

TM	G. XXXVI	Br. 2	Str. 967-970	Niš	april - jun	2012.
----	----------	-------	--------------	-----	-------------	-------

Prikaz dela
 Primljeno: 11. 02. 2012.

Jelena Basta

ENGLISKI JEZIK STRUKE – GLOBALNE TEME, SPECIFIČNI CILJEVI*

Od prošle godine studentima i nastavnicima stranog jezika na fakultetima ekonomske i poslovne orijentacije stoji na raspolaganju sveobuhvatan i strukturno zanimljiv udžbenik vanrednog profesora Ekonomskog fakulteta u Beogradu dr Nadežde Silaški. Udžbenik pod nazivom *Engleski jezik za ekonomiste 2*, u izdanju Centra za izdavačku delatnost Ekonomskog fakulteta u Beogradu, svojom sadržinom se izdvaja od ostalih izdanja sličnog karaktera jer se ne posvećuje isključivo poslovnim temama, već u podjednako meri obrađuje i goruća ekonomska pitanja na globalnom nivou. Zato su teme u *Engleskom jeziku za ekonomiste 2* široke i savremene, i kreću se od korporativnog identiteta i organizacije, preko raznih analiza slučajeva i svetske finansijske krize, do poslovne prepiske.

Udžbenik je podeljen na sedamnaest nastavnih jedinica, pri čemu svaka od njih sledi istu formu: aktivnosti pre čitanja (eng. *pre-reading*), čitanje tekstova uz primenu strategija upoznavanja sa opštim sadržajem teksta (eng. *skimming*) i sakupljanja određenih informacija (eng. *scanning*), vokabularna i gramatička vežbanja, uz insistiranje na jezičkim strukturama i vokabularu od značaja za ekonomsku i poslovnu komunikaciju. Na kraju svake nastavne jedinice studentima se pruža mogućnost da o obrađivanoj jedinici diskutuju, vođeni temama koje im se nude kao okvir za dalju komunikaciju. U udžbeniku se može uočiti postojanje pet logičkih celina.

Prva celina se tiče korporativnog upravljanja i obuhvata prve tri nastavne jedinice: *Company history*, *Company organisation* i *Corporate identity*. U ovim lekcijama se vrlo često koristi primer *Unilevera*, vodećeg svetskog proizvođača robe široke potrošnje. Ovaj primer je odlična ilustracija načina na koji se jedna kompanija, njena istorija i organizaciona struktura mogu predstaviti. Istovremeno, pažnja se posvećuje vidovima građenja i manifestovanja korporativnog identiteta. Studentima su ovde od velike pomoći grafički i tekstualni prikazi tipične hijerarhijske strukture kompanija i odeljenja ljudskih resursa. Kada je reč o gramatičkim vežbanjima, akcentirane su one lingvističke strukture koje su određene semantičkim funkcijama jezika struke, kao što su

jelena.basta@eknfak.ni.ac.rs

* Надежда Силашки. 2011. *Engleski jezik za ekonomiste 2*. Београд: Центар за издавачку делатност Економског факултета у Београду, стр. 201.

vremena, zavisni predlozi, inverzija nakon priloga sa negativnim značenjem, aktiv i pasiv. Studentima se nudi mogućnost proširivanja i usavršavanja ekonomske terminologije koja se tiče vrsta pravnih oblika, vrsta spajanja i preuzimanja kompanija, kao i kolokacija i frazeoloških izraza koji se odnose na razne vidove poslovanja, rizičnog kapitala, akcionarstva, rada, preduzetništva. Sve češća upotreba idiomatskih izraza u poslovnom i ekonomskom žargonu zahteva da se ovi izrazi nađu i u udžbenicima jezika struke, što je prof. dr Silaški, prateći savremene trendove, i učinila.

Druga tematska celina obuhvata sledeće nastavne jedinice: *Cross-cultural awareness in business*, *Ethics in business*, *The art of body language* i *What are employers looking for* i sve četiri lekcije predstavljaju analizu kako korporativnih, tako i individualnih vrednosti i ponašanja koja se smatraju normativom u svetu poslovanja. Sa metodičke tačke gledišta, udžbenik karakteriše raznovrsnost tipova vežbanja i nastavnih aktivnosti, što čini nastavu jezika struke dinamičnijom i zanimljivijom. Zato se studentima nude leksička vežbanja tipa povezivanja (eng. *matching exercise*) i ukrštenice (eng. *crosswords puzzle*), koja imaju za cilj proveru reči koje se javljaju u obrađivanim tekstovima, potom vežbanja kojim se zadate tvrdnje ocenjuju kao tačne ili netačne (eng. *true/false exercise*), kao i vežbanja derivacije reči, kojim neizvorni govornici engleskog jezika razvijaju osećaj za finije jezičke procese. Novinu predstavlja vežbanje sa frazalnim glagolima koji se koriste u poslovnom okruženju, a koje će pomoći studentima da razumeju neformalnu poslovnu konverzaciju, komuniciraju samouverenije i učine socijalnu razmenu živahnijom i raznovrsnijom. U ovoj celini studentima se pruža mogućnost da iskažu svoje vrednosne sudove o nekim pitanjima kojima se bavi kadrovska služba, te ovaj udžbenik predstavlja vredan doprinos ne samo razvoju komunikativnih kompetencija, već i diskurzivnog razmišljanja.

Treću celinu čine dve lekcije i to: *Tulipomania* i *The case of Amazon* i one predstavljaju analizu slučajeva, pri čemu je prva lekcija u nizu istorijski primer masovne prodaje i pomame za lalama, dok je druga ilustracija moderne multinacionalne kompanije koja se bavi elektronskim poslovanjem. Obe nastavne jedinice karakterišu do sada obrađivane vrste gramatičkih i leksičkih aktivnosti, a posebnu pažnju privlači vežbanje sa metaforama koje se koriste za opisivanje ekonomskih dešavanja. Naime, upotreba metafora ne samo kao pukog stilskog sredstva i tekstualnog ukrasa već i kao kognitivnog sredstva, kojim se percipiraju određeni pojmovi, postala je sve učestalija u ekonomskom diskursu. Stoga vredi napomenuti da prof. dr Silaški uviđa vrednost i aktuelnost ovakvih izraza u nastavi engleskog jezika struke, te studentima nudi mnoštvo metaforičkih izraza, poput *storm*, *ship*, *path*, *vessel* i drugih.

Četvrta celina obuhvata tekstove *Banker's bank – the role of the central bank*, *The global financial crisis* i *International trade*, a oni se tiču važnih finansijskih institucija – centralnih banaka, svetske ekonomske krize i međunarodne trgovine. Pokazatelj toga da udžbenik prati savremena globalna ekonomska dešavanja leži u činjenici da je jedna od nastavnih jedinica posvećena finansijskoj krizi koja je uzdrmala čitav svet krajem prve decenije 21. veka. Osim toga, najbolji dokaz da ovaj udžbenik koristi globalno aktuelne i strukovno prestižne izvore informacija jeste i vežbanje koje ima za cilj proveru glagolskih oblika, a u kojem se studentima nude odlomci iz novinskih članaka jednog od vodećih poslovnih nedeljnih časopisa - *The Economist-a*. Tako studenti imaju

mogućnost da se, osim što utvrđuju stečeno znanje o glagolskim oblicima, informišu i o aktuelnim svetskim ekonomskim dešavanjima. Na metodičku raznovrsnost aktivnosti ukazuju i dve nove vrste vokabularnih vežbanja koja od studenata zahtevaju istovremeno angažovanje mnogih vidova kognicije, tj. poimanja, koji se, uglavnom, razvijaju u izolovanim situacijama, poput pamćenja, rešavanja problema, uočavanja grešaka. Reč je o pitanjima višestrukog izbora i osmosmerci, a obe vrste vežbanja imaju za cilj utvrđivanje poznavanja bankarske terminologije. Prof. dr Silaški daje i iscrpnu listu izraza tipičnih za američko i britansko govorno područje, koja priprema studente za rad u različitim radnim okruženjima i kompanijama koje potiču sa raznih geografskih položaja.

Poslednju celinu čini pet nastavnih jedinica (*Business communication, Enquiries, Replies to enquiries, Complaints, Replies to complaints*) koje se osvrću na poslovnu komunikaciju i različite forme poslovne prepiske. Imajući u vidu sve veći značaj poslovne korespondencije, navedene nastavne jedinice izučavaju upite, odgovore na upite, žalbe i odgovore na žalbe, kao najtipičnije vidove poslovne komunikacije. Naglasak je takođe stavljen i na funkcionalna vežbanja koja se tiču pisanja datuma, interpunkcije i znakova koji se koriste u poslovnim dokumentima i poslovnoj prepisci. Veoma zanimljiv način učenja forme pisama predstavljaju vežbanja u kojima se od studenata očekuje da od nasumice zadatih delova pisama naprave logičku celinu (eng. *jumbled letters*). Studentima su od velikog praktičnog značaja i vežbanja koja se tiču efektivnog usvajanja terminologije poslovne prepiske. Pored toga, prof. dr Silaški upućuje studente u formalan način komunikacije kao deo opšte kulture koji se danas često zapostavlja, što u svakodnevnoj što u poslovnoj komunikaciji, zbog sve većih potreba današnjice za elektronskom komunikacijom.

Svojim informativnim i autentičnim materijalima iz vodećih poslovnih dnevnih i nedeljnih novina poput *The Financial Times-a* i *The Economist-a*, *Engleski jezik za ekonomiste 2* podstiče studente da prošire i obogate svoje znanje ključnih ekonomskih i poslovnih izraza. Ovaj inovativni udžbenik predstavlja sublimaciju višegodišnjeg iskustva, rada i usavršavanja prof. dr Silaški u oblasti nastave jezika struke. Svaka nastavna jedinica je metodički odlično obrađena, sa mnoštvom raznovrsnih i zanimljivih aktivnosti koje dovode do razvoja svih jezičkih veština (čitanja, pisanja, slušanja, govora). Ovaj udžbenik nema samo za cilj usvajanje vokabulara karakterističnog za ekonomski i poslovni diskurs, već i podsticanje kritičkog razmišljanja kod studenata, uz pomoć raznih tema za diskusiju koje se nalaze na kraju svake lekcije. Upotrebom ovog izdanja, čitaoci će moći da putem primamljivih i zanimljivih nastavnih jedinica usavrše svoje sposobnosti razumevanja tekstova ekonomske i poslovne sadržine, da stečeno znanje apstrahuju i primene na mnoge druge slične situacije, i da se usredsrede na one oblasti koje će im biti od vitalnog značaja za dalji tok studija, ili, pak, profesionalnog života. Imajući u vidu jasnu, konciznu i koherentnu strukturu ovog udžbenika, nameće se zaključak da *Engleski jezik za ekonomiste 2* nije namenjen samo studentima fakulteta ekonomske i poslovne orijentacije, već i svima onima koji žele da nauče i usvoje specifičnu poslovnu terminologiju na engleskom jeziku, kako bi što bolje i kvalitetnije komunicirali u poslovnom okruženju i raspravljali o ekonomskim dešavanjima. Zbog svih ovde navedenih razloga, ovaj udžbenik predstavlja izuzetno veliki doprinos kako izučavanju engleskog jezika ekonomske struke, tako i opštoj poslovnoj kulturi.

