

**СИЛАШКИ, НАДЕЖДА. (2011). ЕНГЛЕСКИ ЈЕЗИК
ЗА ЕКОНОМИСТЕ 2. БЕОГРАД: ЦИД ЕКОНОМСКОГ
ФАКУЛТЕТА.**

Уџбеник ауторке Надежде Силашки, ванредног професора са Економског факултета у Београду, под насловом *Енглески језик за економисте 2*, један је у низу наставних материјала за предмет *Енглески језик за економисте* на Економском факултету у Београду и планиран је за употребу на трећој години студија. Садржи 17 наставних јединица које покривају различите области економске науке, како ауторка у предговору наводи, као што су „менаџмент, организација предузећа, финансије, банкарство, берзанско пословање.” Намера ауторке је да студентима економије помогне да постану успешни пословни људи нудећи материјал који интегрише наставу енглеског језика струке и специфичности уже стручне области којом ће се студенти бавити након дипломирања, те наставне јединице које покривају теме као што су структура предузећа, култура пословања, интеркултурне разлике, електронско и банкарско пословање, пословна кореспонденција итд.

Првих дванаест лекција конципирано је на сличан начин. Свака лекција почиње кратким уводним питањима која студенте треба да припреме за тему којом ће се бавити у тој наставној јединици, с тим да су питања увек персонализованог типа, тј. не ослањају се на опште знање или специфичне информације, него управо на индивидуална искуства, жеље, аспирације и знања. Овакав приступ помаже студентима да се уведу у тему без много фрустрација због евентуалног непознавања материје, јер у уводној дискусији треба да се ослоне искључиво на сопствену личност и сопствено знање.

Након уводних питања следи текст који је тематска окосница сваке лекције. Текстови су засновани на аутентичним информацијама из света економије и пословања, те се баве најразличитијим темама,

од историјата појединих познатих светских компанија, организације и имица компаније, културолошки занимљивих података, етике у пословању, до пословања на интернету, банкарства и светске економске кризе. Текстови су написани јасно и разумљиво, а структура вокабулара и граматике ослања се на ниво Б2 Заједничког европског оквира за живе језике. Након текстова следе питања за разумевање, чији је циљ провера усвајања како вокабулара, тако и информација понуђених у тексту.

Усвојени вокабулар се понавља и надграђује у вежбањима која следе. Типови вежбања су различити: од повезивања речи или фразе са њеним значењем, употребе речи у реченици и допуњавања дефиниције, до вежбања за творбу речи, колокационих упаривања или семантичких мрежа које студентима значењски или искуствено повезане појмове представљају на графички јасан начин. Принцип представљања и увежбавања јединица вокабулара ослања се на савремене теорије у настави вокабулара и на когнитивни приступ значењу.

Сем вежбања за вокабулар, лекције садрже и граматичка вежбања, примерена језичком нивоу књиге, али и економском регистру. Тако уџбеник покрива граматичке јединице као што су глаголска времена, пасив или разлику између придева и прилога, уз довољно понављања, проширивања и надограђивања основних граматичких података. Поред тако експлицитно формулисаних граматичких вежбања, студенти су изложени и имплицитном граматичком инпуту кроз текстове и лексичке вежбе у лекцијама, што им свакако помаже да понављају граматiku и када то не намеравају.

На неки начин одвојене су последње лекције (13–17) које се фокусирају на развој вештине писања, тачније, баве се облашћу пословне кореспонденције. Ауторка у свакој лекцији нуди моделе

различитих врста пословних писама и пратеће задатке чија је сврха увежбавање модела. Тако тринаеста лекција нуди информације о деловима писама, њиховом изгледу и структурисању, и графолошким конвенцијама у пословној комуникацији, док се четрнаеста и петнаеста лекција усредсређују на упите и одговоре на упите. Напоследку, тема шеснаесте и седамнаесте лекције су жалбе, врло честа форма у настави писања на енглеском језику.

Свака од ових пет лекција конципирана је на врло сличан начин: након модела пословног писма који прати објашњење сврхе и делова писма следе вежбе којима се понављају и утврђују граматичке и лексичке структуре карактеристичне за тај тип писма; потом следе контролисане вежбе чији је циљ да студенти овладају механизмима структурисања пословних писама (слагање делова у целину, попуњавање празнина, одабир одговарајућих лексичких или граматичких структура, и сл); напоследку долази самосталан задатак где студенти треба да напишу нови састав у облику пословног писма по задатку који је ауторка осмислила.

Редослед лекција у уџбенику никако не мора да се прати хронолошки у настави, па тако јединице које се баве развојем вештине писања, иако одвојене на крај књиге, могу се по потреби и у складу са интересовањима студената убацивати између ранијих лекција. Слично томе, редослед првих дванаест лекција не мора да се дословно прати, него се може ротирати и комбиновати у складу са тиме шта студенте занима и како наставник процени да је потребно користити материјал. Овакав модуларни приступ наставном материјалу даје осећај слободе и наставницима и студентима, јер нема строгих ограничења по питању ритма рада и слепог придржавања уџбеника.

Велика предност уџбеника као целине јесте што непрестано ради на културолошком освешћавању студената кроз текстове који се

баве најразличитијим темама, али и кроз дискурсне обрасце, формуле учтивости, и информације везане за невербалну комуникацију. Супротно очекивањима, фокус није само на англофоној пословној култури, него, напротив, културолошке информације покривају најразличитије државе и припадајуће културе. Ово јасно указује да је ауторка свесна да ће њени студенти, будући пословни људи, у правом духу енглеског језика као светског језика пословне комуникације, много чешће сретати људе којима енглески и култура нису матерњи, те их она на неки начин обучава да постану компетентни учесници у комуникацији са будућим пословним партнерима.

На крају ваља напоменути да је ауторка вешто и стручно користила стручну литературу коју наводи на крају књиге у списку референци, као и водеће онлајн-изворе везане за економију, као што су часопис *The Economist* или *The Financial Times*. Похвално је што ауторка, иначе професор енглеског језика, помно прати и стручно усавршава своје знање језика струке, а то се свакако одражава и на овај стручно написан и савремено конципиран уџбеник.

Завршни поглед на овај уџбеник открива да је у питању штиво које ће својим читаоцима бити од велике користи због добре организације и јасних објашњења. Целина је једнако добра као и њени делови, па ће сваки студент напредовати и у погледу знања енглеског језика, али и у погледу вештине пословне комуникације због свеобухватног, добро илустрованог и искуством обојеног приступа и јасних објашњења. Као што и сама ауторка каже, уџбеник могу да користе не само студенти економије, него сви они којима је потребно усавршавање из области пословног енглеског језика.

Биљана Б. Радић-Бојанић
radic.bojanic@gmail.com

(Филозофски факултет, Нови Сад – Енглески језик и књижевност)