

<https://doi.org/10.5281/zenodo.6860483>
УДК 372.881.1

Степина С.Д., Мирюгина Н.А.

Степина Светлана Дмитриевна, старший преподаватель, Югорский государственный университет, г. Ханты-Мансийск. E-mail: Sstepina22@gmail.com.

Мирюгина Наталия Анатольевна, старший преподаватель, Югорский государственный университет, г. Ханты-Мансийск. E-mail: natalia19782002@mail.ru.

Из опыта работы с учебным пособием Market Leader в обучении английскому языку студентов бакалавров Югорского государственного университета с начальным уровнем языковой компетенции (A1 - A2)

Аннотация. В современном обществе на английском языке осуществляется деловая профессиональная коммуникация, которая включает в себя ведение переписки, заключение деловых контрактов, обмен опытом на очных и заочных семинарах, круглых столах, конференциях, совещаниях и т.д. В подготовке будущих специалистов большую роль играют приобретение и развитие навыков общения на иностранном языке, поскольку благодаря этим навыкам будущие специалисты получают возможность общаться в своей области знаний с людьми разных культур и национальностей. Авторами статьи изучен опыт преподавания английского языка у студентов – бакалавров неязыкового профиля подготовки по учебному пособию делового английского языка – Market Leader с реализацией уровневых подходов к обучению с целью формирования у студентов универсальной коммуникативной компетенции. Так же предпринята попытка охарактеризовать основные виды деятельности, предлагаемые авторами учебного пособия, и выявить, с помощью анкетирования студентов виды заданий, вызывающие наибольшие затруднения. Особое внимание уделено возможности использовать данное пособие при уровневом подходе к обучению английскому языку.

Ключевые слова: коммуникативные компетенции, уровневый подход, иностранный язык, английский язык, деловой английский язык, аутентичные материалы, деловая лексика.

Stepina S.D., Miryugina N.A.

Stepina Svetlana Dmitrievna, Senior Lecturer, Yugra State University, Khanty-Mansiysk. E-mail: Sstepina22@gmail.com.

Miryugina Natalia Anatolyevna, Senior lecturer, Yugra State University, Khanty-Mansiysk. E-mail: natalia19782002@mail.ru.

Experience of using business English course Market Leader for teaching English language Yugra state university bachelor students having initial level of linguistic competence (A1 - A2)

Abstract. In modern society business and professional communication is conducted in English, this communication includes doing correspondence, negotiations, contracts execution, sharing experience at live and distant seminars, conferences, meetings etc. Second language communication skills that are obtained and developed by future specialists play a big part whereas they get an opportunity to communicate with people of different cultures and nationalities in their professional field. The authors of the article have done a research on English language teaching experience with students getting bachelor's degree of nonlinguistic edu-

ational program specialization. These students were offered to learn business English with Market Leader multi-level business English course with the purpose of training general communicative competence. The authors have made an attempt to give characteristic to principal activities that had been offered by the authors of the study course as well as to become aware of activities presenting greater difficulties for students. Special attention is given to a possibility to use the above mentioned business English course in respect of the level approach for English language studying.

Key words: communicative competence, level approach, foreign language, English language, business English, authentic resource material, business vocabulary.

Большое значение в системе высшего профессионального образования приобрело формирование у студентов универсальных компетенций. Эти компетенции введены в Федеральном государственном образовательном стандарте нового поколения (ФГОС 3++), они едины для всех специальностей и направлений и важны как в жизни, так и в профессиональной деятельности каждого человека вне зависимости от профессии [3]. Уровень развития универсальных компетенций напрямую оказывает влияние на качество получаемого высшего образования, они служат базой для приобретения общепрофессиональных и профессиональных компетенций. В настоящее время иностранный язык реально востребован в профессиональной деятельности человека, являясь как целью, так и средством решения многих профессиональных задач. Поскольку универсальная компетенция в рамках изучения иностранного языка сформулирована следующим образом: «Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(их) языке(ах)», студентам-бакалаврам Югорского государственного университета при изучении данной дисциплины предлагается сформировать и развить навыки письменного и устного делового общения на иностранном языке, работая по аутентичному учебному пособию Market Leader (3d edition Pearson Education Limited). Данное пособие востребовано во многих вузах и, несомненно, обладает общепризнанными преимуществами, однако, исследуя данный вопрос, мы увидели, что оно применяется главным образом для студентов экономических специ-

альностей. Авторы рассматриваемого нами многоуровневого курса делового английского языка отмечают, что курс «... помогает студентам развивать коммуникативные способности необходимые для достижения успеха в деловой сфере, а также расширяет знания студентов в области делового мира», что, по их мнению, поможет более уверенному и свободному владению английским языком и повысит вероятность карьерного роста в будущем [5, с.4].

Еще одним преимуществом учебного пособия Market Leader является то, что оно так же решает вопрос об организации индивидуального подхода к построению учебного процесса, позволяя применять унифицированную модель преподавания в зависимости от уровня уже имеющейся у студентов языковой компетенции. Ежегодно в Югорский Государственный университет поступают абитуриенты, обладающие разным уровнем подготовки по иностранным языкам, что очень усложняет унифицированное (единообразное) преподавание дисциплины «Иностранный язык» (английский). Использование учебного пособия Market Leader дало возможность реализации уровневого подхода к обучению иностранному языку (английскому) с выделением, в результате входного тестирования, уровней: Elementary-A1, Pre-Intermediate - A2, Intermediate - B1 (в соответствии со шкалой CEFR).

Общеввропейские компетенции владения иностранным языком (CEFR) – признанный во всём мире стандарт для описания уровней владения иностранным языком. Методическая категория *уровни владения языком* подробно описана в зарубежной методической литературе. Данная категория напрямую связана с категорией

компетенция. Так, С.Л. Мишланова в своей статье, посвященной формированию иноязычной коммуникативной компетенции, акцентирует внимание на том, что «термин *уровни владения языком* определяется через термин *степень сформированности компетенций*» [2].

Достаточно велико количество студентов, которые в силу различных причин слабо владеют языковыми компетенциями. Среди студентов, поступивших в Югорский государственный университет в 2021 году, после прохождения обязательного входного тестирования по иностранному языку выявилось, что 158 человек (приблизительно 22% от общего числа первокурсников) продемонстрировали начальный уровень языковой подготовки и были определены в группы уровня элементарного владения иностранным языком (английским). Обладая слабыми знаниями английского языка, данные студенты, получили возможность изучать основы делового общения для формирования вышеуказанной универсальной компетенции.

В настоящее время каждый человек значительную часть своей жизни посвящает совместной деятельности, деловому общению. И вопросы, связанные с такими отношениями, всегда вызывают особый интерес. Например, как правильно представить своим партнерам либо клиентам себя (свою компанию, тему своей презентации), какие существуют выражения (*useful language*), соблюдение которых является обязательным условием деловой этики (*starting your aim, introducing new information, getting agreement*).

В основу учебного пособия Market Leader легли аутентичные текстовые, аудио- и видеоматериалы для прослушивания (просматривания) по 12 тематическим блокам, которые вводят в реалистичные бизнес-ситуации и проблемы, а также коммуникационные мероприятия, основанные на них – групповые обсуждения, моделирование и письмо – служат для повышения аутентичности учебного материала. Аутентичные тексты для чтения и прослушивания мотивируют студентов и

погружают в реальный мир бизнеса, расширяя знания студентов о деловой практике и концепциях.

Материалы для чтения в пособии представлены в форме интересных и актуальных текстов из англоязычных источников, например, из «The Financial Times» и других деловых источников. Что позволяет студентам развивать навыки чтения и приобретать необходимую деловую лексику для языковой работы и обсуждения прочитанного позже в аудиторной работе.

Все тексты пособия аутентичны, актуальны, написаны живым современным языком и насыщены лингвострановедческой информацией и снабжены иллюстрациями, которые придают информации наглядность. В области обучения чтению студентам предоставляется возможность понимать и осмысливать содержание текстов в контексте делового общения, расширять диапазон тем и обсуждать их с разных точек зрения. Авторами учебного пособия выбраны реальные лица, например, ведущие специалисты компаний, которые давно зарекомендовали себя на рынке и знакомы студентам. Например, Евгений Касперский – генеральный директор "Лаборатории Касперского", российской компании по разработке программного обеспечения безопасности, или же Стив Джобс – американский предприниматель, изобретатель и промышленный дизайнер, один из основателей, и глава корпорации Apple. и т.д.

Все тематические тексты для прослушивания основаны на интервью с реальными бизнесменами и экспертами в своей области, что позволяет развивать студентам навыки аудирования, учит их прогнозировать, прослушивать конкретную информацию и, возможно, вести заметки. Ряд аудиоматериалов знакомит студентов с акцентами неродного английского языка, которые им может быть трудно понять в общении, но которые помогут им обрести уверенность в собственной речи.

Один из принципов учебного пособия Market Leader заключается в том, что студенты должны иметь дело с таким ко-

личеством аутентичного контента, каким уровнем языковой подготовки они владеют. Все предложенные интервью знакомят студентов с подлинными примерами естественной речи и предоставляют студентам возможность получить экспертную точку зрения на новейшую деловую практику с помощью английского языка. Студенты могут использовать их для развития своих собственных навыков общения в типичных деловых ситуациях.

Студентам представляется возможность совершенствовать умения общаться в специально создаваемых аутентичных ситуациях *социально-бытовой, трудовой и социально-культурной сферах общения*, которые являются актуальными не только для экономических специальностей, но и для всех студентов независимо от направления подготовки. В качестве примера приведем следующие универсальные на наш взгляд ситуации общения: *Introducing yourself and others; Participating in discussions; Negotiating: dealing with conflict, Telephoning: solving problems* и многие другие. В диалогической и монологической речи студенты решают различные коммуникативные задачи, учатся высказывать мнение, повествовать и рассуждать на предложенные темы.

В каждой теме пособия Market Leader даны аудиотексты, содержание которых связано с темой раздела. Целью прослушивания аутентичных текстов является выделение основной мысли в воспринимаемом на слух тексте, выбор главных факторов, соотношение полученной информации со своим опытом и использование её в речевой и неречевой деятельности.

В пособии грамматика раскрывается в контексте деловой профессиональной деятельности и предназначена для изучающих английский язык, которые обладают базовыми грамматическими знаниями и хотят систематически расширять свою выразительность. Функциональный принцип и обучение грамматике в коммуникативно-значимом контексте диктуются, как известно, современными подходами к преподаванию иностранных языков. Следует об-

ращать внимание на интегративный характер живого человеческого языка, связь разных видов речевой деятельности, а также не забывать о том, что языковые навыки являются основой речевых умений и должны формироваться в неразрывном единстве.

Для формирования *грамматических навыков* все задания по грамматике вводятся непосредственно после введения нового теоретического материала (Language focus), после этого происходит отработка каждого языкового средства с тематическими и ситуативно встроенными упражнениями, чтобы учащиеся активно применяли грамматические конструкции в типичных контекстах и могли анализировать грамматические явления в связном тексте.

Под *грамматическими навыками* понимается автоматизированный компонент сознательно выполняемой речевой деятельности, обеспечивающий правильное (безошибочное) употребление грамматической формы в речи. Владение грамматическим навыком означает способность производить речевое действие по выбору модели, адекватной речевой задаче в конкретной ситуации общения, и осуществлять правильное оформление речевой единицы с соблюдением норм языка, а так же является одним из условий выполнения речевой деятельности. В состав грамматического навыка входят: морфологические, синтаксические, графические и орфографические навыки. Основными качествами грамматического навыка следует считать автоматизм, безошибочность выполнения, сознательность, низкий уровень напряженности выполнения действия. [1]

Среди 210 студентов – бакалавров 1 курса Югорского государственного университета, обучающихся по описанной модели, был проведен пробный опрос на тему работы с учебным пособием Market Leader.

Следует отметить, что 80 % опрошенных – это студенты, изучающие иностранный язык на уровне выживания (Elementary – A1). Среди них – студенты разных направлений бакалавриата, а именно:

Юриспруденция, Управление персоналом, Туризм, Нефтегазовое дело, Социальная работа, Психология и педагогика, Экономическая безопасность, Физическая культура и спорт. Чтобы определить основные трудности студентов Югорского государственного университета, связанные с изучением английского языка на материалах указанного нами пособия, мы использовали метод интервьюирования, реализованный в форме устных бесед со студентами первого курса разных специальностей. В результате этих бесед были выявлены основные трудности в овладении студентами требуемой коммуникативной компетенцией: 1) затруднения, вызванные переходом от школьного учебника английского языка к аутентичному профессиональному пособию Market Leader 2) затруднения в выполнении некоторых лексических заданий из-за отсутствия профессионального опыта 3) виды аудиторных заданий вызвавшие наибольшие затруднения. Так же при составлении вопросов анкеты учитывались методические рекомендации по работе с учебным пособием Market Leader Тимохиной О.Б., которая так же описывает особенности использования учебного пособия, на которые следует обратить внимание. Среди этих особенностей выделяются – количество терминологии, грамматических упражнений направленных на отработку грамматического навыка, аутентичность учебника. [4].

На основе полученных данных был составлен опросник, с помощью которого проведено анкетирование, направленное на получение оценки и мнения студента на изучение делового английского языка. Очное групповое анкетирование проводилось со студентами на аудиторных занятиях. Вопросы открытого и полужакрытого типа были представлены студентам на раздаточных листах.

Полученные данные были обработаны и проанализированы нами. Анализ отзывов студентов показал их заинтересованное отношение к изучению курса иностранного языка для делового общения. Всего 3% опрошенных сообщили, что дан-

ный курс не вызвал у них интереса, и они не хотели бы продолжать изучение иностранного языка по учебному пособию Market Leader на следующем уровне.

Полноценное освоение обучающимися специальной лексики используемой в различных ситуациях деловой коммуникации является одной из основных задач, стоящих перед студентами. 85 % отметили, что не испытывали затруднения при переходе от школьных учебников английского языка к аутентичному профессиональному учебному пособию Market Leader. Однако 40% отметили, что отсутствие профессионального опыта у вчерашних школьников затрудняет осмысление и выполнение некоторых поставленных авторами пособия коммуникативных задач.

На рисунке 1 – представлено сравнение оценки студентами видов деятельности вызвавших при работе с ними наибольший интерес и наибольшие затруднения на занятиях по английскому языку.

Порядка 50 % студентов ответили, что наиболее интересными для себя они считают следующие виды деятельности: чтение аутентичных текстов и задания на развитие устной и письменной речи. Задания на прослушивание аутентичных текстов наоборот, вызвали у студентов наибольшие затруднения (отметили более 80 % опрошенных). Возникшие трудности при прослушивании текстов студенты объясняют наличием новой для них профессиональной лексики, разнообразием акцентов как родного, так и неродного английского языка. Основываясь на опыте работы со студентами, мы видим, что, сталкиваясь с незнакомой лексикой в аудиотексте, не все студенты способны эффективно продолжить процесс слушания. Тем не менее, регулярное прослушивание аутентичных материалов способствует повышению уровня восприятия и понимания текста. Здесь мы можем отметить и несколько положительных моментов. Во-первых, все аудиотексты в учебном пособии вводятся после работы над новым лексическим материалом, что способствует дальнейшему более эф-

фективному восприятию и пониманию речи. То есть, более тщательная предварительная проработка новой лексики поможет студентам преодолеть трудности при прослушивании аудиотекста. Во-вторых, авторами учебного пособия приняты во

внимание как факторы экстралингвистического, так и лингвистического характера, поэтому можно утверждать, что тексты подобраны в соответствии с уровнем языковой компетенции.

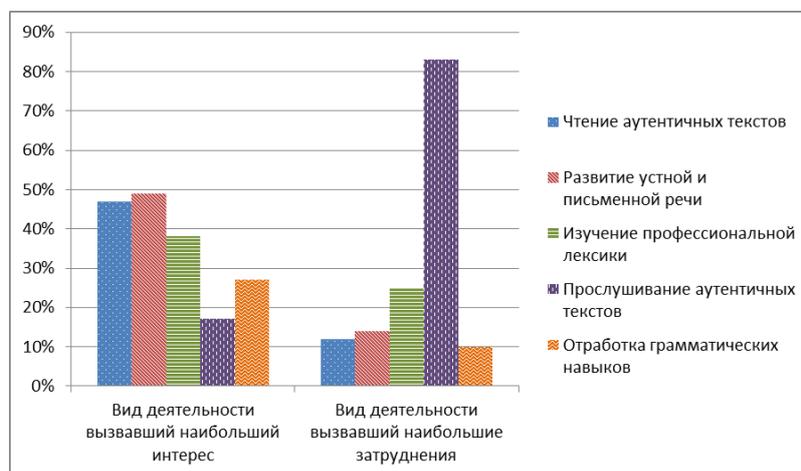


Рис. 1 Основные виды деятельности в аудиторной работе.

Итак, учебное пособие Market Leader гармонично сочетает теоретические знания в контексте деловой профессиональной деятельности, что позволяет полноценно отрабатывать фонетические, лексические и грамматические навыки речи, необходимые в различных типичных ситуациях, таких как деловые переговоры, презентация, телефонный разговор, установление деловых связей, и т.п.

Материалы учебника имеют большое преимущество в том, что они удовлетво-

ряют широкий спектр потребностей студентов, включая различные области интересов и специализации, различные потребности в навыках и различное количество времени, доступного для изучения.

Авторами выявлено в целом позитивное отношение студентов неязыкового профиля всех направлений подготовки Югорского государственного университета к изучению делового английского языка.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Азимов Э.Г., Щукин А.Н. Новый словарь методических терминов и понятий (теория и практика обучения языкам). М.: Издательство ИКАР, 2009. 448с
2. Мишланова С.Л., Заседателева М.Г. Формирование иноязычной коммуникативной компетенции при системно-деятельностном подходе. URL: <https://kopilkaurokov.ru/nemeckiy/prochee/formirovaniieinoiazynoikommunikativnoikompietentsiiobuchaiushchikhsiachieriezsistiemnodieiatielnostnyipodkhod> (дата обращения 25.04.2022).
3. Портал федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования. URL: <https://fgosvo.ru/fgosvo/index/24> (дата обращения 23.04.2022)
4. Тимохина О.Б. Методические рекомендации по работе с учебником "market leader upper-intermediate" // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2013. № 12-2. С. 291-293.
5. Cotton D., Falvey D., Kent S. Market leader: Business English Course Book: Elementary. 3rd edition. [S. l.]: Pearson ELT, 2012. 176 p.

REFERENCES (TRANSLITERATED)

1. Azimov Je.G., Shhukin A.N. Novyj slovar' metodicheskikh terminov i ponjatij (teorija i praktika obuchenija jazykam). M.: Izdatel'stvo IKAR, 2009. 448с
2. Mishlanova S.L., Zasedateleva M.G. Formirovanie inojazychnoj kommunikativnoj kompetencii pri sistemno-dejatel'nostnom podhode. URL: <https://kopilkaurokov.ru/nemeckiy/prochee/formirovaniieinoiazzychnoikommunikativnoikompetientsiiobuchaiushchikhsiachieriezsistiemnodieiatielnostnyipodkhod> (data obrashhenija 25.04.2022).
3. Portal federal'nyh gosudarstvennyh obrazovatel'nyh standartov vysshego obrazovanija. URL: <https://fgosvo.ru/fgosvo/index/24> (data obrashhenija 23.04.2022)
4. Timohina O.B. Metodicheskie rekomendacii po rabote s uchebnikom "market leader upper-intermediate" // Aktual'nye problemy gumanitarnyh i estestvennyh nauk. 2013. № 12-2. S. 291-293.
5. Cotton D., Falvey D., Kent S. Market leader: Business English Course Book: Elementary. 3rd edition. [S. l.]: Pearson ELT, 2012. 176 p.

Поступила в редакцию 08.06.2022.
Принята к публикации 12.06.2022.

Для цитирования:

Степина С.Д., Мирюгина Н.А. Из опыта работы с учебным пособием Market Leader в обучении английскому языку студентов бакалавров Югорского государственного университета с начальным уровнем языковой компетенции (A1 - A2) // Гуманитарный научный вестник. 2022. №6. С. 63-69. URL: <http://naukavestnik.ru/doc/2022/06/Stepina.pdf>