

TAKO SE TO KAŽE – NEKOLIKO IDEJA ZA POUČAVANJE KOLOKACIJA U POSLOVNOM ENGLESKOM JEZIKU

Svea Kršul
Branka Šuput

Veleučilište VERN, Zagreb

Sažetak - Članak opisuje aktivnosti koje se koriste u nastavi poslovnog engleskog jezika s ciljem podizanja svijesti o kolokacijama, njihovog uvježbavanja, bilježenja i testiranja. Leksički pristup smatramo primjerenim u podučavanju jezika struke, prvenstveno zbog određenog sadržaja koji je potrebno savladati na stranom jeziku, a navedene aktivnosti pokazale su se korisnim u radu s našim studentima. Budući da se riječi vrlo rijetko koriste same za sebe važno je kod studenata osvijestiti načine na koji se riječi u tekstu povezuju u određenom kontekstu, te im pomoći da upamte i koriste te kombinacije. To će im uvelike olakšati da precizno i prirodno pišu i govore, kao i da razumiju poslovni engleski jezik.

Ključne riječi: jezik struke, kolokacije, leksički pristup, poslovni engleski

UVOD

Umjesto tradicionalne podjele jezika na gramatiku i vokabular, leksički pristup se bazira na 'montažnim blokovima' koji se sastoje od više riječi i čijim kombiniranjem nastaju koherentni tekstovi. Michael Lewis dijeli leksičke elemente u četiri skupine: riječi, kolokacije, stalni izrazi i polustalni izrazi (Lewis, 1997). Ovaj članak se bavi raznim načinima podizanja studentske svijesti o kolokacijama, kao i njihovim uvježbavanjem, bilježenjem i testiranjem u nastavi jezika struke.

Riječi tvore partnerstva, pa i ona koja nisu sasvim stalna mogu imati samo određen broj kombinacija. Leksički pristup stavlja naglasak na kombinacije koje ne samo da su moguće, već su i vrlo vjerojatne, dakle naglasak je na vjerojatnom, a ne mogućem engleskom jeziku (Lewis, 1997). To daje potpuno novu perspektivu vječnom studentskom pitanju: Može li se to reći? Pitanje nije je li nešto teoretski moguće, već koristi li se to stvarno u zadanom kontekstu.

Kolokacije su one kombinacije riječi koje nastaju spontano s većom frekvencijom od slučajne (Lewis, 1997, 25). Budući da se riječi uglavnom ne koriste same, već zajedno s drugim riječima tvore kolokacije, očita je važnost učenja kolokacijskih sklopova, a ne pojedinih riječi. Rastavljanje jezika na manje dijelove bi možda kratkoročno olakšalo učenje studentima. Međutim, za dugoročno učenje jezika bi to zasigurno bilo kontraproduktivno. Kolokacije su od vitalnog značaja za prelazak preko tzv. platoa srednje razine znanja.

AKTIVNOSTI ZA PODIZANJE SVIJEŠTI O KOLOKACIJAMA

Važno je naučiti studente da uočavaju kolokacije u tekstu jer to potiče učenje jezika na način da misle dalje od pojedinih riječi. Tome mogu poslužiti aktivnosti za čitanje ili slušanje. Možemo tražiti od studenata da čitaju ili slušaju tekst, te podcrtavaju odnosno bilježe leksičke sklopove koje mogu uočiti. Ovisno o razini učenja možemo od studenata tražiti da prepoznaju kolokacije sastavljene od glagola i imenice, pridjeva i imenice, dvije imenice ili prijedloga i imenice.

Ova aktivnost se može postupno uvesti kako bi se studentima olakšao sam proces. Najprije možete od studenata tražiti da podcrtaju sve imenice u tekstu, zatim da podcrtaju glagole koji stoje ispred tih imenica, te napokon da podcrtaju cijeli izraz. Popratna aktivnost mogu biti rečenice u koje studenti upisuju izostavljene fraze iz teksta kao u sljedećem primjeru:

Everyone in business has been told that success is all about attracting and retaining customers. It sounds reassuringly simple and achievable. But, in reality, words of wisdom are soon forgotten. Once companies have attracted customers they often overlook the second half of the equation. In the excitement of beating off the competition, negotiating prices, securing orders, and delivering the product, managers tend to become carried away. They forget what they regard as the humdrum side of business – ensuring that a customer remains a customer. (Cotton, 2001:25)

1. What is more difficult: to _____ or to _____ customers?
2. The company has just _____ an order to supply the army.
3. Bigger customers can _____ better prices from suppliers.
4. The manufacturer _____ the product on time and on budget.
5. We need a strategy to _____ the competition.

Za poticanje samostalnosti kod studenata može im se zadati rad s rječnicima kako bi pronašli određene kolokacije koristeći *Oxford collocations dictionary for students of English* ili *LTP dictionary of selected collocations*. To se može raditi sa svim ključnim kolokacijama ili kao uvod u novu temu. Kad prvi put radite ovu aktivnost dodijelite svakoj grupi različitu natuknicu npr. *economy, business, product*,

job, industry, market, price i tražite da pronađu sve riječi koje tvore kolokacije s njihovom ključnom riječi. Kad sljedeći put radite ovu aktivnost studenti mogu tražiti kolokacije za natuknice po svojem izboru.

Kako bi studentima pomogli shvatiti da se kolokacije ne tvore uvijek na isti način u engleskom i njihovom materinskom jeziku, dajte im kolokacijske sklopove na materinskom jeziku i ekvivalente na engleskom jeziku, te tražite da pridruže odgovarajuće izraze. To će im pomoći pri izbjegavanju negativnog transfera iz materinskog jezika.

- | | |
|---------------------|----------------------------------|
| 1. meet a deadline | _____ osnovati kompaniju |
| 2. raise capital | _____ dati narudžbu |
| 3. place an order | _____ završiti u roku |
| 4. set up a company | _____ uvesti proizvod na tržište |
| 5. launch a product | _____ prikupiti kapital |

UVJEŽBAVANJE KOLOKACIJA

U nastavi poslovnog jezika kolokacije treba podučavati kao pojedinačne riječi, tj. riječi treba objasniti i uvježbavati u njihovom vezama i sklopovima koje stvaraju u određenom kontekstu.

Za uvod u određenu temu studenti mogu pomoću tehnike oluje mozgova (brainstorming) popisati riječi koje kolociraju sa zadanom ključnom riječi. Primjerice, možemo ih tražiti da se sjetite glagola koji tvore kolokacije s riječju *money* ili riječi koje mogu stajati ispred ili iza riječi *market*:

earn	
invest	
save	
spend	money
launder	
deposit	
withdraw	

bear/bull		share
black		leader
free		research
niche	market	value
domestic		sector
global		player
job		price
mass		segment

Može se raditi u grupama i ograničiti vrijeme trajanja aktivnosti. Kad je vrijeme prošlo grupe mijenjaju svoje liste i analiziraju ih kako bi eliminirali netočne kombinacije. To ovoj aktivnosti daje natjecateljski element. Nije potrebno naglasiti da su analiza i eliminacija krivih kombinacija isto tako korisne za proces učenja kao i samo bilježenje kolokacija, ako ne i korisnije.

Nakon rada na tekstu studenti mogu dobiti verziju teksta s praznim mjestima, čije popunjavanje predstavlja još jednu mogućnost rada na ključnim kolokacijama, kao u sljedećem primjeru:

Struggling telecoms equipment maker Marconi today **took a giant step** towards recovery as it announced the early **repayment** of 669.5m **of debt** following its restructuring last year. The money was paid well ahead of the 2008 deadline set by creditors, and will save Marconi 55.8m in **annual interest charges**. 'The early paydown of all of our **restructuring debt** is an excellent achievement,' Mark Par-ton, The Marconi chief executive, said. 'We have emerged with a **strong balance sheet** and can now fully **focus our efforts** on growing our business.' (Dubicka, 2006, 64)

Prazna mjesta može odrediti nastavnik, ili se to može pretvoriti u aktivnost koju pripremaju sami studenti koji u parovima ili grupama odlučuju o prazninama u tekstu koji će tada dati drugom paru ili grupi na popunjavanje, pogotovo ako predajete naprednim studentima.

Poznata vježba *nađite uljeza* može se primijeniti za uvježbavanje kolokacija. Studenti trebaju odlučiti koja riječ ne kolocira s određenim glagolom ili imenicom, kao u primjeru koji slijedi:

make: an appointment, a profit, money, **business**, a business trip

the competition: undercut, outsell, take on, beat off, **beat up**

Studenti mogu zapisati neke česte glagole kao *make, do, have* i *get* u zaglavlja četiri stupca tablice. Imenice koje nastavnik diktira studenti trebaju upisati u odgovarajući stupac. Napredniji studenti mogu sami u grupama pripremiti diktate i diktirati jedni drugima. Slijedi primjer tablice:

MAKE	DO	HAVE	GET
A LIVING	BUSINESS	A MEETING	TO WORK
A FORTUNE	A JOB	A WORD	INTO TROUBLE

Ako imenica sugerira proces koji se odvija u vremenu, možete od studenata tražiti da glagole stave u logičan redoslijed, kao na primjer:

NEGOTIATIONS

enter into, conduct, break off, resume, complete

THE CONTRACT

draw up, breach, terminate, negotiate, renew (Powell, 2000, 89)

BILJEŽENJE KOLOKACIJA

Naše iskustvo govori da je najbolji način bilježenja kolokacija po temama, budući da je fokus u podučavanju poslovnog jezika na sadržaju. Idealno bi bilo kad bi svaki student imao potpune bilješke, ali u praksi to nije tako. Realnije je podijeliti teme studentima, tako da je svatko odgovoran za jednu temu. Svaki student popiše kolokacije za svoju temu, svi ostali studenti prodiskutiraju popis i nakon što ga odobre, on se umnaža i dijeli ostalim studentima. Na kraju kolegija studenti imaju liste kolokacija za svaku obrađenu temu koje im mogu koristiti prilikom učenja za ispit.

TESTIRANJE KOLOKACIJA

Stalni leksički sklopovi, baš kao i ostali višejezični izrazi, se lako testiraju na razne načine, kao što je na primjer spajanje riječi iz dva stupca da bi nastale kolokacije koje se onda koriste u tekstu ili odvojenim rečenicama koje slijede:

1. corporate	<u>7</u> ratio
2. sole	<u>5</u> structure
3. competitive	<u>10</u> takeover
4. leveraged	<u>8</u> diligence
5. cost	<u>9</u> assets
6. pre-tax	<u>1</u> culture
7. debt	<u>2</u> trader
8. due	<u>4</u> buyout
9. intangible	<u>3</u> advantage
10. hostile	<u>6</u> profits

1. This machine carries the competitive advantage of using less power than all the others on the market.
2. Intangible assets such as information, image and people are the main drivers of business today.
3. Can they transform the company's corporate culture from overstuffed public administration to profit-minded entrepreneurship?
4. The acquisition is subject to due diligence review by the central bank.
5. The falling share price makes the company vulnerable to a hostile takeover.

Sljedeći način testiranja kolokacija je vježba za dopunjavanje izoliranih rečenica ili cijelog teksta pomoću četiri opcije, primjerice:

1. Bryson Ltd is a company with a proven track record.
A shown B demonstrated C proven D displayed
(Brook_Hart, 2007:16)

Advice for organising meetings

Prepare an agenda and 1 set objectives for the meeting. Share this information with the other attendees well in advance and invite them to add agenda 2 items in the days or weeks before the meeting. If it's not possible to 3 circulate the agenda in advance, at least review it at the start of your meeting...

- | | | | |
|-------------|-------------|-------------|-----------|
| 1. A set | B form | C ascertain | D ensure |
| 2. A things | B lists | C items | D bullets |
| 3. A send | B circulate | C pass | D post |

(Brook-Hart,2007:13)

ZAKLJUČAK

Naš zaključak je da smo primjenom leksičkog pristupa i fokusom na kolokacije a ne izolirane riječi pomogli našim studentima da s većom sigurnošću savladaju jezične vještine poslovnog engleskog jezika. Iako stalni leksički sklopovi naizgled sputavaju studente u procesu učenja, oni predstavljaju uporišta s kojima ne mogu pogriješiti i koji im pomažu na njihovom putu da postanu samostalni korisnici poslovnog engleskog jezika, bez obzira trebaju li čitati, pisati ili govoriti na engleskom jeziku. Kad studenti koriste kolokacije bitne za određenu temu, lakše će ih se razumjeti i njihova poruka će biti jasnija.

LITERATURA: vidi popis literature u inačici članka na engleskom jeziku