

*ИЗУЧАЕМ ДЕЛОВОЙ АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК ВЕСЕЛО***Л.В. ЕЩЕНКО**

*Донецкий национальный университет,
83001, Украина, г. Донецк, ул. Университетская, 24;
электронная почта: ylv77@mail.ru*

В статье рассматриваются различные успешные и интересные техники и стратегии, которые могут быть использованы для обучения терминологии студентов со средним уровнем знания языка и введения нового вокабуляра в существующий лексикон студентов. Обобщается опыт преподавания английского языка для специальных целей (ESP). Материал примеров основывается на экономических терминах, используемых в курсе «Деловой иностранный язык».

Ключевые слова: техники обучения, рецептивные задания, продуктивные задания, идентификация, отбор, подбор.

Опытные преподаватели английского языка для специальных целей (ESP) очень хорошо знают, как важен словарный запас. Они знают, что студенты должны выучить тысячи слов, которые используют носители языка. Студенты тоже это знают, но заставить студентов расширить свой словарный запас, изучая новую лексику, - всегда большая проблема. В течение многих лет, к сожалению, программы, которые готовят преподавателей иностранного языка, уделяют мало внимания методам, которые помогают студентам освоить новую терминологию. Но сегодня эта проблема становится более актуальной, так как все больше изучающих иностранный язык осознают, что общение, к которому они стремятся, не может осуществиться, если им не хватает необходимых слов. Преподаватели и учителя никогда не сомневались в ценности обучения лексике и всегда считали ошибочной идею о том, что расширение словарного запаса должно быть отложено до тех пор, пока не освоена грамматика. На самых лучших занятиях не пренебрегают ни грамматикой, ни лексикой. Таким образом, нет конфликта и сложности выбора между улучшением знаний грамматики и изучением самых необходимых слов.

В нашей статье мы хотели бы поделиться некоторыми успешными и интересными методами, которые могут быть использованы для преподавания лексики для студентов со средним уровнем владения языком, так как в

большинстве случаев это и есть уровень наших студентов. Что такое «средний» уровень? В английском, «продвинутый» и «начальный» уровни определить гораздо легче. Продвинутое студенты - это те, которые понимают большую часть того, что они слышат и читают на занятиях по английскому языку, хотя они все еще нуждаются в помощи с материалом, предназначенным для носителей языка. Термин «начальный» касается новичков — на любом этапе. Понятия «продвинутый» и «начальный» уровни такие же разные, как черное и белое, но средний уровень имеет много общего и с первым, и со вторым, что позволяет использовать предложенные в статье методы (с некоторыми вариациями) для обучения лексике студентов других уровней.

Широко известно, что введение новых языковых единиц должно сразу же подкрепляться рядом упражнений и видов деятельности, нацеленных на активное использование новых слов в языковой практике. Мы поддерживаем идею, что “навык мастера ставит”, но считаем, что простое повторение терминов не поможет студентам удержать их в долговременной памяти [1; 2; 3]. После ознакомления с новой информацией (например, новой лексикой) полученные знания должны быть интегрированы в уже существующие, – в существующие сети ассоциаций, или в то, что Скотт Торнбери называет ментальным лексиконом [2]. Чтобы закрепить новые лексические единицы в долговременной памяти и выработать способность их мгновенного воспроизводства, мы должны, прежде всего, заставить их работать и ввести в оперативную память путем различных операций и упражнений, таких как: употребление в и отдельно от контекста, в сравнении, в словосочетаниях, комбинируя, сочетая, сортируя, визуализируя, подкрепляя это постоянным повторением.

В качестве преподавателей делового английского языка нам на каждом занятии приходится вводить различные экономические термины, поэтому мы решили обратить пристальное внимание на различные виды упражнений и заданий, представленные авторами учебников, с которыми мы работаем: “New

Insights into Business” (авторы - Graham Tullis и Tonya Trappe); “Market Leader” Intermediate (авторы - David Cotton, David Falvey, Simon Kent).

Есть много различных типов заданий, которые преподаватель может использовать, чтобы помочь студентам интегрировать новые слова в долговременную память [1; 2; 3].

Такие задания могут быть или рецептивными, когда студент приобретает знания о терминах и их употреблении, но не обязательно их воспроизводит, или продуктивными, в ходе выполнения которых изучающие язык должны использовать новые слова или в устной речи или письменном задании. Конечно, такое разделение является немного размытым, так как рецептивные задания могут стать продуктивным, если мы попросим студентов поделиться своими суждениями. Таким образом, задания, которые помогают студентам формировать навыки употребления новой лексики можно разделить на следующие типы:

- ***Выявление***

Этот тип задания может просто означать поиск слов там, где они могут быть “скрыты”, например, в тексте.

В учебнике “Market Leader” Intermediate, в уроке 11 “Change”, выполняя упражнение “Reading”, студенты должны подчеркнуть слова и фразы из текста, которые ассоциируются с понятием изменений и перемен.

Также к выявлению можно отнести задание, в ходе которого студенты должны расшифровать анаграммы, такие как saouqtu – quotes (квоты), subcaureary – bureaucracy (бюрократия), и т. д. (“New Insights into Business” Workbook, unit 9 “Import Export”, task “Vocabulary”).

Но следует отметить, что для студентов со средним уровнем владения языком такого рода выявление является более грамматически-ориентированным.

В упражнении, предлагаемом в New Insights into Business”, unit 3 “Retailing”, task “Vocabulary”, студенты должны подчеркнуть правильную

часть речи для каждого слова, как оно используется в тексте на предыдущей странице.

Еще один пример для иллюстрации взят из “Market Leader” Intermediate, unit 3 “Travel”, task “Reading 2”, в котором студентам нужно определить используемые в статье слова (существительные) как исчисляемые или неисчисляемые.

• **Отбор**

Этот вид заданий и упражнений является когнитивно более сложным, чем выявление, поскольку подразумевает как распознавание слов, так и семантически, грамматически и стилистически обоснованный выбор наиболее подходящего для данного конкретного случая употребления.

Один из вариантов таких упражнений – выбор из предложенных лексических единиц по схеме “odd one out” (третий - лишний) для заполнения пробелов, примером чего является задание в “Market Leader”, unit 10 “Ethics”, task “Vocabulary”. В нем студенты должны из набора слов и выражений, относящиеся либо к честности или нечестности, вычленив те, что семантически не подходят.

Такой вид деятельности важен тем, как студенты могут обосновать свой выбор, независимо от правильности их ответа.

Еще один пример, взятый из “Market Leader”, unit 5 “Employment”, task “Starting up”, где студентам предлагается выбрать из списка семь наиболее важных факторов для получения работы.

• **Соответствие**

Этот тип задания предполагает в первую очередь распознавание лексических единиц, и затем составление пар в соответствии с определенными критериями, например:

– упражнение *визуальный представитель* (“Market Leader”, unit 5 “Employment”, task “Starting up”), в котором студенты должны сопоставить банковские термины с соответствующими иллюстрациями.

– поиск *синонима* (“New Insights into Business”, unit 9 “Import Export”, task “Vocabulary”), задание, в котором студенты должны найти синонимы из предложенного списка для слов и фраз, используемых в тексте.

– поиск *антонима* (“New Insights into Business”, unit 7 “Business and Environment”, task “Vocabulary”), упражнение, сконцентрированное на поиске слов с противоположным смыслом для лексических единиц, взятых из текста.

– упражнения на поиск соответствующих *определений* (“New Insights into Business”, unit 5 “International Business Styles”, task “Vocabulary”) терминов, используемых в тексте урока.

– задание на формирование коллокаций (“New Insights into Business”, unit 7 “Business and Environment”, task “Vocabulary”), в котором студентам необходимо соотнести имена существительные с глаголами, в таком виде, как они используются в тексте; или соединить слова из разных колонок таблицы с целью создания словосочетания (“Market Leader”, unit 4 “Advertising”, task “Listening”).

• **Сортировка**

Данный тип упражнений требует от студентов отсортировать слова согласно различным категориям. Эти категории могут быть даны или угаданы.

Этот вид упражнений иллюстрируется в “Vocabulary” из “Market Leader”, unit 4 “Advertising”. Работая в парах, студенты должны заполнить таблицу терминами, которые соотносятся с рекламой, отсортировав их по следующим категориям: виды СМИ, методы или глаголы.

• **Ранжирование и упорядочение**

Эти виды деятельности требуют от студентов упорядочение и категоризации лексических единиц по определенным критериям и факторам, например, расположить наречия частотности в порядке сокращения частотности действий, которые они выражают.

Студентам может быть предложено ранжировать элементы, основываясь на своих предпочтениях: расположить в порядке убывания вещи и ситуации,

которые наиболее и наименее раздражают при перелетах (“Market Leader” Intermediate, unit 3 “Travel”, task “Starting up”).

Еще один пример для иллюстрации взят из “Market Leader” Intermediate, unit 10 “Ethics”, task “Starting up”, в котором студентам следует ранжировать профессии в зависимости от степени их этичности.

Зачастую подобные задания не имеют общепринятого правильного ответа, но осуществление выбора и сравнение его с результатом и выбором одноклассников является хорошей “работой мозга”.

Продуктивные задания подразделяются на:

- **окончательное оформление** – предложений и текстов

Эти типы заданий более известны как заполнение пробелов (gap-filling). Существуют два основных формата подобного вида упражнений: открытые и закрытые. При использовании первого типа студенты должны заполнить пробелы с помощью ментального лексикона и некоторых подсказок, например, первых букв или дефиниций, которые даются в скобках. Во втором случае лексические единицы, необходимые для заполнения пробелов, представлены в виде списка в начале упражнения.

Данный вид задания представлен в “Reading” task из “New Insights into Business” Workbook, unit 9 “The Stock Market”: студенты должны заполнить пробелы в каждом заголовке словами из таблицы, используя определения, предоставляемые в качестве подсказки.

Кроме того, студенты могут завершить оформление предложений и текста с использованием очень популярных заданий на множественный выбор (multiple choice).

Например, студентам предлагается прочитать отрывок и выбрать для заполнения пробелов правильное слово из колонок А, В или С (“New Insights into Business” Workbook, unit 5 “International Business Style”, task “Vocabulary”).

- **создание** – предложений и текстов

В отличие от заданий на окончательное оформление, где студенты просто должны вставить нужную лексическую единицу, создание предложений и текстов требует от студентов формирования контекста для данных слов.

Например, студенты должны придумать четыре собственных предложений, используя словосочетания, которые ранее не были представлены в предыдущем упражнении на заполнение пробелов (“Market Leader” Intermediate, unit 2 “Brands”, task “Vocabulary”).

Другой пример взят из “New Insights into Business”, unit 1 “Company Structure”, task “Writing”: студентов просят написать профиль компании ТЕСКО, используя как подсказку записи и термины, представленные в тематическом уроке.

Обычно такие задания подкрепляются речевой деятельностью – чтением вслух, воспроизведением диалога перед группой или сравнением и обсуждением в парах или небольших группах. Эти виды деятельности используют множество процессов, такие как репетиции, повторение и объяснение, что помогает удерживать слова в долговременной памяти.

Например, студентам предлагается обсудить факторы, которые влияют на создание хорошей рекламы, используя слова из таблицы (“Market Leader”, unit 4 “Advertising”, task “Discussion”).

Использование анкеты или опросников - это хороший способ введения лексики в активный вокабуляр в форме "вопрос-ответ".

В “New Insights into Business”, unit 3 “Retailing”, task “Skill Focus” студентов просят подготовить и протестировать вопросник, который будет использоваться в маркетинговом исследовании опроса покупателей сети розничных магазинов. В конце интервью студенты должны написать отчет для сети магазинов на основе полученной информации.

Но только работа без игрового элемента не принесет никакой пользы при изучении лексики, так что игра является особым помощником в процессе интеграции новых слов. Помимо удовольствия, игровой элемент может сделать

слова более запоминающимися и помочь вовлечь в работу даже самых ленивых студентов.

Большинство игр, предлагаемые авторами учебников, - это ролевые игры, в основном, для парной работы (New Insights into Business и Market Leader) и Case Studies (Market Leader). Они не являются стопроцентными лексическими играми, но дают возможность практиковать навыки разговорной речи на базе лексики, выученной в процессе работы над тематическим уроком.

Для игры в слова можно взять кроссворды, созданные для проверки лексики тематического урока, например, заполнить кроссворд терминами из текста, прочитанного ранее (“Vocabulary” task, “New Insights into Business”, unit 6 “Banking”).

Таким образом, чтобы сделать занятие более интересным для студентов и ввести новые лексические единицы в активный лексикон, мы используем различные дополнительные игры в слова, такие как бинго (bingo), категории (categories), крестики-нолики (noughts and crosses) и т.д. В зависимости от имеющегося количества времени и уровня студентов можно подобрать любую игру, которая будет способствовать эффективной интеграции новой лексики в долговременную память и расширение активного вокабуляра студентов.

Обобщая все вышеперечисленные виды заданий и упражнений, которые помогут сделать занятия более интересными и продуктивными, мы хотели бы подчеркнуть, что более целесообразно и логично использовать их в сочетании для достижения лучших результатов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Michael Lewis, Jimmie Hill. Practical Techniques. For Language Teaching. – Language Teaching Publications, 1995. – 135 p.
2. Scott Thornbury. How to Teach Vocabulary. – Pearson Education Limited, 2000. – 186 p.
3. Virginia French Allen. Techniques in Teaching Vocabulary. – Oxford University Press, 1983. – 136 p.

REFERENCES

1. Michael Lewis, Jimmie Hill. Practical Techniques. For Language Teaching. – Language Teaching Publications, 1995. – 135 p.
2. Scott Thornbury. How to Teach Vocabulary. – Pearson Education Limited, 2000. – 186 p.
3. Virginia French Allen. Techniques in Teaching Vocabulary. – Oxford University Press, 1983. – 136 p.

HAVING FUN WITH BUSINESS VOCABULARY

L.V. ESHCHENKO

*Donetsk National University,
24, Universitetskaya st., Donetsk, Ukraine, 83001;
e-mail: ylv77@mail.ru*

The article summarizes different successful and interesting techniques and strategies which can be used for teaching vocabulary for intermediate-level students and integrating new terminology into learners' existing knowledge and lexicon. Experience in teaching English for Specific Purposes (ESP) is summarized. Examples are based on economic terms from course 'Business English'.

Key words: teaching techniques, receptive tasks, productive tasks, identifying, selecting, matching.