

Бычкова Нина Юрьевна

канд. биол. наук, доцент

ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный
экономический университет»

г. Санкт-Петербург

РОЛЬ АКТИВНЫХ МЕТОДОВ ОБУЧЕНИЯ В ФОРМИРОВАНИИ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ ПРИ ИЗУЧЕНИИ ДЕЛОВОГО АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА ПО УЧЕБНИКУ MARKET LEADER

Аннотация: статья представляет собой критическое осмысление опыта работы по учебнику *Market Leader* со студентами экономических специальностей начальных курсов обучения. С одной стороны, в исследовании приводятся преимущества данного учебника при работе с ним в рамках компетентностного подхода к обучению. С другой стороны, статья анализирует сложности, возникающие в работе по данному учебнику, обусловленные особенностями студентов начальных курсов. На основании вышесказанного статья предлагает практические способы преодоления этих сложностей с целью достижения эффективного формирования речевых навыков, необходимых при общении в межкультурной деловой среде.

Ключевые слова: глобализация экономического взаимодействия, глобализация социокультурного взаимодействия, межкультурная коммуникация, социокультурная компетенция, экономические термины, профессионализмы, нормы лингвокультурной общности, сформированность понятийного аппарата, активные методы обучения.

В настоящее время все аспекты социально-экономической жизни общества все больше и больше вовлекаются в процесс глобализации. Образование и наука, наряду с экономикой, являются сферами, наиболее подверженными ее влиянию. Расширение границ экономического и социокультурного взаимодействия диктует необходимость подготовки специалистов, владеющих не только знаниями в профессиональной сфере деятельности, но и умениями вести коммуникацию с

представителями иных культур. Очевидно, что эффективность межкультурной коммуникации достигается не только на основе владения исключительно языковыми навыками устной и письменной речи. Знание особенностей иных культур, в том числе в области норм и стандартов делового общения, является неотъемлемым фактором формирования социокультурной компетенции, лежащей в основе эффективного создания профессиональных партнерских отношений между представителями разных стран. В связи с этим в обучении деловому и экономическому языку особая роль принадлежит использованию англоязычных аутентичных учебных пособий.

В настоящее время во многих экономических вузах преподавание делового английского языка осуществляется на основе британского аутентичного учебного пособия Market Leader (изд. Longman, уровни Intermediate и Upper Intermediate). Общеизвестными являются следующие преимущества данного учебника:

1. Направленность на формирование комплекса языковых навыков на основе большого разнообразия форм интерактивной работы. Данный фактор является основным в решении учебных задач, связанных с развитием культуры устной и письменной речи.

2. Наличие большого количества современных экономических терминов и профессионализмов, представленных в текстах в виде устойчивых словосочетаний. Использование данного фактора является важнейшим в учебной стратегии, направленной на расширение арсенала профессиональной лексики и умения ее использовать адекватно литературным нормам изучаемого языка.

3. Информативность материала, основанная на достоверных фактах из современной производственной практики известных компаний, учитывающая широкий диапазон межкультурных аспектов их взаимодействия на мировом экономическом рынке (в т.ч. экономического, социального, нравственно-этического, экологического и др.). Данный фактор способствует формированию умения профессиональной интерпретации сведений о культурологических аспектах и развития критического мышления на основе их сравнения.

4. Наличие сведений историко-страноведческого характера, связанных с особенностями отдельных стран, регионов и социальных групп. Данный фактор важен для развития познавательных способностей студентов, формирования интереса к используемому в обучении материалу и мотивации к изучению иностранного языка в целом.

5. Ориентированность на обучение речевому взаимодействию с представителями различных культур посредством выполнения коммуникативных заданий на основе предварительного изучения норм той или иной лингвокультурной общности. Данный фактор способствует выполнению всего вышперечисленного комплекса задач, а также воспитательной функции, т.к. помогает студентам осознать свою собственную позицию в рамках родной культуры и выработать такие важные качества при взаимодействии с иными культурами как коммуникабельность, толерантность, умение слушать собеседника, способность к сотрудничеству и взаимопомощь.

Итак, обучение деловому английскому языку по учебнику М.Л. является эффективным инструментом формирования не только речевых навыков, но и всесторонней подготовки студентов к участию в межкультурной коммуникации в профессиональной сфере.

Однако достижение эффективности обучения зависит от важного фактора, а именно – учета наличия или отсутствия у обучающихся профессионального опыта в сфере экономики и бизнеса. В отличие от специалистов, обладающих профессиональными знаниями и опытом общения в деловой среде, студенты, в особенности начальных курсов обучения, испытывают объективные затруднения при переходе от школьных учебников разговорного английского языка к аутентичному профессиональному учебнику Market Leader. Данное явление связано с наличием ряда особенностей студентов начальных курсов:

1. Отсутствие профессионального опыта. Данное обстоятельство обуславливает отсутствие сформированного понятийного аппарата, что неизбежно вызывает трудности в понимании значения многих терминов и профессионализмов.

2. Сложность восприятия содержательной стороны текстового материала, принадлежащего к новой для студентов области знаний и реализующей индивидуальный опыт его авторов. Данная трудность испытывается студентами при анализе внутренних логических смысловых связей иноязычных текстов, систематизации и обобщении информации отдельных разделов тематических модулей.

3. Преобладание эмоционально-интуитивного восприятия вещей над рациональным и недостаточное умение мыслить абстрактно. Данное условие зачастую препятствует успешной выработке умозаключений по обсуждаемым профессиональным темам.

4. Придание повышенного значения образу преподавателя и создаваемой им на занятии атмосферы.

5. Наличие устойчивых стереотипов работы с иноязычным материалом, во многом основанных на школьной практике ограничения речевой деятельности пересказами текстов или механическим заучиванием готовых диалогов. Наличие подобных стереотипов существенно снижает эффективность выполнения коммуникативных заданий, тормозя творческий процесс, являющийся необходимым условием реализации коммуникативных целей в рамках учебных заданий.

6. Недостаточность мотивации к изучению иностранного языка, связанная с отсутствием практико-ориентированных целей обучения, таких как нахождение зарубежных партнеров по бизнесу, приобретение способности участвовать в переговорах или умения вести переписку на иностранном языке.

Таким образом, на начальных этапах обучения деловому английскому языку по учебнику Market Leader часто возникает противоречие между профессиональной ориентацией аутентичного языкового учебника и неподготовленностью выпускников школ к восприятию профессионально-ориентированного иноязычного материала.

Эффективным способом устранения данного противоречия является адаптация материала учебника, основанная на использовании активных методов обучения и предполагающая наличие нескольких этапов в работе над учебными модулями:

1. Стадия введения темы: включает в себя задания, стимулирующие поисковое мышление студентов. Практически это выражается в активном речевом обмене личностным опытом по данной теме, как в спонтанной форме в виде мозгового штурма, так и с помощью домашних речевых заготовок с использованием иллюстраций, фотографий, рисунков, сообщений в прессе и т. д., отражающих собственные представления студентов об обсуждаемой теме [1]. На данном этапе задачей преподавателя является заинтересовать студентов, продемонстрировав актуальность изучаемой темы и ее живую связь с реальной действительностью.

2. Стадия активного преобразования текстовой информации учебника в более доступные для студентов формы: основана на выборе наиболее оптимальных активных методов обучения с учетом сложности содержательной стороны текстового материала учебника и психологических особенностей студентов [2]. Основной задачей на данном этапе является расширение и тренировка навыков использования лексико-грамматического инструментария делового английского языка и понимание содержательно-смыслового наполнения изучаемых иноязычных текстов. Показателем всестороннего освоения студентами материала является их способность в устной форме представить обобщенную логическую схему тематического модуля и продемонстрировать адекватное использование лексических единиц в развернутом продуцировании как монологической, так и диалогической речи на данную тему.

3. Стадия практической реализации (апробации) полученных навыков и фактических знаний: предполагает выполнение творческих студенческих работ – исследовательских проектов, написания эссе по изучаемой теме, проведение пресс-конференций в рамках темы и другие формы работы, активно встраивающие изученный материал в личностный опыт студента [3]. Выполнение творческих заданий требует затраты психической энергии, личностного переживания

и эмоционального накала; именно в личностном творчестве происходит открытие сущности знаний и постижение их глубинного смысла. Поэтому данный этап является определяющим в ощущении студентами своего успеха в обучении.

Данный подход может считаться универсальным для достижения целого комплекса коммуникативных целей обучения, в том числе и формирования социокультурной компетенции. Язык, являясь неотъемлемым элементом любой культуры, является отражением мировосприятия ее представителей. Деловая культура каждой страны, несомненно, несет в себе черты ее основной культуры. Поэтому весь диапазон модулей, представленных в учебнике, Market Leader, является источником знаний об отношении англоязычной культуры к определенным проблемам и ситуациям, представленным в сфере бизнеса. Сравнение подходов разных культур к решению тех или иных практических вопросов, нахождение общих черт и различий, а также обсуждение и поиск адекватных путей взаимодействия с представителями других национальностей всегда вызывают повышенный интерес у учащихся. Активные методы обучения, представленные в описанном выше комплексе, позволяют студентам глубже и более творчески переосмысливать получаемые ими посредством изучения английского языка знания об особенностях различных деловых культур представленных в настоящее время на глобальном экономическом рынке. Таким образом, учебник делового английского языка, не являясь страноведческим, может при этом быть весьма эффективно использован для формирования у студентов знаний об особенностях англоязычной деловой культуры и навыков их практического использования в деловой коммуникативной среде.

Список литературы

1. David Cotton, David Falvey, Simon Kent. Market Leader. New Edition. Intermediate, Upper Intermediate Business English. – Longman, 2010.
2. Вербицкий А.А. Активное обучение в высшей школе: Контекстный подход: Методическое пособие. – М.: Высшая школа, 1991 – С. 127–130
3. Абрамова Г.А. Деловые игры: теория и организация / Г.А. Абрамова, В.А. Степанович. – Екатеринбург: Деловая книга, 1999. – С. 30–106.

4. Мынбаева А.К. Инновационные методы обучения, или как интересно преподавать / А.К. Мынбаева, З.М. Садвакасов. – Алматы, 2007.