

УДК 028.42:371.333

Г.І. М'ЯСОЇД,
*кандидат педагогічних наук, доцент,
доцент кафедри іноземних мов
Дніпропетровського університету імені Альфреда Нобеля*

РОБОТА З АВТЕНТИЧНИМ НЕНАВЧАЛЬНИМ ВІДЕОФІЛЬМОМ НА ЗАНЯТТІ З ДІЛОВОЇ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ

У статті розглянуто форми педагогічної взаємодії студентів з опанування ділової англійської мови під час роботи з ненавчальним автентичним відеофільмом професійного спрямування. Запропоновано види навчальної діяльності на кожному з етапів роботи з аудіовідеотекстом.

Ключові слова: ділова іноземна мова, ненавчальне відео, аудіювання, відеотекст, автентична мова.

Постановка проблеми та формування мети дослідження. Високий рівень професійної іншомовної комунікативної компетенції є метою навчання іноземних мов незалежно від напрямку підготовки ВНЗ, і його досягнення неможливе без опанування студентами одного з видів мовленнєвої діяльності – аудіювання, формування навичок з якого активно відбувається під час роботи з аудіовідеотекстом. За достатньої розробки методики роботи з навчальними відеофільмами недостатню увагу приділено роботі з автентичними відеоматеріалами, які надійшли до нас із реального світу, і які не були спеціально створені для навчальних цілей. Цей факт зумовлює **актуальність** нашої статті, а її **мета** – обґрунтування видів навчальних завдань на кожному з етапів роботи з відеофільмом та представлення фрагментів навчального заняття і навчальних матеріалів для здійснення такої роботи зі студентами III курсу напрямку «Міжнародна економіка».

Аналіз останніх досліджень. У методичній та психолого-педагогічній літературі визначено низку умов ефективного навчання аудіювання іноземної мови професійного спрямування. До них належать: спрямованість навчального процесу на особистість студента, його потреби і можливості, на формування його мотиваційної сфери [7]; використання автентичного матеріалу, що сприяє наближенню навчальних умов до реальної ситуації спілкування; використання аудіовізуальних засобів у навчанні аудіюванню, оскільки взаємодія зорового та слухового каналів є найбільш ефективною [2]; розробка та запровадження НМК, які містять комплекс вправ з навчання професійно-орієнтованого аудіювання, навчально-методичні завдання та аудіо-відео-мультимедійні засоби [11]; перегляд організаційних форм, методів і принципів навчання із збільшенням частки самостійної, індивідуальної і групової роботи студентів, відхід від традиційного уроку з переважанням пояснювально-ілюстративних методів навчання [1]; урахування обсягу, джерела та лексичного, граматичного, фонетичного наповнення аудіотексту, умов пред'явлення матеріалу [3; 4] та ін.

В.А. Яковлева довела, що процес навчання професійно орієнтованого аудіювання студентів технічного ВНЗ на середньому етапі забезпечує більш ефективне формування та подальший розвиток умінь і навичок сприйняття іноземної мови на слух за умови, якщо навчання здійснюється з урахуванням видів і ситуацій професійно орієнтованого аудіювання, а при доборі аудіотексту враховуються принципи комунікативної значущості та достатності професійної інформації, урахування предметно-змістової сторони, мовної досяжності і цікавості тексту, його мовної доступності й автентичності [11]. Досліджуючи сутність автен-

тичності стосовно аудіоматеріалів та обґрунтовуючи доцільність використання автентичних професійно орієнтованих текстів у навчанні іноземної мови, Н.А. Новоградська-Морська наводить визначення, яке дали автентичним матеріалам дослідники Mark Ellis та Christine Johnson: «це ті матеріали, які надійшли до нас із реального світу, і які не були спеціально створені для навчальних цілей» [12, с. 157; цит. за 8] і відрізняються від останніх характерними рисами, до яких відносять: приналежність певному регістру (академічному, економічному, юридичному), вміст певної термінології, кліше, жаргону, достовірної сучасної інформації, яка відповідає інтересам навчання. Це визначення автентичності стало визначальним під час добору відеоматеріалу для формування навичок аудіювання і соціокультурної компетенції студентів. Ми також урахували думку О.В. Кряхтунової щодо переваг відеотексту відносно аудіотексту, яка вважає, що під час роботи з відеотекстом поєднуються два аспекти акту мовної взаємодії – змістовий та візуальний компоненти, причому останній містить інформацію про місце події, зовнішній вигляд, невербальну поведінку учасників спілкування в конкретній ситуації [3]. У такий спосіб наочне навчання іноземної мови, у цьому випадку за допомогою відео, – це один з найбільш важливих, науково обґрунтованих компонентів структури сучасного процесу навчання.

Робота з відеофільмами на занятті з іноземної мови є предметом численних досліджень [6; 8; 9 та ін.]. Як відзначав М.В. Ляховицкий, «мовленнєва комунікація ніколи не здійснюється у «вакуумі», більш того вона завжди супроводжується паралінгвістичними сигналами й екстралінгвістичними складовими, які в більшому або в меншому ступені створюють так звану мовленнєву ситуацію» [6, с. 50]. В.Л. Скалкін визнавав, що комплекс навчальних матеріалів повинен включати широкий набір візуальних засобів, а процес формування усномовленнєвої компетенції повинен бути в принципі аудіовізуальним – не тільки в силу дидактичного значення наочності, але й через саму природу усної комунікації [10, с.12]. Даючи характеристику навчальним відеофільмам, Л.В.Завальнюк підкреслює їх дидактико-методичні переваги: автентичне мовлення, наближене до реального, іншомовне середовище, економія часу, навчання з елементами індивідуалізації, реалізація принципу аудіовізуальної наочності навчання [2].

Виклад основного матеріалу. Експериментальна робота з ненавчальним автентичним відеофільмом професійного спрямування проводилася зі студентами III курсу напряму «Міжнародна економіка» на занятті з ділової англійської мови. При доборі відеоматеріалу ми використовуємо джерела Інтернету, що дозволяє постійно розширювати і оновлювати банк навчальних аудіо-візуальних матеріалів НМК. У нашому випадку це **Market leader: Upper-Intermediate** (2003), який враховує рівні ЗУН студентів, але зміст якого потребує оновлення.

Так, для завершального етапу роботи над темою *Team Building (Unit 8)*, було підібрано фільм «*Strategies for Growth – Team Building*», у якому власники, керівники і працівники трьох компаній діляться досвідом роботи їх підприємств щодо стратегій зростання компаній, невід’ємно пов’язаних з побудовою і роботою команд. Вибір цього фільму для роботи на занятті узагальнення та систематизації знань з теми обґрунтований такими чинниками:

1) фільм є автентичним сучасним аудіо-відеоматеріалом, що демонструє як мовні, так і немовні реалії професійного англомовного середовища;

2) текст, який опрацьовується, передає професійну значущу сучасну інформацію, що підвищує інтерес та увагу студентів;

3) наявність професійних термінів, які були опрацьовані у щойно вивченій (*Team Building*) та раніше засвоєних темах (*Success; Job Satisfaction* та ін.) і демонстрація їх активного використання реальними представниками бізнесу, що сприяє підвищенню навчальної мотивації студентів, кращому засвоєнню активної лексики.

Характерною ознакою фільму є відсутність сюжетної лінії, яка властива більшості навчальних фільмів і могла б бути зоровою опорою для сприйняття студентами аудіотексту. Нечисленні американізи, яких іноді припускаються мовці, можуть дещо ускладнювати процес аудіювання, але у цілому вони не перешкоджають розумінню почутого.

Цінними перевагами цього фільму перед використанням ідентичного аудіоматеріалу, не підкріпленого відеорядом, є:

1) невербальні засоби спілкування, наявність яких характеризує будь-який природний, а не штучно створений мовленнєвий акт (окрім телефонної розмови) і які сприяють розумінню почутого;

2) багатий мовний матеріал, використання цілої низки мовних одиниць з щойно вивченої (Unit 8: *Team Building*) та раніше засвоєних тем (Unit 4: *Success*; Unit 5: *Job Satisfaction* та ін.) [13];

3) наявність відеоряду, який демонструє реалії роботи компаній та ілюструє пояснювані мовцями стратегії (наприклад, мотиваційної системи, побудови корпоративного духу тощо);

4) запропоновані розробниками програми, у рамках якої знято аналізований фільм, і наведено наприкінці «уроки» («*Take Away Tips*») щодо побудови стратегії компанії та роботи команди, які можна винести, переглянувши це відео.

Тривалість фільму – 8 хв 57 сек, на занятті використано уривки тривалістю 6 хв 25 сек (основна частина) та «уроки» – висновки фільму – останні 38 сек відео. Оскільки фільм дуже інформативний, і кожен уривок містить багато змістовної і мовної інформації, на яку слід звернути увагу і опрацювати під час виконання завдань, ми вирішили поділити його перегляд на певні уривки та організувати роботу у такий спосіб, щоб не перенавантажувати оперативну пам'ять студентів, не перешкоджаючи процесу сприйняття. Такий поділ роботи наведено у роздавальному матеріалі (Дод. А), у першому стовпчику таблиці видно часові уривки, присвячені опрацюванню певного змістового матеріалу.

Ураховуючи розглянуті мовні, змістовні та технічні характеристики обраного фільму, при визначенні організації роботи із зазначеним відеофільмом і розробці завдань ми спиралися на відомі у методиці етапи роботи з текстом: дотекстовий (*pre-viewing*), текстовий (*viewing*), післятекстовий (*post-viewing*) [5; 3, с. 10], та враховували властиву їм специфіку.

Відомо, що метою викладача на дотекстовому етапі має стати мотивація студентів, знання можливих труднощів сприйняття та підготовка до успішного виконання завдання. Оскільки у нашому випадку перегляд фільму є етапом підсумкового заняття з теми, і студенти попередньо ознайомилися з проблематикою побудови та функціонування команд, прочитали та обговорили відповідні тексти, виконали різні типи завдань, а також мали можливість переглянути декілька відеокліпів тренінгів з побудови команд, то питання мотивації перегляду фільму вирішувалось іншим чином.

По-перше, викладач звернув увагу студентів на назву фільму, яка могла б здатися їм несподіваною для заняття з теми, оскільки основний акцент зроблено на «стратегіях зростання»:

T: «The film we are going to watch today is «Strategies for Growth – Team Building». It was shot by SBA, the U.S. Small Business Administration, together with Dell Inc., an American multinational computer technology corporation.» Другим кроком було запитання «Що Ви сподіваєтесь побачити у цьому фільмі?», яке підвищило мотивацію студентів, оскільки було зрозуміло, що у відео тема буде висвітлена з такого боку, який не було досліджено раніше, і фільм «містить елемент новизни та непередбачуваності» [3, с. 11].

Додаткову мотивацію містить коментар до самого відеофільму, поданий на вебсторінці, який може використати викладач: «*Very few persons succeed or fail by themselves. One of the most powerful elements in creating success is a powerful team. The SBA/Dell Strategies for Growth series presents interviews with successful entrepreneurs and experts who know how to grow a small business. Real stories and topic-specific advice will help you decide if your business is ready to grow. What does it take to be a successful entrepreneur?*» [14].

З метою концентрації уваги студентів на змістовому компоненті викладач ознайомлює студентів із роздавальним матеріалом, у якому визначені головні персонажі відеофільму. У такий спосіб підвищено інтерес до того, що студенти зараз почують, та конкретизовано зміст фільму (Дод. А).

Зважаючи на високий рівень мовної підготовки студентів групи, у якій велося навчальне заняття (3 курс англомовної програми напряму «Міжнародна економіка») та використання відеофільму на занятті узагальнення і систематизації знань, вирішення проблеми усунення мовних труднощів ми перенесли на другий етап роботи (*viewing*). Це було зроблено не шляхом пред'явлення складних чи нових лексичних одиниць, а їх перенесенням на друковану основу – роздавальний матеріал. Так, для опрацювання уривку, у якому використовується така лексика, було обрано вправу заповнення пропусків, а американізм пред'явлені (зав. б Дод. А). Інші незнайомі лексичні одиниці заздалегідь не подавалися,

в основному вони стосувалися мотиваційної сфери, їх незнання не заважало розумінню уривка, про їх значення студенти могли здогадатися із контексту та запропонованого фільмом відеоряду, який демонстрував уривки з програми мотивації персоналу.

На другому етапі роботи ми використовували різні типи завдань. Основною вимогою до них була чітка інструкція, проголошена викладачем та сформульована у роздавальному матеріалі (Дод. А). Метою етапу є активізація мовленнєвої та розумової діяльності студентів.

Оскільки у фільмі відсутня сюжетна лінія, то традиційні завдання типу стоп-кадр (для опису героя/ситуації, передбачення можливого розвитку подій тощо), перегляд фрагмента без звуку і його озвучування студентами та подібні завдання на розвиток монологічного та діалогічного мовлення на текстовому періоді не могли бути використаними. Добір інших видів завдань залежав від обсягу та складності аудіотексту, який пропонувався для опрацювання. При цьому роздавальний матеріал містить цифрове вираження фрагментарного поділу відеофільму, до яких розроблено навчальні завдання (Дод. А).

Залежно від визначеної викладачем мовної складності, інформаційної насиченості та тривалості смислового уривку добирається вид аудіювання, на якому слід зосередитися у певний період: а) аудіювання з повним, детальним розумінням повідомлення; б) аудіювання з розумінням загального змісту повідомлення (теми, головної думки, основних фактів); в) селективне/вибіркове аудіювання (розуміння окремих, конкретних, вибіркових фактів, необхідної інформації), виділені А.Е. Міхіною у дослідженні мети навчання аудіювання в умовах немовного вузу [7, с. 9].

Щодо типології завдань, то ми спиралися на «Методику роботи з відеоматеріалами в іноземній аудиторії», розроблену О.В. Кряхтуною [3, с. 24], яка для текстового етапу роботи з відеофільмом пропонує: 1) завдання на пошук мовного матеріалу; 2) завдання на розвиток рецептивних умінь (на рівні виділення змістової та смислової інформації); 3) завдання на розвиток монологічного та діалогічного мовлення; 4) завдання, спрямовані на розвиток соціокультурних умінь.

Так, завдання 4 і 6 роздавального матеріалу спрямовані на пошук мовного матеріалу (*Note down the words to describe a right employee; Complete the extract from Jeanna Sellmeyer's speech*). Завдання 5 – широко використовуване «правда – неправда» – має на меті розвиток рецептивних умінь (*Which of the statements are true or false, according to Jennifer Fog and Jeanna Sellmeyer?*). Ми широко використовували відкриті відповіді до уривків, з якими студенти ознайомились до перегляду, з тим, що студенти під час прослуховування аудіотексту відшукували специфічну інформацію (завдання 1–3, 7, 8 роздавального матеріалу, див. Дод. А). У процесі пошуку правильних відповідей на питання до відповідних відеофрагментів також розвивались рецептивні уміння.

О.В. Кряхтунова зазначає, що найбільш складним завданням викладача під час формування соціокультурної компетенції є його уміння навчити студентів інтерпретувати різні мовні та немовні ситуації з позицій культурних особливостей певної країни та уникати існуючих упереджень [3, с. 27–28], і пропонує на основі відеофільму робити міжкультурні зіставлення і знаходити міжкультурні розбіжності. Пропонуючи студентам завдання 7 (*Listen to Jennifer Fog and take notes about what makes a good recognition system in a company*), ми спрямовували їх не тільки на висловлювання репродуктивного характеру, а й у подальшому – на зіставлення почутого і переглянутого матеріалу з реаліями українського бізнесу та властивої йому мотиваційної системи. Наступне, 8 завдання, містить більш чітку інструкцію: *Jeanna Sellmeyer's talking on motivational system and corporate culture, corporate environment and team spirit in ASSET Group Inc. What are the key points which help to develop them in this company?* Однак відповіді на питання цього завдання є підґрунтям для обговорення, спрямовані на розвиток соціокультурних умінь.

Контроль виконання завдань другого етапу роботи здійснювався миттєво, одразу по їх виконанні.

Цікавою особливістю фільму є те, що у нижній частині екрану час від часу з'являється резюме головних думок, висловлених учасниками проекту. Такі кадри можуть стати основою для іншого виду завдань: описати кадр, поставити питання до кадру, дати пояснення щодо резюме, поданого на екрані, наприклад, такого: «*Mentor and tutor employees who*

have the potential to grow with the company». Якщо у деяких групах сприйняття мовного матеріалу становить особливу складність, корисним може бути використання титрів до фільму, які пропонуються розробниками проекту. Якщо ж навички аудіювання розвинуті, використання титрів є недоцільним.

Завершальним завданням другого етапу роботи було звернути увагу на уроки, що пропонує відеофільм: «*Remember the Team-Building Take-Away Tips presented*». Наприклад: «*Empower your employees by giving them precise guidelines on how to make decisions. Keep looking for talent even if you are not currently hiring. Encourage your staff to grow, promote promising employees, etc.*»

На основі цих уроків та матеріалу відеофільму розгортається діяльність на третьому (*post-viewing*) етапі роботи, яка спрямована на розвиток монологічного та діалогічного мовлення та навичок письма. Студенти у групах або індивідуально повинні аргументовано пояснити деякі з порад, довести їх доцільність. На основі обговореного досвіду компаній і власників малого бізнесу студенти пишуть рекомендації щодо побудови команд, що сприяє закріпленню лексики у професійно значущому контексті, навичок англomовного письма і є засобом контролю розуміння студентами матеріалу, представленого у відеофільмі.

На завершальному етапі роботи можна більш детально обговорити (у парах та міні-групах) розбіжності та спільні риси системи визнання та мотивації персоналу, використавши нотатки, укладені студентами під час виконання завдань 7 та 8 роздавального матеріалу. Таке завдання розвиває мовленнєві навички студентів і доволіно сприяє розвиткові соціокультурних умінь. Висновки, які зробили студенти під час дискусії, є основою для письмового завдання, що може стати початком проектної роботи з розвитку мотиваційної системи в організації з урахуванням «запозиченого досвіду» і стати кроком переходу до однієї з наступних тем програми «Менеджмент».

Висновки. Отриманий нами досвід довів, що автентичний ненавчальний відеофільм на занятті з ділової іноземної мови може стати цінним ресурсом мовного матеріалу, вжитого у мовленні представників бізнесу, дозволяє доволіно повторити раніше засвоєні лексичні одиниці та поповнити словарний запас новими, демонструє цікаві реалії роботи компаній, що у сукупності сприяє підвищенню навчальної мотивації студентів та якості професійної підготовки. Різноманітні види завдань на кожному з етапів роботи дозволяють задіяти усі види мовленнєвої діяльності студентів: аудіювання, говоріння, читання та письмо. Розподіл відеофільму на окремі змістові уривки дозволяє раціонально використати оперативну пам'ять студентів, уникнути інформаційного перенавантаження та виділити такі види роботи з кожним з них, які враховують мовний, немовний та змістовий матеріал уривку. На відміну від аудіотексту та друкованого тексту, відеотекст об'єднує різні аспекти мовленнєвої взаємодії, такі як зміст, візуальна інформація щодо особливостей поведінки мовців, робочого оточення у компаніях, представлених у фільмі, тощо.

Отже, використання на занятті з ділової іноземної мови професійно спрямованого ненавчального відеофільму справляє сильний емоційний вплив на студентів, підвищує мотивацію до подальшої навчально-пошукової діяльності, формує мовну, мовленнєву та соціокультурну компетенції студентів.

Список використаних джерел

1. Бецько О.С. Дидактичні та методичні засади інтеграції подкастів в процес навчання іноземної мови у вищій школі. / О.С. Бецько. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://confesp.fl.kpi.ua/ru/node/1074>
2. Завальнюк Л.В. Використання відео при навчанні німецької розмовної мови. / Л.В. Завальнюк. – [Електронний ресурс]. – // Режим доступу: http://www.rusnauka.com/36_NIO_2008/Philologia/39401.doc.htm
3. Кряхтунова О.В. Русский язык. Методическое пособие для преподавателей русского языка подготовительного факультета. Методика работы с видеоматериалами в иностранной аудитории. / О.В. Кряхтунова. – Астрахань: АГТУ, 2011. – 59 с.
4. Куриш С. Застосування інформаційних технологій у процесі вивчення іноземних мов. / С. Куриш. // Іноземні мови в сучасній школі. – 2012. – № 1. – 48–49.

5. Лепська В.В. Використання відеофільмів на заняттях іноземної мови як засіб формування комунікативної компетенції студентів у вузі / В.В. Лепська [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/nvnau_ppf/2010_150/10lvv.pdf

6. Ляховицкий М.В. Применение звукозаписи в обучении иностранному языку: учеб. пос. для вузов. – М.: Высшая школа, 1979. – С. 129.

7. Михина А.Э. Методика формирования стратегий аудирования у студентов неязыкового вуза (английский язык): автореферат дис. ... канд. пед. наук / А.Э. Михина. – Улан-Удэ, 2009. – 20 с.

8. Новоградська-Морська Н.А. До проблеми навчання аудіювання студентів немовних ВНЗ автентичних професійно спрямованих відеотекстів / Н.А. Новоградська-Морська – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://intkonf.org/novogradska-morskana-do-problemi-navchannya-audiyuvannya-studentiv-nemovnih-vnz-avtenticnih-profesiynospriamovanih-videotekstiv/>

9. Пассов Е.И. Основы коммуникативной методики обучения иностранным языкам. / Е.И. Пассов. – М.: Русский язык, 1989. – 276 с.

10. Скалкин В.Л. Основы теории обучения устной речевой коммуникативной деятельности (вузы розширених програм по иностранному языку): автореф. дис. ... канд. пед. наук: 13.00.02. / В.Л. Скалкин. – М., 1986. – 36 с.

11. Яковлева В.А. Обучение иноязычному профессионально-ориентированному аудированию на среднем этапе в условиях технического вуза: На материале французского языка: 13.00.08 Теория и методика профессионального образования / В.А. Яковлева. – Екатеринбург, 2003. – 252 с.

12. Mark Ellis Johnson. Teaching Business English. / Mark Ellis, Christine Johnson. – Oxford University Press. 1994. – 237p. (цит. за Новоградська-Морська Н.А. [8])

13. Market Leader. Business English. / Cotton D., Falvey D., Kent S. – Pearson Education Limited, 2003. (Pre-Intermediate, Intermediate, Upper-Intermediate).

14. Strategies for Growth – Team Building. SBA program / Produced by U.S. Small Business Administration. SBA/Dell. Retrieved from <http://www.youtube.com/watch?v=-wasq4V6XUg> on 30 November 2009.

Додаток А (роздавальний матеріал)

Listening: Team-Building Strategies

You will watch a film and listen to several people presenting three businesses (each company is represented by two or three persons, both employers and their employees) and the strategies for growth and team-building they apply.

These people are:

– Laurie Benson, Inacom Information System, SBA National Women in Business Championship 2009;

– Brian Tinkles, Inacom Information System, Microsoft Solutions Specialist; Michael Reeve, Inacom Information System, Learning Solutions Architect;

– Don Matzkin, Anthony Bracali, Friday Architects/Planners Inc., SBA e200 Participants;

– Jeanna Sellmeyer, ASSET Group Inc., SBA National Small Business Person of the Year 2009;

– Jennifer Fog, ASSET Group Inc.

0.28–1.19	According to Laurie Benson and Brian Tinkles, what makes a powerful team? What empowerment measure do they have in Inacom Information System?
1.20–2.17	What percentage likelihood for the company to get a deal was there before a team discussion? What ideas did the team brainstorm to win the bid? What helped the team members to get the contract?
2.27–2.57	According to Don Matzkin, Friday Architects/Planners Inc., there is a difficulty team members should overcome in that professional environment. What is the difficulty and how can team members contribute to the company success?
2.58–3.46, 3.23	Listen to the three pieces of advice on finding the right team member, given by the three people speaking. Note down the words to describe a right employee. What makes Jeanna Sellmeyer always look for people?

Table

3.43– 4.04	Which of the statements are true or false, according to Jennifer Fog and Jeanna Sellmeyer? In ASSET Group Inc. they invite people to work for the company to foster the team environment. ASSET Group Inc. pays a definite stipend for a person who stays for a certain period with the company, to a member who brought him on. The employee who invited a new team member is not motivated enough to make this newcomer stay with the company.
4.04– 4.49	Complete the extract from Jeanna Sellmeyer’s speech. «Try to hire somebody that’s _____ you. Don’t _____ them. You can _____ that. Hire a guy that can _____, or hire the gal that can take your position, because you _____ until they move up. Anybody who wants to better themselves, I am _____ there _____ to help them. And I’ll work side by side with them.»
4.50– 5.43	Listen to Jennifer Fog and take notes about what makes a good recognition system in a company.
5.46– 6.25	Jeanna Sellmeyer’s talking on motivational system and corporate culture, corporate environment and team spirit in ASSET Group Inc. What are the key points which help to develop them in this company?
8.18	Remember the Team-Building Take-Away Tips presented.

The article addresses the problem of organizing undergraduate students’ learning activities with authentic non-educational video at a Business English class. Different types of tasks set on the pre-viewing, viewing and post-viewing stages of a professionally-oriented video presentation are suggested.

Key words: Business English, non-educational video, listening comprehension, videotext, authentic language.

В статье рассматриваются формы учебного взаимодействия студентов с неучебным оригинальным видеофильмом профессионального содержания на занятии делового английского языка. Предложены виды учебной деятельности на каждом этапе работы с аудиотекстом.

Ключевые слова: деловой иностранный язык, неучебное видео, аудирование, видеотекст, оригинальный язык.

Одержано 1.10.2013.