

ФОРМУВАННЯ ІНШОМОВНОЇ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ У СТУДЕНТІВ ЕКОНОМІЧНИХ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ

Стаття присвячена проблемі формування іншомовної комунікативної компетенції у студентів економічних спеціальностей. Автор розглядає варіативність поглядів деяких дослідників щодо визначення терміна «іншомовна комунікативна компетенція». В практичній частині проаналізовано класифікацію етапів формування іншомовної комунікативної компетенції та представлено комплекс інтерактивних вправ.

Статья посвящена проблеме формирования иноязычной коммуникативной компетенции у студентов экономических специальностей. Автор рассматривает вариативность мнений некоторых исследователей относительно определения термина «иноязычная коммуникативная компетенция». В практической части проанализирована классификация этапов формирования иноязычной коммуникативной компетенции и представлен комплекс интерактивных упражнений.

The article deals with the problem of the foreign language communicative competence formation with students majoring in Economics. The author considers the variety of some investigators' views concerning the definition of the term 'foreign language communicative competence'. The classification of stages in foreign language communicative competence and a complex of interactive exercises were analyzed in the practical part.

Ключові слова: іншомовна комунікативна компетенція, комунікативний метод, мовленнєва діяльність, термінологічна лексика, лексичні одиниці, інтерактивне спілкування.

Процес модернізації системи вищої освіти України в умовах інтенсивного розвитку її соціально-економічної співпраці з іншими країнами зумовлює актуалізацію проблем підвищення якості освіти, що передбачає здатність майбутніх спеціалістів до виконання професійної діяльності в умовах іншомовного середовища. Отже, іншомовна підготовка фахівців стала однією з важливих складових сучасної вищої школи.

Умовою оволодіння іноземною мовою для професійного спілкування є вивчення студентами немовних вищих навчальних закладів (ВНЗ) спеціальної фахової лексики, на що орієнтує викладачів програма підготовки бакалаврів з навчальної дисципліни «Іноземна мова за професійним спрямуванням». У цьому контексті особливої актуальності набуває проблема вдосконалення існуючих технологій та пошуку нових методик формування у майбутніх спеціалістів іншомовної комунікативної компетенції.

Дана проблема стала предметом досліджень таких вітчизняних і зарубіжних науковців, як В.О.Артемов, Л.В.Банкевич, І.М.Берман, В.А.Бухбіндер, Н.І.Гез, Г.А.Гринюк, В.С.Коростильов, О.О.Павленко, О.П.Петрашук, Ю.О.Семенчук, О.Б.Тарнопольський, Ю.П.Федоренко, Н.С.Форкун, С.П.Шатілов, R.Carter, D.Hymes, M.McCarthy, R.Ellis, R.Gairns, D.Gardner, M.Lewis, I.Nation, N.Schmitt, L.Taylor та ін. Вони, зокрема, дослідили методи розкриття значень іншомовних слів, призначених для рецептивного засвоєння матеріалу студентами; проаналізували дію лексичного механізму в різних видах мовленнєвої діяльності; розробили нові типи і види вправ для навчання студентів немовних ВНЗ термінологічної лексики; визначили критерії й описали процедуру відбору лексичних одиниць для формування словника-мінімуму.

Термін «комунікативна компетенція» ввійшов у науковий обіг у 1972 році завдяки працям американського лінгвіста Д.Хаймза [7]. Вчений вживав його у значенні знання, що дає змогу індивідові здійснювати функціонально спрямоване мовленнєве спілкування та забезпечує досягнення успіху в комунікації у середовищі іншомовної культури.

У сучасних дослідженнях існує чимало визначень іншомовної комунікативної компетенції. Зокрема, Н.І.Гез тлумачить цей термін як здатність брати до уваги у мовленнєвому спілкуванні контекстуальну доречність і вживаність мовних одиниць для реалізації когнітивної та комунікативної функцій [1, с.18].

За визначенням О.О.Павленко, під іншомовною комунікативною компетенцією розуміють знання мови, високий рівень практичного володіння як вербальними, так і невербальними її засобами, а також досвід володіння мовою на варіативно-адаптивному рівні залежно від конкретної мовленнєвої ситуації [3, с. 14].

На думку Ю.П.Федоренко, іншомовна комунікативна компетенція – це знання, вміння та навички, необхідні для розуміння чужих та власних програм мовленнєвої поведінки, адекватних цілям, сферам, ситуаціям спілкування, зміст якої охоплює знання основних понять лінгвістики мови (стилі, типи, способи зв'язку речень у тексті), уміння та навички аналізу тексту та власне комунікативні надбання [6, с. 6-7].

Незважаючи на наявні здобутки у вивченні проблеми формування іншомовної комунікативної компетенції, практика викладання свідчить про необхідність підвищення якості засвоєння студентами економічних спеціальностей англomовного лексичного матеріалу, зокрема, термінологічної лексики. Як показує проведений аналіз науково-педагогічної літератури, методика викладання англійської мови за професійним спрямуванням в умовах кредитно-модульної системи є недостатньо розробленою. В цьому контексті виникає потреба у спеціальному дослідженні даної проблеми.

Отже, метою даної статті є аналіз основної спрямованості навчання студентів економічних спеціальностей лексичного матеріалу з опорою на комунікативний метод та визначення етапів формування у студентів іншомовної комунікативної компетенції із наведенням практичного матеріалу у вигляді структурних апробованих вправ.

Розглядаючи проблему визначення етапів формування іншомовної комунікативної компетенції, ми ґрунтуємося на положенні про те, що процес навчання іншомовної лексики проходить шлях від отримання знань із лексики і вироблення первинних (лексичних) умінь до розвитку вторинних (мовленнєвих) умінь через формування навичок вживання професійної лексики сумісно з іншим матеріалом [2, с.24]. Іншими словами, спочатку формуються навички роботи з лексичним матеріалом (I етап), потім відбувається вдосконалення навичок (II етап), і лише після цього настає період розвитку вмінь оперувати лексичними одиницями у мовленнєвій діяльності (III етап). З огляду на це, до кожного етапу нами було запроваджено три групи вправ: дотекстові (pre-text), текстові (text) та післятекстові (after-text). Усі вправи розроблені за автентичним фаховим матеріалом і призначаються студентам ЧТЕІ КНТЕУ, які вивчають спеціальність

«Економіка підприємства».

Типом вправ для початкового етапу формування іншомовної комунікативної компетенції є рецептивні, рецептивно-репродуктивні, мовні й умовно-комунікативні вправи на номінацію та диференціацію лексичних одиниць, на підстановку і трансформацію, на розкриття значень нових слів та підбір їх українських відповідників, на пошук у фаховому тексті дефініцій та побудову словосполучень і речень з новими словами. Доцільність таких вправ полягає в подоланні труднощів розуміння фахових термінів та підготовці до читання автентичних текстів зі спеціальності.

Типом вправ другого етапу є репродуктивні, рецептивно-продуктивні, умовно-комунікативні, комунікативні вправи на виявлення у текстах дефініцій до активної термінологічної лексики, на розуміння значень лексичних одиниць у контексті, на відтворення й продукування термінів. Ці операції передбачають пошук у тексті необхідної лексичної інформації для підтвердження чи обґрунтування своїх думок, пошук значень ключових лексичних одиниць тексту та виписування термінів для підготовки тез або складання плану тексту. Позитивним результатом такої діяльності під час виконання текстових вправ є те, що іншомовний лексичний матеріал інтегрується з фаховими знаннями, а це формує у студентів комплекс внутрішніх і зовнішніх мотивів до оволодіння англійською економічною лексикою в контексті своєї майбутньої спеціальності.

Практичне використання лексичного матеріалу на завершальному етапі відбувається завдяки спільній роботі пошукового характеру та супроводжується оцінкою рівня сформованості у студентів іншомовної комунікативної компетенції [4, с.171]. Типом завдань цього етапу є рецептивно-продуктивні вправи, продуктивні вправи нижчого і вищого рівнів, а також умовно-комунікативні й комунікативні вправи. Виконання таких завдань видається можливим в інтерактивному спілкуванні, яке передбачає, наприклад, зацікавлений обмін фаховою інформацією або дискусування щодо шляхів розв'язання актуальних виробничих проблем, ділові ігри, імітації та презентації. Перелічені вище види вправ вважаються доцільними, а їхнє виконання робить процес засвоєння лексики гнучким і цікавим, професійно зорієнтованим та особистісно вмотивованим, що сприяє реалізації іншомовних комунікативних здібностей майбутніх економістів.

Нижче пропонуємо приклади вправ трьох етапів формування іншомовної комунікативної компетенції у студентів спеціальності «Економіка підприємства» з теми «Advertising», розроблених автором у навчальному посібнику «English for Students of Economics» [5].

I етап – Pre-text exercises.

Вправа 1.

Мета: ознайомити студентів з активною лексикою теми, навчити семантизувати та знаходити відповідники англійських економічних термінів у рідній мові.

Завдання: Consult the dictionary and give Ukrainian equivalents of the following synonyms to the word 'advertise' and learn them. Translate the sentences.

1. Promote – to make sure that people know about a new product or service by

arranging special events. 2. Hype up – an informal word meaning to try to make people think that something is much better than it really is. ...

Вправа 2.

Мета: сформувати навички трансформації та групування економічної лексики.

Завдання: Write as many derivatives as possible to the word 'advertise'.

Вправа 3.

Мета: розвинути вміння продукування англійських економічних термінів на рівні слова або словосполучення на основі використання графічних опор.

Завдання: Fill in the blanks with an appropriate term. Translate the sentences.

1. Companies allocate tremendous sums of money to launch ... for their products.
2. Individual distributors often promote the products they deal in by

II етап – Text exercises.

Вправа 4.

Мета: розвинути вміння вживання англійських економічних термінів в усному мовленні на рівні речення та вміння створення власних висловлювань на основі прочитаного.

Завдання: Check how well you have understood the text. In turns with your partner ask and answer the following questions to the text. Ask your partner any other questions on the topic under consideration.

1. What activity is called advertising? 2. What institutions organize and manage advertising campaigns? 3. What advertising media do you know?

Вправа 5.

Мета: вдосконалити вміння вибору і розширення англійських економічних термінологічних одиниць за допомогою використання вербальних опор.

Завдання: Complete the following sentences using your own ideas. Which of them can be used to make up a plan for discussing the text you have read? Discuss your choice with a partner and then arrange the chosen statements in a logical order.

1. Two basic types of advertising are product and 2. ... is a paid, non-personal sales communication through various media directed at a large number of potential buyers. 3. Some major classes of advertising include retail advertising, ... advertising and industrial advertising.

III етап – After-text exercises.

Вправа 6.

Мета: розвинути вміння використовувати англійську економічну лексику в усному мовленні за допомогою драматизації навчальних комунікативних ситуацій.

Завдання: In pairs role-play the following situation.

Role 1. (The boss) – The boss says to his employee: "We don't need to use an advertising agency. They cost too much and we can do that staff ourselves anywhere".

Role 2 (The employee) – The employee develops his arguments to support the use of an agency.

Вправа 7.

Мета: розвинути вміння використовувати англійські економічні терміни в усному та писемному мовленні і контролювати рівень сформованості досягнутих умінь.

Завдання: Choose any problem and write a report related to the topic 'Advertising'. On the basis of your report make a presentation. Use appropriate linking words and phrases, key terms and visual aids. Refer to different additional sources to make your report and presentation interesting, instructive and informative.

Як висновок, нами було встановлено, що розроблений комплекс вправ з англійської мови для інтерактивного навчання студентів економічних спеціальностей є достатньо ефективним і його доцільно застосовувати для формування у студентів іншомовної комунікативної компетенції. З цією метою викладач повинен створити сприятливі передумови для свідомого засвоєння студентами іншомовної лексики як в процесі виконання найпростіших вправ фахового спрямування, так і під час використання навчальних комунікативних ситуацій, дотримуючись трьох основних етапів формування іншомовної комунікативної компетенції.

Список використаних джерел:

1. Гез Н.И. Формирование коммуникативной компетенции как объект зарубежных методических исследований // Иностранные языки в школе. – 1985. – № 2. – С. 17-24.
2. Гринюк Г.А., Семенчук Ю.О. Етапи формування іншомовної комунікативної компетенції у студентів економічних спеціальностей // Іноземні мови. – 2006. – № 2. – С. 22-27.
3. Павленко О.О. Формування комунікативної компетенції фахівців митної служби в системі неперервної професійної освіти: Автореф. дис. ... д-ра пед. наук : спец. 13.00.04 / О.О. Павленко. – К., 2005. – 24 с.
4. Семенчук Ю.О. Використання інтерактивних методів для формування іншомовної комунікативної компетенції у студентів економічних спеціальностей // Навчання ділової англійської мови у Східній Європі: для чого та як? : Тези доповідей наукової конференції. – Ялта-Дніпропетровськ: Вид-во ДУЕП, 2006. – С. 171-172.
5. Ступак М.Г., Бурбак О.Ф. English for Students of Economics (Англійська мова для студентів спеціальності «Економіка підприємства») : [навчальний посібник] / М.Г. Ступак, О.Ф. Бурбак. – Чернівці : Книги – ХХІ, 2010. – 352 с.
6. Федоренко Ю.П. Формування у старшокласників комунікативної компетенції в процесі вивчення іноземної мови: Автореф. дис. ... канд. пед. наук : спец. 13.00.04 / Ю.П. Федоренко. – Луцьк, 2005. – 20 с.
7. Hymes D. On Communicative Competence // С. J. Brumfit and K. Johnson (eds.). The Communicative Approach to Language Teaching. – London, 1979. – P. 5-27.