

**КУЛЬТУРОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ ТА ПРОЕКТНА МЕТОДИКА
У НАВЧАННІ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ ДЛЯ ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ
(BUSINESS ENGLISH)**

О. Б. Тарнопольський, д-р пед. наук, професор;

М. Р. Кабанова, канд. філол. наук, доцент;

С. Д. Сторожук, ст. викладач

ВНЗ «Університет імені Альфреда Нобеля»,

ул. Січеславська Набережна, 18, м. Дніпро, 49000 Україна

E-mail: otarnopolsky@ukr.net; dsec.apling@duan.edu.ua; storozhuksveta@gmail.com

Стаття присвячена розгляду значущості та складових культурологічного аспекту у навчанні англійської мови для ділового спілкування у немовних вишах України. Визначені вісім компонентів комунікативної компетентності у англомовній діловій комунікації, які повинні бути сформовані у студентів, і показано, що п'ять з них забезпечують культурно-обумовлені параметри мовленнєвого ділового спілкування. Саме ці компоненти є провідними, і вони визначають, які мовні форми обирає комунікант для досягнення власних цілей та намірів у діловій комунікації. Наводяться приклади специфічного впливу на побудову ділового спілкування кожного з окремих п'яти компонентів комунікативної компетентності, що забезпечують відповідність цього спілкування існуючим у конкретному мовному соціумі культурним та соціальним нормам.

Показана роль проектної методики навчання іноземної мови як оптимального засобу формування у студентів культуро-залежних компонентів їх англомовної ділової комунікативної компетентності.

Ключові слова: англомовне ділове спілкування, комунікативна компетентність, культуро-залежні компоненти англомовної ділової комунікативної компетентності, проектна методика.

У статті передбачається розглянути значущість та складові культурологічного аспекту у навчанні англійської мови для ділового спілкування у немовних вишах України.

Мабуть в жодній іншій галузі навчання культурологічним особливостям мовленнєвої комунікації виучуваною іноземною мовою [1] не має такого значення, як у навчанні такої мови для ділового спілкування [2; 3]. Це пов'язано з тим, що в міжкультурних ділових відносинах порушення тих культурних норм ведення ділових переговорів, які прийняті у культурі одного з учасників, іншим учасником – представником іншої культури, де подібні норми відсутні, – нерідко призводить до зриву домовленостей та припиненню ділових контактів зі значними збитками для усіх сторін. Саме тому великі західні компанії мають спеціальні відділи, які займаються організацією та проведенням культурологічних тренінгів для співробітників фірми, яких посилають для ведення ділових переговорів з представниками інших культур.

Нажаль, в українських вишах у навчанні ділової англійської мови (Business English) культурологічним аспектам такого навчання приділяється явно недостатньо уваги і вони ще недостатньо досліджені, що негативно впливає на кінцевий результат навчального процесу з точки зору подальшої роботи випускників у сфері міжнародних ділових відносин. Для виправлення цього положення у першу чергу необхідно визначитися, які складові англомовної комунікативної компетентності (що складає загальну мету навчання англійської мови як загальнонавчальної, так і ділової, і взагалі будь-якої з підмов англомовного професійного спілкування [4; 5; 6]) необхідно формувати у студентів, щоб забезпечити їх культурологічну підготовку до

англомовних ділових відносин. На цій основі можна буде розробити методичні підходи до оптимального розвитку цих компонентів у вишівському процесі мовної підготовки

Мета статті – визначитися з питанням забезпечення культурної відповідності англломовної ділової комунікативної компетентності, що формується у студентів немовних вишів України, які оволодівають економічними спеціальностями, пов'язаними з веденням міжнародного бізнесу. Для досягнення цієї мети варто вирішити такі **завдання**:

- визначити повний склад компонентів англломовної ділової комунікативної компетентності;
- визначити, які з цих компонентів відповідають саме за забезпечення культурної відповідності англломовної ділової комунікації культурним вимогам;
- показати на прикладах конкретний вплив кожного з виділених компонентів на побудову ділового спілкування для забезпечення відповідності цього спілкування існуючим у конкретному мовному соціумі культурним та соціальним нормам;
- виявити та обґрунтувати оптимальну методику формування культурозалежних компонентів англломовної ділової комунікативної компетентності у студентів українських ВНЗ, які вивчають ділову англійську мову для потреб майбутньої професії.

Метод дослідження – зіставний та аналітичний. Проводиться зіставлення та протиставлення культурних та соціальних норм ділового спілкування у різних мовних соціумах та аналіз того, як різниця у цих нормах впливає на розвиток ділової комунікативної компетентності. Також аналізується, як, виходячи з цього, повинна формуватися англломовна ділова комунікативна компетентність у студентів українських немовних вишів.

Наукова новизна – робиться спроба створити теоретичне та практичне підґрунтя для ефективного визначення та навчання культурозалежних складових англломовної ділової комунікативної компетентності.

Об'єкт дослідження – англломовна ділова комунікативна компетентність.

Предмет дослідження – культурозалежні складові цієї компетентності, їх вплив на англломовну ділову комунікацію та шляхи формування цих складових у студентів.

У наших попередніх дослідженнях [7] був сформульований набір складових англломовної ділової комунікативної компетентності. Подальший аналіз змусив дещо розширити цей набір і тепер, на нашу думку, він складається з восьми компонентів, які розглядаються далі.

Першим є лінгвістичний компонент, володіння яким включає володіння не тільки і не тільки мовною системою, скільки навичками та вміннями спілкування засобами мови, перш за все тими, які пов'язані з підмовою ділової комунікації. Звичайно, цей компонент включає розвинуті навички користування усіма граматичними, вимовними та лексичними явищами, що належать до загальноповсякденної мови і необхідні для мовленнєвої комунікації в будь-якій сфері. Але не менш важливим є володіння на рівні навичок мовними формами, особливо лексичними, що притаманні виключно діловому спілкуванню, наприклад, фінансовими термінами, назвами посад у фірмах, рекламною термінологією тощо.

Другим є предметний компонент, володіння яким передбачає добру обізнаність у питаннях, про які йдеться у діловій комунікації. Неможливо спілкуватися, не володіючи предметом спілкування. При цьому комунікація будь-якою мовою вимагає наявності умінь саме цією мовою обговорювати і сприймати усно та письмово предметну інформацію, що стосується конкретної предметної галузі. Тому навчання мови професійного вжитку обов'язково має бути зосередженим на професійному змісті конкретної спеціальності (у нашому випадку, змісті ділової/економічної діяльності людей) [8], що й формує предметний компонент відповідної комунікативної компетентності. Якщо його не сформувати у мовному курсі, студенти

можуть оволодіти лексичними та граматичними навичками, що стосуються до сфери ділового спілкування, але не оволодіють відповідними вміннями комунікації.

Третій компонент може бути названим загальним вербальним лінгвосоціокультурним і він складається з вербальних стереотипів (в усному і письмовому мовленні), опанування яких необхідне для оформлення будь-якої комунікації іноземною мовою згідно з нормами (наприклад, нормами ввічливості), прийнятими в конкретному мовному соціумі, виходячи з культури цього соціуму. З цим компонентом зливається прагматичний компонент, який входить до лінгвосоціокультурного і визначає здатність спілкуватися згідно із соціокультурними нормами залежно від вимог цілей спілкування, його конкретної ситуації та взаємовідносин між комунікантами. Наприклад, в англійському спілкуванні на звичайне побутове питання: “*How are you?*” («*Як справи?*») можлива тільки високо оптимістична відповідь (“*Fine, thank you!*”), а відповідь песимістична або навіть нейтральна, яка цілком припустима в українському спілкуванні, може викликати, хоча і приховану, але негативну реакцію співбесідника. Прикладом прагматичної складової цього компоненту можуть служити абсолютно різні мовні форми, що використовуються у певній мовній спільноті для того, щоб попросити позичити гроші або попросити повернути позичені гроші (різні цілі спілкування).

Четвертим є діловий вербальний лінгвосоціокультурний компонент, який складається з вербальних стереотипів (у діловому усному і письмовому мовленні), опанування яких необхідне для оформлення виключно ділової комунікації виучуваною іноземною мовою згідно з нормами, прийнятими в тому чи іншому мовному і культурному соціумі у стосунках між діловими людьми, які належать до цього соціуму. Характерним прикладом є правило перед початком ділових перемовин декілька хвилин вести те, що називається “*small talk*” – розмову про здоров’я, родину, враження від перебування у місті, де проводяться переговори, тощо. Якщо під час ділових контактів з представниками західних культур такий “*small talk*” займає лише декілька хвилин, у переговорах з представниками східних культур (особливо арабської) він триває значно довше. Іншим прикладом може бути неприйнятність для англійських та деяких інших культур напряму висловлювати незгоду зі співрозмовником, з яким маєш ділові стосунки. Таку незгоду можна висловлювати лише опосередковано, щось на кшталт: “*You are certainly right up to a point, but on the other hand ...*”

П’ятим необхідно назвати загальний невербальний паралінгвосоціокультурний компонент, який складається з невербальних, паралінгвістичних, стереотипів (що супроводжують усне і писемне мовлення – наприклад, жестикуляція, паралінгвістичні норми написання листів тощо), опанування яких необхідне для паралінгвістичного оформлення будь-якої комунікації згідно з паралінгвістичними нормами, прийнятими в мовному соціумі, виходячи з його культури [9]. Наприклад, представники англійських культур ведуть розмову на більшій відстані один від одного ніж представники культур Південної Європи (італійці, греки та інші), вони стоять у черзі на значно більшій відстані один від одного, ніж українці, чоловіки в цих культурах не тиснуть руку один одному, зустрічаючись на роботі кожного дня, як це зазвичай роблять українці, і т.п.

Шостим є діловий невербальний паралінгвосоціокультурний компонент, який складається з невербальних, тобто паралінгвістичних, стереотипів (що супроводжують ділове спілкування), опанування яких необхідне для паралінгвістичного оформлення ділової комунікації згідно з паралінгвістичними нормами, прийнятими в конкретному культурному соціумі у стосунках між діловими людьми. Наприклад, коли американець перед початком ділових переговорів знімає піджак і закручує рукави сорочки, це означає, що, з його точки зору, було достатньо “*small talk*” і час переходити до справи, заради якої учасники перемовин зустрілися. Навпаки, для німця у ситуації ділових переговорів зняти піджак і закатати рукави

сорочки означає дещо прямо протилежне – бажання трошки відпочити від ділового спілкування.

Сьомий компонент був нами названий компонентом "стилю життя", який складається з стереотипів поведінки, володіння якими необхідне для нормального повсякденного життя в конкретному мовному і культурному соціумі, так щоб не порушувати тих норм поведінки і тих норм задоволення повсякденних людських потреб, що існують у цьому соціумі, – найчастіше без усвідомлення цих норм самими членами соціуму [10]. Наприклад, у Сполучених Штатах Америки люди інакше користуються автобусом, інакше роблять покупки в магазинах, інакше розплачуються і дають «на чай» офіціанту в ресторані, ніж в Україні, і українській діловій людині, яка їде у відрядження в Америку, необхідне володіти нормами поведінки для усіх цих випадків, щоб не опинитися у незручній ситуації.

Останнім, восьмим, є психологічний компонент, який складається з вмінь психологічного характеру, опанування яких необхідне для забезпечення успіху загальнолюдських і суто ділових контактів. Сюди відносяться навички та вміння, що пов'язані з оцінкою співбесідників, передбаченням їх реакцій, регулюванням цих реакцій, забезпеченням переконливості власних висловлювань тощо. Цей компонент відносно менше ніж попередні залежить від мови та конкретної іншомовної культури. Але в курсі навчання ділової англійської мови він все одно має бути в полі зору викладача, оскільки немає інших дисциплін, у яких проводилося б навчання саме цьому, дуже важливому, компоненту англійської ділової комунікативної компетенції.

Як видно з аналізу вище, п'ять з наведених восьми компонентів (з третього по сьомий) цілком пов'язані і витікають з культури соціуму і саме від них залежить, які лінгвістичні засоби обиратиме комунікант для здійснення спілкування (обрання цих засобів також залежить від предметного та психологічного компонентів, тобто лінгвістичний компонент є найбільш «підпорядкованим» – найнижчим у ієрархії компонентів англійської ділової комунікативної компетентності). Це підкреслює абсолютну і нагальну необхідність навчання культурно-обумовлених складових цієї компетентності у вищівському курсі ділової англійської мови для досягнення дійсно практично значущих результатів такого навчання.

Головний шлях реалізації навчання цих компонентів у названому курсі вбачається нами у використанні проектно-методики, тобто у виконанні студентами навчальних проектів, сутність яких полягає у зіставленні культурно-обумовлених норм ділового спілкування у різних соціумах – не тільки англійському та українському, але й в інших, у яких випускники українських вишів можуть зіткнутися з необхідністю проводити ділове спілкування англійською мовою. Наприклад, навчальний проект може вимагати виявлення студентами тих культурних норм, яких потрібно дотримуватися українській діловій людині, якщо їй, спілкуючись англійською мовою, прийдеться налагоджувати ділові стосунки з представниками японських ділових кіл. Після виконання подібного проектного завдання (наприклад, через пошук інформації на англійських Інтернет-сайтах) студент або група студентів, які працювали над цим проектом, 5 про його результати. Однією з можливих форм узагальнення та звітування може бути підготовка презентації або семінару (*workshop*) англійською мовою для інших студентів у групі та викладача. Такий підхід до навчання ділової англійської мови дозволить формувати фахівців, культурно підготовлених до ведення ділової комунікації в усьому світі.

Описана вище проектна методика формування культурно-залежних компонентів англійської ділової комунікативної компетенції була реалізована нами в розробленому авторському англійському курсі «*Мовна модель сучасної ділової комунікації*» ("*Language Model of Contemporary Business Communication*"), який викладається студентам спеціальності «Міжнародна економіка» в Університеті імені Альфреда Нобеля у Дніпрі. Центральне місце в цьому курсі займають питання культури ведення міжнародного бізнесу англійською мовою і всі студенти

індивідуально, в парах або малих групах виконують навчальні проекти, що подібні до описаного вище. Багаторічний досвід викладання названого курсу засвідчив високу практичну цінність і результативність розглянутого підходу з точки зору практичного оволодіння студентами культурними нормами міжкультурної англійської ділової комунікації.

Висновки

1. Навчання культурно-обумовленим параметрам мовленнєвого спілкування виучуваною іноземною (англійською) мовою є особливо важливим у викладанні цієї мови для ділового спілкування.

2. Таке навчання зводиться до формування у студентів англійської ділової комунікативної компетентності, яка складається з восьми компонентів: лінгвістичного, предметного, загального вербального лінгвосоціокультурного, ділового вербального лінгвосоціокультурного, загального невербального паралінгвосоціокультурного, ділового невербального паралінгвосоціокультурного, компоненту «стилю життя» та психологічного компоненту.

3. П'ять з цих восьми компонентів (загальний вербальний лінгвосоціокультурний, діловий вербальний лінгвосоціокультурний, загальний невербальний паралінгвосоціокультурний, діловий невербальний паралінгвосоціокультурний та компонент «стилю життя») обумовлені культурою соціуму і від них залежить, які лінгвістичні засоби обиратиме комунікант у діловому спілкуванні. Тому розвиток саме цих компонентів у студентів немовних вишів, які вивчають ділову англійську мову для професійних цілей, набуває дуже великого значення.

4. Найбільш ефективною для реалізації такого навчання є проектна методика, яку доцільно якомога ширше використовувати в процесі розвитку культуро-залежних компонентів англійської ділової комунікативної компетентності тих, хто навчається.

5. Перспективи подальших розробок та досліджень у цьому напрямку полягають в удосконаленні методики інтенсивного розвитку культуро-залежних компонентів англійської ділової комунікативної компетентності студентів вишів, які вивчають ділову англійську мову для майбутньої професійної діяльності.

КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ И ПРОЕКТНАЯ МЕТОДИКА В ОБУЧЕНИИ АНГЛИЙСКОМУ ЯЗЫКУ ДЛЯ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ (BUSINESS ENGLISH)

О. Б. Тарнопольский, д-р пед. наук, профессор;

М. Р. Кабанова, канд. филол. наук, доцент;

С. Д. Сторожук, ст. преподаватель

ВУЗ «Университет имени Альфреда Нобеля»,

ул. Сичевская Набережная, 18, г. Днепр, 49000 Украина

E-mail: otarnopolsky@ukr.net; dsec.apling@duan.edu.ua; storozhuksveta@gmail.com

Статья посвящена рассмотрению значимости и составляющих культурологического аспекта в обучении английскому языку для делового общения в неязыковых вузах Украины. Определены восемь компонентов коммуникативной компетентности в англоязычной деловой коммуникации и показано, что пять из них обеспечивают культурно-обусловленные параметры речевого делового общения. Именно эти компоненты являются ведущими, и они определяют, какие языковые формы выбирает коммуникант для достижения собственных целей и намерений в деловой коммуникации. Приводятся примеры специфического влияния на построение делового общения каждого из отдельных пяти компонентов коммуникативной компетентности, обеспечивающих соответствие этого общения существующим в конкретном языковом социуме культурным и социальным нормам.

Показана роль проектной методики обучения иностранному языку как оптимального средства формирования у студентов культурозависимых компонентов их англоязычной деловой коммуникативной компетентности.

Ключевые слова: *англоязычное деловое общение, коммуникативная компетентность, культурозависимые компоненты англоязычной деловой коммуникативной компетентности, проектная методика.*

CULTURAL ASPECTS AND PROJECT METHOD IN TEACHING BUSINESS ENGLISH

O. Tarnopolsky, doctor of Pedagogical Sciences, Professor;
M. Kabanova, candidate of Philological Sciences, Associate professor;
S. Storozhuk, senior lecturer
Alfred Nobel University,
18, Naberezhna Sicheslavaska St., Dnipro, 49000, Ukraine
E-mail: otarnopolsky@ukr.net; dsec.apling@duan.edu.ua; storozhuksveta@gmail.com

The article is devoted to discussing the significance and the constituent parts of the cultural aspect in teaching English for business communication at non-linguistic higher schools in Ukraine. Eight components of communicative competence in business communication in English are determined, and it is demonstrated that five of them ensure the culture-dependent parameters of verbal business communication. These five components are the leading ones, and it is they that determine what language forms are chosen by communicators to achieve their goals and intentions in business communication. The authors give examples of the specific impact on this communication of every one of the five components of communicative competence that provide for the correspondence of business intercourse to the cultural and social norms existing in a given language community.

The role of project method in foreign language teaching is demonstrated as the optimal means for helping students develop the culture-dependent components of their communicative competence in business communication in English.

Keywords: business communication in English, communicative competence, culture-dependent components of business communicative competence in English, project method.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Byram M. Teaching and assessing intercultural communicative competence / M. Byram. – Clevedon : Multilingual Matters Ltd., 1997. – 124 p.
2. Ellis M. Teaching Business English / M. Ellis, C. Johnson. – Oxford : Oxford University Press, 1994. – 237 p.
3. Frendo E. How to teach Business English / E. Frendo. – Harlow, Essex : Pearson Education Limited, 2005. – 162 p.
4. Загальноєвропейські рекомендації з мовної освіти: вивчення, викладання, оцінювання / наук. ред. українського видання С. Ю. Ніколаєва. – К. : Ленвіт, 2003. – 273 с.
5. Ермакова Л. А. Обучение чтению на английском языке (первый этап неязыкового вуза) : дисс.... канд. пед. наук: спец. 13.00.02: «Методика преподавания иностранных языков» / Л. А. Ермакова. – М., 1988. – 308 с.
6. Paulston C. B. Linguistic and communicative competence: Topics in ESL / C. B. Paulston. – Clevedon : Multilingual Matters Ltd., 1992. – 145 p.
7. Тарнопольский О. Б. Методика обучения английскому языку для делового общения / О. Б. Тарнопольский, С. П. Кожушко. – К. : Ленвіт, 2004. – 192 с.
8. Content-based second language instruction / D. M. Brinton, M. A. Snow, M. B. Wesche. – New York : Newbury House Publishers, 1989. – 241 p.
9. Damen L. Culture learning: The fifth dimension in the language classroom / L. Damen. – Reading (MA) : Addison Wesley Pub., 1987. – 406 p.
10. Тарнопольский О. Б. Lifestyle communicative behavioral patterns in the USA / О. Б. Тарнопольский, Н. К. Склярченко. – 2-е вид., випр. і доп. – Київ : ІНКОС, 2003. – 208 с.

REFERENCES

1. Byram, M. (1997). *Teaching and assessing intercultural communicative competence*. Clevedon, Multilingual Matters Ltd.
2. Ellis, M. & Johnson, C. (1994). *Teaching Business English*. Oxford: Oxford University Press.
3. Frendo, E. (2005). *How to teach Business English*. Harlow, Essex: Pearson Education Limited.
4. Nikolayeva, S. Yu. (Ed.). (2003). *Zagalnoyevropeiski rekomendatsii z movnoi osvity: vyvchennia, vykladannia, otsiniuvannia* [Common European Framework of reference for languages: Learning, teaching and assessment]. Kyiv, Ukraine: Lenvit.
5. Yermakova, L. A. (1988). *Obucheniye chteniyu na angliiskom yazyke (pervyi etap neyazykovogo vuza)* [Teaching reading in English (the first stage of non-linguistic higher school)]. Unpublished candidate dissertation. Moscow, Russia.
6. Paulston, C. B. (1992). *Linguistic and communicative competence: Topics in ESL*. Clevedon: Multilingual Matters Ltd.
7. Tarnopolsky, O. B. & Kozhushko, S. P. (2004). *Metodika obucheniya angliyskomu yazyku dlya delovogo obsheniya* [Methods of teaching English for business communication]. Kyiv, Ukraine: Lenvit.
8. Brinton, D. M., Snow, M. A., & Wesche, M. B. (1989). *Content-based second language instruction*. New York, USA: Newbury House Publishers.
9. Damen, L. (1987). *Culture learning: The fifth dimension in the language classroom*. Reading (Mass): Addison-Wesley Pub.
10. Tarnopolsky O. B. & Sklyarenko, N. K. (2003). *Lifestyle communicative behavioral patterns in the USA* (2nd ed.). Kyiv, Ukraine: INKOS.

Надійшла до редакції 23 червня 2017 р.