

Возможности использования системной структурной теории деятельности в обучении английскому языку для особых целей

А. Д. Стефанова^{✉1}, Г. Ш. Забунов¹

¹ Университет национального и мирового хозяйства,
1700, Болгария, г. София, Студенческий город

Сведения об авторах

Албена Димитрова Стефанова,
ORCID: 0000-0002-9757-3221,
e-mail: albena.stefanova@unwe.bg

Георги Шинков Забунов,
ORCID: 0000-0002-5981-1372,
e-mail: georgi_zabunov@unwe.bg

Для цитирования:

Стефанова, А. Д., Забунов, Г. Ш.
(2020) Возможности использования системной структурной теории деятельности в обучении английскому языку для особых целей. *Психология человека в образовании*, т. 2, № 2, с. 199–208. DOI: 10.33910/2686-9527-2020-2-2-199-208

Получена 22 мая 2020; прошла рецензирование 12 июня 2020; принята 12 июня 2020.

Права: © Авторы (2020).

Опубликовано Российским государственным педагогическим университетом им. А. И. Герцена. Открытый доступ на условиях лицензии CC BY-NC 4.0.

Аннотация. В статье рассматривается возможность повышения мотивации к обучению английскому языку для особых целей. Авторы предлагают использовать хорошо зарекомендовавшие себя инструменты маркетинга, чтобы управлять интересами потребителей к процессу покупки и адаптировать их к специализированному обучению по английскому языку для особых целей. Этого можно достичь с помощью системно-структурной теории деятельности. Задачи обучения должны быть сформулированы и реализованы в соответствии с требованиями теории. В этих условиях растущий интерес к процессу обучения приводит к повышению мотивации к обучению и росту результатов. Применение маркетинговых методов в процессе изучения иностранного языка может привести к большему любопытству и, следовательно, к лучшей успеваемости во время обучения. Заинтересованность учащегося считается аналогичной заинтересованности клиента. Таким образом, если мы повысим заинтересованность, преподаватель сможет работать с более мотивированными студентами и достигать лучших результатов посредством более эффективного курса. Это соответствует общепринятому определению задач обучения английскому языку для особых целей. При разработке подходов для повышения заинтересованности в учебном процессе важно учитывать место учащегося в учебной среде и его взаимодействие с ней. Эта проблема решается с помощью системно-структурной теории деятельности. Анализ теории приводит к трем основным предложениям. Первое состоит в том, чтобы ввести больше интерактивных задач, основанных на использовании социальных сетей и виртуальных коммуникаций, в сочетании с большей независимостью в выборе баз данных и способов обработки информации. Второе предложение связано с проектной деятельностью. Третье предложение включает посещение студентами бизнес-организаций. Все три предложения включают активное использование английского языка для делового общения. Предлагаемый междисциплинарный подход может способствовать не только повышению эффективности специализированных курсов английского языка, но и других дисциплин и, таким образом, улучшить качество образования в целом.

Ключевые слова: обучение английскому языку для особых целей, мотивация к обучению, заинтересованность, системно-структурная теория деятельности, учащиеся.

Potential for using a systemic structural activity theory in teaching English for specific purposes (ESP)

A. D. Stefanova^{✉1}, G. Sh. Zabunov¹

¹ University of National and World Economy, Student Town, UNWE, Sofia 1700, Bulgaria

Authors

Albena D. Stefanova,
ORCID: 0000-0002-9757-3221,
e-mail: albena.stefanova@unwe.bg

Georgi Sh. Zabunov,
ORCID: 0000-0002-5981-1372,
e-mail: georgi_zabunov@unwe.bg

For citation: Stefanova, A. D., Zabunov, G. Sh. (2020) Potential for using a systemic structural activity theory in teaching English for specific purposes (ESP). *Psychology in Education*, vol. 2, no. 2, pp. 199–208. DOI: 10.33910/2686-9527-2020-2-2-199-208

Received 22 May 2020; reviewed 12 June 2020; accepted 12 June 2020.

Copyright: © The Authors (2020). Published by Herzen State Pedagogical University of Russia. Open access under CC BY-NC License 4.0.

Abstract. This article looks into the potential for increasing students' motivation to learn English for specific purposes by increasing their engagement. The authors suggest using well-established marketing tools to manage consumer involvement in the purchasing process and adapt them to teaching English for specific purposes (ESP). This can be achieved by using the systemic structural activity theory. Learning objectives should be formulated and implemented in accordance with the requirements of the theory. Under these conditions, a growing interest in the learning process leads to increased learning motivation and improved results. The use of marketing methods in the process of learning a foreign language can lead to even more curiosity and, consequently, to better academic performance during training. Student engagement is considered to be similar to consumer involvement. Thus, if we increase engagement, the teacher will be able to work with more motivated students and achieve better results through a more effective course. This is in accordance with the generally accepted aims of teaching English for special purposes (ESP). When developing approaches to increase involvement in the educational process, it is important to take the student's position in the learning environment and their interaction with it into account. This problem is solved using the systemic structural activity theory (SSAT). An analysis of the theory leads to three main propositions. The first will be to introduce more interactive tasks based on the use of social networks and virtual communications, combined with greater independence in the choice of databases and information processing methods. The second proposal relates to project activities. The third proposal includes visits to business organizations by students. All three proposals involve the active use of business English. The proposed multidisciplinary approach can not only increase the effectiveness of specialized English courses, but also other disciplines and, therefore, improve the quality of education in general.

Keywords: teaching English for specific purposes (ESP), learning motivation, involvement, systemic structural activity theory (SSAT), students.

Введение

«Скажи мне, и я забуду, покажи мне, и я запомню, заинтересуй меня, и я научусь». Эта мысль древнего китайского философа свидетельствует о манере, в которой люди учатся, и в то же время раскрывает самое важное в процессе обучения и образования. Заинтересованность — ключевой фактор для приобретения знаний, но в этой статье она рассматривается как общий термин, который сочетает в себе потребительскую заинтересованность (вовлеченность) с заинтересованностью учащего, чтобы предложить систематизированный подход, основанный на маркетинговых и образовательных стратегиях, который поощряет мотивации и, следовательно, стимулирует освоения иностранного языка и знаний по специализированным предметам обучения. На-

ряду с изучением мотивации в образовании путем представления основных мотиваторов, стратегий и факторов, способствующих повышению результатов обучаемого, авторы представляют концепцию заинтересованности, связанную с маркетингом и поведением потребителей. Заинтересованность (вовлеченность) обычно рассматривается как часть процесса покупки и изучается многими учеными.

Знания, накопленные в области маркетинга, можно применить в процессе обучения для повышения заинтересованности. Таким образом, благодаря синергии междисциплинарных концепций предлагается несколько нововведений, направленных на оптимизацию обучения. Эти нововведения направлены на сектор высшего образования, и, принимая во внимание требования к современным курсам английского языка для экономистов, авторы обращают внимание

на использование новых методов и приемов, чтобы вызвать интерес у студентов.

При изучении английского языка для специальных целей результаты обучаемых в наибольшей степени зависят от их мотивации к обучению. Мотивация — это сложный процесс, на который влияют различные факторы. Потребности обучаемых являются наиболее важными. Эти потребности формируются и удовлетворяются в конкретной социальной среде. Когда обучаемый замечает благоприятные внешние условия для удовлетворения потребности, появляется мотив, и он готов предпринять действия для удовлетворения потребности. Основным мотивационным механизмом является формирование смысла, т. е. понимание причинно-следственной связи между выполнением определенных действий и удовлетворением потребностей. Интерес представляет ориентация субъекта (обучаемого) на знакомство с предметом (материальным или идеальным), который может удовлетворить его потребность. Работа учителя состоит в том, чтобы ставить такие учебные задачи и создавать такую среду для их достижения, которая будет мотивировать студентов учиться.

Этого нелегко достичь. В данном случае нет строгих причинно-следственных связей. Тем не менее проверенные маркетинговые методы могут быть использованы для повышения интереса, а подходы системно-структурной теории могут применяться для постановки целей обучения и создания соответствующих условий для их достижения. Это не обязательно гарантирует высокие результаты, но позволит сформулировать обоснованные гипотезы о том, какие учебные мероприятия будут наиболее подходящими. Эти гипотезы могут быть проверены эмпирически. В конечном счете будут найдены подходы к обучению, которые приведут к повышению мотивации учащихся.

Мотивация и заинтересованность в процессе обучения

Мотивация имеет решающее значение для успешного достижения определенной цели или реализации определенной деятельности. Это система мотивов, основанная на потребностях, интересах, целях, идеалах и стремлениях. Без мотивации не может осуществляться ни одна деятельность, и если она будет все-таки реализована, то ее качество и стабильность будут сомнительными. В области обучения ни одна цель не может быть достигнута без мотивации к обучению, потому что учащиеся не будут при-

лагать усилия для изучения чего-либо. Поэтому учащиеся с высокой мотивацией чаще учатся лучше (De Bot, Lowie, Verspoor 2005). Г. Крукс и Р. Шмидт (Crookes, Schmidt 1991, 498–502) определяют мотивацию как интерес и увлеченность учебными материалами, используемыми в классе; настойчивость с точки зрения целей обучения, выраженная через степень внимания или через его более длительную продолжительность; уровни концентрации и удовлетворенности. На мотивацию влияют различные факторы — внешние и внутренние мотивы. Внешние связаны с результатом выполненных заданий, за которыми следует вознаграждение или похвала, внутренние связаны с удовлетворением потребностей, а сама деятельность, по мнению Фольмер и Хоберг, воспринимается как вознаграждение (цит. по: Nejkova 2010). При обучении иностранному языку внешние факторы в основном связаны с профессиональной реализацией. Внутренние факторы, которые относятся к процессу освоения языка, связаны с методами обучения, личностью учителя, успешностью обучения. Исходя из мотивов изучения иностранного языка и вышеперечисленных факторов, можно говорить о двух основных типах мотивации — инструментальной и интегративной. Согласно Р. Гарднеру (Gardner 1985), инструментальная мотивация связана с прагматическими причинами, заставляющими человека изучать иностранный язык, а интегративная мотивация включает в себя позитивное отношение к изучению и адаптации к культуре нации, язык которой изучается.

Чтобы обеспечить эффективное приобретение определенных языковых знаний и навыков, надо поощрять и повышать заинтересованность обучаемого. Учащихся следует поощрять к активному участию в учебном процессе и улучшению их языковых результатов. Если они высоко мотивированы и сильно заинтересованы в активном участии в процессе обучения, то овладение любым предметом будет чрезвычайно успешным. Заинтересованность обучаемого означает приверженность процессу обучения. Недостаточная заинтересованность приводит к плохой работе, разочарованию и скуке. Заинтересованность представляет собой многогранную концепцию и состоит из трех основных компонентов: познавательная заинтересованность, связанная со степенью заинтересованности обучаемого и инвестициями в обучение; поведенческая заинтересованность, связанная с поведением учащегося в социальном, академическом и образовательном контекстах, направленным на освоение образовательной

программы; эмоциональная заинтересованность, связанная с реакцией на среду обучения, включая учителей, других учащихся, институциональный климат и т. д. Углубленный подход к этой концепции заключается в том, чтобы подчеркнуть ее влияние, или, как говорят П. Эшвин и Д. МакВитти, акцентировать внимание «на том, что „формируется“ через заинтересованности обучаемого» (Ashwin, McVitty 2015, 345). Таким образом, они различают заинтересованность, которая формирует личное понимание; заинтересованность в учебной программе и заинтересованность, которая формирует сообщество (Ashwin, McVitty 2015, 345). Кроме того, П. Эшвин и Д. МакВитти рассматривают степень заинтересованности учащихся и говорят о консультировании, партнерстве и лидерстве (Ashwin, McVitty 2015, 346).

При рассмотрении мотивации и заинтересованности крайне важно учитывать специфику новых поколений и современный социальный и образовательный контекст. Поколение так называемых миллениалов (родившиеся 20 лет назад) учится совсем не так, как их родители. Эти ученики растут с использованием современных технологий и проявляют большой интерес к интерактивным, динамическим и визуальным технологиям, которые влияют на их способ восприятия и обучения. Кроме того, это влияет на их потребности, общение и поведение, что является еще одной проблемой для эффективности обучения, а также для характеристик курса и преподавательских подходов к обучению. Что касается изучения иностранных языков для специальных целей, это означает внедрение новых методов, различных аутентичных материалов, разработку новых и более интерактивных задач и поощрение сотрудничества между преподавателями и учениками в процессе обучения. С точки зрения С. Уиндхэма, который считает, что для того, чтобы вызвать заинтересованность обучаемого в обучении, новые курсы должны включать взаимодействие, исследования, уместность, мультимедиа и обучение (Windham 2005, 5.7–5.9). Л. Тейлор и Дж. Парсонс (Taylor, Parsons 2011, 7) синтезируют эти категории и добавляют другую — аутентичную оценку, привлекая тем самым внимание к изменениям в оценке, которые необходимы для реагирования на изменения учебной программы курса и методов обучения. Исследования поздних миллениалов поколения Z показывают много интересных тенденций. Эти молодые люди чувствительны к безопасности и ориентированы на хорошую карьеру, которая не предполагает рисков. Например, из всех изученных групп

самые молодые (в возрасте 19–30 лет к 2019 году) демонстрируют наименьшее желание участвовать в создании новой компании или стать предпринимателями (Brown 2020, 18). Поэтому разумно подходить к таким учащимся с помощью методов, применяемых к капризным клиентам, и привлекать их посредством применения устойчивых коммерческих практик.

Первым, кто использовал термин «вовлеченность» в маркетинге, был Герберт Кругман (Krugman 1965). Он указывает на ключевую роль вовлеченности для убедительных коммуникаций не только в маркетинге, но и в целом. Маркетологов интересуют идеи Кругмана, и он углубляет свои исследования, предлагая первые инструменты для измерения вовлеченности (Krugman 1966).

Чтобы понять заинтересованность, наиболее важно определить связи между устойчивой и ситуативной заинтересованностью. Причина в том, что конечный уровень заинтересованности является результатом взаимодействия этих двух измерений.

Эта задача проста на первый взгляд. Устойчивая заинтересованность отражает ценностные ориентации человека, а психологическая наука предлагает различные инструменты для их установления и измерения. Однако это не относится к ситуативной заинтересованности. В общем случае она не может быть измерена напрямую и подразумевает наличие определенного поведения по отношению к интересующему нас объекту (в маркетинге это определенный класс продукта). Ситуативная заинтересованность никогда не проявляется самостоятельно, потому что устойчивая существует постоянно во времени. То есть в определенные моменты у нас есть только постоянная заинтересованность, а в другие — постоянная и ситуативная одновременно. Но невозможно в любой момент времени наблюдать только ситуативную заинтересованность. Это и является причиной, по которой ее сила не может быть измерена непосредственно на индивидуальном уровне. Таким образом, ситуативная заинтересованность отражает общую тенденцию для конкретной ситуации генерировать некоторый средний уровень ответа среди большого числа людей (Houston, Rothschild 1978). Хотя уровень ситуативной заинтересованности, испытываемой конкретным человеком в данной ситуации, нельзя измерить напрямую, можно оценить тенденцию конкретной ситуации вызывать подобный комплексный ответ в группе людей.

Устойчивая заинтересованность — это долгосрочное отношение к объекту (продукту).

Считается, что устойчивая заинтересованность — это функция прошлого опыта работы с объектом и степени, в которой этот объект связан с ценностными ориентациями индивида (Houston, Rothschild 1978). В литературе существуют различные толкования природы взаимосвязи между устойчивой и ситуативной заинтересованностью, а также того, как из их комбинации получаются различные сложные ответы. Однако эмпирические исследования с достоверными статистическими результатами редки. Одно из самых интересных было проведено в 1992 году (Richins, Bloch, McQuarrie 1992), и его результаты являются ориентировочными. Объектами исследования являются новые автомобили, зимняя одежда и костюмы. Все они требуют серьезного рассмотрения в процессе покупки, и риски, связанные с ними, являются финансовыми и социальными (плохие решения могут негативно повлиять на социальный статус). Наиболее интересным результатом этого исследования является то, что предварительные уровни устойчивой заинтересованности не подавляют и не усиливают ситуативные эффекты, возникающие во время покупки. Это дает авторам повод принять простую модель взаимодействия ситуативной и устойчивой заинтересованности. Это означает, что общая заинтересованность всегда пропорциональна ситуативной заинтересованности, но имеет меньшую и более высокую интенсивность, соответственно, с низкой и высокой устойчивой заинтересованностью. Очень важно учитывать эту модель при поиске подходов, повышающих заинтересованность к процессу обучения.

При разработке подходов для повышения вовлеченности в учебный процесс важно учитывать место учащегося в учебной среде и его взаимодействие с ней. Эта проблема решается с помощью системно-структурной теории деятельности. Эта теория возникла как естественное и логическое развитие идей теории деятельности. Современная теория деятельности является общей концепцией для широкого спектра психологических, социально-психологических, социокультурных и других теорий и исследований. Все они берут свое начало в теории деятельности, возникшей в Советском Союзе. Ее основоположниками являются Лев Выготский, Алексей Леонтьев и Сергей Рубинштейн (Yasnitsky 2018). Западная психологическая мысль «открывает» теорию деятельности после того, как группа скандинавских ученых обратила на нее внимание (Engeström 2015). Исследования скандинавских ученых позволяют сочетать основные идеи теории деятельности с достижениями западной психологической науки. На этой основе

возникает прикладная теория деятельности. В ней методы исследования, принятые в когнитивной психологии, применяются в теоретических рамках теории деятельности. Термин «прикладная теория деятельности» официально не принят и используется только для обозначения современного развития теории деятельности. Прикладная теория деятельности развита в основном в странах бывшего Советского Союза и постсоветских странах, но также и в ряде западноевропейских и американских университетов. Краткое изложение достижений теории, представленной в духе, близком к западному образу мышления, систематизировано в журнале «Теоретические вопросы эргономики» — *Theoretical Issues in Ergonomics Science (TIES)* (Bedny 2004). Хотя системно-структурную теорию деятельности можно рассматривать как естественное продолжение классической теории деятельности и прикладной теории деятельности, она существенно отличается от них. Основоположниками системно-структурной теории деятельности являются Григорий Бедный, Инна Бедная и Вальдемар Карвовский. Как дальнейшее развитие идей теории деятельности и прикладной теории деятельности теория системно-структурной деятельности фокусируется на понятии «деятельность». Теория предназначена для практического применения, и это влияет на интерпретацию концепции. Основатели теории понимают деятельность как саморегулирующуюся систему, включающую когнитивный, поведенческий и эмоционально-мотивационный компоненты. Кроме того, деятельность всегда направлена на достижение осознанной цели (Bedny, Bedny, Karwowski 2019, 5). Системно-структурная теория деятельности может использоваться в качестве общей теоретической основы для различных междисциплинарных исследований, например в области эргономики, психологии труда, обучения и т. д. Терминология теории хорошо разработана и включает в себя основные понятия, которые подходят для практического применения. Деятельность носит целенаправленный характер и систематически охватывает внешнее поведение, внутренние психические процессы, в том числе и эмоционально-мотивационные (Bedny, Karwowski 2013). Важным моментом теории является трактовка деятельности как саморегулирующейся системы, в которой знания, поведение и мотивация взаимосвязаны и взаимно влияют друг на друга. Другим важным направлением является подход к задачам. Каждая задача рассматривается как деятельность, которая связана с характеристиками конкретной ситуации и направлена

на достижение цели задачи в определенных заданных условиях. С точки зрения системно-структурной теории деятельности анализ задачи включает в себя точное описание структуры деятельности при ее выполнении. Эта структура носит системный характер, и для ее описания используются количественные и качественные методы. Само задание состоит из логически организованных познавательных и поведенческих действий, направленных на достижение цели задания (Bedny, Meister 1997). Таким образом, общая иерархическая схема трудовой или учебной деятельности может быть представлена как выполнение задач путем осуществления когнитивных и поведенческих действий и операций. В свою очередь, цель задачи организует ее отдельные элементы в единую систему. Осознание субъектом цели является необходимым условием деятельности человека.

Некоторые западные ученые механически объединяют идеи когнитивной психологии и теории деятельности. Это приводит к неясному разграничению между мотивами и потребностями. Теория деятельности философски осмысливает место индивида среди объективной среды — социальной и природной. Мотивами становятся только те потребности, для которых человек осознает связь с объективной средой и возможностями для удовлетворения одновременно. Такое понимание не характерно для классической когнитивной психологии. Она ориентирована главным образом на внутренние когнитивные процессы и не отличает мотивы от потребностей. Системно-структурная теория деятельности сохраняет глубокую связь с теорией деятельности. Это позволяет применять системный подход к человеку и его среде одновременно и с учетом взаимодействия между ними. В свою очередь, это является необходимым условием для правильного применения междисциплинарного подхода.

С точки зрения системно-структурной теории деятельности, трудовая деятельность человека систематически организована. Это также относится к учебной деятельности. Все компоненты мотивационного процесса, придающего энергию этой деятельности, в теории четко разграничены.

Как физические, так и психические действия подлежат наблюдению и анализу. Это позволяет использовать самые разнообразные методы исследования — эксперимент, наблюдение, психофизиологические тесты и другие. Различие между задачами, действиями и деятельностью, а также между их результатами позволяет анализировать поведение всех участников мотивационного процесса.

Это также является хорошей предпосылкой для междисциплинарных исследований. Например, задачи и их структура могут быть проанализированы с помощью инструментов управления (менеджмента). Действия и их результаты могут быть изучены с помощью психологических инструментов. Взаимодействия между участниками процесса могут быть изучены с помощью социологии, взаимодействия с окружающей средой с помощью эргономики и т. д.

Выявление изменений в образе мышления нового поколения с учетом изменений в современном обществе, включая глобализацию и новые технологии, является основой нескольких предложений, ведущих к повышению качества образовательного продукта, которые могут применяться в высших учебных заведениях при обучении студентов экономических специальностей. Эти предложения направлены на повышение заинтересованности учащихся и усиление их мотивации через нее. Поэтому повышение мотивации учащегося приведет к повышению эффективности обучения более оригинальным и новым способом, если будет использоваться междисциплинарный подход, который основан не только на методах изучения английского языка для специальных целей, но и на маркетинге. Применение маркетинговых методов в процессе изучения иностранного языка может привести к большему любопытству и, следовательно, к лучшей успеваемости во время обучения. Заинтересованность учащегося считается аналогичной заинтересованности клиента. Таким образом, если мы повысим заинтересованность, учитель сможет работать с более мотивированными учениками и достигать лучших результатов посредством более эффективного курса. Это соответствует общепринятому пересмотренному определению английского языка для специальных целей, предложенному Т. Дадли-Эвансом и М. Сент-Джоном, которое включает в себя абсолютные и переменные характеристики (Dudley-Evans, St John 1998, 4–5), подчеркивая важность конкретного предмета и конкретных потребностей, которые должны быть удовлетворены. Специализированный английский язык для студентов-экономистов имеет все абсолютные и переменные характеристики с точки зрения особых потребностей студента, методологии и конкретных лингвистических компетенций (абсолютных характеристик), с одной стороны, и с точки зрения особенностей дисциплины, конкретных ситуаций, языковых особенностей и характера ученика (переменные характеристики), с другой.

Предложения по увеличению заинтересованности в процессе обучения

Первое предложение состоит в том, чтобы ввести больше интерактивных задач, основанных на увлечении поколения Z использованием социальных сетей и виртуальных коммуникаций, в сочетании с большей независимостью в выборе баз данных и способов обработки информации. Например, студентам были поставлены задачи, связанные с конкретными экономическими проблемами, и они требовали поиска и обработки информации и критического мышления, одновременно способствуя приобретению определенных знаний и навыков, связанных с деловым общением и использованием профессиональной терминологии. При детальном изучении вопроса присоединения Болгарии к ERM 2 (валютному механизму для введения евро), студентам пришлось больше узнать о преимуществах и недостатках этого механизма, о еврозоне, а затем рассмотреть последствия для Болгарии. Они также должны были представить свою позицию по данному вопросу с необходимыми аргументами, основанными на информации, которую они обработали. Наконец, студенты должны были сделать короткие презентации о плюсах и минусах присоединения к ERM 2. При выполнении подобных задач студентам рекомендуется использовать свои навыки в области ИТ, воображение и находчивость, одновременно развивая и совершенствуя все ключевые навыки, что в совокупности облегчает самостоятельную языковую работу, стимулирует самостоятельность учащихся в языковой деятельности и раскрывает реальную пользу от изучения специальной тематики. Преподаватель английского языка для специальных целей выступает скорее в роли консультанта, чем учителя, что способствует более расслабленной атмосфере, в которой студентам предлагается проявить инициативу и вести себя более активно. В связи с этим напомним, что поиск и обработка надежной информации — наиболее важные требования для успешной карьеры в экономике, где ключевыми являются прогнозы, а также знание процессов и тенденций.

Второе предложение связано с проектной деятельностью. Проекты являются частью повседневной работы профессионала в каждом секторе экономики, поэтому опыт подготовки и организации проектов является результатом курса английского языка для специальных целей для экономистов, что полностью соответст-

вует определению курса английского языка для специальных целей, предложенному Д. Карвером (Carver 1983), согласно которому этот курс имеет три основные характеристики: аутентичные материалы, конкретное назначение и независимость в исследовании. Хотя проекты, подготовленные в ходе специализированного курса английского языка, не имеют всех характеристик реальных проектов, реализуемых бизнесом, и не являются вполне новаторскими, однако, учитывая обучение на основе проектов, они являются новыми с точки зрения своей структуры, содержания и целей и способствуют сбалансированному развитию и совершенствованию специализированных навыков студентов для делового общения в ситуациях, имитирующих реальную деловую среду и взаимоотношения.

Последний проект, который должны были подготовить наши студенты, назывался «Социально-политические и экономические последствия пандемии COVID-19». Им был предоставлен общий источник информации — выпуск журнала «The Economist» от 14 марта 2020 года. Проект включал три задания. Первое задание — работа в парах, сформированных преподавателем. Каждая пара должна была прочитать раздел журнала и подготовить презентацию по определенной теме (тема из этого раздела). Студентам было разрешено и рекомендовано использовать и другую надежную информацию, которая может предоставлять обновленные данные или дополнять информацию в конкретном разделе. Второе задание было более конкретным, поскольку оно связано со специализированными курсами английского языка в нашем университете. Каждому студенту была предоставлена для резюмирования статья из вышеупомянутого номера журнала «The Economist». Для подготовки резюме во время урока было установлено ограничение в 30 минут. Резюме является одним из ключевых компонентов государственного экзамена, который студенты сдают после окончания двухлетнего курса по специализированному английскому языку. Государственный экзамен состоит из двух частей — письменной и устной; письменный экзамен включает в себя аудирование, понимание прочитанного, деловую переписку, лексический и грамматический тест и резюме на английском языке специализированного текста. Устный экзамен включает в себя устное резюме статьи на английском языке, за которым следует обсуждение темы статьи и вопросы, связанные с специализированной лексикой в ней. Резюме во втором задании проекта было устным и следовало за моделью устного

государственного экзамена. Третье задание было устным. Студенты должны были прочитать весь выпуск уже упомянутого журнала и представить аргументированные позиции по теме своего выступления, по теме своей статьи (второе задание) для подведения итогов по теме пандемии, а для последней части у них была возможность выбрать конкретный аспект пандемии. У проекта были строгие сроки выполнения каждого задания. В конце всем участникам было предложено поделиться своими взглядами на работу коллег и проанализировать ее. Таким образом, благодаря практической деятельности и использованию современных технологий и социальных сетей они приобрели специализированные компетенции для поиска в базах данных надежной и актуальной информации. Также они приобрели способность обрабатывать информацию для конкретных профессиональных целей, анализируя и упорядочивая ее в соответствии с поставленными задачами. Наконец, что не менее важно, студенты развили навыки для подготовки презентаций и выражения аргументированных мнений. Обобщение больше не воспринимается как нечто слишком сложное, а рассматривается как возможность развить навыки, связанные с перефразированием, решением языковых трудностей, пониманием важности перевода, грамматики и специализированного профессионального языка. Еще одна вещь, которая заслуживает внимания, заключается в том, что в конце проекта у студентов была возможность прокомментировать выступления своих коллег и дать как положительные, так и отрицательные отзывы. Это позволило им оценить свою работу с точки зрения консультантов и оценщиков и познакомиться с природой преподавания, а также осознать свой потенциал и преимущества курсов специализированного английского языка для их профессионального развития.

Третье предложение включает посещения. Посещения, которые мы предложили студентам, бывают двух типов, но оба включают общение на английском языке. Первый тип включает в себя посещение университета видными специалистами в области экономики, которые представляют текущие актуальные проблемы и рассматривают определенный аспект своей работы, а также возможности, которые предоставляют их учреждения, такие как стажировки, стипендии, специализированные мероприятия. Во время специализированного курса английского языка студентов, которые сейчас его заканчивают, посетил эксперт Болгарского национального банка. Эти академические визи-

ты могут также включать участие выпускников университета или наших студентов 3 и 4 курсов, которые уже преуспели в своей профессиональной карьере и могут поделиться своим опытом с младшими студентами — таким образом, они дают им ценную обратную связь и хороший, вдохновляющий личный пример. Второй тип визитов — это практические визиты в бизнес-компанию, которые дают студентам возможность лично познакомиться с ее работой изнутри. Например, студенты специальности «Фасилити менеджмент» посетили один из крупнейших бизнес-центров столицы Болгарии, пообщались с его менеджерами. Студентам показали, как специалисты работают на практике, и они получили подробную информацию о деятельности компании. К сожалению, ухудшение эпидемиологической ситуации в стране в последние месяцы не позволило полностью реализовать программу посещений.

Выводы

Мы экспериментировали с этими тремя предложениями и начали пилотное обучение для студентов год назад. Впечатления учащихся, выраженные в комментариях после занятий или посещений, а также в обсуждениях во время занятий, до сих пор были положительными и определенно обнадеживающими. Чтобы собрать надежные эмпирические данные, мы подготовили опросы и собираем информацию. На сегодняшний день эта информация не полностью обработана. Однако наши наблюдения привели нас к нескольким выводам. Применяя междисциплинарный подход, мы смогли предложить новые методики преподавания английского языка для специальных целей, исходя из того, что специализированный курс английского языка является образовательным продуктом, который можно лучше продвигать, если рекламировать его более адекватно, убедив потребителей в его качестве и раскрыв потенциал, который имеют его характеристики. Таким образом, мы повысили степень заинтересованности потребителей, что в нашем случае эквивалентно заинтересованности учащихся, увеличив устойчивую заинтересованность и стимулируя ситуационную заинтересованность, а также увеличив общую заинтересованность потребителей или общую заинтересованность учащихся. Таким образом, мы смогли добиться более сильной мотивации к обучению и большей эффективности курса. Мы также смогли донести до студентов, почему некоторые из задач, которые они находят трудными, бесполезными и отнимающими

много времени, на самом деле являются ключевой и неотъемлемой частью их образования, а также способствуют их будущей успешной карьере. Поэтому, увеличивая ситуационную заинтересованность, мы можем заставить студентов с низкой степенью заинтересованности переосмыслить и увеличить ее и тем самым способствовать повышению средней заинтересованности студентов.

Среди выводов, основанных на наблюдениях авторов и первоначальных отзывах студентов, необходимо отметить, что использование описанных выше инноваций позволяет избежать большого риска и неопределенности, связанных с ситуационной заинтересованностью. Нам удастся вызывать увеличение заинтересованности у студентов с помощью убеждения и положительных эмоций, таких как делегирование власти — предоставление студентам возможности консультироваться со своими сверстниками, быть их учителями и оценщиками в ходе курса, при подготовке различных задач или совместной работе над ними. Кроме того, они приобретают практический опыт работы в команде и готовятся к работе с разными партнерами, которые имеют разную подготовку, мотивацию и коммуникативную компетентность, но с которыми они должны достичь общих целей. Другое преимущество состоит в том, что студенты воспринимают образование как ценность в долгосрочной перспективе, аналогичную покупке товаров длительного пользования, таких как дом или автомобиль, что связано с высокой

степенью заинтересованности потребителей и, соответственно, с большой заинтересованностью обучаемого. Маркетинговые техники облегчают освоение специализированного английского языка, повышая мотивацию, основанную на таких задачах, как визиты и проекты, подобно акциям, которые распространяют бесплатные образцы или предлагают автомобильные тест-драйвы. Убежденные в преимуществах «продукта», обучаемые улучшили свои результаты и обогатили свои знания и навыки с точки зрения экономических тем и практических аспектов их будущей карьеры. В конце курса английского языка для специальных целей студенты достигли более высокого среднего уровня специфических лингвистических знаний и навыков и стали более опытными в проведении презентаций, осуществлении неформального и формального устного общения, ведении переговоров и деловой переписки, подготовке отчетов или презентаций, добились больших успехов в обработке информации, в работе с базами данных и критическом мышлении. Это свидетельствует о том, что междисциплинарный подход способствовал оценке конкурентных преимуществ образовательных академических продуктов. Это заставляет нас думать, что предлагаемый междисциплинарный подход может способствовать не только повышению эффективности специализированных курсов английского языка, но и других дисциплин и, таким образом, вносить большой вклад в улучшение качества образования в целом.

References

- Ashwin, P., McVitty, D. (2015) The meanings of student engagement: Implications for policies and practices. In: A. Curaj, L. Matei, R. Pricopie et al. (eds.). *The European higher education area*. Cham: Springer, pp. 343–359. (In English)
- Bedny, G. Z. (2004) Preface. *Theoretical Issues in Ergonomics Science*, vol. 5, no. 4, pp. 249–254. DOI: 10.1080/1463922031000075052 (In English)
- Bedny, G., Bedny, I., Karwowski, W. (2019) Applied and systemic-structural activity theories. In: G. Bedny, I. Bedny (eds.). *Applied and systemic-structural activity theory: Advances in studies of human performance*. New York: CRC Press, pp. 3–25. (In English)
- Bedny, G. Z., Karwowski, W. (2013) Analysis of strategies employed during upper extremity positioning actions. *Theoretical Issues in Ergonomics Science*, vol. 14, no. 2, pp. 175–194. DOI: 10.1080/1463922X.2011.611265 (In English)
- Bedny, G., Meister, D. (1997) *The Russian theory of activity: Current application to design and learning*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates Publ., 430 p. (In English)
- Brown, D. (2020) Demographic shifts: The world in 2030. *Cushman & Wakefield*, 7 January. [Online]. Available at: <https://www.cushmanwakefield.com/en/insights/demographic-shifts-the-world-in-2030#:~:text=Dominic%20Brown%20%E2%80%A2%201%2F7%2F2020&text=Cushman%20%26%20Wakefield's%20new%20report%2C%20Demographic,and%20analyzes%20four%20key%20issues>. (accessed 15.05.2020). (In English)
- Carver, D. (1983) Some propositions about ESP. *The ESP Journal*, vol. 2, no. 2, pp. 131–137. DOI: 10.1016/0272-2380(93)90003-P (In English)
- Crookes, G., Schmidt, R. W. (1991) Motivation: Reopening the research agenda. *Language Learning*, vol. 41, no. 4, pp. 469–512. DOI: 10.1111/j.1467-1770.1991.tb00690.x (In English)

- De Bot, K. D., Lowie, W., Verspoor, M. (2005) *Second language acquisition: An advanced resource book*. New York: Routledge, 320 p. (In English)
- Dudley-Evans, T., St John, M. (1998) *Developments in ESP: A multi-disciplinary approach*. Cambridge: Cambridge University Press, 301 p. (In English)
- Engeström, Y. (2015) *Learning by expanding: An activity theoretical approach to developmental research*. New York: Cambridge University Press, 299 p. (In English)
- Gardner, R. C. (1985) *The social psychology and second language learning: The role of attitudes and motivation*. London: Edward Arnold, 208 p. (In English)
- Houston, M. J., Rothschild, M. L. (1978) Conceptual and methodological perspectives on involvement. In: S. Jain (ed.). *Research frontiers in marketing: Dialogues and directions*. Chicago: American Marketing Association, pp. 184–187. (In English)
- Krugman, H. (1965) The impact of television advertising: Learning without involvement. *Public Opinion Quarterly*, vol. 29, no. 3, pp. 349–356. DOI: 10.1086/267335 (In English)
- Krugman, H. (1966) The measurement of advertising involvement. *Public Opinion Quarterly*, vol. 30, no. 4, pp. 583–596. DOI: 10.1086/267457 (In English)
- Nejkova, M. (2010) Chuzhdoezikovo obuchenie za v'zrastni i izpolzване na strategii za chetene na chuzhd ezik [Foreign language learning for adults and the use of strategies for reading in a foreign language]. *Nov Bălgarski Universitet [New Bulgarian University]*. [Online]. Available at: <http://ebox.nbu.bg/cel2/did02.html> (accessed 15.05.2020). (In Bulgarian)
- Richins, M. L., Bloch, P. H., McQuarrie, E. F. (1992) How enduring and situational involvement combine to create involvement responses. *Journal of Consumer Psychology*, vol. 1, no. 2, pp. 143–153. DOI: 10.1016/S1057-7408(08)80054-X (In English)
- Taylor, L., Parsons, J. (2011) Improving student engagement. *Current Issues in Education*, vol. 14, no. 1, pp. 1–32. (In English)
- Windham, C. (2005) The student's perspective. In: D. Oblinger, J. Oblinger (eds.). *Educating the Net generation*. [Online]. Available at: <https://www.educause.edu/ir/library/PDF/pub7101.PDF> (accessed 15.05.2020). (In English)
- Yasnitsky, A. (2018) *Vygotsky: An intellectual biography*. New York: Routledge, 146 p. (In English)