

[https://www.doi.org/10.21272/Ftrk.2025.17\(1\)-12](https://www.doi.org/10.21272/Ftrk.2025.17(1)-12)

ВИКЛАДАННЯ «ДІЛОВОЇ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ» У ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ: КОМУНІКАТИВНИЙ АСПЕКТ

Тимчик Марина

ДВНЗ «Ужгородський національний університет»,
м. Ужгород, Україна
ORCID ID 0009-0001-9763-3378
Автор, відповідальний за листування:
maryna.tymchyk@uzhnu.edu.ua

Як цитувати: Тимчик М. (2025). Викладання «ділової англійської мови» у вищих навчальних закладах: комунікативний аспект. Філологічні трактати, 17(1), 122-136. [https://www.doi.org/10.21272/Ftrk.2025.17\(1\)-12](https://www.doi.org/10.21272/Ftrk.2025.17(1)-12)

Отримано: 04.03.2025 р.

Прийнято після доопрацювання: 07.04.2025 р.

Затверджено: 01.05.2025 р.



© 2025 by the Author(s). Publication with open access within the terms and conditions of the Creative Commons Attribution-Noncommercial 4.0 International License

Анотація. У статті висвітлено значення комунікативного підходу як одного з основних методів навчання ділової англійської мови у закладах вищої освіти, що відповідає сучасним вимогам до підготовки студентів до професійної діяльності в міжнародному бізнес-середовищі. Метою дослідження є аналіз комунікативного підходу як ефективного засобу навчання ділової англійської мови та визначення його ролі у формуванні комунікативної компетентності студентів. Охарактеризовано комунікативні підходи, які спрямовані на інтеграцію мовних знань у реальні ситуації для розвитку навичок ефективної міжособистісної взаємодії. Одним із ключових аспектів є формування комунікативної компетентності, що забезпечує здатність коректно використовувати мовні засоби в різних соціокультурних контекстах. З'ясовано роль невербального спілкування, яке є важливим доповненням до вербальних методів комунікації, адже розуміння невербальних сигналів сприяє зменшенню комунікативних бар'єрів між культурами. Проаналізовано публікації українських та західних експертів у галузі лінгводидактики, що стосуються методів навчання ділової англійської мови. Розглянуто різні методики, які сприяють розвитку міжкультурної компетентності та формуванню вмінь ефективно спілкуватися з бізнес-партнерами. Визначено, що одним із перспективних напрямків є використання цифрових технологій, інтерактивних платформ та онлайн-ресурсів, які значно покращують комунікативну компетентність студентів. Окреслено основні проблеми, з якими стикаються студенти та викладачі в процесі навчання ділової англійської мови, а також запропоновано рекомендації для їх ефективного вирішення. Перспективи подальшого дослідження включають вивчення інтеграції новітніх технологій у навчальний процес та розробку нових методичних підходів для вдосконалення навичок ділової комунікації у вищих навчальних закладах.

Ключові слова: ділова англійська мова, навички комунікації, комунікативний підхід, ЗВО, невербальне спілкування, цифрові технології.

Вступ

У сучасних умовах європейської та євроатлантичної інтеграції України, а також активного розвитку міжнародних економічних і комерційних відносин, проблема ефективного ділового спілкування набуває особливої актуальності. Глобалізаційні процеси та історичні тренди значно підсилюють роль фахівців, здатних успішно працювати на міжнародній арені, де однією з головних вимог є досконале володіння іноземною мовою. Уміння налагоджувати й підтримувати ділові контакти у міжкультурному середовищі є важливим чинником, що впливає на досягнення цілей професійної співпраці.

У цьому контексті особливого значення набуває навчання ділової іноземної мови як одного з ключових компонентів підготовки майбутніх фахівців. Зокрема, ділова англійська мова, яка є основним засобом міжнаціонального спілкування, виступає універсальним інструментом професійної діяльності у глобалізованому світі (Belcher, 2009; Basturkmen, 2010; Fitria, 2019). Її знання визначає рівень професіоналізму спеціаліста, його здатність до інтеграції в міжнародні ділові спільноти та ефективної участі в освітніх і професійних проєктах.

Сьогодні студенти та випускники закладів вищої освіти можуть брати участь у міжнародних освітніх проєктах, що сприяють формуванню перших міжнародних ділових контактів, набуттю необхідних комунікативних навичок та підвищенню рівня володіння діловою англійською мовою. Ці навички є невід'ємним атрибутом успішної професійної діяльності, забезпечуючи здатність працювати у різних видах професійного спілкування.

Навчальна дисципліна «Ділова англійська мова», яка запроваджується у багатьох університетах, інститутах та навіть фахових передвищих коледжах України, є важливою складовою професійно-орієнтованої підготовки фахівців. Вона передбачає розвиток загальних, професійно-спрямованих комунікативних компетентностей, навичок практичного володіння мовою у різних видах мовленнєвої діяльності (Ісакова, 2024; Байдак, 2022). Її метою є також формування здатності здобувати нову інформацію з джерел мовою оригіналу, що є необхідним для досягнення професійних потреб і завдань.

Актуальність дослідження

Попри наявність значного масиву публікацій наукового і методичного характеру, присвячених діловій англійській мові, роль і значення комунікативного підходу до її вивчення залишаються у вітчизняній лінгвістиці недостатньо розробленими, що зумовлює актуальність дослідження, здійсненого в рамках цієї статті.

Метою статті є розглянути комунікативні аспекти навчання англійської мови професійно-ділового спрямування та педагогічні умови формування комунікативної компетентності студентів.

Завдання дослідження є аналіз комунікативних підходів як ефективних методів викладання «Ділової англійської мови» у вищих навчальних закладах та визначення їх ролі у формуванні комунікативної і міжкультурної компетентності студентів; використання цифрових технологій у навчальному процесі.

Методи дослідження та обговорення

У статті застосовано загальнонаукові методи (аналіз наукової літератури – досліджено праці українських та іноземних вчених щодо комунікативного підходу та методів викладання ділової англійської мови; емпіричні спостереження – здійснено

аналіз навчального процесу, зокрема впровадження комунікативного підходу під час викладання ділової англійської мови; метод синтезу та узагальнення – результати дослідження було систематизовано для формулювання висновків і рекомендацій щодо вдосконалення навчання ділової англійської мови у закладах вищої освіти) та спеціальні (описовий метод – використовувався для деталізації основних аспектів комунікативного підходу, таких як роль комунікативної компетентності, інтеграція мовних знань у реальні ситуації та вплив невербальних засобів комунікації; історичний метод – дозволив дослідити розвиток підходів до викладання ділової англійської мови).

Зміст і специфіка викладання навчальної дисципліни «Ділова англійська мова» у вищій школі перебувають у полі зору багатьох українських науковців. Зокрема, Б. Тарнопольський та М. Кабанова (2019) виокремлюють низку принципів організації навчальної діяльності студентів, серед яких належну увагу приділяє принципу комунікативно-особистісної організації. Проблеми, пов'язані з викладанням ділової англійської мови для студентів нефілологічних факультетів закладів вищої освіти, розглядає Л. Байдак (2022), Н. Дідо (2015). Методика інтегрованого навчання англійського ділового мовлення, метою якого є оволодіння мовою для спеціальних цілей проаналізовано в дисертаційному дослідженні З. Корневої (2006). А. Люта (2012) зосереджує свою дослідницьку увагу на студіюванні сучасних методів вивчення іноземних мов, зокрема англійської. Спробу окреслити підходи провідних експертів-мовознавців до реалізації комунікативного методу навчання іноземних мов здійснив В. Вдовін (2007), різноманітні аспекти до вивчення комунікативного напрямку проаналізовані у матеріалах науково-практичного семінару (Гетьман гол. орг., 2015) та інші.

Варто також відзначити, що важливе теоретичне і методологічне значення для аналізу комунікативних аспектів навчання ділової англійської мови мають праці західних методистів-науковців, передусім репрезентантів Кембріджської та Оксфордської наукових шкіл: Дж. Хайкрафта (1978), К. Джонсона, К. Морроу (1992); В. Літлвуда (2013), А. Мелея (2015), Дж. Хармера (1998). Наукові досягнення та результати досліджень підсумовані у науковому збірнику «Комунікативні методи та матеріали для викладання англійської мови» Оксфордського університету (Биркун Л. пер., 1998).

Результати дослідження

У процесі реалізації завдань навчальної дисципліни «Ділова англійська мова» ключову роль відіграє формування змісту навчання. Відповідно до сучасних педагогічних підходів, зміст освіти охоплює систему знань про навколишній світ, суспільство, індивідуальне мислення, а також практичні вміння, способи діяльності, досвід творчості та світоглядні орієнтири, які необхідно засвоїти студенту. Таким чином, зміст навчання ділової англійської мови можна розглядати як поєднання базових знань, умінь і навичок з ретельно відібраною і структурованою англомовною інформацією, яка відповідає професійним потребам студентів.

Багато хто з українських науковців і викладачів-практиків пишуть про те, що суть комунікативного навчання полягає в підготовці учня та студента до участі у процесі спілкування англійською мовою в класі чи аудиторії. Комунікативно-орієнтоване навчання англійської мови базується на створенні умов, максимально наближених до реальних ситуацій спілкування.

Передусім необхідно з'ясувати, чому саме англійська мова стала міжнародною мовою спілкування. Проаналізувавши значний обсяг літератури, ми дійшли висновку,

що ділова англійська є важливим інструментом політичного, економічного та культурного впливу. Зокрема, нами було виділено ключові фактори, які сприяли її поширенню, подані у табл 1:

Історичні передумови:	1) Англійська була мовою Британської імперії у XVII–XIX ст.;
	XVIII–XIX століття: промисловий переворот зробив Великобританію провідною державою, а англійську — мовою модернізації та наукової революції (понад половина значних наукових і технічних робіт створені англійською);
	2) Після Першої світової війни США закріпили економічне лідерство, популяризуючи англійську;
	3) Розпад колоніальної системи: англійська стала офіційною мовою багатьох нових держав.
Англійська як lingua franca:	1) Замінює французьку у міжнародній дипломатії у XX ст;
	Офіційно закріплена в міжнародних організаціях - ООН, ЮНЕСКО, ЮНІСЕФ, ВООЗ, МВФ та ін; робоча мова - Світового банку, МВФ, G20 (Великої двадцятки), НАТО, Інтерполу та ін.
	2) Англійською користуються 1,5 млрд осіб, більшість — як нерідною мовою;
	3) Мова глобальної економіки та бізнесу: навіть у неангломовних країнах використовується для ділового спілкування;
	4) Наука: понад 90% авторитетних наукових журналів публікуються англійською;
	5) Інформаційні та комунікаційні технології (зокрема поява Internet) сприяли масовій потребі у спільній мові.

Ключові передумови становлення англійської як міжнародної мови

Джерело: розроблено автором на основі досліджень (Brosch, 2015; Mauranen A., Ranta E. ed., 2009).

Таким чином, англійська мова стала глобальною мовою завдяки історичним, економічним, технологічним і культурним чинникам. Її статус lingua franca є результатом еволюції людства у напрямку глобалізації та інтеграції.

Перший етап глобалізації, який розпочався у 1960-х роках після завершення Світових воєн, ознаменував нову епоху міжнародної ділової комунікації. У період відновлення економік та міжнародного співробітництва комунікативні навички, зокрема у сфері ділового спілкування, набули особливої значущості. Саме в цей час американський антрополог і соціолінгвіст Делл Хаймс сформулював теорію комунікативної компетентності, яка стала основою для розуміння ефективної міжкультурної взаємодії. Згідно з його досліджень, комунікативна компетентність включає знання абстрактної системи правил, які існують незалежно від конкретних умов використання мови. Це підхід, який відокремлює саму компетенцію (знання правил мови) від перформансу (реального використання мови), що дозволяє аналізувати мовну систему в її ідеалізованій формі. Водночас вона враховує динамічний характер мовної компетенції, що залежить від впливу соціальних, культурних та когнітивних чинників. Вчений наголошував на важливості навчати

людей мислити самою мовою та обирати різні варіанти її використання відповідно до мети і кола спілкування (Hymes, 1972:269). З цією метою було розроблено комунікативну методику викладання мови (Communicative Language Teaching), в якій увагу акцентовано на міжособистісній взаємодії як засобі та кінцевій меті навчання. Цей метод спонукає студентів використовувати мову, зокрема і ділову англійську, в реальних життєвих ситуаціях, що сприяє розвитку навичок говоріння, слухання, читання та письма. Однак, реальний мовний контекст часто демонструє різноманітні відхилення від "ідеальної" моделі, такі як "коди переключення", мовні інтерференції або ситуаційні зміни стилю. Ідеалізована модель слугує корисним теоретичним інструментом, але не завжди повністю відображає багатовимірність реального мовного використання.

Варто відзначити, що в сучасних умовах комунікативна методика залишається найбільш популярною серед різноманітних підходів до викладання іноземних мов у світі. Сучасна практика навчання англійської мови демонструє вагомий внесок цього напрямку у виконання соціального запиту глобального співтовариства, яке прагне забезпечити всім своїм учасникам рівні можливості для вільного взаємного спілкування.

Отже, комунікативна компетенція, з одного боку, фокусується на ідеалізованих умовах для кращого розуміння фундаментальних принципів мови, а з іншого — адаптується для врахування складності, яка супроводжує її реальне використання у різних соціальних і когнітивних контекстах.

Досвід викладання ділової іноземної мови студентам ЗВО, зокрема ДВНЗ «УЖНУ», дозволив визначити ключові характеристики курсу. Серед них — професійна орієнтованість, зосередженість на діловому листуванні, міждисциплінарний підхід і розвиток комунікативної складової, що сприяє вдосконаленню усного та письмового спілкування в професійному середовищі. Навчальна програма з «Ділової англійської мови» (Тимчик, 2025) охоплює теми, спрямовані на поглиблення знань і вдосконалення навичок, необхідних для успішної комунікації в міжнародному бізнесі. Основні з них наведено у таблиці 2:

<i>1. Business Documentation</i>	<i>2. Peculiarities of Business Management</i>
1) Theory of business letter and its elements; 2) Informal letters and their types, the use of various phrases; 3) Comparative analysis of business letter samples in English and Ukrainian; 4) Business abbreviations and acronyms. Peculiarities of ordering letters, letters of proposal and inquiries; 5) Rules for writing letters of complaints and claims.	1) Terms of payment, specialized terminology. Terms of delivery; 2) Commercial Business letters; 3) Presentations and their types: informative, motivational; 4) Preparation for conducting a presentation: use of visual aids and special vocabulary; 5) Negotiations: types, stages, and techniques.

3. Business Communication Culture	4. Jobs and Business
1) The primary forms of communication (Verbal and non-verbal); 2) Typical models of different types of business conversations; 3) Business meetings: concepts, examples, and roles of participants; 4) Peculiar features of business conversations over the phone: the use of standard speech patterns in typical speech situations; 5) Business etiquette. The culture of exchanging business cards.	1) Emails and conducting business online; 2) Features of contracts in the modern world. Types. Usage of specialized terminology; 3) Résumé and CV: their differences, types, structure, guidelines for writing. Vocabulary for the topic; 4) Cover letter; 5) Interviews. Preparation tips.

Структура навчальної дисципліни «Ділова англійська мова» для студентів спеціальності 035.10 Філологія. Прикладна лінгвістика

Джерело: розроблено автором (Тимчик, 2025).

Курс надає студентам можливість оволодіти специфічною лексикою, кліше, граматичними конструкціями та комунікативними стратегіями, що є важливими для ведення переговорів, написання ділових листів, підготовки презентацій, успішної участі у професійних зустрічах і дискусіях, а також успішно орієнтуватися в різних комунікаційних ситуаціях в міжнародному бізнес-середовищі.

Ми поділяємо думку науковців М. Прищак та О. Лесько, які визначають спілкування як «взаємодію людей, що полягає в обміні інформацією, діями та встановленні взаєморозуміння; взаємодію двох або більше людей, спрямовану на узгодження і об'єднання зусиль з метою налагодження відносин та досягнення загального результату» (Прищак, Лесько, 2023:182). Дослідниця Н. Мусієнко дає наступне визначення: «Ділове спілкування — різновид спілкування, метою якого є досягнення узгодженості у сферах трудової, підприємницької, професійної, суспільної діяльності, кооперації, співпраці» (Мусієнко «Фармацевтична енциклопедія»). Схоже визначення міститься у навчальному посібнику: «Ділове спілкування визначається як спілкування, метою якого є організація і оптимізація виробничої, наукової, комерційної чи іншої діяльності... специфічна форма контактів і взаємодії людей, які представляють не лише самих себе, а й свої організації» (Прищак, Лесько, 2023:184).

Нас також зацікавили закордонні публікації, які дають таке тлумачення терміну business communication - refers to the process of sharing information, exchanging messages, and ideas between individuals within or outside a company to achieve business objectives. Effective business communication goes beyond managing internal operations; it also encompasses fostering professional and meaningful interactions with clients, customers, and other stakeholders to build relationships, convey value, and support organizational goals (Violanti, 2017). У статті Ф. Гаас подано таку інформацію: «The sharing of information between people within an enterprise that is performed for the commercial benefit of the organization. In addition, business communication can also refer to how a company shares information to promote its product or services to potential consumers» (Haase, 2013:57). Американський професор Дж. Гейст стверджує: «when the communication occurs

between either two or more than two business people for the purpose of effective organization and administration of business then it is considered as Business Communication» (Dr. Zagade et al, 2022:3).

Проаналізувавши значний масив літератури, ми дійшли висновку, що як українські, так і зарубіжні дослідники єдині в думці, що ділове спілкування – це особливий вид взаємодії, спрямований на досягнення спільних бізнес-цілей. Його основна мета – обмін інформацією, ідеями, вимогами та пропозиціями для ефективного вирішення завдань як всередині організації, так і поза її межами. Водночас, ділове спілкування відіграє ключову роль у налагодженні співпраці, укладанні контрактів і формуванні партнерських угод між суб'єктами бізнесу.

Для ефективного функціонування ділового спілкування необхідно враховувати ключові параметри комунікативного процесу, а саме:

- Цілеспрямованість – кожне висловлювання має бути спрямоване на досягнення певної мети: переконання, підтримки, критики тощо.

- Ситуативність – спілкування залежить від контексту і конкретної ситуації, що забезпечує його природність, релевантність і динамічність.

- Активність – студенти повинні активно брати участь у розумовій та мовленнєвій діяльності, яка мотивується внутрішніми цілями (Тернопольський, Кабанова, 2019:53).

Український науковець Б. Тернопольський також виділяє шість принципів організації навчальної діяльності студентів при вивченні англійської мови в контексті закладів вищої освіти. Першим із них є саме принцип комунікативно-особистісної організації навчання – моделювання реальних ситуацій спілкування під час занять, що надає навчальному процесу ознак реального комунікаційного середовища. Серед інших – принципи обов'язкового використання і раціонального співвідношення алгоритмічних та евристичних навчальних дій під час засвоєння мовленнєвої комунікації; організації одночасної навчальної діяльності всієї мовної групи студентів під час формування їх умінь і навичок; взаємопов'язаного навчання різних видів мовленнєвої діяльності з урахуванням їх особливостей і специфіки прискореного засвоєння сприйняття мовлення; циклічної побудови навчального процесу; раціонального використання рідної мови під час навчання англійської. Отже, Б. Тернопольський визнає найважливішим саме перший принцип, який спрямований на інтеграцію всіх ключових характеристик процесу спілкування в навчальній діяльності на заняттях з ділової англійської мови (Тернопольський, Кабанова, 2019:52).

Підсумовуючи, можна стверджувати, що комунікативне навчання ділової англійської мови у вищих навчальних закладах спрямоване на розвиток у студентів необхідної комунікативної компетентності. Цей підхід суттєво відрізняється від традиційних методів, де основний акцент робиться на здобутті структурних знань.

Як було вже зазначено вище, важливе теоретико-методологічне значення для розуміння комунікативного підходу до навчання ділової англійської мови мають праці західних методистів-науковців. Так, деякі з них виокремлюють у структурі комунікативної компетентності окремі складові, розтлумачуючи її одночасно як уміння дотримуватися граматичних норм, відповідності контекстів, прийнятного використання різних мовних і мовленнєвих засобів. Британський дослідник К. Джонсон та виділяє два комунікативних підходи, з одного боку, досконалу організацію навчальної програми, а з іншого – грамотну методологію (Johnson, Morrow, 1992:70). Навчальна програма закладів ЗВО визначає, що саме слід вивчати за

комунікативним принципом, а методологічні рекомендації уточнюють, які методи, засоби і прийоми сприятимуть підвищенню доступності та ефективності навчального процесу.

Український дослідник В. Вдовін виділяє важливі тенденції, які виникли внаслідок впровадження комунікативного підходу до навчання ділової англійської мови. По-перше, цей підхід вимагає комунікативної орієнтації всіх видів навчання та застосування комунікативних методів для розв'язання різних навчальних завдань. По-друге, основним суб'єктом навчального процесу стає не викладач, а студент. Цей феномен корелює з методом, відомим як "орієнтований на студента підхід" (Learner-Centered Approach), у рамках якого досвід студента виступає на першому місці, що дозволяє краще врахувати його потреби, інтереси та здібності, а також активніше залучити до навчального процесу. Водночас це гармонійно вписується в контекст особистісного підходу до навчання (Whole Person Approach), де робота з особистістю студента має таку ж важливість, як і допомога у виконанні навчальних завдань. По-третє, навчально-методичні матеріали, в умовах комунікативного підходу, підбираються за ситуаційно-тематичним і функціональним принципами (Вдовін, 2007:16).

Навчальна робота студентів на заняттях, за В. Вдовіним, може бути або парною (ведення діалогів), або груповою (ведення полілогу, групова дискусія). Дж. Хайкрафт (Hausrath, 1978) у цьому контексті виділяє такі види навчальної діяльності студентів як діалоги, пов'язані між собою розповіді (chain stories), імітаційні розповіді (mime stories), розмови та анекдоти, лекції-спілкування, імпровізації та рольові ігри (role plays). З точки зору Дж. Хармера, основними видами роботи зі студентами є спілкування під контролем викладача (на початковому етапі навчання), читання вголос, рольові ігри та використання аудіоматеріалів (Harmer, 1998). Британський дослідник А. Мелей (Maley, 2015) виокремлює ігри, що ґрунтуються на пам'яті і спостереженні, на вгадуванні та інтерпретації, на індивідуальній чи груповій співпраці, а також настільні ігри, ігри з картками, з олівцем або з папером. У різних навчальних ситуаціях такі ігри також можуть бути застосовані і при вивченні ділової англійської мови. Інший британський дослідник В. Літлвуд (Littlewood, 2013) виділив два основні типи комунікативної діяльності – функціональну комунікативну та соціальну інтерактивну.

Методика комунікативно-орієнтованого викладання ділової англійської мови, за даними науковців Оксфордського університету, сприяє активації когнітивних процесів у студентів, підвищує їхню навчальну активність і стимулює відкритість у висловлюваннях, використанні особистого досвіду. Такий підхід дозволяє створювати або імітувати реалістичні життєві ситуації, що покращує співпрацю між студентами і підвищує їхню відповідальність за навчання. Викладач може виконувати різні ролі: інформанта, консультанта та спостерігача. Викладання в Оксфордському та Кембриджському університетах базується на комунікативній методиці, що мінімізує використання рідної мови і створює середовище для занурення в іноземну мову, а це допомагає студентам швидко здобувати практичні навички іншомовного спілкування (Биркун пер., 1998:8).

Дослідження українських та західних мовознавців свідчать, що ключовим елементом комунікативного підходу в навчанні ділової англійської мови є розвиток у студентів здатності чітко та зрозуміло висловлювати свої думки. При цьому акцент робиться не стільки на способі вираження, скільки на змісті того, що висловлюється.

Основну частину часу на заняттях присвячено вільному спілкуванню діловою англійською мовою, в той час як переклади з української на англійську та навпаки займають мінімум часу. Використання рідної мови є доцільним лише у випадках, коли це є невідкладною необхідністю. Студенти спільно працюють над вирішенням ділових завдань і реальних ситуацій, використовуючи свій наявний лексичний запас.

Як відомо, в процесі вивчення іноземної мови студенти часто припускаються помилок. Однак в рамках комунікативного підходу викладач не акцентує увагу на цих помилках, оскільки часті виправлення можуть призвести до втрати впевненості студентів у своїх комунікативних здібностях і зменшити їх бажання активно спілкуватися. Коли студент постійно переконується у своїй здатності розпочати та підтримувати розмову англійською на теми, що стосуються аспектів бізнесу, і спостерігає покращення своїх розмовних навичок, це значно зміцнює його впевненість у володінні діловою англійською як надійним і ефективним інструментом комунікації. Викладач, відповідно, виступає на таких заняттях здебільшого в ролі фасилітатора, тобто доброзичливого наставника, котрий моделює і створює комунікаційні ситуації, заохочує студентів до спілкування, в якому безпосередньо не бере участі, проте сприяє активному обміну думками в конструктивному руслі. У цьому підході викладач не перебуває в центрі уваги студентів, проте весь процес комунікації та навчання залишається під його керівництвом. Він може ініціювати взаємодію, іноді брати в ній обмежену участь, підтримувати доброзичливу атмосферу в аудиторії, надавати підказки щодо правильного висловлення думок без переривання загальної розмови. Викладач також заохочує до активної участі студентів, які можуть бути менш впевненими в своїх знаннях та здібностях.

Варто зазначити, що в процесі ділового спілкування можуть виникати так звані «комунікативні бар'єри» – психологічні перешкоди, які ускладнюють адекватне сприйняття інформації між партнерами по спілкуванню. Наведемо ключові типи комунікативних бар'єрів: 1) «авторитет» - виникає, коли довіра до інформації залежить не від її змісту, а від того, хто її подає (молодь може ігнорувати поради старших через відсутність авторитету); 2) «уникнення» - проявляється в прагненні уникати джерела інформації та не сприймати повідомлення (важливо привернути увагу слухача, використовуючи актуальну, нову інформацію, подану нестандартно й яскраво); 3) «нерозуміння» - виникає, коли повідомлення не сприймається, навіть якщо джерело інформації викликає довіру (фонетичний бар'єр: незрозуміла мова через акцент, швидкий темп або невиразність; семантичний бар'єр: різне тлумачення слів або використання незнайомої термінології; стилістичний бар'єр: невідповідність стилю викладу правилам, які забезпечують зрозумілість змісту) (Гриценко, Іщенко, Мельничук, 2007:49).

Окрім знання іноземної мови та особливостей бізнес-середовища, важливим компонентом постає культура, яка охоплює розуміння національних традицій, етикету, цінностей, специфіку ділового спілкування, ведення документації, норм поведінки, а також урахування психологічних аспектів, що відображають менталітет, особливості мислення та сприйняття в різних країнах світу. Володіння культурною компетентністю та азами психології дозволяють уникнути непорозумінь, підвищують ефективність комунікації та сприяють встановленню довіри й довгострокових партнерських відносин.

Важливим, а в деяких випадках і ключовим аспектом ефективної комунікації є здатність адекватно реагувати на різні ситуації. Дослідження психологів доводять, що

мова тіла є універсальним, потужним і часто недооціненим засобом комунікації. Кожен жест, кожен рух тіла здатні передати емоції, думки та наміри, які нерідко неможливо або важко висловити словами (Hess, 2016; Hall, Horgan, Murphy, 2019). Невербальні сигнали дозволяють створити атмосферу довіри, розкрити справжні почуття та посилити вплив словесних повідомлень, роблячи їх більш переконливими. Австралійський експерт із мови тіла А. Піз зазначає, що лише 7% інформації передається словами, тоді як звукові засоби (тон голосу, інтонація тощо) передають 38%, а міміка, жести та пози – 55% (Pease A, Pease B., 2017). Контроль та розуміння «body language» є ключовими навичками для успішного бізнесмена, спікера, лідера. Вміння контролювати свої невербальні сигнали допомагає створювати позитивне враження, тоді як розуміння мови жестів співрозмовника дозволяє:

- оцінити його ставлення до ваших слів (схвалення чи байдужість);
- визначити рівень зацікавленості (інтерес чи нудьга);
- розпізнати щирість чи можливу спробу обману.

Знання мови тіла дозволяє не лише підтримувати гарну взаємодію з партнерами, але й уникати можливих конфліктів чи непорозумінь. Для професіоналів у будь-якій сфері це важливий інструмент для встановлення зв'язків, впливу на аудиторію та досягнення поставлених цілей. Саме тому курси з невербального спілкування стали невід'ємною частиною навчальних програм бізнес-факультетів провідних університетів світу. Західні політики, дипломати та бізнесмени широко застосовують ці методи для посилення свого впливу і ефективності у переговорах.

Більшість українських і західних експертів визнають, що цифрові технології є потужним інструментом для розвитку комунікативних навичок студентів у процесі вивчення ділової англійської мови. Використання інтерактивних платформ і програм для аудіювання, мовлення та письма сприяє покращенню комунікативної компетентності, дозволяє отримувати доступ до автентичних матеріалів і стимулює студентів до більш глибокого вивчення мови. Водночас цифрові технології мають і свої виклики. Серед них — технічні труднощі, як-от нестабільний доступ до інтернету, проблеми з освоєнням нових платформ, а також методичні питання, пов'язані з інтеграцією технологій у навчальний процес. Ще однією потенційною проблемою є переважання інформації через надмірну кількість доступних ресурсів, що може призвести до труднощів у фокусуванні студентів на основних завданнях і погіршення їх здатності ефективно виконувати навчальні справи. Завдання мають бути адаптовані до можливостей кожного студента, залишаючи час на обговорення і рефлексію. Викладач повинен обирати цифрові інструменти відповідно до мети заняття. Важливо забезпечити баланс між цифровими завданнями та традиційними методами навчання, оскільки онлайн-платформи не можуть замінити безпосереднє спілкування offline.

Висновки та перспективи

Комунікативний підхід є найбільш ефективним засобом навчання іноземної мови в умовах ВНЗ. Він акцентує увагу на горизонтальній взаємодії між студентами, спрямовує їх на обговорення реальних ситуацій і проблем соціально-правового, політичного та економічного характеру, формуючи при цьому загальні та професійно орієнтовані навички практичного володіння англійською мовою.

Вивчення ділової англійської мови має відбуватися в комфортній та доброзичливій атмосфері, що стимулює зацікавленість студента в активному спілкуванні та сприяє швидшому зануренню в англомовне середовище і покращенню мовлення. Викладач закладу вищої освіти у процесі заняття займає роль інформанта,

консультанта або спостерігача, заохочуючи студентів до активного спілкування, вираження своїх думок і почуттів. Розуміння невербальних сигналів сприяє розвитку міжкультурної компетентності студентів, що є одним із ключових аспектів для успішної співпраці з бізнес-партнерами. Ефективним інструментом для розвитку комунікативних умінь і навичок студентів є використання цифрових технологій у викладанні ділової англійської мови у ЗВО. Однак, зважаючи на потенційні технічні та методичні труднощі при використанні електронних засобів навчання, важливо підтримувати баланс між цифровими завданнями та традиційними методами, щоб уникнути інформаційного перевантаження студентів.

Отже, вивчення комунікативних аспектів навчання ділової англійської мови у вищих навчальних закладах є надзвичайно важливим і актуальним для підготовки фахівців, що відповідають вимогам сучасного ринку праці та сприяють розвитку міжкультурної компетентності та комунікативних навичок для ефективної роботи в міжнародному контексті.

Перспективними напрямками подальших досліджень є інтеграція цифрових технологій у навчальний процес та розробка нових методик для вдосконалення комунікативних здібностей студентів у глобальному бізнес-середовищі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

- Байдак Л. (2022). Особливості викладання ділової англійської мови магістрам аграрного ЗВО. Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах : збірник наукових праць, № 82, 88-94.
- Биркун Л. (Пер. і адапт.) (1998). Комунікативні методи та матеріали для викладання англійської мови. (Communicative Methods and Materials for English Language). Oxford University Press, 49.
- Вдовін В. (2007). Комунікативний підхід як оптимальний засіб вивчення іноземної мови у ВНЗ. Вісник Національного університету «Львівська політехніка», № 586, 15-20.
- Гетьман А. (Гол.орг.) (2015). Комунікативна спрямованість вивчення мовних дисциплін у вищих навчальних закладах. Матеріали міжвузівського науково-практичного семінару. Національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого, 160.
- Гриценко Б., Іщенко Т., Мельничук Т. (Eds) (2007). Етика ділового спілкування. Навч. посібник. Центр учбової літератури, 344.
- Дідо Н. (2015). До проблеми викладання ділової англійської мови для студентів немовних факультетів ВНЗ. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Педагогіка. Соціальна робота, Вип. 35, 62-65.
- Ісакова, Є. (2024). Ділова англійська мова як міжнародний комунікаційний інструмент. Академічні студії. Серія «гуманітарні науки», (2), 18-23
<https://doi.org/10.52726/as.humanities/2024.2.3>
- Кнодель Л. (2019). Business English: Business etiquette & correspondence: посібник. ФОП Кандиба Т, 385.
- Корнева З. (2006). Методика навчання майбутніх економістів англійського ділового мовлення на основі технології занурення. (Дис. на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук. Київ: Київський національний лінгвістичний університет).
- Люта А. (2012). Сучасні методи вивчення іноземних мов. Держава та регіони. Серія: Гуманітарні науки. № 2, 98-106.

- Мусієнко Н. Ділове спілкування. Фармацевтична енциклопедія. Національний фармацевтичний університет: <https://www.pharmencyclopedia.com.ua/article/2544/dilove-spilkuvannya>
- Прищак М., Лесько О. (2023). Етика та психологія ділових відносин: навчальний посібник. 2-ге вид., перероб. і доп, ВНТУ, 246.
- Тарнопольський О., Кабанова Р. (2019). Методика викладання іноземних мов та їх аспектів у вищій школі: підручник. Університет імені Альфреда Нобеля, 256.
- Тимчик М. (2025). Ділова англійська мова: методичні рекомендації. Ужгород, «PIK-Y», 2025. 56.
- Basturkmen, H. (2010). Developing courses in English for specific purposes. Palgrave, Macmillan. <https://doi.org/10.1057/9780230290518>
- Belcher, D. (Ed.) (2009). English for Specific Purposes in Theory and Practice. Michigan: Michigan University Press, 308.
- Brosch C. (2015). On the Conceptual History of the Term Lingua Franca. Apples - Journal of Applied Language Studies, 9(1). 71-85.
- Dr. Zagade S., Dr. Dhingra G., Gomathy R., Dr. Saravanan S., Dr. Abirami M. (2022). Business Communication. Red'mac International Press & Media. Inc. India, Sweden, Uk, 162.
- Dubicka I., Rosenberg M. (2020). Business Partner C1. Pearson Education Ltd, 64.
- Fitria T. (2019). Business English as a Part of Teaching English for Specific Purposes (ESP) to Economic Students. Jurnal Education and Economics ,Vol. 02, No. 02 (April-Juni), 143-152.
- Haase F. (2013). Business communication and Globalized English: recent definitions and applications of a concept across the corporate world. Fonseca, Journal of Communication, n.6, Jun., 53-85.
- Hall J., Horgan T., Murphy N. (2019). Nonverbal Communication. Annual Review of Psychology. Volume 70. 271-274.
- Harmer J. (1998). How to Teach English: An Introduction to the Practice of English Language Teaching. Essex, UK: Longman Group, 198.
- Haycraft J. (1978). An Introduction to English Language Teaching. Essex, Longman. General Editor: Donn Byrne. 146.
- Hess U. (2016). Nonverbal Communication. Encyclopedia of Mental Health (Ed. Friedman H.), 2nd ed, Vol 3, Waltham, MA: Academic Press, 208-218.
- Hymes D. (1972). On Communicative Competence. In J. B. Pride, & J. Holmes (Eds.). Sociolinguistics Selected Readings, London, Penguin, 269-293.
- Johnson K., Morrow K. (1992). Communication in the Classroom. Essex: Longman Group, 140.
- Littlewood W. (2013). Developing a Context-sensitive Pedagogy for Communication-oriented Language Teaching. Hong Kong Baptist University DOI:10.15858/engtea.68.3.201309.3
- Maley A. (2015). Overview: Creativity – the what, the why and the how. Creativity in the English language classroom. Edited by Alan Maley and Nik Peachey. British Council. 6-13.
- Mauranen A., Ranta E. (Ed.) (2009). English as a Lingua Franca: Studies and Findings. Cambridge Scholars Publishing. 382.
- Pease A., Pease B. (2017). The Definitive Book of Body Language: How to read others' attitudes by their gestures. Orion Publishing, 416.
- Violanti M. (2017). Business Communication. The International Encyclopedia of Organizational Communication doi:10.1002/9781118955567.wbieoc016
- Violanti, M. T. (2017). Business Communication. International Encyclopedia of Organizational Communication Wiley <https://doi.org/10.1002/9781118955567.wbieoc016>

TEACHING «BUSINESS ENGLISH» IN HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS:
COMMUNICATIVE ASPECT

Tymchyk Maryna

Uzhhorod National University, Uzhhorod, Ukraine

ORCID ID 0009-0001-9763-3378

Corresponding author:

maryna.tymchyk@uzhnu.edu.ua

Abstract. *The article highlights the importance of the communicative approach as one of the main methods of teaching Business English in higher education institutions, meeting the modern requirements for preparing students for professional activities in an international business environment. The study aims to analyze the communicative approach as an effective means of teaching Business English and to determine its role in forming students' communicative competence. The communicative approach aims to integrate linguistic knowledge into real-life situations to develop practical interpersonal interaction skills. One of the key aspects is the formation of communicative competence, which ensures the ability to use linguistic tools in various sociocultural contexts appropriately. The role of non-verbal communication, which serves as an essential complement to verbal communication methods, is emphasized, as understanding non-verbal signals helps to reduce communication barriers between cultures. Publications by Ukrainian and Western experts in language didactics related to Business English teaching methods are analyzed. Various methodologies that promote the development of intercultural competence and the ability to communicate effectively with business partners are considered. It has been identified that one of the promising directions is the use of digital technologies, interactive platforms, and online resources, which significantly enhance students' communicative competence. The main challenges students and teachers face in learning Business English are outlined, along with recommendations for their effective resolution. The prospects for further research include integrating advanced technologies into the educational process and developing new methodological approaches to improving business communication skills in higher education institutions.*

Keywords: *Business English, communication skills, communicative approach, HEI, non-verbal communication, digital technologies.*

REFERENCES

- Baydak, L. (2022). Osoblyvosti vykladannia dilovoi anhliiskoi movy mahistram ahrarnoho ZVO [Features of teaching Business English to master's students in agricultural higher education institutions]. *Pedahohika formuvannia tvorchoi osobystosti u vyshchii i zahalnoosvitnii shkolakh : zbirnyk naukovykh prats - Pedagogy of Forming a Creative Personality in Higher and General Education Schools: Collection of scientific works*, No. 82, 88-94 [in Ukrainian].
- Byrkun, L. (Trans. and adapt.) (1998). *Komunikatyvni metody ta materialy dlia vykladannia anhliiskoi movy* [Communicative Methods and Materials for English Language Teaching], Oxford University Press, 49 [in Ukrainian].
- Vdovin, V. (2007). *Komunikatyvnyi pidkhid yak optymalnyi zasib vyvchennia inozemnoi movy u VNZ* [The communicative approach as an optimal means for learning a foreign language in higher education institutions]. *Visnyk Natsionalnoho universytetu «Lvivska politekhnikha» - Visnyk of the National University «Lviv Polytechnic»*, No. 586, 15-20 [in Ukrainian].

- Hetman, A. (Head org.) (2015). *Komunikatyvna spriamovanist vyvchennia movnykh dystsyplin u vyshchykh navchalnykh zakladakh* [Communicative Orientation in the Study of Language Disciplines in Higher Education Institutions]. *Materialy mizhvuzivskoho naukovo-praktychnoho seminaru. Natsionalnyi yurydychnyi universytet imeni Yaroslava Mudroho* - Materials of the Inter-University Scientific and Practical Seminar. Yaroslav Mudry National Law University, 160 [in Ukrainian].
- Hrytsenko, B., Ishchenko, T., Melnychuk, T. (Eds.) (2007). *Etyka dilovoho spilkuvannia* [Communication Ethics]. *Navch. posibnyk. Tsentr uchbovoi literatury* - Textbook. Center for Educational Literature, 344 [in Ukrainian].
- Dido, N. (2015). *Do problemy vykladannia dilovoi anhliiskoi movy dlia studentiv nemovnykh fakultetiv VNZ.* [On the issue of teaching Business English to students of non-linguistic faculties in higher education institutions]. *Naukovi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu. Serii: Pedagogika. Sotsialna robota* - Scientific Bulletin of Uzhhorod National University. Series: Pedagogy. Social Work, Issue 35, 62-65 [in Ukrainian].
- Isakova, Ye. (2024). *Dilova anhliiska mova yak mizhnarodnyi komunikatsiinyi instrument* [Business English as an international communication tool]. *Akademichni studii. Serii «humanitarni nauky»* - Academic Studies. Series «Humanities», (2), 18-23 <https://doi.org/10.52726/as.humanities/2024.2.3> [in Ukrainian].
- Knodel, L. (2019). *Business English: Business Etiquette & Correspondence: Guidebook.* FOP Kandiba T, 385 [in English].
- Kornieva, Z. (2006). *Metodyka navchannia maibutnikh ekonomistiv anhliiskoho dilovoho movlennia na osnovi tekhnolohii zanurennia* [Methodology of teaching Business English to future economists based on immersion technology]. *Dys. na здобuttia nauk. stupenia kand. ped. nauk.* Kyiv: Kyivskyi natsionalnyi lnhvistychnyi universytet - Dissertation for the degree of candidate of pedagogical sciences. Kyiv National Linguistic University [in Ukrainian].
- Lyuta, A. (2012). *Suchasni metody vyvchennia inozemnykh mov* [Modern methods of foreign language learning]. *Derzhava ta rehiony. Serii: Humanitarni nauky* - State and Regions. Series: Humanities Sciences, No. 2, 98-106 [in Ukrainian].
- Musienko, N. *Dilove spilkuvannia* [Business Communication]. *Farmatsevtychna entsyklopediia. Natsionalnyi farmatsevtychnyi universytet* - Pharmaceutical Encyclopedia. National Pharmaceutical University: <https://www.pharmencyclopedia.com.ua/article/2544/dilove-spilkuvannya> [in Ukrainian].
- Pryshchak, M., Lesko, O. (2023). *Etyka ta psykholohiia dilovykh vidnosyn: navchalnyi posibnyk* [Ethics and Psychology of Business Relations]: Textbook. 2nd ed., revised and expanded, 246 [in Ukrainian].
- Tarnopolskii, O., Kabanova, R. (2019). *Metodyka vykladannia inozemnykh mov ta yikh aspektiv u vyshchii shkoli* [Methods of teaching foreign languages and their aspects in higher education]: *pidruchnyk.* Universytet imeni Alfreda Nobelia -Textbook. Alfred Nobel University, 256 [in Ukrainian].
- Tymchyk, M. (2025). *Dilova anhliiska mova* [Business English]: *metodychni rekomendatsii – methodological recommendations*, Uzhhorod, «RIK-U», 56 [in Ukrainian].
- Basturkmen, H. (2010). *Developing courses in English for specific purposes.* Palgrave, Macmillan. <https://doi.org/10.1057/9780230290518> [in Ukrainian].
- Belcher, D. (Ed.) (2009). *English for Specific Purposes in Theory and Practice.* Michigan: Michigan University Press, 308.

- Brosch, C. (2015). On the Conceptual History of the Term Lingua Franca. *Apples - Journal of Applied Language Studies*, 9(1). 71-85.
- Dr. Zagade, S., Dr. Dhingra, G., Gomathy, R., Dr. Saravanan, S., Dr. Abirami, M. (2022). *Business Communication*. Red'mac International Press & Media. Inc. India, Sweden, Uk, 162.
- Dubicka, I., Rosenberg, M. (2020). *Business Partner C1*. Pearson Education Ltd, 64.
- Fitria T. (2019). Business English as a Part of Teaching English for Specific Purposes (ESP) to Economic Students. *Jurnal Education and Economics*, Vol. 02, No. 02 (April-Juni), 143-152.
- Haase, F. (2013). Business communication and Globalized English: recent definitions and applications of a concept across the corporate world. *Fonseca, Journal of Communication*, n.6, Jun., 53-85.
- Hall, J., Horgan, T., Murphy, N. (2019). Nonverbal Communication. *Annual Review of Psychology*. Volume 70. 271-274.
- Harmer, J. (1998). *How to Teach English: An Introduction to the Practice of English Language Teaching*. Essex, UK: Longman Group, 198.
- Haycraft, J. (1978). *An Introduction to English Language Teaching*. Essex,: Longman. General Editor: Donn Byrne. 146.
- Hess, U. (2016). Nonverbal Communication. *Encyclopedia of Mental Health* (Ed. Friedman H.), 2nd ed, Vol 3, Waltham, MA: Academic Press, 208-218.
- Hymes, D. (1972). On Communicative Competence. In J. B. Pride, & J. Holmes (Eds.). *Sociolinguistics Selected Readings*, London, Penguin, 269-293.
- Johnson, K., Morrow, K. (1992). *Communication in the Classroom*. Essex: Longman Group, 140.
- Littlewood W. (2013). *Developing a Context-sensitive Pedagogy for Communication-oriented Language Teaching*. Hong Kong Baptist University DOI:10.15858/engtea.68.3.201309.3
- Maley A. (2015). Overview: Creativity – the what, the why and the how. *Creativity in the English language classroom*. Edited by Alan Maley and Nik Peachey. British Council. 6-13.
- Mauranen A., Ranta E. (Ed.) (2009). *English as a Lingua Franca: Studies and Findings*. Cambridge Scholars Publishing. 382.
- Pease A., Pease B. (2017). *The Definitive Book of Body Language: How to read others' attitudes by their gestures*. Orion Publishing, 416.
- Violanti M. (2017). Business Communication. *The International Encyclopedia of Organizational Communication* doi: 10.1002/9781118955567.wbieoc016
- Violanti, M. T. (2017). Business Communication. *International Encyclopedia of Organizational Communication* Wiley <https://doi.org/10.1002/9781118955567.wbieoc016>

Received: 04.03.2025

Revised: 07.04.2025

Accepted: 01.05.2025

How to cite: Tymchyk M. (2025). Teaching «Business English» in Higher Education Institutions: Communicative Aspect. *Philological treatises*, 17(1), 122-136.
[https://www.doi.org/10.21272/Ftrk.2025.17\(1\)-12](https://www.doi.org/10.21272/Ftrk.2025.17(1)-12)