухової пам'яті;
- здібність до можливого прогнозування й ступеня виявлення екстраверсії.

Як вид мовленнєвої діяльності, говоріння забезпечує вербальний компонент усного спілкування в діалогічній формі паралельно з аудіюванням.

З точки зору психології, аудіювання, як один із рецептивних видів мовленнєвої діяльності, є комплексним високоактивним творчим процесом сприйняття, розуміння і відтворення інформації. Розумові операції (первинний синтез-аналіз-вторинний синтез) відображають роль мислення в процесі аудіювання і багато в чому залежать від емоцій та мотивації. Відсутність мотивації у слухача сприймати усне повідомлення може призвести до непорозуміння та неадекватного реагування на сказане мовцем. Те, що почує та зрозуміє слухач, залежить не тільки від того, що скаже мовець, а й від навичок та вмінь слухання самого слухача (від рівня розвитку в нього мовленнєвого слуху, пам'яті, наявності уваги, інтересу тощо). На відміну від інших видів мовленнєвої діяльності, аудіювання не дає можливості повернутися до почутого, потребує високого темпу виконання дій та операцій, спрямованих на розуміння. Такі труднощі пов'язані з роботою пам'яті. Мовленнєві акустичні сигнали, що надходять до слухача, з короткострокової пам'яті переходять до оперативної пам'яті, де інтегруються всі зрозумілі частини повідомлення; таке інтегроване повідомлення заміщується власними символами слухача і переходить до довгострокової пам'яті для зберігання і відтворення почутого у власне, нове повідомлення, оформлене іншими словами, іншою структурою речень [8: 6-8, 125-127].

**Врахування лінгвістичних основ** у веденні ділової телефонії є важливим фактором удосконалення мовленнєвої культури. Мовлення визначає характер першого враження від ділової людини і багато в чому впливає на її імідж у подальших контактах. Ми погоджуємося з думкою О. П. Биконі та К. О. Данилової, які зазначають, що ділове спілкування буде найбільш ефективним за таких умов: 1) комуніканту слід добре знати проблему, вміти зрозуміло, точно висловлюватись; 2) мовлення повинно бути ясным, чітким, викладено доступним темпом; 3) мовлення повинно бути достатньо голосним, не монотонним, емоційно насиченим, повинно містити певні інтонації, акценти; 4) слід дбати про конструкцію речень: бажано не

зловживати довгими реченнями і не користуватися лише короткими, найкраще вживати речення середньої довжини [9; 10].

Професійне спілкування майбутніх економістів у сфері бізнесу (зокрема телефонне спілкування) впливає на лінгвістичну характеристику мови таким чином: 1) мова, яку використовує мовець, тісно пов'язана з обов'язками і професійною компетенцією; 2) лексичний запас охоплює найпоширеніші та найбільш вдалі для ділового телефонного спілкування лексичні одиниці і структури; 3) при веденні ділової бесіди широко вживаються "готові" мовленнєві одиниці – словосполучення, цілі фрази, що надають діловому спілкуванню стильової виразності; 4) деякі граматичні явища набувають особливого значення в окремих ситуаціях, наприклад, умовні речення для переговорів або модальність для вираження можливості чи ввічливості; 5) під час ведення телефонної бесіди часто зустрічаються також слова, що звуться "заповнювачами мовчання"/ "running commentary". Вони слугують для підтримання розмови, для заповнення пауз, коли мовець підшукує відповідну інформацію. Наприклад: *"The file is just opening now. She is just coming. I'm just getting my diary, etc"*.

**З точки зору психолінгвістики** аудіювання має ту ж саму структуру, що й будь-яка інша діяльність людини, тобто складається з мовленнєвих дій та мовленнєвих операцій. Діяльність завжди повністю усвідомлена, виконується під впливом мотиву та спрямована на досягнення цілей. Для прикладу наведемо діалог телефонної розмови (усна мовленнєва діяльність)- *"Faulty goods"* з теми *"Dealing with complaints"*. (Приклади наведені з Unit 9 навчального посібника "Business Telephoning").

➤ *Fill in the missing words and phrases to complete the conversation. Listen to Flora and Roger's conversation to check your answers.*

*Flora: Hello. How can I help you?*

*Roger:*

*Flora: Oh, my word! What's wrong with them? They were in perfect condition when we sent them off.*

*Roger:*

*Flora: Is that so? How strange, and in so many tents, too. I must say, your delivery was from a new shipment we had in about ... ooh ... six weeks ago. Er ...but our control system is usually very reliable.*

*Roger:*

*Flora: Mr Roger, could you give me a fuller description? Then I can investigate it for you.*

*Roger:*

*Flora: Ah ... that's a good idea, the photos. Of course, we'll send replacements as soon as we can.*

*Roger:*

*Flora: In the meantime, I'd like to apologize on behalf of the company and thank you for being so understanding.*

*Roger:*

*Flora: Yes. Can I get in touch with you again after we've had your photos? There may be some way we could have the tents repaired, leave them with you at a reduced price, or we will have you return them to us.*

*Roger:*

З наведеного прикладу, учасник діалогу усвідомлює мотив – обурення від неякісного товару та бажання отримати компенсацію, з цією метою він розробляє стратегію як задовольнити цей мотив. Тобто, обмірковує, як висловити скаргу таким чином, щоб вона мала бажаний вплив на адресата. Для цього свідомо продумується структура телефонної розмови, її стиль. Така мовленнєва діяльність виконується на основі мовленнєвих умінь залежно від мотиву. У діях усвідомлюються цілі, заради яких вони виконуються, добираються доречні мовні форми. *"We are sorry to inform you that your shipment does not correspond to the quality we ordered; Your delivery does not meet our quality standards"* Психологічним механізмом мовленнєвих дій є мовленнєві навички, які забезпечують автоматизоване виконання самих дій та їх складових (операцій). Операції є повністю автоматизованими, які забезпечують їх безпомилкове виконання. Наприклад, фраза *"I'm calling to complain about"* – (дія) є повністю усвідомлена з точки зору розуміння, заради чого вона промовляється. Автоматизовані неусвідомлені операції (вибір граматичної форми даної фрази) в процесі тренувань переходять до підсвідомих автоматизмів.

Як стверджує Л. Я. Личко, у процесі комунікації мовець має здійснювати ряд психолінгвістичних завдань: утримувати в пам'яті сказане, планувати зміст наступного висловлювання, адекватно реагувати на репліки співрозмовника, дотримуючись обраного регістру; при висловлюванні стежити за добром слів і виразів, не відволікатися на сторонні думки, емоції, події. Характерними рисами ділових телефонних бесід та переговорів є: продуманість змісту того, що потрібно сказати, тому що висловлена інформація впливає на подальший розвиток подій; цілеспрямованість; інформаційна насиченість; прагнення до взаємопереконання.

**Соціолінгвістика** розкриває соціальну сторону мовленнєвого етикету, здатність використовувати мовні одиниці згідно з ситуаціями спілкування. За допомогою мовленнєвого етикету відбувається соціальний вплив комунікантів один на одного, що характерно для спілкування взагалі, а в мовленнєвому етикеті виявляється особливо яскраво. Соціальна диференціація носіїв мови, їх постійний соціальний статус і змінні соціальні ролі диктують добір одиниць і, як наслідок, закріпленість за групами носіїв стилістично маркованих формул тощо. Для правильного розуміння оригінальних автентичних аудіоматеріалів необхідно звернути увагу на соціокультурні особливості навчання [11].

Дані соціолінгвістики пояснюють ті особливості навчання говоріння і аудіювання англійською мовою, які залежать від соціокультурних особливостей англійського дискурсу. Щоб проаналізувати ці особливості

на прикладі ведення телефонних бесід та переговорів, необхідно зупинитися на самому понятті дискурсу, – текст (зв'язна послідовність мовленнєвих актів) в умовах реальної мовленнєвої комунікації, що включає в себе екстралінгвістичні фактори, які обумовлюють його породження та сприйняття. Таким чином, у говорінні люди обмінюються не фразами та реченнями, а мовленнєвими актами та дискурсами відповідно до мовних та соціокультурних норм. Отже, базове поняття для розгляду говоріння і аудіювання з позицій соціолінгвістики – це поняття мовленнєвого або комунікативного акту, що складається з локутивного акту (норми і правила мови) та ілокутивного акту (норми і правила спілкування). Тому в навчанні говоріння та аудіювання телефонних аудіотекстів основна увага повинна фокусуватися не тільки і не стільки на мовних правилах та нормах, скільки на правилах та нормах комунікації та поведінки [8: 10-11].

Зміст соціолінгвістичної компетенції в навчанні телефонних переговорів розкривається також через: лінгвістичні маркери соціальних відносин (статус мовця, близькість відносин, реєстр висловлювання). Вони включають уміння вживати й відбирати відповідні вітання, форми звернення, правила вступу до розмови, правила ввічливості. Сюди також входять знання, що відбивають соціокультурні норми поведінки носіїв англійської мови: мовні засоби пом'якшення висловлення своєї думки (*I think, I believe, I am afraid*), мовні засоби небажання скривдити партнера (*I don't want to complain, but*), вживання *please* і *thank you*, а також прояви неввічливості.

Навчання стандартам комунікативної поведінки, характерної для культури носіїв мови – це ефективний засіб подолання "культурного бар'єру" та розвитку "міжкультурної здатності (cross-cultural capability)", яка, за автором D. Killick [12], представляє собою широку та поглиблену здатність до міжособистісної взаємодії. Так, відпрацювання стандартів комунікативної поведінки при веденні телефонної бесіди потребує обов'язкового питання *Could you hold the line, please to check if he is in? May I take a message? чи Would you like to leave a message?* до співбесідника, якщо останній телефонує з нагоди поспілкуватися з третьою особою, яка в даний момент відсутня. Наступним прикладом може бути ситуація, коли, зателефонувавши в офіс будь-якої британської компанії, перше, що ви почуєте після вітання секретаря, це номер телефону, куди надійшов дзвінок, або назва компанії, щоб у разі помилки ви могли не продовжувати розмову, якщо неправильно набрали номер. Наведемо типові ситуації таких повідомлень оператором або автовідповідачем: *"Good morning! Mitsubishi Electric. Sales Department. ", "Thank you for calling Metallix UK. The office is closed at the moment but you can leave a message after the beep if you wish or please call back between 9 a.m. and 5 p.m. Monday to Friday."* На відміну від України чи Росії, в США та Великобританії практично неможливо зустрітися з будь-якою офіційною або діловою особою без попередньої усної чи письмової домовленості з нею або її секретарем. Партнери по діловому спілкуванню виступають у статусних ролях, які визначають нормативні та етичні критерії. Кожен діловий партнер привносить у спілкування притаманні лише його культурі особливості ведення будь-якої діяльності. У такий спосіб виявляються культурні розбіжності в цінностях, намірах, діях, а також їхніх інтерпретаціях – все це постійно заважає кооперації у веденні справ, тому що обидва партнери знаходяться під "тиском успіху", якого необхідно досягнути в ситуаціях переговорів та домовленостей.

Проаналізувавши теоретичні аспекти двох видів мовленнєвої діяльності з точки зору психології, соціолінгвістики, лінгвістики та психолінгвістики, вважаємо за необхідне наголосити на провідних факторах, що допоможуть усунути труднощі аудіювання та говоріння в процесі навчання ділових телефонних бесід та переговорів:

➤ *Фактор мовленнєвих навичок.*

Розвиток цих навичок сприяє поступовому усуненню лексичних, граматичних та фонетичних труднощів аудіоматеріалів, що сприймаються. Основними фонетичними труднощами аудіювання є труднощі, пов'язані з інтонацією мовця, логічним наголосом і темпом мовлення. Глобальне сприйняття та розуміння іншомовних аудіотекстів повинно стати вмінням якомога швидше, щоб пізніше на основному етапі починати цілеспрямоване навчання детального розуміння.

➤ *Фактор умінь.*

Цей фактор стосується всіх складових іншомовної комунікативної компетенції як мовленнєвої, професійно-орієнтованої, так і соціокультурної. Так, вміння вести ділову бесіду по телефону залежить від сформованості мовленнєвих навичок, які входять до складу мовної компетенції. Вміння чітко та стисло дати відповідь на *"I'll ring you when I get back"* реплікою *"Fine. I look forward to it"* або у разі дзвінка до неправильного адресата на репліку *"This is Brian from Communicon International. I'm calling about the delivery of some spare parts"* запропонувати *"I'm afraid you've got the wrong number. I'll try to transfer you to Helen Brown"*. Це приклад вміння, що належить до соціокультурної компетенції. Спілкування по телефону потребує швидкого оперування професійною лексикою і термінологією, що і становить професійно-орієнтовану компетенцію. У процесі мовленнєвої практики формуються уміння виділяти в аудіотексті окремі його елементи, уміння узагальнювати, зіставляти окремі частини аудіотексту одна з одною, виводити судження на основі почутого. Перелічені вміння необхідні як для глобального так і для детального розуміння аудіотексту, що сприймається.

➤ *Фактор залежності аудіювання від індивідуальних та вікових особливостей.*

Домінування фонематичного слуху та слухової пам'яті впливають на успішність формування мовленнєвої компетенції в аудіюванні. Потрібно розвивати дані особливості та вчити прогнозувати зміст аудіотекстів. Успішність аудіювання залежить також від індивідуальних особливостей мовця: тембр голосу,

гучність мовлення, індивідуальний темп. Все це необхідно враховувати у навчальному процесі, надаючи студентам можливість прослуховувати якомога більше різних людей з різними голосами та різними індивідуальними особливостями мовлення. Успішність аудіювання залежить від потреби дізнатись щось нове, наявності інтересу до теми повідомлення, спрямованості на пізнавальну діяльність і мотивацію цієї діяльності.

➤ *Фактор умов сприйняття.*

Умови сприйняття дуже різноманітні. Швидкий темп мовлення в аудіоматеріалах заважає розумінню почутого, бо інколи не вистачає часу для смислової обробки почутого. Це також пов'язано із повільним виконанням операцій, необхідних для досягнення розуміння. Тому абсолютно недоцільно уповільнювати темп мовлення, а краще збільшити тривалість та кількість пауз для опрацювання змісту почутого. Щодо пред'явлення тексту, то більшість методистів погоджуються, що одноразове прослуховування є найбільш оптимальним, що відповідає звичайним умовам комунікації [13].

В умовах проведеного нами експерименту, в процесі навчання бізнес-телефонії доводилося пред'являти текст двічі, але кожне з двох прослуховувань йшло з різними завданнями для студентів. Так, перед першим прослуховуванням діалогу, ставилися завдання на:

- 1) розпізнання головної ідеї (вправи типу *grasping the main idea, True or False, multiple choice, short answer questions*)
- 2) відновлення деформованих діалогів (вправи типу *complete the dialogue, matching, gap-filling, put in the right order*)

Завдання для другого прослуховування вбачало креативне домислення (вправи типу *choose the best response, listen and respond to the following remarks*). Таким чином, друге прослуховування надає змістовності та забезпечує комунікативність та творчість у роботі.

Тривалість звучання визначається обсягом аудіотексту, що змінюється протягом навчання, поступово збільшуючись у міру опанування матеріалу.

Навчання ділових переговорів передбачає формування умінь сприймати усне мовлення у звукозапису, що супроводжується рядом труднощів. При використанні аудіозапису з навчання телефонії відсутні як позамовні засоби, так і зорові опори, які уточнюють зміст почутого та полегшують процес аудіювання. Але наявність багатьох штампів та клішованих виразів робить аудіювання діалогу простішим. Тому треба вчити студентів мовленнєвих штампів для збільшення їхнього запасу та полегшення аудіювання мовлення інших людей.

➤ *Фактор підготовленості/непідготовленості мовлення.*

Непідготовлене та підготовлене мовлення у діалогах телефонних бесід поєднується у будь-якому мовленнєвому акті. Комуніканти готуються до розмови, прогнозують її зміст, деякі висловлювання тощо, але, оскільки неможливо повністю спрогнозувати всі реакції та висловлювання співрозмовника, то їй неможливо повністю підготувати бесіду за формою та змістом. Тому підготовлених діалогів у цьому розумінні не може бути і в навчальному процесі. Тільки непідготовлене або лише частково підготовлене за формою та змістом діалогічне мовлення є метою навчання ведення ділових телефонних бесід та переговорів.

**Висновки.** Варто зазначити, що викладені вище психологічні, лінгвістичні, психолінгвістичні та соціолінгвістичні особливості аудіювання та говоріння доцільно враховувати у процесі навчання іншомовних ділових телефонних бесід та переговорів. Проведене дослідження дозволило нам визначити труднощі навчання аудіювання та говоріння, окреслити шляхи подолання або мінімізації цих труднощів. Перспективи подальших розвідок у цьому напрямку вбачаємо у врахуванні вищезазначених особливостей для розробки науково обґрунтованої системи вправ, спрямованої на формування мовленнєвої професійно-орієнтованої комунікативної компетенції.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Зимняя И. А. Психологические аспекты обучения говорению на иностранном языке. – М.: Просвещение, 1985. – 160 с.
2. Тарнопольский О. Б., Кожушко С. П. Методика обучения английскому языку для делового общения. – К.: Ленвит, 2004. – 192 с.
3. Завірюха Л. А., Лавренко О. В. Етика ділового спілкування. Навчально-методичний комплекс матеріалів на допомогу студентам. – К.: ІММБ, 1998. – 110 с.
4. Черненко Н. М. Технологія вимірювання рівня готовності менеджерів галузі державного управління до діалогової комунікації // Науковий вісник Південноукраїнського державного педагогічного університету імені К. Д. Ушинського (Зб. наук. пр.). – Одеса. – 2004. – Вип. 8–9. – С. 69–74.
5. Личко Л. Я. Передумови успішності формування професійно орієнтованої компетенції в говорінні майбутніх менеджерів – економістів // Вісник Київського національного лінгвістичного університету. – К., 2002. – С. 71–76 (Педагогіка та психологія; вип. 5).
6. Биконя О. П. Навчання майбутніх економістів ділових усних та писемних переговорів англійською мовою: Автореф. дис. канд. пед. наук: 13.00.02/ Київськ. нац. лінгв. унів. – К., 2006. – 21 с.

7. Чирва І. В. Специфіка навчання діалогічного мовлення на початковому ступені у вищому технічному закладі освіти // Вісник Київського національного лінгвістичного університету, серія Педагогіка і психологія. – Випуск 4. – 2001. – С. 203–208.
8. Тарнопольський О. Б. Методика навчання іншомовної мовленнєвої діяльності у вищому мовному закладі освіти. – К.: Інкос, 2006. – 246 с.
9. Биконя О. П. Психологічні передумови навчання ділових переговорів студентів економічних спеціальностей // Програма наук.-практ. конф-ції "Мови і культури у сучасному світі" – К.: КНЛУ, 2003. – С. 51.
10. Данилова К. О. Лінгвістичні передумови навчання іноземної мови для спеціальних цілей студентів інженерних спеціальностей // Вісник КНЛУ. Серія: Педагогіка і психологія. – К.: КНЛУ. – 2004. – № 7. – С. 46–54.
11. Апатова Л. И. Ориентировочное основное понимание текста при аудировании // Психологические механизмы порождения и восприятия текста: Сб. научных трудов. – М.: МГППИЯ им. М. Тореза, 1985.
12. Killick D. Culture and capability: Crossing the divide // IATEFL Issues. – 1999. – №. 148. – P. 4-7.
13. Пруссаков Н. Н. Трудности при обучении аудирования иноязычного звучащего текста // ИЯШ – 1981. – № 5 – С. 57-62.

Матеріал надійшов до редакції ” \_\_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 2010 р.

***Слипченко Л. Б. Особенности аудирования и говорения в процессе обучения англоязычных деловых телефонных бесед и переговоров будущих экономистов.***

*Рассматриваются общие теоретические аспекты аудирования и говорения как видов речевой деятельности в процессе обучения англоязычных деловых телефонных бесед и переговоров будущих экономистов; раскрываются особенности аудирования и говорения с точки зрения психологии, социолингвистики, лингвистики и психолингвистики; определяются факторы, которые влияют на формирование речевой компетенции в аудировании и говорении.*

***Slipchenko L. B. The Peculiarities of Listening and Speaking in the Teaching Process of Business Talks Over the Phone to Students of Economic Specialties.***

*The article considers the basic theoretical aspects of listening and speaking in the teaching process of Business talks over the phone to students of economic specialties; the peculiarities of listening and speaking are examined in terms of Psychology, Linguistics, Social Linguistics, and Psycholinguistics; factors which influence speech competence formation of listening and speaking are defined.*