

Сегодняшний выпускник, намеревающийся в дальнейшем работать в сфере международных отношений, должен в совершенстве анализировать и оценивать политические и экономические процессы, происходящие в современном мире. Он также должен в совершенстве владеть программным обеспечением, современными коммуникационными технологиями и навыками эффективной презентации.

Для содействия достижению вышеуказанной цели в рамках курса устной практики целесообразным могло бы стать обсуждение новостного материала на изучаемом языке. В ходе самостоятельного просмотра или чтения новостного сообщения студент составляет глоссарий, тренирует переводческие навыки, обменивается с одноклассниками информацией на иностранном языке, тренирует навыки аудирования (чтения), погружается в языковую среду носителей языка.

Также во время совместного непродолжительного новостного эпизода, организованного преподавателем, студентам может быть предложено поочередное восстановление цепочки описанных событий, основное внимание при этом следует уделять недопущению смысловых потерь, соблюдению грамматических правил, правильности выбора лексики и правильности передачи цифровой информации (года, даты, денежные суммы и т. д.). Данный метод может быть задействован при обучении студентов с экономическим профилем и будущих переводчиков. В рамках обсуждаемых проблем в том или ином сообщении, можно также организовать дебаты, в которых студенты смогут совместно отстаивать ту или иную точку зрения. Таким образом, процесс преподавания будет также способствовать развитию навыков командной работы, востребованных на сегодняшнем рынке труда.

В ходе преподавания английского языка на специальностях экономического профиля наряду с материалом, представленном в пособиях, студенты также должны получать дополнительные навыки с учетом текущих экономических условий. Ключевую роль здесь может сыграть обсуждение актуальных проблем современного бизнеса, анализ бизнес-литературы и статей из ряда ведущих экономических журналов: *Harvard Business Review*, *Forbes*, *The Economist*. Выпуск последнего еженедельного издания сопровождается аудио версией, которую можно задействовать при преподавании перевода или же при преподавании английского языка на специальностях экономического профиля.

Наряду с преподавателем студенты также должны стать активными инициаторами и участниками разработки тематических проектов, посвященных актуальным темам в соответствии с профилями обучения. Непосредственно в ходе работы над проектом студенты прорабатывают огромный объем информации, в то время как основной их задачей является отбор качественного материала в соответствии с тематикой. В современном мире, перенасыщенном информацией, данный навык является ключевым. Работая над проектом, который должен быть представлен в кратчайший период, студенты также совершенствуют навыки управления собственным временем (*time management skills*), что в дальнейшем поможет им эффективно планировать рабочий день.

Работу над индивидуальным проектом можно также сопоставить с направлением исследовательской деятельности. Таким образом, процесс сбора материала для целей проекта можно сравнить с будущим этапом подготовки студента к работе над курсовым проектом, в то время как презентация проекта может быть сопоставлена с этапом его защиты.

О НЕКОТОРЫХ АСПЕКТАХ ДЕЛОВОЙ ПЕРЕПИСКИ

Костёрова Н. А., старший преподаватель, Маркина Л. В., доцент, Чернецкая Н. И., старший преподаватель

Письмо, одна из четырех компетенций при изучении иностранного языка, несомненно, представляет наибольшую сложность для студентов. В образовательном процессе большее внимание традиционно уделяется чтению и говорению, несколько меньшее — аудированию, а письмом в неязыковых вузах занимаются «по остаточному принципу». Однако реалии современного мира диктуют необходимость хороших навыков письма на английском языке и уже на первом рабочем месте вчерашним студентам могут потребоваться базовые знания о деловой переписке и соответствующие умения. Существуют несложные и достаточно внятные правила для того, чтобы овладеть такими, базовыми, знаниями и навыками.

Самый первый этап при работе над любым видом бизнес корреспонденции — определение его содержания. Необходимо обязательно оценить количество информации, которое требуется сообщить адресату. Если составляется письмо с просьбой сообщить какую-то информацию, то нужно обязательно четко и точно сформулировать вопросы, чтобы адресат знал, что вам ответить. Если, наоборот, сообщается запрашиваемая информация, то всегда нужно оценивать, насколько она точна, лаконична и доступна пониманию адресата.

Когда составляется сообщение на какую-нибудь профессиональную тему, то для специалиста всегда существует искушение «перегрузить» его избыточной информацией и сообщить множество деталей и подробностей, которые неспециалисту скорее всего не потребуются и только затруднят понимание.

Письмо как компетенция отличается от устной коммуникации тем, что понимание слушателя легко определяется в процессе говорения, так как в речевом общении присутствует эффект обратной связи. Если сообщение составляется в письменной форме, обратная связь работает опосредованно и с самого начала нужно ставить задачу быть понятным. Поэтому необходимо тщательно планировать, потом редактировать написанное и только потом записывать окончательный вариант.

Понимание, однако, зависит не только от правильно составленного содержания, но и от того, каким языком это сообщение написано.

В английском языке появилось выражение «*silo effect*», которое используется для того, чтобы описать невозможность коммуникации между бизнес сообществами. А «*silo*» — это силосное зернохранилище без окон, и люди, работающие в одном из таких «зернохранилищ», не могут видеть, что делается в других. Работающие в каждом из них говорят на одном языке и хорошо понимают друг друга. Часто даже появляется свой профессиональный языковой код. Вот несколько примеров из офисного языка специалистов в области маркетинга.

1. Акронимы : a) *WAH* — *Working at Home*; b) *MSRP* — *Manufacturer's Suggested Retail Price*

2. Сокращения: a) *ch.ppd.* — *charges prepaid*; b) *biz.dev.* — *business development*; c) *EOD* — *End of Day*; d) *EOB* — *End of Business*

Однако, когда специалистам в области маркетинга приходится общаться с коллегами из других профессиональных областей, они не всегда помнят о необходимости отредактировать язык своего сообщения и, как следствие, для сотрудников других компаний оно становится нечитаемым или требует специальной расшифровки

В результате в английском языке появился термин «*gobbledygook*», который применяется для описания текста с многочисленным употреблением узкопрофессионального языка или чрезвычайно сложных выражений, которые без необходимости делают текст невозможным для быстрого понимания.

Для того чтобы избежать подобной ошибки необходимо.

1. Предварительно оценить, что адресату уже известно о предмете, обсуждаемом в сообщении

2. Оценить уровень профессиональной компетентности адресата

3. Работая над сообщением, быть конкретным, четким и приводить примеры

4. Отредактировать написанное сообщение, чтобы сделать его доступным пониманию адресата

Необходимо помнить, что далеко не все культуры одинаково оценивают простоту и доступность сообщений. В некоторых контекстах вышеупомянутые качества могут рассматриваться как недостаток профессионализма и детального понимания предмета. Простой язык сообщения может восприниматься как недостаток компетентности. Поэтому нужно поддерживать необходимый баланс и принимать к сведению, к какой культуре принадлежит адресат. Простота и доступность сообщения, высоко ценимые в англоязычных культурах, в других культурах могут восприниматься как упрощение обсуждаемой проблемы.

Еще одна проблема, которую нужно решить, работая над бизнес корреспонденцией, — выбор правильного тона для каждого отдельного сообщения. Правильный тон для письменного высказывания не менее важен, чем для устного речевого высказывания. И для одного, и для другого, в первую очередь, важен выбор слов и выражений, т. е. лексика высказывания. Однако, как интонация в устном высказывании, так и длина, и структура, используемых в письме предложений, т. е. его грамматика, определяют очень многое.

Простые предложения в деловом письме не трудны для понимания, но текст, составленный исключительно из таких предложений лишен плавности, необходимой для быстрого чтения. Что касается тона, то подобное письмо может восприниматься как прямое и откровенное, но с другой стороны может указывать на недостаток владения английским языком.

Сложносочиненное, состоящее из двух равноправных простых, предложение также не представляет сложности для понимания. Однако тон подобных предложений лишен определенности и точности. Вся информация представлена на одном уровне: каждое предложение — главное.

Сложносочиненное предложение, перегруженное придаточными, может стать сложным для понимания. Однако если поддерживается нужный баланс, можно изложить сразу несколько мыслей, логически объединив их в одну структуру. Что касается тона, то данная грамматическая структура подчеркнет серьезное отношение к обсуждаемой проблеме и профессионализм пишущего.

Таким образом, при работе над деловой корреспонденцией необходимо в первую очередь определить профессиональный уровень и объем сообщаемой информации, а затем, определив содержание, найти нужный тон для данного сообщения, который зависит не только от выбираемой лексики, но и от длины и структуры используемых предложений. И в зависимости от содержания, необходимый эффект может быть достигнут комбинацией разнообразных: простых, сложносочиненных и сложноподчиненных структур.

АЛЬТЕРНАТИВНЫЙ ПОДХОД К ЧТЕНИЮ ЛЕКЦИЙ

Курачек О. Ф., старший преподаватель

Система высшего образования сегодня подвергается критике. Она призывает профессорско-преподавательский состав уделять больше внимания таким процессам как донесение информации и усвоение этой информации студентом. Эффективным решением здесь может являться увеличение количества факультативных часов, активное вовлечение студентов в процесс обучения, развитие потенциала студентов путем умело подобранных заданий для самостоятельной работы. Не последней в списке этих решений является лекция.

Начиная со Средних веков лектор в системе высшего образования всегда являлся основным звеном, но в последние годы мы наблюдаем шквал критических предложений сократить объем лекций. Предлагают заменить лекции обсуждениями, дискуссиями и другими видами интерактивной работы со студентами. И правда, уже через 15—20 минут после начала лекция теряет свою эффективность в силу снижения концентрации внимания студента на получении информации. Еще 100 лет назад Генри Адамс говорил, что студенты считают лекции скучными и бесполезными.

Лекция существует и сегодня, несмотря на критику. И действительно, присутствие на лекции, разработанной и проводимой профессионалом, является прекрасным опытом. Такая лекция расширяет кругозор и воображение студента, дает ощущение личного отношения к излагаемому самому лектора. При проведении лекции подобного рода ее цели должны быть четко сформулированы и записаны на доске. Должен быть представлен план тем, которые будут освещены в ходе лекции. Все темы необходимо проиллюстрировать примерами. Студенты при этом должны получать задания для закрепления материала. Лекторам необходимо учитывать уровень и способности аудитории и, принимая это во внимание, изменять объем читаемой информации в рамках курса или даже одной лекции, а также объяснять ее на доступном для восприятия уровне.

Выбор способа подачи материала имеет решающее значение. Вводя новую тему, преподаватель может либо прочитать традиционную лекцию, либо представить ее мультимедийно для привлечения интереса студентов к новой теме.

Переходя непосредственно к обсуждению вариантов лекций, следует начать с традиционной формы подачи материала — законченного устного эссе. Цель лекции подобного рода не только в том, чтобы донести информацию, но и показать мастерство преподавателя. Как отметил Дэвид Бегман, устное эссе делает из студентов пассивную аудиторию, в лучшем случае, вовлеченную во внутренний диалог с профессором. Устное эссе, без сомнения, является большим мастерством, но студенты при этом, к сожалению, являются лишь свидетелями, а не участниками процесса.