

ТМ	Г. XXXVI	Бр. 2	Стр. 967-970	Ниш	април - јун	2012.
----	----------	-------	--------------	-----	-------------	-------

Приказ дела
Примљено: 11. 02. 2012.

Јелена Баста

ЕНГЛЕСКИ ЈЕЗИК СТРУКЕ – ГЛОБАЛНЕ ТЕМЕ, СПЕЦИФИЧНИ ЦИЉЕВИ*

Од прошле године студентима и наставницима страног језика на факултетима економске и пословне оријентације стоји на располагању свеобухватан и структурно занимљив уџбеник ванредног професора Економског факултета у Београду др Надежде Силашки. Уџбеник под називом *Енглески језик за економисте 2*, у издању Центра за издавачку делатност Економског факултета у Београду, својом садржином се издваја од осталих издања сличног карактера јер се не посвећује искључиво пословним темама, већ у подједнакој мери обрађује и горућа економска питања на глобалном нивоу. Зато су теме у *Енглеском језику за економисте 2* широке и савремене, и крећу се од корпоративног идентитета и организације, преко разних анализа случајева и светске финансијске кризе, до пословне преписке.

Уџбеник је подељен на седамнаест наставних јединица, при чему свака од њих следи исту форму: активности пре читања (енг. *pre-reading*), читање текстова уз примену стратегија упознавања са општим садржајем текста (енг. *skimming*) и сакупљања одређених информација (енг. *scanning*), вокабуларна и граматичка вежбања, уз инсистирање на језичким структурама и вокабулару од значаја за економску и пословну комуникацију. На крају сваке наставне јединице студентима се пружа могућност да о обрађиваној јединици дискутују, вођени темама које им се нуде као оквир за даљу комуникацију. У уџбенику се може уочити постојање пет логичких целина.

Прва целина се тиче корпоративног управљања и обухвата прве три наставне јединице: *Company history*, *Company organisation* и *Corporate identity*. У овим лекцијама се врло често користи пример *Унилевера*, водећег светског произвођача робе широке потрошње. Овај пример је одлична илустрација начина на који се једна компанија, њена историја и организациона структура могу представити. Истовремено, пажња се посвећује видовима грађења и манифестовања корпоративног идентитета. Студентима су овде од велике помоћи графички и текстуални прикази типичне хијерархијске структуре компанија и одељења људских ресурса. Када је реч о граматичким вежбањима, акцентирани су оне лингвистичке структуре које су одређене

jelena.basta@eknfak.ni.ac.rs

* Надежда Силашки. 2011. *Енглески језик за економисте 2*. Београд: Центар за издавачку делатност Економског факултета у Београду, стр. 201.

семантичким функцијама језика струке, као што су времена, зависни предлози, инверзија након прилога са негативним значењем, актив и пасив. Студентима се нуди могућност проширивања и усавршавања економске терминологије која се тиче врста правних облика, врста спајања и преузимања компанија, као и колокација и фразеолошких израза који се односе на разне видове пословања, ризичног капитала, акционарства, рада, предузетништва. Све чешћа употреба идиоматских израза у пословном и економском жаргону захтева да се ови изрази нађу и у уџбеницима језика струке, што је проф. др Силашки, пратећи савремене трендове, и учинила.

Друга тематска целина обухвата следеће наставне јединице: *Cross-cultural awareness in business*, *Ethics in business*, *The art of body language* и *What are employers looking for* и све четири лекције представљају анализу како корпоративних, тако и индивидуалних вредности и понашања која се сматрају нормативом у свету пословања. Са методичке тачке гледишта, уџбеник карактерише разноврсност типова вежбања и наставних активности, што чини наставу језика струке динамичнијом и занимљивијом. Зато се студентима нуде лексичка вежбања типа повезивања (енг. *matching exercise*) и укрштенице (енг. *crosswords puzzle*), која имају за циљ проверу речи које се јављају у обрађиваним текстовима, потом вежбања којим се задате тврдње оцењују као тачне или нетачне (енг. *true/false exercise*), као и вежбања деривације речи, којим неизворни говорници енглеског језика развијају осећај за финије језичке процесе. Новину представља вежбање са фразалним глаголима који се користе у пословном окружењу, а које ће помоћи студентима да разумеју неформалну пословну конверзацију, комуницирају самоувереније и учине социјалну размену живахнијом и разноврснијом. У овој целини студентима се пружа могућност да искажу своје вредносне судове о неким питањима којима се бави кадровска служба, те овај уџбеник представља вредан допринос не само развоју комуникативних компетенција, већ и дискурзивног размишљања.

Трећу целину чине две лекције и то: *Tulipomania* и *The case of Amazon* и оне представљају анализу случајева, при чему је прва лекција у низу историјски пример масовне продаје и поаме за лалама, док је друга илустрација модерне мултинационалне компаније која се бави електронским пословањем. Обе наставне јединице карактеришу до сада обрађиване врсте граматичких и лексичких активности, а посебну пажњу привлачи вежбање са метафорама које се користе за описивање економских дешавања. Наиме, употреба метафора не само као пуког стилског средства и текстуалног украса већ и као когнитивног средства, којим се перципирају одређени појмови, постала је све учесталија у економском дискурсу. Стога вреди напоменути да проф. др Силашки увиђа вредност и актуелност оваквих израза у настави енглеског језика струке, те студентима нуди мноштво метафоричких израза, попут *storm*, *ship*, *path*, *vessel* и других.

Четврта целина обухвата текстове *Banker's bank – the role of the central bank*, *The global financial crisis* и *International trade*, а они се тичу важних финансијских институција – централних банака, светске економске кризе и међународне трговине. Показатељ тога да уџбеник прати савремена глобална економска дешавања лежи у чињеници да је једна од наставних јединица посвећена финансијској кризи која је уздрмала читав свет крајем прве деценије 21. века. Осим тога, најбољи доказ да овај уџбеник користи глобално

актуелне и струковно престижне изворе информација јесте и вежбање које има за циљ проверу глаголских облика, а у којем се студентима нуде одломци из новинских чланака једног од водећих пословних недељних часописа - *The Economist-a*. Тако студенти имају могућност да се, осим што утврђују стечено знање о глаголским облицима, информишу и о актуелним светским економским дешавањима. На методичку разноврсност активности указују и две нове врсте вокабуларних вежбања која од студената захтевају истовремено ангажовање многих видова когниције, тј. поимања, који се, углавном, развијају у изолованим ситуацијама, попут памћења, решавања проблема, уочавања грешака. Реч је о питањима вишеструког избора и осмосмерци, а обе врсте вежбања имају за циљ утврђивање познавања банкарске терминологије. Проф. др Силашки даје и исцрпну листу израза типичних за америчко и британско говорно подручје, која припрема студенте за рад у различитим радним окружењима и компанијама које потичу са разних географских положаја.

Последњу целину чини пет наставних јединица (*Business communication, Enquiries, Replies to enquiries, Complaints, Replies to complaints*) које се осврћу на пословну комуникацију и различите форме пословне преписке. Имајући у виду све већи значај пословне кореспонденције, наведене наставне јединице изучавају упите, одговоре на упите, жалбе и одговоре на жалбе, као најтипичније видове пословне комуникације. Нагласак је такође стављен и на функционална вежбања која се тичу писања датума, интерпункције и знакова који се користе у пословним документима и пословној преписци. Веома занимљив начин учења форме писама представљају вежбања у којима се од студената очекује да од насумице задатих делова писама направе логичку целину (енг. *jumbled letters*). Студентима су од великог практичног значаја и вежбања која се тичу ефективног усвајања терминологије пословне преписке. Поред тога, проф. др Силашки упућује студенте у формалан начин комуникације као део опште културе који се данас често запоставља, што у свакодневној што у пословној комуникацији, због све већих потреба данашњице за електронском комуникацијом.

Својим информативним и аутентичним материјалима из водећих пословних дневних и недељних новина попут *The Financial Times-a* и *The Economist-a*, *Енглески језик за економисте 2* подстиче студенте да прошире и обогате своје знање кључних економских и пословних израза. Овај иновативни уџбеник представља сублимацију вишегодишњег искуства, рада и усавршавања проф. др Силашки у области наставе језика струке. Свака наставна јединица је методички одлично обрађена, са мноштвом разноврсних и занимљивих активности које доводе до развоја свих језичких вештина (читања, писања, слушања, говора). Овај уџбеник нема само за циљ усвајање вокабулара карактеристичног за економски и пословни дискурс, већ и подстицање критичког размишљања код студената, уз помоћ разних тема за дискусију које се налазе на крају сваке лекције. Употребом овог издања, читаоци ће моћи да путем примамљивих и занимљивих наставних јединица усаврше своје способности разумевања текстова економске и пословне садржине, да стечено знање апстрахују и примене на многе друге сличне ситуације, и да се усредсреде на оне области које ће им бити од виталног значаја за даљи ток студија, или, пак, професионалног живота. Имајући у виду јасну, концизну и кохерентну структуру овог уџбеника, намеће се закључак

да *Енглески језик за економисте 2* није намењен само студентима факултета економске и пословне оријентације, већ и свима онима који желе да науче и усвоје специфичну пословну терминологију на енглеском језику, како би што боље и квалитетније комуницирали у пословном окружењу и расправљали о економским дешавањима. Због свих овде наведених разлога, овај уџбеник представља изузетно велики допринос како изучавању енглеског језика економске струке, тако и општој пословној култури.