

Комунікативний аспект відбору змісту навчання ділової телефонної комунікації англійською мовою майбутніх економістів

Лариса Борисівна Сліпченко

СТАРШИЙ ВИКЛАДАЧ КАФЕДРИ ІНОЗЕМНИХ МОВ КРЕМЕНЧУЦЬКОГО ІНСТИТУТУ
ДНІПРОПЕТРОВСЬКОГО УНІВЕРСИТЕТУ
ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ

У даній статті розглянутий комунікативний аспект відбору змісту навчання англомовної ділової телефонії для формування професійно орієнтованої комунікативної компетенції студентів економічних спеціальностей; запропоновані специфічні теми та ситуації для навчання ділової телефонної комунікації.

Ключові слова: бізнес-телефонія, відбір змісту, комунікативна спрямованість, рольові/ ділові ігри.

Постановка проблеми. Більшість робіт українських та російських дослідників в області ділової комунікації та методики навчання усного ділового спілкування визначають необхідність підготовки студентів економічного профілю до здійснення телефонної комунікації англійською мовою [1, с. 12—55, 2, с. 14—71]. З огляду на зростаюче соціальне замовлення на підготовку таких спеціалістів в умовах розширення міжнародних економічних зв'язків вказують також на вимоги Програми з англійської мови для професійного спілкування (English for Specific Purposes — ESP): майбутній фахівець має вміти телефонувати для досягнення конкретних цілей академічного і професійного характеру, розуміти в деталях телефонні розмови, які виходять за межі типового спілкування [4, с. 9].

Актуальність дослідження. Варто зазначити, що діловій телефонії як специфічній сфері мовної комунікації неவிправдано мало приділяється уваги у вузівській підготовці майбутніх економістів самих різних конкретних спеціальностей. Виняток становить навчання лексики даної сфери в період опрацювання теми «Ділові домовленості», а також складання окремих навчальних діалогів з приводу домовленостей по телефону про зустріч та бронювання готелю. Внаслідок цього студенти економічних спеціальностей, що вивчають ділову іноземну мову на основному етапі, не в змозі розуміти мовлення носіїв мови по телефону в деталях, бути готовими до неочікуваного «вхідного дзвінку», залишати та надиктовувати повідомлення на

автовідповідач, не кажучи вже про вирішення складних професійних завдань засобом телефонного зв'язку.

Аналіз попередніх досліджень та публікацій з теми. Таким чином, визначивши мету навчання ділової телефонної комунікації англійською мовою у попередніх роботах (формування та розвиток у студентів специфічних навичок та вмінь, розподілених за компонентами комунікативної компетенції) [5], ми вважаємо необхідним розглянути важливу методичну проблему відбору змісту навчання даної сфери комунікації, а саме його комунікативного аспекту.

Метою даної публікації є визначення тематики та комунікативних ситуацій навчання ділової телефонної комунікації англійською мовою на основі врахування вірогідних професійних потреб.

В умовах навчання ділової телефонної комунікації (ДТК) англійською мовою (АМ) як професійної комунікації відбір тематики повинен бути пріоритетним і випереджувати відбір ситуацій спілкування [3, с. 72—82]. Теми і ситуації спілкування у своїй взаємодії визначають, яким конкретно буде зміст спілкування, а через це — і які саме діалоги в ньому будуть продукуватися або сприйматися учасниками комунікації. Теми і ситуації рецептивного та продуктивного мовлення визначають як мовний (термінологічну лексику та граматику) та мовленнєвий матеріал (мовленнєві зразки), такі специфічні мовленнєві навички та вміння, що будуть задіяні у спілкуванні. Таким чином, добір усіх перелічених вище складових змісту навчання буде

також залежати від того, які теми та ситуації були обрані для такого навчання. Тому з погляду на це тематика та ситуації у телефонній комунікації добиралися першими як такі, що найповніше розкривають специфічні особливості ведення англомовної телефонної комунікації в умовах реальної ділової активності.

З точки зору західних методистів (S. Donna, V. Glass, B.J. Naterop, M. Stasiak) та вітчизняних дослідників у сфері ділового спілкування (О.П. Биконя,

Л.Я. Личко, О.Б. Тарнопольський), опора на аналіз професійних потреб є єдиним способом проведення відбору змісту професійно орієнтованого навчання [1, 2, 3, 6]. Очевидно, що лише досвідчений фахівець може висловити компетентну думку про те, на які теми і в яких ситуаціях вирішуються професійні питання засобами телефонного зв'язку, а які конкретні питання потрібно підтверджувати письмово.

Для здійснення даного аналізу ми звернулися до компетентних фахівців, які працюють у сфері економіки та підприємництва, міжнародних зв'язків у Кременчуці. Думки з приводу тематики ділового телефонного спілкування саме таких спеціалістів, наших опитуваних респондентів, є об'єктивними, оскільки вони неодноразово побували в ситуаціях, коли ними обговорювалися різноманітні професійні питання по телефону. У нашому анкетуванні брали участь більше ста осіб, що вважається оптимально достатньою кількістю для статистично значущих висновків. Кожен з опитуваних отримував анкету з вірогідними ситуаціями ведення телефонних переговорів і відзначав ті теми і комунікативні ситуації, які найчастіше використовував у професійній діяльності. Окрім запропонованих тем і ситуацій, опитувані могли додати теми і ситуації на свій розсуд.

Більшість запропонованих для опитування тем та ситуацій були відібрані нами з зарубіжних методичних доробок авторів англійських бізнес-курсів, практичних рекомендацій з ділової телефонії [7, 8, 9, 10]. Здійснивши певний аналіз, ми дійшли висновків, що повністю представити теми та ситуації названих авторів для опитування вітчизняних респондентів було недоцільним. В більшості випадків ситуації відповідають змісту навчання в межах «self-study» (самостійного навчання), а деякі є мало реальними для навчання вітчизняних студентів. По-перше, такі ситуації, як *'calling company customers about outstanding accounts', 'passing on instructions or troubleshooting tips to a client or coworker over the phone', 'calling another department to obtain missing data or information related to a work project', 'conducting a telephone survey for a company', 'placing multiple calls to arrange a meeting with a group of colleagues', 'calling a service provider (e.g., a telephone or utility company) to complain about poor service or additional charges', 'calling to report an absence from work'*, просто не «вписуються» у реальну комунікацію між представниками англійського та українського соціуму. По-друге, наведені приклади ситуацій розраховані на тих англійських комунікантів, які здійснюють телефонну комунікацію в межах однієї компанії.

Можна наводити десятки аналогічних ситуацій, інших за змістом, але які також можуть бути використані тільки для корпоративного навчання англійських комунікантів. Те, що було сказано про ситуації, стосується також і добору тематики для опитуваних респондентів. Тому деякі теми та ситуації не можуть стати джерелом добору типових мовленнєвих зразків, мовного матеріалу, а також визначення знань, навичок та вмінь, якими потрібно оволодіти. Таким чином, за винятком тем та ситуацій, які було вилучено з

наведених вище причин, респондентам були представлені 26 тем та 25 ситуацій. Така тематика є більш реальною та пристосованою до місцевих умов та цілей навчання, менталітету та особливостей сприйняття англійської комунікації українськими студентами.

У відповідності до цих вимог доцільно виділити *критерій ймовірності / вірогідності*, за яким відбирається тільки та тематика і ситуації навчання ДТК, в яких майбутній економіст з найбільшою вірогідністю потребуватиме у англійському спілкуванні. Сформульований критерій виправдав себе двічі — в процесі попереднього добору тематики з автентичних джерел та в процесі аналізу ймовірних тем та ситуацій, що були виділені більшістю опитуваних респондентів (більш ніж 70—75%).

Таким чином, можна зробити висновок про те, що відбір змісту навчання ДТК АМ на рівні *комунікативного аспекту* проводився на основі аналізу професійних потреб цього змісту. Це означає, що саме реальні учасники процесу комунікації здатні допомогти відібрати вірогідні теми та ситуації, які потрібно використовувати у навчальному процесі.

За результатами опитування ми визначили найбільш уживані теми та ситуації (специфічні сценарії розгортання теми) для навчання ділової телефонної комунікації англійською мовою за виділеним критерієм ймовірності / вірогідності. На основі об'єднання деяких запропонованих для опитування респондентів 26 тем та 25 ситуацій було виділено 10 тем та відповідних комунікативних ситуацій для навчання ДТК АМ.

Тематика та ситуації ділової телефонної комунікації:

1. Making and Receiving Calls.
2. Connecting People — Leaving and Taking Messages.
3. Making and Cancelling 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. Receiving Goods and Services.
10. Dealing with Complaints.

Так, для розкриття теми *'Making and Receiving Calls'* доцільно було об'єднати *'international calls'* (75%), *'asking for information'* (80%), *'handling unwanted calls'* (76%) з відповідними ситуаціями цього тематичного блоку, такими, як *'dealing with the "secretarial barrier"'* (80%), *'giving and receiving instructions'* (70%), *'identifying and connecting to the right person'* (80%), *'confirming important details (names, dates, times, phone numbers, addresses)'* (74%), *'requesting action (to return the call, to call back with information, to send e-mail)'* (70%). Варто зауважити, що деякі запропоновані теми, як *'wrong number'* (15%), *'giving bad news'* (23%), не були включеними до переліку базових 9 тем для навчання, адже за результатами опитування вони набрали меншу кількість відсотків.

Але з погляду на те, що в процесі опрацювання тем 'Offering Goods and Services' 'Ordering Goods and Services', 'Dealing with Complaints' необхідність навичок проголошувати неприємні делікатні новини з приводу неякісного товару, анулювання замовлення, втрати вантажу є очевидним, тому ці теми були включені для набуття відповідних комунікативних компетенцій.

Наступне поєднання тем 'leaving a message' та 'taking a message', що за результатами опитування набрали відповідні 80% та 83%, стало можливим для формулювання теми 'Connecting People — Leaving and Taking Messages' з відповідним сценарієм ситуацій 'taking notes' (82%), 'listening to an automated answering system' (75%), 'faxing details' (78%), 'writing an e-mail message or memo to report telephone messages' (73%), 'taking down important information (name and phone number of the caller, date and time of the call, requested action)' (75%).

Аналогічне поєднання тем 'postponing an appointment' (78%), 'canceling an appointment' (11%) та відповідних ситуацій 'scheduling and canceling appointments' (78%), 'arranging and confirming appointments and meetings' (81%) було стосовно визначення теми 'Making and Cancelling Appointments'.

Такої ж послідовності у виділенні базових тем для навчання ДТК підлягали всі наступні теми та ситуації, окрім 'Looking for Job Vacancies'. Після представлення трьох базових тем ('Making and Receiving Calls', 'Connecting People — Leaving and Taking Messages', 'Making and Cancelling Appointments') створюються найкращі умови для навчання особистісного самовираження, почуття впевненості у пошуку роботи засобом телефонного зв'язку. Тому така послідовність є доцільною для включення теми 'Looking for Job Vacancies' для вітчизняних випускників, адже попередні домовленості по телефону з потенційним

роботодавцем — це найкращий шанс для створення власного іміджу.

У процесі аналізу відповідей 42% спеціалістів відзначили, що вони мають реальну потребу у проведенні відеоконференцій, тому ними було виділено тему 'conference calls' (конференції через засоби телефонної комунікації, що проводяться в режимі Skype). Але включення до навчання ДТК теми 'conference calls' не є можливим через суттєві відмінності у особливостях (паралінгвістичних, екстралінгвістичних) такого навчання у порівнянні з опосередкованим беззоровим контактом. Тому для формування таких вмінь можливим є запровадження іншого курсу, або можна розглядати цю тему в період навчання основного курсу ділового спілкування.

Висновки. З усього сказаного стосовно комунікативного аспекту (визначення тем та ситуацій на основі аналізу професійних потреб) зрозуміло, що виділення за критерієм вірогідності / ймовірності систематизованих тем та ключових ситуацій з ділової телефонії створює цілісну картину того, чого потрібно навчати, та відповідає комунікативним потребам майбутніх фахівців в іншомовному спілкуванні, а також вимогам функціонувати в процесі спілкування як «професійний комунікант», набуваючи специфічних навичок та вмінь.

Перспективи подальшого вивчення теми. Отже, нами було зроблено перші кроки в напрямі відбору змісту навчання ділової телефонної комунікації англійською мовою майбутніх економістів на основі професійних потреб. Проведене дослідження дозволяє перейти до розгляду практичного відбору мовленнєвого матеріалу та мовного інвентарю (лінгвістичного аспекту) на основі визначеної тематики, що становить перспективу подальшої роботи.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. **Биконя О. П.** Навчання майбутніх економістів ділових усних та писемних переговорів англійською мовою : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.52 / Оксана Павлівна Биконя. — К., 2006. — 238 с.
2. **Личко Л. Я.** Формування у майбутніх менеджерів-економістів англійської професійно спрямованої компетенції в говорінні : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.02 / Лідія Яковлівна Личко. — К., 2008. — 257 с.
3. **Методика навчання англійської мови студентів-психологів:** монографія / [О. Б. Тарнопольський, С. П. Кожушко, Ю. В. Дегтярьова, М. Р. Кабанова ; за заг. та наук. ред. О. Б. Тарнопольського]. — Д. : Дніпропетровський університет ім. Альфреда Нобеля, 20П. — 264 с.
4. **Програма з англійської мови для професійного спілкування** / [Г. Є. Бакаєва, О. А. Борисенко, І.І. Зуєнок та ін.]. — К. : Ленвіт, 2005. — 119 с.
5. **Сліпченко Л. Б.** Теоретичні основи навчання англійської ділової телефонії / Л. Б. Сліпченко // Вісник Житомирського державного університету імені І.Я. Франка : збірник. — 2009. — Вип. 48. — Житомир : ЖДУ, 2009. — С. 88-92. — (Серія: Педагогічні науки).
6. **Тарнопольський О. Б.** Методика обучения английскому языку для делового общения : учебное пособие / О. Б. Тарнопольский, С. П. Кожушко. — К. : Ленвит, 2004. — 192 с.
7. **Donna S.** Teach Business English. Cambridge Handbooks for language teachers / S. Donna.

- Cambridge University Press, 2000. — 370 p.
8. **Glass Valerie.** Telephone Skills Resource Kit: Curriculum Guide / Valerie Glass ; Catholic Charities' Immigration and Refugee Services. — Diocese of Harrisburg, PA, 2003. — 11 p.
 9. **Hajer A.** Language Instruction for Newcomers to Canada. Curriculum Guidelines / A. Hajer, Anne-Marie Kaskens, Margaret Stasiak. — Toronto : NAS Software Inc., 2005. — 367 p.
 10. **Naterop B. J.** Telephoning in English / B. J. Naterop, R. Revell. — Cambridge University Press, 2005. — 128 p.

Слипченко Л. Б. Коммуникативный аспект отбора содержания обучения деловой телефонной коммуникации на английском языке будущих экономистов.

В данной статье рассмотрен коммуникативный аспект отбора содержания обучения англоязычной деловой телефонии для формирования профессионально ориентированной коммуникативной компетенции студентов экономических специальностей; предложены специфические темы и ситуации для обучения деловой телефонной коммуникации.

Ключевые слова: бизнес-телефония, отбор содержания, коммуникативная направленность, ролевые/деловые игры.

Slipchenko L. B. Communicative aspect of content selection for teaching business telephoning in English to the future economists.

In the given article it is considered the communicative aspect of Business Telephoning content for the formation professionally oriented communicative competence of students of economic specialties; the specific themes and situations for teaching/ learning business telephone communication are offered.

Key words: business telephoning, content selection, communicative approach, role plays / business games.