

Іншомовне ділове спілкування в системі підготовки спеціалістів економічного профілю

А. О. Ходцева, м. Суми

У зв'язку зі змінами, що відбулися в нашій країні і в усій світовій спільноті, статус іноземної мови як навчального предмету різко змінюється. На сучасному етапі розвитку вищої освіти вивчення іноземної мови є соціальним замовленням суспільства, а знання її – об'єктивно суспільною цінністю.

Дійсність свідчить про те, що для успішного розвитку економіки і забезпечення конкурентоспроможності на міжнародних ринках потрібні не просто перекладачі, а спеціалісти в різних галузях науки, техніки, економіки, що володіють іноземною мовою в тій мірі, яка необхідна для взаєморозуміння представників різних мовних культур. Доречно відзначити, що витрати на маркетинг в США та Японії складають більше половини ціни на товари, а маркетингом займаються фахівці, що володіють 3–4 іноземними мовами. У зарубіжних системах економічної освіти навіть функціонує таке поняття як „інтернаціональна кваліфікація менеджера”, що включає знання кількох іноземних мов і специфіки міжкультурної комунікації як обов'язкових елементів професійної підготовки. В Україні лише незначна кількість спеціалістів в галузі маркетингу і менеджменту володіють іноземними мовами на відповідному рівні. Проте як свідчить аналіз літературних джерел, прогнозується загальне зростання попиту на таких спеціалістів (Couen 1996: 15; Pray 1992: 68–72). Саме тому знання іноземної мови ми розглядаємо як одну з складових професійної компетентності спеціаліста економічного профілю, підготовка яких ведеться в нашому вузі.

Знання іноземної мови передбачає не лише володіння лексикою, граматику, фонетикою, але й іншомовною культурою, що стають доступними для студентів в процесі її вивчення в усій сукупності аспектів: навчальному, пізнавальному, розвиваючому і виховному. Іноземна мова для фахівця в галузі економіки – це інструмент, за допомогою якого він повинен діяти, переконувати, приймати рішення, створювати сприятливу ділову атмосферу,

розуміти культуру іншої країни і менталітет її народу. Володіння іншомовною культурою означає навчання спілкуванню іноземною мовою. Це спілкування має соціальний, лінгвокраїнознавчий, педагогічний і психологічний зміст (Пассов 1993: 24).

Провідні вчені в галузі методики викладання іноземної мови виділяють 4 аспекти навчання їй:

- навчальний аспект (соціальний зміст) – оволодіння всіма формами спілкування з метою використання іноземної мови як засобу ділового і міжособистісного спілкування; у мовленні конкретними цілями виступають уміння повідомити, схвалити, засудити, рекомендувати, заперечити, переконати; в письмовій мові – фіксувати висловлювання, виписувати з прочитаного, повідомити, переконати; в перекладі – вміння виступати перекладачем; в читанні – швидко читати про себе статті, листи, рекламні проспекти тощо; в аудіюванні – розуміти аутентичне мовлення в нормальному темпі. Соціальність навчального аспекту іншомовної культури припускає забезпечення взаємодії суб'єктів спілкування при плануванні, обговоренні спільної діяльності, підведенні підсумків (Фаснова 1991: 36).
- пізнавальний аспект (лінгвокраїнознавчий зміст) – забезпечує здобуття знань про культуру країни мова якої вивчається (музику, театр, живопис, звичаї, традиції, освіту, науку, економіку); дає можливість познайомитися з її історією і особливостями, схожістю і розбіжністю з рідною мовою, а також сприяє задоволенню пізнавальних інтересів студентів в будь-якому виді діяльності.
- виховний аспект (педагогічний зміст) – означає здійснення морального виховання як у відношенні змісту навчального матеріалу, так і у його тлумаченні.
- розвиваючий аспект (психологічний зміст) – багатокomпонентний процес, що включає розвиток мовленнєвих здібностей; психічних

функцій, пов'язаних з іншомовною мовленнєвою діяльністю, вміннями ділового і міжособистісного видів спілкування; вміння навчатися, цілеспрямованість. Завдання викладача іноземної мови полягає у виробленні оптимального співвідношення аспектів володіння іншомовною культурою.

Специфічний внесок іноземної мови у розвиток студента полягає передусім у тому, що в процесі її вивчення він з'ясовує способи оформлення думки, пізнає функціонування мови як засобу спілкування. Іноземна мова благотворно впливає на культуру спілкування рідною мовою і є важливим засобом формування різностороннє розвиненої особистості. Вона наближує обстановку навчального процесу до реальних умов, що породжує потребу в знаннях та їх практичному використанні й забезпечує особисту зацікавленість студентів, перехід від пізнавальної мотивації до професійної. Окрім зазначених вище функцій іноземної мови в розвитку особистості, можна виділити ще кілька її специфічних функцій у підготовці спеціалістів економічного профілю. Професійний зміст, що знаходиться в центрі комунікації слугує засобом

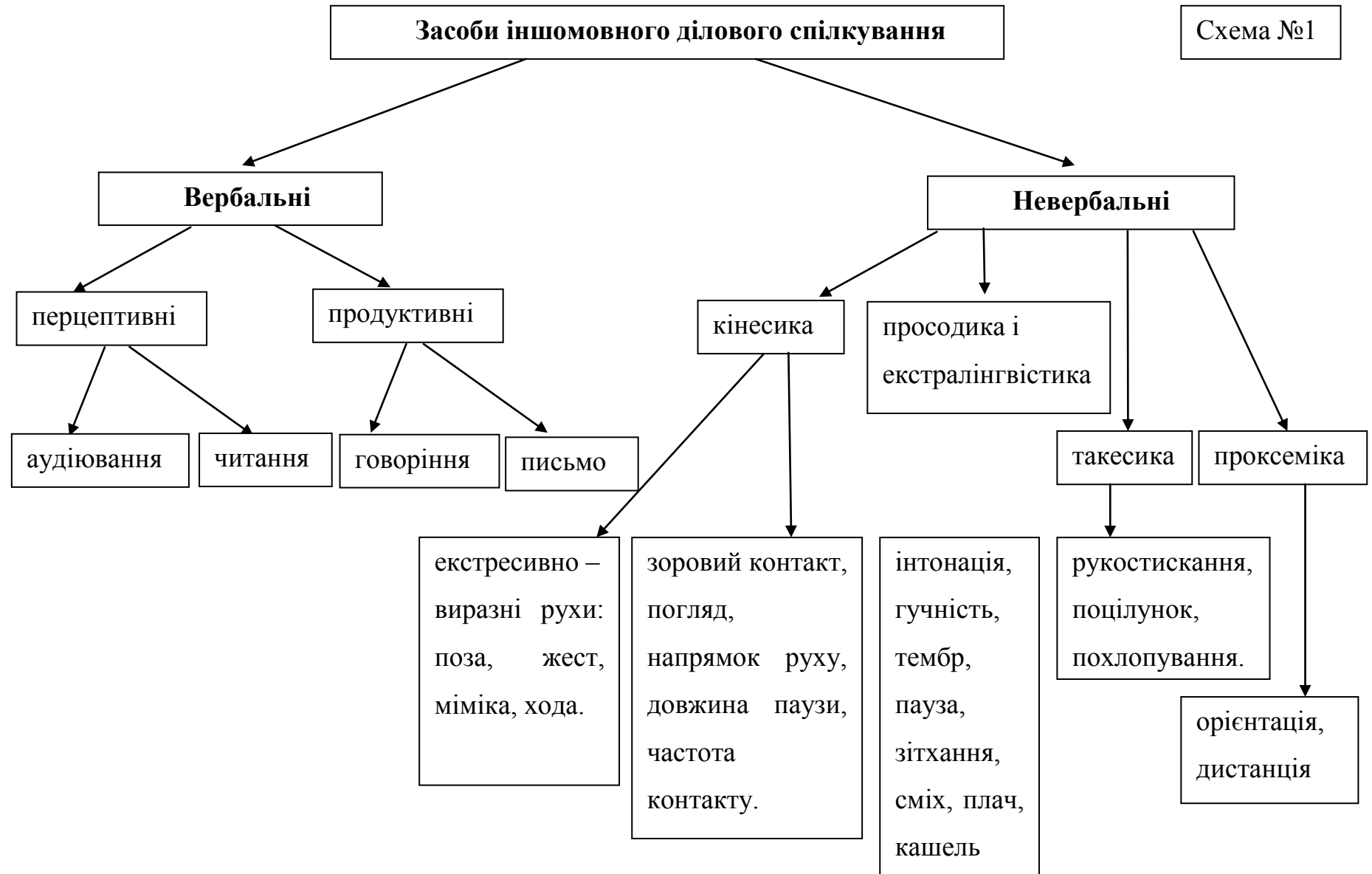
- досягнення компетентності в чотирьох основних видах їх професійної діяльності: плануванні, керівництві, організації, контролі;
- розширення диференціації і уточнення категоріального апарату;
- розвитку пізнавального інтересу і формування професійної спрямованості;

Таким чином, спілкування, як один з головних видів людської діяльності, виконує функції навчання, пізнання, розвитку і виховання в процесі навчання іншомовній культурі. Слід визначити, що проблемі культури іншомовного ділового спілкування приділяється недостатньо уваги в педагогічній науці, що має практичним наслідком як помилки в мовленнєвій діяльності, що викликають “культурний шок” у носіїв мови, так і зниження впливу мовця на співрозмовника. Саме прагматичний ефект мовленнєвого висловлювання дуже часто сприяє успіху ділового співробітництва. Джон Рокфеллер вважав, що

найкращий і найдорожчий товар для ділової діяльності – це вміння спілкуватися і платив за цей „товар” великі гроші. Ось чому розвиток і вдосконалення професійних комунікативних навичок, на наш погляд, виступає одним з пріоритетних напрямків у викладанні ділової іноземної мови в вузах економічного профілю.

Відомо, що соціолінгвістичне поняття комунікативної компетенції означає здатність індивіда продукувати висловлювання, адекватні ситуації спілкування. Комунікативна компетенція у носіїв мови формується у процесі соціалізації, однак, вона не завжди дає їм можливість досягти бажаного впливу на партнера. Оскільки культура мовленнєвого спілкування потребує спеціального оволодіння, викладання риторики, наприклад, є обов'язковим для студентів, що вивчають менеджмент, право, педагогіку в університетах США. Останнім часом в сучасній педагогічній і методичній літературі з'явився новий термін „риторична компетенція”, тобто вміння мовця використовувати емоційно-експресивні і логічні мовні засоби, адекватні комунікативній ситуації і направлені на досягнення запланованого прагматичного результату. Досягнення риторичної компетенції обов'язково передбачає опору на знання психологічних механізмів впливу на партнера. М. О. Фаснова визначає цю здатність мовця здійснювати ефективний мовленнєвий вплив як культуру вербального спілкування (Фаснова 1991: 35). Це поняття включає і невербальні засоби спілкування: кінесику та проксеміку. (Див. Схему1).

Культуру іншомовного спілкування можна визначити, таким чином, як високо розвинене вміння здійснювати комунікацію згідно з нормами даної мовної спільноти. При цьому враховуються, як психологічні механізми впливу на партнера по комунікації, так і лінгвістичні засоби самої реалізації спілкування, які найбільш ефективно сприяють досягненню запланованого прагматичного результату. Виходячи з вищесказаного, можна дійти висновку, що культура іншомовного ділового спілкування складається з сукупності лінгвістичної, комунікативної і риторичної компетенцій, а її основним чинником є ефективність.



Що ж може слугувати критеріями ефективності іншомовного ділового спілкування? Ми розділяємо думку одного з провідних фахівців у цій галузі Н.Брігера про те, що ними можуть бути вплив від подачі інформації (impact of delivery), різноманітність способів подачі інформації (variety of media), виразність комунікації (conciseness of communication). Основним при цьому виступає саме перший компонент. Ефективність, що є стилістичною рисою спілкування, проявляється як в змістові інформації, так і в способах її подачі (Brieger 1997: 41).

Елементами ефективного спілкування можуть виступати такі риси поведінки, як використання жестів, зоровий контакт, вокальна різнобарвність, вміння поводитися з “важкою” аудиторією, використання наочності і т.ін. Вони сприяють виробленню індивідуального стилю, що знаходиться за рамками використання іноземної мови, проте, посилює вплив від подачі інформації під час реалізації професійних комунікативних навичок – презентацій, переговорів, телефонування і т.ін.

Формування комунікативних вмінь іншомовного ділового спілкування відбувається на основі розроблених в сучасній педагогічній науці його етапів та видів (усного і письмового), що мають свою специфіку.

Якщо усне мовлення характеризується: інтонаційним оформленням, наявністю паралінгвістичної інформації (міміка, жести), певним темпом, автоматизованістю, контактом із співрозмовником, специфічним набором мовленнєвих засобів, лінійністю в часі, то письмова мова є особливим видом мовленнєвої діяльності з точки зору психології, лінгвістики і комунікації. Вона має характерні особливості: специфічний набір мовленнєвих засобів, достатню структурну складність, більшу свідомість в оформленні (оскільки передбачає час для обдумування і оцінку адекватності засобів мовлення), повноту і розгорнутість при відсутності безпосереднього контакту з партнером, інший спосіб актуального членіння, наприклад, порядок слів.

Поетапне навчання комунікативним навичкам іншомовного ділового спілкування вважається за доцільне проводити поетапно, використовуючи

принцип подачі матеріалу блоками зростаючої трудності. На початковому етапі здійснюється формування комунікативних вмінь, що забезпечують комунікативний мінімум людини (орієнтація, країнознавчі реалії), на середньому етапі формуються комунікативні навички для забезпечення ділового мінімуму (вміння вести етикетну ділову розмову, представити себе і свою фірму, поставити проблему і внести пропозиції, тощо). На заключному етапі проходить формування комунікативних вмінь ведення дискусій з ділових питань, засвоєння основної термінології, мовленнєвих кліше і вмінь висловити свою точку зору, провести співставлення.

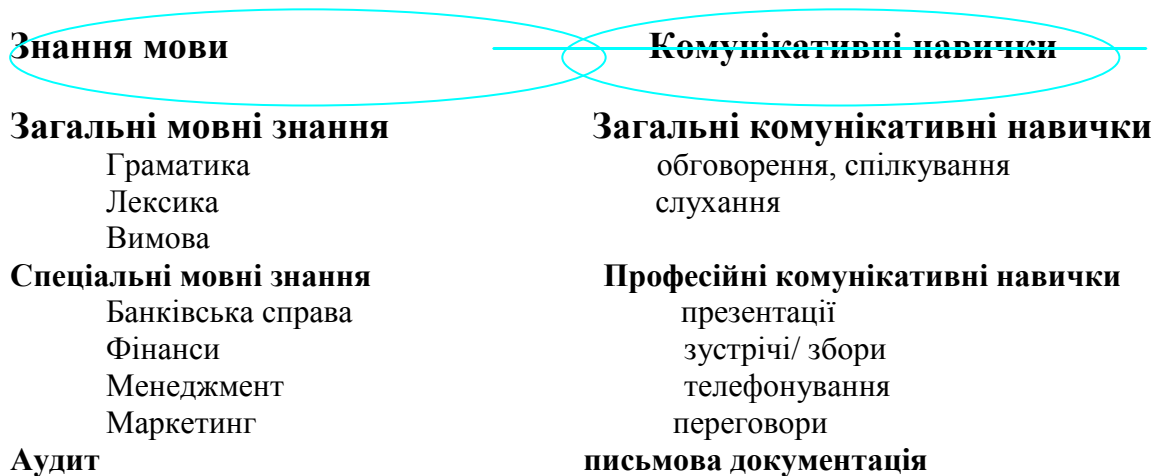
Комунікативні вміння ділової переписки вважається за доцільне починати формувати на другому й третьому етапах навчання іншомовному діловому спілкуванню (у продвинутих групах можна розпочинати і на першому етапі (Деловая переписка 1991: 317)). Цей процес означає знайомство з елементами ділового листа, зразками об'яв, характеристик, автобіографій, заяв, рекламних проспектів і т. д.

Аналіз викладених психолого-педагогічних і методичних концепцій іншомовного ділового спілкування дозволив розкрити сутність даного феномену, його структуру, особливості функціонування та розробити деякі власні підходи до викладання ділової англійської мови і, зокрема, до розвитку та вдосконалення професійних комунікативних навичок у бізнес-орієнтованих студентів.

Програма курсу ділової англійської мови для студентів Української академії банківської справи, що була розроблена за підтримкою York Associates, базується на двох основних блоках: знаннях мови (Language Knowledge) і комунікативних навичках (Communication Skills). Якщо знання мови включають в себе формальні аспекти граматики, лексики та звукової системи, то під час комунікації здійснюється активізація цих знань для передачі інформації через різні канали. Тобто, знання мови відображають те, що ми знаємо про неї, а комунікативні навички – вміння нею користуватися. Обидва ці

блоки слугують могутнім інструментом для досягнення культури ділового спілкування (Див. схему 2).

Ділова англійська



Безперечно, професійні комунікативні навички (див. схему, стор. 2) є основними для професійного спілкування в сфері бізнесу, що слугує вагомою причиною їх вдосконалення як студентами, що вже зайняті в бізнесі, так і тими, хто ще тільки планує свою професійну діяльність.

Викладемо деякі особливості нашого підходу до формування професійних комунікативних навичок на прикладі презентації.

Презентація – це промова, що виголошується для конкретно зорієнтованої аудиторії. Ця характерна риса презентації, незважаючи на невизначеність форми /кількість студентів, тривалість, зміст і т.ін.) є відправним моментом при підготовці до її проведення. Не менш важливим є дійти згоди про складові ефективної презентації. Більшість спеціалістів вважає, що ними є – зміст, структура, спосіб подачі інформації, мова. Доцільно спиратися на ці елементи ще й тому, що вони надають нам чіткий шаблон для аналізу проведених презентацій та їх оцінювання:

Зміст - інформація, що обрав доповідач для своєї промови. Чи правильно він вибрав

- рівень (чи відповідає презентація потребам та інтересам аудиторії?)

- кількість (чи подав доповідач необхідну кількість інформації за відведений час?)
- достовірність (чи є інформація правильною?)

Структура - організація інформації, що була зібрана в повний пакет – презентацію. Чи є ефективною:

- організація презентації (чи має презентація чіткий початок, середину та закінчення?)
- прозорість організації (чи чітко структура презентації дає зрозуміти аудиторії, де є початок, середина та закінчення?)

Спосіб подання інформації – засоби, які використовує доповідач, щоб справити позитивне враження на аудиторію

- голос (чи використовується гучність і темп мовлення достатньою мірою, для втримання інтересу аудиторії?)
- мова тіла (чи виглядає доповідач відкритим, впевненим, зацікавленим і т.ін.?)
- зоровий контакт (чи може доповідач встановити зв'язок з аудиторією?)
- наочність (чи достатньою мірою вона використовується для посилення сприймання інформації?)

Мова - традиційні категорії мовних форм, що є головними інструментами для обміну інформацією. Чи вірно використовується граматики, лексика, вимова.

Після узгодження ефективних елементів презентації, аудиторна робота полягає в проведенні міні-практикумів, під час яких студенти націлюються на вдосконалення презентацій в одній чи декількох вищезгаданих областях. Такий підхід обумовлює і цілі підкурсу “Ефективні презентації”, розробленого викладачами кафедри. Вони включають як розвиток навичок ефективного структурування презентації, вдосконалення засобів її проведення, вивчення відповідної лексики, так і практикування презентацій, аналіз використання наочності та інші. Етапи роботи, що базуються на вищезазначених цілях та

складових, плануються викладачами у відповідності з особливостями групи та індивідуальним стилем, однак, їх загальною рисою є детальне відпрацювання різних елементів презентацій, з наступним конструктивним аналізом результатів.

Досвід нашої роботи свідчить про те, що фокусуючись на чотирьох аспектах ефективної презентації – змістові, структурі, способі подачі інформації, мові, студенти впевнюються в своїх можливостях досягнення бажаного результату від подачі інформації. Зокрема, структура презентації і спосіб її подачі може відчутно покращитися завдяки практичному відпрацюванню в аудиторії та конструктивному аналізу. Загалом, всі студенти можуть досягти прогресу в зазначеній області і завершити курс з чітко вдосконаленими професійними комунікативними навичками.

Література

1. Деловая переписка с иностранными фирмами. (1991). Практ. пособие. Имидж.
2. Пассов Е. И., Кузовлев В. П., Царькова В. Б. (1993). Учитель иностранного языка. Мастерство и личность. М., Просвещение.
3. Фаенова М. О. (1991). Обучение культуре общения на английском языке. М.: Высшая школа.
4. Cowen S. (1996). Teaching and learning: The Organizational Perspective// Business Strategy Rev. – New York.
5. Pray T. F. (1992). Management training: it's all in the game// Personnel administrator. – Wash., Vol. 32. №10. – p. 68–72.
6. Brieger N. (1997) The York Associates Teaching Business English Handbook: York Associates Publications.