

О.К. Ильина

Использование кейс-метода в практике преподавания английского языка

Усиление глобализационных процессов и связанное с ним расширение международных контактов между людьми, которые принадлежат к разным национальным культурам и говорят на разных языках, но занимаются одним видом деятельности, обуславливает необходимость углублённого изучения профессионального аспекта иностранных языков. Как известно, сегодня языком международного общения является английский язык, и в соответствии с современными условиями мирового развития приоритетным направлением в преподавании английского языка становится обучение его профессиональным аспектам.

К числу наиболее эффективных методик преподавания английского языка профессии относится кейс-метод, сущность которого состоит в самостоятельной иноязычной деятельности обучаемых в искусственно созданной профессиональной среде. Учащимся предлагается осмыслить ситуации профессиональной деятельности, которые предусматривают необходимость решения проблемы. В процессе разрешения возникшей проблемы обучаемые вынужденно актуализируют необходимый для этого комплекс усвоенных знаний. Кейс-метод позволяет учитывать профессиональную подготовку студентов, интересы, выработанный стиль мышления и поведения, что даёт возможность широко использовать его для обучения иностранному языку профессии.

Принято считать, что техника кейс-метода была разработана в начале 20-х годов прошлого века в Гарвардской бизнес-школе. Однако основы этой методики лежат в глубокой древности. Одним из первых кейсологов был Сократ, который много веков назад понял, что знание, полученное человеком в готовом виде, менее ценно для него и потому не так долговечно, как продукт собственного мышления. Задачу учителя он видел в том, чтобы помочь своим слушателям самостоятельно «родить» знания, которые в каком-то смысле уже содержатся в их головах, как ребёнок во чреве матери [1, с. 96]. Тысячелетия спустя использование метода, прародителем которого был Сократ, назовут ментальным переломом в образовании.

Кейс содержит информацию, которую обучаемые должны проанализировать и на основе этого анализа найти решение и затем доказать правильность своего выбора. Ситуация сначала анализируется каждым студентом самостоятельно, затем обсуждается в парах или малых группах, состоящих из 3-х или 4-х человек, где каждый участник вносит свой вклад в решение проблемы, и в заключение, в ходе общей дискуссии после рассмотрения всех альтернатив и обоснований делается попытка принятия единого решения. Особенностью кейса является то, что он не предполагает однозначного решения проблемы, а мыслительные процессы обучаемых, связанные со способами её решения могут резко отличаться друг от друга.

Одной из основных задач преподавателя, использующего кейс-метод, является вовлечение студентов в анализ, обсуждение и решение проблем. Для этого очень важно выполнение двух условий: материал кейса должен представлять для студентов профессиональный интерес и предусматривать возможность личного

вклада студента в своё образование и в образование своей «команды». Интересный материал и возможность применения профессиональных знаний стимулирует участие в дискуссии. Желание решить проблему побуждает студентов не просто прочесть кейс, но тщательно его изучить, овладеть фактами и деталями. В ходе такого изучения происходит овладение новой лексикой, идиомами, новыми синтаксическими структурами, многократно встречающимися в тексте. Кроме того, необходимость выступления перед членами группы с обоснованием своего мнения на неродном языке, заставляет студентов тщательно готовить и логически выстраивать свои высказывания. Профессиональное знание и уверенность в способности положительно решить проблему, стоящую перед группой, является дополнительным стимулом для овладения коммуникативными умениями на иностранном языке. Апробирование своих коммуникативных способностей в ходе дискуссии даёт возможность каждому участнику обнаружить свои слабые стороны и стимулирует желание работать в направлении совершенствования знаний по языку и его употреблению в речи [1, с. 97].

Диалогам и дискуссиям в рамках кейса предшествует работа над лексикой и грамматикой, призванная помочь участникам ясно выразить свои мысли и убедить собеседника или нескольких членов группы в своей правоте.

Одним из пособий по английскому языку, основанных на кейс-методе, которые используются в учебном процессе МГИМО, является учебный комплекс *Market Leader (Лидер рынка)*. По системе стандартов владения иностранным языком, разработанной Европейским Советом он рассчитан на уровень независимого пользователя (B2 Vantage). На этом уровне обучаемый может понимать общее содержание сложных текстов конкретной и абстрактной тематики, воспринимать содержание профессиональных дискуссионных бесед по своей специальности, объясняться на иностранном языке, говоря спонтанно и бегло настолько, чтобы не отягощать процесса коммуникации ни для одной из сторон в ходе обычной беседы с носителями языка. Он также может ясно и подробно высказываться по широкому кругу тем, выражать точку зрения по какому-либо актуальному вопросу, отмечать преимущества и недостатки различных путей решения возникших проблем.

Учебный комплекс *Market Leader* основывается на тематике бизнеса и включает такие области деятельности как: коммуникация в бизнесе, международный маркетинг, отношения с партнёрами по бизнесу, успешность компании, виды риска в бизнесе, торговля в сети Интернет, создание денежного фонда, обслуживание клиентов, управление кризисными ситуациями, стили руководства, сделки поглощения и слияния, будущее бизнеса.

По сравнению с учебниками общего английского языка грамматических тем и упражнений здесь немного. В учебном комплексе *Market Leader* изучаются только те грамматические разделы, которые имеют отношение к реальным ситуациям бизнеса. Основной упор делается на изучение терминологической лексики и её использование в профессиональной деятельности.

Проанализируем, например, один из уроков учебного комплекса *Market Leader* под названием «Успешность» (*Success*). Какова его структура?

Первая группа упражнений – *Вводные или разминочные упражнения (Starting up)*. Они имеют дискуссионный характер. Студентам предлагается обсудить вопрос о том, что делает человека успешным в бизнесе: личное обаяние, увлечённость работой, дисциплинированность, целеустремлённость, решительность, везение, родственные связи. Обучаемых также просят рассказать об известных им успешных людях бизнеса. Целью упражнений этого типа является обучение лексике, обозначающей успех в бизнесе, а также развитие навыков говорения.

За вводными упражнениями следует раздел *Аудирование (Listening)*. Студенты прослушивают два интервью со специалистом, который рассказывает об успешности отдельного человека и об успешности компании. В них встречаются новые лексические структуры терминологического характера. Во время прослушивания студенты делают записи, которые в дальнейшем помогут им написать статью на одну из тем – *успешная личность в бизнесе* или *Успешная бизнес-компания*. Как видно из заданий, упражнения этого раздела направлены на развитие навыков аудирования и письма, а также освоение лексики.

За разделом аудирования следует раздел *Чтение (Reading)*, который включает два текста. Первый из них посвящён неудаче Генри Форда в создании одной из моделей своего автомобиля – Ford Edsel. Во втором рассказывается об успешности финской компании Nokia. Студенты читают тексты и в вопросно-ответной беседе анализируют причины провала и успеха в бизнесе. Этот раздел урока кроме развития навыков чтения и понимания профессионального текста на английском языке нацелен на освоение новых лексических единиц, обозначающих успех и неудачи в бизнесе.

Далее следует раздел *Повторение грамматики (Language Review)*. Он посвящён теме *Обозначение настоящего времени в английском языке* и включает всего три упражнения, которые имеют следующие формулировки заданий:

1. *Объясните, какие времена английского глагола используются для обозначения действий, повторяющихся в настоящем, имеющих результат в настоящем, продолжающихся в настоящий момент, имеющих место всегда.*
2. *Найдите глагольное время в следующем абзаце прочитанного текста... и объясните значение этого времени.*
3. *Используя приводимые ниже записи, напишите статью в один из журналов по бизнесу о современном положении дел в испанской компании-производителе кондитерской продукции Chupa Chups.*

Как видно из формулировок заданий, грамматический раздел урока нацелен не столько на отработку навыка использования группы настоящих времён, сколько на анализ грамматических структур в письменных текстах тематики бизнеса и применение изученной грамматики в письменной речи.

Следующий раздел урока называется *Навыки ведения переговоров (Negotiating Skills)*. Он преследует цель приобретения студентами трёх основных навыков ведения переговоров на английском языке: (1) привлечение внимания к тому, что говорящий собирается сказать, (2) проверку понимания того, что говорит собеседник и (3) подведение итогов. Вначале студенты изучают образцы функциональной лексики, используемой во время переговоров. Под функциональной лексикой понимаются лексические структуры, которые используются в однотипных ситуациях профессиональной деятельности.

Для привлечения внимания к тому, что говорящий собирается сказать, предлагаются следующие фразы:

I'd like to make a suggestion.

Я бы хотел(а) отметить.

I think we should leave this point and come back to it later.

Давайте на время отложим этот вопрос и вернёмся к нему позже.

I want to ask a question.

Я бы хотел(а) задать вопрос.

How are we going to pay for this?

Какова форма оплаты?

Для проверки понимания собеседника могут быть использованы следующие высказывания:

<i>Sorry, could you repeat that?</i>	<i>Вы не могли бы повторить!</i>
<i>Are you saying you don't have that quantity in stock?</i>	<i>Вы хотите сказать, что у Вас нет нужного количества товара в наличии?</i>
<i>So what you're saying is you will...</i>	<i>Тем самым Вы говорите, что...</i>

Для подведения итогов в переговорах используются следующие конструкции:

<i>Can we just summarise the points we've agreed so far?</i>	<i>Давайте просто посмотрим, в каких моментах мы пришли к соглашению!</i>
<i>OK, so we're agreed.</i>	<i>Отлично, решено!</i>
<i>We'll pay for delivery and you get everything to us by the end of June.</i>	<i>Мы оплачиваем доставку, и Вы обязуетесь поставить товар до конца июня.</i>

После того, как студенты ознакомились с функциональной лексикой переговоров, им предлагается принять участие в следующей ролевой игре. *Итальянский производитель создал новую коллекцию женских кожаных сапог. Торговый предприниматель из Германии хочет оформить заказ на 250 пар каждого образца обуви. Производитель и заказчик встречаются, чтобы обсудить возможность подписания контракта.* В игре два участника. Один из студентов выступает в роли производителя обуви, другой – в роли торгового предпринимателя. В течение пятнадцати минут они должны прийти к соглашению по следующим пунктам: время поставки товара, место поставки, цена, цвет обуви, сроки оплаты, скидка и возврат товара. При этом использование функциональной лексики является обязательным.

Последний раздел урока называется *Исследование проблемы (Case Study)*. В его начале приводится описание ситуации бизнеса. В данном уроке рассказывается о футбольном клубе Camden, который является наиболее успешным в истории английского футбола. В настоящий момент он занимает третье место в премьер-лиге и вышел в четвертьфинал. Матчи клуба Camden собирают целые стадионы зрителей. Менеджер клуба, Кростос Шрода, стал предметом поклонения для футбольных болельщиков. Клуб Camden является также высокодоходным.

Что принесло ему успех? – Прежде всего, это правильная стратегия, разработанная Кростосом Шродой, который умеет воспитывать и обучать футболистов, тщательно отбирая игроков для команды юниоров. Затем они проходят нелёгкий путь тренировок и соревнований. Кроме того, время от времени менеджер заключает контракт с одним или двумя перспективными футболистами из-за рубежа.

Клуб Camden также обязан своей высокой прибыльностью предприимчивости своего коммерческого директора Софи Легранж. Она занимается рекламой, привлекает спонсоров, организует конференции и встречи, связанные с деятельностью клуба. Умело используя Camden как торговую марку, Софи Легранж расширила границы деятельности клуба, включив в неё оказание туристических услуг и услуг по страхованию для болельщиков, финансовых услуг для корпоративных клиентов, обучение азам футбола сотрудников местных компаний на тренировочных площадках Camden. Благодаря Софи Легранж, прибыль клуба Camden выросла в четыре раза.

В настоящий момент истекает четырёхлетний срок спонсирования клуба Camden крупной корпорацией United Media, которая ведёт многогранную деятельность (издательскую, телевещательную, производство и продажу мобильных телефонов). Футбольный клуб Camden заинтересован в дальнейшем спонсорстве

United Media, поскольку это расширит его возможности и увеличит ежегодный доход. Компания United Media также заинтересована в сотрудничестве с Camden, поскольку успешность клуба обеспечивает ей получение высокого процента от рекламы и трансляции матчей по телевидению не только в Великобритании, но и по всему миру. Представители клуба Camden и компании United Media проводят совещание с целью обсуждения спонсорской сделки. Клуб Camden чувствует уверенность в предстоящих переговорах, Софи Легранж готова пойти на сделку, но только если условия покажутся ей выгодными. В противном случае она готова отказаться от сделки и сменить спонсора. Однако не все вокруг так уверены в успешности футбольного клуба Camden, как Софи Легранж. Некоторые знатоки футбола утверждают, что в последнем чемпионате Европы клуб не блистал мастерством, ему просто повезло с победой, а звезда клуба, латиноамериканец Паоло Росетти, уже достиг тридцатилетнего рубежа, к тому же он – большой любитель женщин и спиртного. Эти обстоятельства говорят не в пользу будущей успешности клуба Camden.

Перед студентами ставится задача разбиться на две команды. Одна из них представляет футбольный клуб Camden, вторая – корпорацию United Media. Они должны провести переговоры с целью заключения спонсорской сделки. На повестку дня вынесены восемь вопросов:

1. стоимость контракта;
2. сроки и объём платежей;
3. условия проведения рекламной кампании;
4. осуществление контроля за игроками и деятельностью клуба;
5. поведение футболиста Паоло Росетти;
6. выбор официального поставщика обуви для игроков;
7. коммерческие перспективы клуба;
8. льготы для игроков.

В приложении к уроку приводятся примерные требования каждой из сторон-участниц в переговорах, но студенты, конечно же, могут предложить и что-то своё. На проведение данной ролевой игры отводится ограниченное количество времени – 30 минут. Для того чтобы получить высокую оценку, студенты должны уложиться в отведённое время, использовать функциональную лексику и завершить переговоры заключением спонсорской сделки. Несоблюдение этих условий ведёт к снижению оценки. Если вдруг переговоры зашли в тупик, и положительный результат не достигнут, то для этого должны быть веские причины, отраженные в ходе дискуссии.

Последним заданием раздела *Исследование проблемы* является написание пресс-релиза об успешно проведённых переговорах и достигнутом решении. Если во время переговоров стороны не пришли к взаимному решению, то участники игры пишут письмо на имя противной стороны, в котором высказывается сожаление по поводу несостоявшейся сделки и выражается надежда на то, что в скором будущем взаимоприемлемое решение будет найдено.

Как показывают приведённые примеры, использование кейс-метода позволяет обучаемым осмыслить реальные ситуации профессиональной деятельности и актуализировать определённый комплекс знаний, который необходимо усвоить при разрешении данной проблемы.

Литература

1. Гончарова М.В. Кейс-метод в обучении иноязычному общению менеджеров // Студент и учебный процесс: иностранные языки в высшей школе. Сборник научных статей / Под ред. Ю.Б. Кузьменковой. – М.: Центр по изучению взаимодействия

культур ФИЯ МГУ им. М.В.Ломоносова, 2004. (Дискуссионный клуб FLT: современные тенденции и опыт профессионалов. Вып. 5). С. 95-100.