

## ВІДБІР ЗМІСТУ НАВЧАННЯ АНГЛОМОВНОЇ БІЗНЕС ТЕЛЕФОНІЇ МАЙБУТНІХ ЕКОНОМІСТІВ.

*Анотація:* Розглядаються питання відбору змісту навчального матеріалу для організації процесу навчання бізнес телефонії майбутніх економістів. Визначаються навички та вміння, необхідні для іншомовного професійного спілкування.

*Ключові слова:* комунікативна компетенція, аналіз потреб тих, хто навчається, автентичні матеріали.

Вихід українських комерційних компаній на міжнародний ринок, а також виникнення та поширення нових сучасних засобів усної комунікації зумовлюють соціальне замовлення суспільства на підготовку кваліфікованих фахівців, які б практично володіли навичками та вміннями іншомовного професійного спілкування іноземною мовою і були здатними залучатися до комунікації та співпраці зі своїми партнерами та колегами за кордоном. Актуальність дослідження обумовлена необхідністю оволодіння майбутніми економістами навичками ведення телефонних бесід та переговорів, як важливої передумови ефективних професійних та економічних контактів у сфері ділових відносин.

Сучасні вимоги до майбутнього економіста й навчально-виховного процесу його підготовки, які відображені у законодавчих актах та нормативних документах МОН України (Закон України "Про вищу освіту", Національна доктрина розвитку освіти, проект Концепції розвитку професійної освіти і навчання в Україні) зумовлені процесами створення єдиного інформаційного простору, поглиблення міжнародного співробітництва та мобілізації системи навчання у вищому навчальному закладі для проходження етапів професійного становлення, що забезпечують «формування у фахівців економічного профілю комунікативної здатності до співпраці та міжкультурної взаємодії». Зважаючи на зазначені вимоги до майбутнього фахівця та зростаюче соціальне замовлення на таких спеціалістів в умовах розширення міжнародних економічних зв'язків, необхідно визначитися з питанням відбору змісту навчання англomовної бізнес телефонії, що і становить **мету даної публікації**. Досягнення поставленої мети потребує вирішення таких **завдань**: визначити номенклатуру тематики та ситуацій спілкування, характерних для ведення телефонних бесід і переговорів, розглянути критерії відбору матеріалів, здійснити відбір навичок та вмінь, необхідних для формування комунікативної компетенції в бізнес телефонії.

Проблему відбору навчального матеріалу та визначення змісту навчання відображено у працях О.П.Биконі [1, с.11-12], І.Л.Бім [3, с.13-17], Н.Ф.Бориско[4, с.53-57], Н.В.Єлухіної, Є.В.Мусницької [5, с.28-39], Н.С.Жданової [6, с.140-149], Л.Я. Личко [7, с.118-126], Р.П.Мильруда, О.В.Носонович [10, с.7-12], В.Л.Скалкіна [11, с.48-56], О.Б.Тарнопольського [13, с.43-45], D.M.Brinton, M.A.Snow [16], що становлять теоретичне підґрунтя для вирішення поставлених завдань.

Відбір інформаційного матеріалу здійснювався згідно загальних вимог, що висуваються до відбору навчального матеріалу з урахуванням специфіки навчання бізнес телефонії, а саме:

- відповідність цілям і завданням загального курсу ділової англійської мови;
- забезпечення повноцінного міжкультурного ділового спілкування в рамках відібраного матеріалу;
- мінімізація рамок цього спілкування (відібраний зміст повинен бути достатнім для задоволення усіх найбільш імовірних потреб майбутніх економістів в англomовному професійному спілкуванні) [14, с.46-47];
- відповідність комунікативним потребам, інтелектуальному рівню та інтересам майбутнього фахівця в іншомовному спілкуванні;

У ВНЗ економічного профілю відбір змісту навчання рекомендують проводити спочатку згідно *комунікативного аспекту* (відбір тематики та ситуацій, сфер і ролей спілкування), потім – *лінгвістичного аспекту* (відбір учбових аудіотекстів та мовного інвентарю (певний лексичний, граматичний матеріал, відібраний згідно з цілями навчання і адаптований до його умов; мовленнєві зразки діалогічного висловлювання)) і завершувати компонентами *процесуального та психофізіологічного аспектів* (відбір знань, навичок та вмінь, що є необхідними для формування комунікативної компетенції). [14, с.41-63]

Послідовність відбору змісту навчання ділової телефонії здійснювався нами за моделлю, розробленою О.Б. Тарнопольським та С.П. Кожушко на основі формування професійно-спрямованої іншомовно-мовленнєвої комунікативної компетенції в говорінні та аудіюванні. Розглянемо детальніше

кожен із рівнів відбору навчального матеріалу для навчання ділових телефонних бесід і переговорів англійською мовою.

Відбір тематики та ситуацій телефонного спілкування проводився на основі аналізу потреб тих, хто навчається. З точки зору західних методистів Т.Hutchinson, A.Waters [17], опора на аналіз професійних потреб є єдиним способом проведення відбору змісту професійно-орієнтованого навчання. Саме спеціаліст може висловити компетентну думку про те, на які теми йому можливо прийдеться спілкуватися з зарубіжними партнерами і в яких ситуаціях таке спілкування буде відбуватися. Думки з приводу тематики ділового телефонного спілкування спеціалістів, наших опитуваних респондентів, були об'єктивними, оскільки вони неодноразово побували в ситуаціях, коли обговорювалися різноманітні питання по телефону. У нашому анкетуванні брало 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 ситуації, які найчастіше використовував у професійній діяльності. Окрім запропонованих тем і ситуацій, опитувані могли додати теми і ситуації на свій розсуд.

Таким чином, можна зробити висновок про те, що відбір змісту навчання на основі аналізу професійних потреб необхідно проводити виключно на рівні *комунікативного аспекту* цього змісту [14, с.45], [9, с.82-84]. Це означає, що саме потенційні та реальні учасники процесу комунікації здатні допомогти відібрати тематику та ситуації, які можна використовувати у навчальному процесі. За результатами опитування ми визначили найбільш уживані теми та ситуації (сценарій розгортання теми) для ділового спілкування в межах телефонних контактів:

№ п/п	Тема	Ситуації (сценарії розгортання теми)	Функціональні вміння
1	Making and Receiving Calls. Cross-cultural aspect	Структура ділового телефонного дзвінка	встановити контакт; відповісти на дзвінок; відрекомендуватися; запросити до телефону потрібну людину; відповісти на прохання запросити потрібну людину; ознайомити з проблемою; використовувати міжкультурні знання комунікації;
2	Connecting People- Leaving and Taking Messages	Форма передачі та отримання телефонного повідомлення	слухати реакцію партнера; передати/записати повідомлення особі, з якою не вдалося зв'язатися напяму; уточнювати/повторювати / підтвердити/корегувати інформацію;
3	Making and Cancelling Appointments	Переваги та недоліки призначення і відміни ділових зустрічей по телефону	призначити /змінити місце зустрічі та час; висловити прохання/сумнів відмовитися від пропозиції;
4	Looking for Job Vacancies	Процес самооцінки знань і умінь для успішного телефонного інтерв'ювання і перспективи прийому на роботу	передбачити можливі варіанти відповідних реакцій; аргументувати свою точку зору; логічно вибудовувати зміст висловлювання;
5	Bookings- Hotel Reservations and Travel Arrangements	Мистецтво туристичної реклами; застосування теорії впливу, використовуючи рекламний мотив на потенційного споживача	привертати увагу; стимулювати інтерес, рішення; переконувати партнера та мотивувати свої пропозиції; рекламувати товари та послуги; порівнювати і протиставляти;
6	Making Enquiries	Стиль описання товарів та послуг потенційним покупцям	запрошувати інформацію щодо якості товарів, гарантії; підтверджувати/ отримувати запит на продукцію та послуги, умови постачання;

			обговорювати ціни і умови платежу;
7	Offering Goods and Services	Характеристика товарів і послуг з точки зору рекламодавця і потенційного покупця	відмовляти /анулювати замовлення /пропозицію з наступним поясненням; пропонувати знижки; описувати товари чи послуги;
8	Ordering Goods and Services	Особливості розміщення замовлення по телефону, обговорення якості продукції. Непорозуміння і зриви при виконанні замовлення	підтверджувати замовлення; повідомляти про затримку постачання; замовляти/ надавати інформацію щодо товарів та послуг;
9	Dealing with Complaints	Етика ділових відносин при вирішенні суперечок і скарг. Врегулювання конфліктів	висувати претензії/відповіdatи на скаргу, що надійшла; визнавати недоліки, недотримання умов

Кожна обрана тема неодмінно супроводжується контекстом, ситуацією спілкування, у якій чітко зазначені комунікативні ролі її учасників, що мають певні соціальні характеристики та стереотипи поведінки. Значна увага у процесі відбору навчального матеріалу приділяється формуванню функціональних умінь (уміння домовлятися, заперечувати, погоджуватися або не погоджуватися з думкою, або висловлювати сумнів, упевненість, переконаність у процесі обговорення чи бесіди), необхідних майбутнім економістам у ході професійної діяльності.

Відібрані нами навчальні матеріали в *лінгвістичному аспекті* складаються з аудіовізуальних автентичних джерел: автентичних матеріалів, адаптованих фономатеріалів для навчання аудіювання та реальних комунікативних завдань і рольових бізнес-ситуацій для навчання говоріння, які моделюють реальні ситуації телефонного спілкування і відображають комунікативні ролі в діловій сфері. Завдяки специфічним рисам діалогічного мовлення (поєднання двох видів мовленнєвої діяльності – аудіювання і говоріння), учасники діалогу стикаються з певними труднощами: необхідність сприйняти, зрозуміти репліку першого партнера та швидко й адекватно відреагувати на неї часто спричиняє стан роздвоєння уваги і неспроможність вести діалог у нормальному темпі за умови недостатнього володіння мовними засобами [2, с.20-27]. Ще одна перешкода оволодіння студентами діалогом І.В.Чирва пов'язує з його непередбачуваністю [15, с.205]. Діалог неможливо спланувати заздалегідь, адже мовленнєва поведінка кожного з учасників спілкування у значній мірі визначається мовленнєвою поведінкою іншого партнера. Кожному з них необхідно стежити за перебігом думки співрозмовника, часом несподіваним, а така несподіваність призводить до зміни предмета спілкування.

Тому аудіотексти та мовний інвентар для навчання ділової телефонії відбиралися нами, враховуючи особливості навчання аудіювання і говоріння; провідні фактори, що впливають на формування мовленнєвої компетенції в аудіюванні та говорінні; основні/домінантні принципи навчання аудіювання: принцип автентичності та принцип використання звукозапису, принципи відбору автентичних фонограм, а саме: професійна інформативна значущість, репрезентативна достатність, актуальність, врахування адекватності вокабулярно-семантичного рівня студентів та вокабуляра аудіофонограми, наявність соціокультурної інформації, проблемність. Відбір матеріалів для навчання говоріння здійснювався за принципами професійної спрямованості, комунікативності, функціональності.

Враховуючи принципи тематичності та функціональності, нами було здійснено відбір матеріалів для говоріння на мовленнєвому рівні. Добір мовних зразків, кліше, термінологічної лексики, мовленнєвих формул дозволить студентам навчитися іншомовного спілкування у всіх його функціях: пізнавальній/інформаційній (повідомити, запросити інформацію); регулятивній (висловити прохання, пропозицію, дати пораду); ціннісно-орієнтаційно-оцінювальній (висловити думку, бажання, дати оцінку), етикетній (конвенційній), тобто вміти дотримуватися загальноприйнятих норм і стандартів комунікативної поведінки.

При відборі навчального матеріалу також враховувалась соціолінгвістична структура усного ділового спілкування (спрямованість на міжнародні контакти, моделювання типових комунікативних ситуацій спілкування). Таким чином забезпечується інтегрований підхід до формування вмінь і знань студентів, який об'єднує мовленнєві вміння студентів і професійні знання у певному соціокультурному контексті. У відібраних нами текстах для читання приділяється увага міжкультурним особливостям і соціокультурним нормам ведення переговорів по телефону, теоретичним основам ведення бізнесу за кордоном. Відібрані тексти або ж повністю автентичні, або ж частково адаптовані і перероблені

відповідно до цілей і завдань курсу. Переробка оригінальних текстів у синтезовані полягала в: 1) додаванні значущої інформації з метою з'єднання цього тексту з попереднім та наступним навчальним матеріалом; 2) вилученні деяких частин оригінальних текстів – менш важливих з точки зору відібраної тематики спілкування; 3) з'єднанні відібраних частин оригінальних текстів по-новому, таким чином, щоб, зберігаючи або відновлюючи змістовні зв'язки, уникнути порушень логіки висловлювання та отримати в результаті закінчений зв'язний текст.

Таким чином, було відібрано 65 діалогів, 19 автентичних текстів з міжнародної комунікації, менеджменту та маркетингу. Сорок два із цих діалогів увійшли до навчального посібника з грифом Міністерства освіти і науки України „Business Telephoning” [12] та записані на CD носіями мови - Едмундом та Берніс Хект, волонтерами програми Fulbright. В кінці посібника розміщені всі представлені аудіоматеріали в секції Tapescripts. Деякі автентичні тексти та матеріали були перероблені та становлять 15 навчальних/синтезованих текстів, що розміщені для опрацювання в секціях Reading Focus та Note Taking Focus кожного уроку даного посібника. Виділено 65 змодельованих комунікативних ситуацій для навчання говоріння, завдання яких можна знайти в секціях Problem Solving та Telephone Practice.

Компонентами *процесуального та психофізіологічного аспектів* ми завершуємо відбір змісту навчання ділових телефонних бесід і переговорів у якості відбору знань, навичок та вмінь, якими студенти оволодівають для формування професійно орієнтованої комунікативної компетенції [8]. Вони безпосередньо виводилися з відібраного і підготовленого мовного та мовленнєвого матеріалу, а також із конкретних професійних потреб фахівців, які працюють в сфері бізнесу та мають постійні телефонні контакти з представниками зарубіжних країн. Відбір змісту навчання бізнес телефонії завершуємо переліком умінь і навичок, необхідних для іншомовного професійного спілкування:

- 1) адекватно ситуації відповідати на репліку співрозмовника і спонукати його своїми репліками до початку або продовження розмови;
- 2) брати участь у діалозі культур з достатнім ступенем невимушеності й спонтанності так, щоб відбулася природна інтеракція з носіями мови;
- 3) використовувати комунікативні стратегії, з метою запобігання паузам у мовленні («використання заповнювачів мовчання»);
- 4) оперувати зразками мовної норми ділового стилю спілкування та обирати відповідну стратегію комунікативної поведінки.
- 5) володіти технікою діалогової комунікації, а саме: формулювання запитань та прогнозування відповідей на них, техніка слухання;

Отже, ми розглянули проблему відбору змісту навчального матеріалу для навчання бізнес телефонії, який проводився на основі аналізу професійних потреб тих, хто навчається виключно на рівні комунікативного аспекту, а решта компонентів виводяться з матеріалу, відібраного в рамках цього аспекту (теми, ситуації, зміст аудіотекстів, значення і сенс мовних знаків). Відбір проводився на основі мінімізації, що гарантує доступність відібраного матеріалу для відпрацювання і засвоєння, достатність для покриття всіх найбільш ймовірних потреб майбутніх фахівців у рамках телефонної комунікації. Такий підхід до відбору змісту навчання забезпечує його максимальну точність і адресність, коли у відібраному матеріалі немає абсолютно нічого зайвого, але є все необхідне для забезпечення професійних потреб в іншомовній мовленнєвій комунікації. Сукупність відібраної тематики та ситуацій, навчального матеріалу та мовного інвентарю створюють основу для розробки системи вправ. Перспективу подальшого дослідження вбачаємо у висвітленні типології вправ із виділенням типів та видів, а також визначенням послідовності їх виконання в процесі навчання бізнес телефонії.

*Слипченко Л.Б.*

#### *ОТБОР СОДЕРЖАНИЯ ОБУЧЕНИЯ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ БИЗНЕС ТЕЛЕФОНИИ БУДУЩИХ ЭКОНОМИСТОВ.*

*Аннотация: Рассматриваются вопросы отбора содержания учебных материалов для организации процесса обучения бизнес телефонии будущих экономистов. Определяются навыки и умения, необходимые для иноязычного профессионального общения.*

*Ключевые слова: коммуникативная компетенция, анализ потребностей обучаемых, аутентичные материалы.*

*Slipchenko L.B.*

#### *CONTENTS SELECTION IN THE TEACHING PROCESS OF BUSINESS TELEPHONING TO STUDENTS OF ECONOMIC SPECIALTIES.*

*Annotation: The article deals with the issues of contents selection in the teaching process of business telephoning to students of economic specialties. Skills and abilities necessary for professional communication are defined.*

*Key words: communicative competence, learners` needs analysis, authentic materials.*

#### *Література*

1. Биконя О.П. Відбір навчальних матеріалів для навчання майбутніх економістів ведення англійських ділових переговорів // Матеріали I Міжнародної науково-практичної конференції "Науковий потенціал світу 2004". – Том. 38. Проблеми підготовки фахівців. – Дніпропетровськ: Наука і освіта, 2004. – С.11–12.
2. Бим И.Л. Некоторые проблемы обучения диалогической речи // Иностранные языки в школе. – 1979. – № 5. – С. 20–27.
3. Бим И.Л., К проблемам оценивания современного учебника иностранного языка /И.Л. Бим, О.В. Афанасьева, О.А. Радченко // Иностранные языки в школе. – 1999. – № 6. – С. 13–17.
4. Бориско Н.Ф. Диалог культур и содержание учебно-методического комплекса // Иноземні мови. – 1999. – №2. – С. 53-57.
5. Елухина Н.В., Мусницкая Е.В. Какими должны быть тексты для чтения и тексты для аудирования // Иностр. яз. в шк. – 1978. – № 3. – С. 28-39.
6. Жданова Н.С. Принципи відбору змісту навчання в навчально-методичному комплексі з німецької мови для майбутніх менеджерів // Вісник КНЛУ. Серія Педагогіка і психологія. – 2005. – Вип.8. – С. 140-149.
7. Личко Л.Я. Змістовний компонент професійно орієнтованої компетенції в говорінні майбутніх менеджерів // Вісник Київського національного лінгвістичного університету. – К., 2003. – С. 118–126. – (Педагогіка та психологія; вип. 6).
8. 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).
9. Лычко Л.Я. Определение коммуникативных потребностей студентов экономических и управленческих вузов в изучении делового иностранного языка: мовна комунікація та методика викладання іноземних мов: матеріали Всеукр. наук.-метод. конф., м. Одеса 17-19 травня 2001 р., – Одеса. – 2001. – С. 82–84.
10. Носонович Е.М., Мильруд Р.П. Критерии содержательной аутентичности учебного текста // Иностр. яз. в шк. – 1999. – № 3. – С. 7-12.
11. Скалкин В.Л. Коммуникативные основы отбора языкового материала для обучения устной иноязычной речи // Коммуникативный метод обучения речевой деятельности: Межвуз. сб. научн. тр. – Воронеж, 1983. – С. 48–56.
12. Сліпченко Л.Б. Бізнес-телефонія // С.П.Кожушко, Л.Б.Сліпченко. Посібник для навчання ділових переговорів по телефону для студентів економічних спеціальностей. – Кременчук: Вид. ПП Щербатих О.В., 2010. – 148с.
13. Тарнопольський О.Б. Підручник нового типу з ділової англійської мови: принципи побудови та результати експериментальної апробації /О.Б. Тарнопольський, С.П. Кожушко //Інноваційні підходи до навчання іноземних мов та культур у новому тисячолітті. – Дніпропетровськ, 2002. – С. 43–45.
14. Тарнопольский О. Б., Кожушко С. П. Методика обучения английскому языку для делового общения.- К.: Ленвит, 2004.- 192 с.
15. 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.
16. Brinton D.M., Snow M. A. Content-based second language instruction.- New York: Newbury House Publishers, 1989.- 241p.
17. T.Hutchinson, A.Waters. English for specific purposes: A learner-centred approach.- Cambridge: Cambridge University Press, 1987.- 183p.