

Л.Я. Сапожнікова, доц. (*ХДУХТ, Харків*)

МОВНА Й КОМУНІКАТИВНА КОМПЕТЕНЦІЇ ІНОЗЕМНОГО СТУДЕНТСТВА ЯК СКЛАДОВІ МАЙБУТНЬОЇ ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Сучасні дослідження й публікації науковців свідчить про необхідність вирішення різноманітних завдань, пов'язаних з недостатнім рівнем мовної та комунікативної компетенцій іноземного студентства – майбутніх фахівців різних сфер діяльності. Матеріалом нашого дослідження є комплексне навчання української мови, що сприяє розвитку наукового стилю мислення майбутніх фахівців в умовах новітнього інформаційного суспільства, виховання компетентної в питаннях спілкування особистості.

Формування комунікативних знань, умінь і навичок майбутніх фахівців перебуває в полі зору як зарубіжних, так і вітчизняних дослідників. Серед чинників, що найбільш впливають на перебіг спілкування: наукового, ділового, офіційного, соціально зорієнтованого, міжкультурної комунікації тощо науковці виокремлюють мовну та комунікативну компетенції учасників комунікативного акту. Зауважимо, що мовна компетенція передбачає володіння засобами мови, одиницями й категоріями всіх її рівнів, законами їх вживання; проте комунікативна компетенція – це «сукупність знань про спілкування в різноманітних умовах і з різними комунікантами, а також знань вербальних і невербальних засад інтеракції, умінь їх ефективного застосування у конкретному спілкуванні в ролі адресанта і адресата» [1, с. 139]. Таким чином, визначається необхідність володіння іноземними студентами не тільки мовним кодом, а ще й знанням умов і ситуацій, в яких відбувається мовленнєвий акт, що стає запорукою доцільної організації спілкування, взаємодії із різними комунікативними партнерами, вміння впливати словом, тональністю, жестами.

Зростання ефективності навчальної діяльності передбачає наявність такого освітнього середовища, яке дозволяє реагувати на виклики суспільства. Сьогодні важливо під час навчання мови іноземних студентів враховувати такі аспекти пізнавальної діяльності, що сприяють актуалізації полілінгвістично підготовлених спеціалістів, які можуть користуватися мовами з метою соціально-професійної комунікації та при необхідності адаптації в іншомовному середовищі. Проведені наукові дослідження свідчать на користь когнітивних переваг, що зумовлені біологічно, формуються й закріплюються в

процесі навчання, відображаючись у структурі мовної поведінки за умови вирішення практичних завдань міжкультурної та майбутньої галузевої комунікації.

З упровадженням в освітній процес сучасних інноваційних мультимедійних технологій, використанням спеціальних комп'ютерних програм можна говорити про новий етап ефективності навчання мови, реалізації когнітивного й професійного аспектів діяльності іноземних студентів. Інтерактивні презентації дозволяють візуалізувати навчальну інформацію на основі образного сприйняття досліджуваного матеріалу, подавати його наочну конкретизацію, заохочувати до комунікації. За нашими спостереженнями, таке навчання мови передбачає систематизацію й корекцію знань, умінь і навичок іноземців щодо правильного написання слів та словосполучень, знання словотвірного матеріалу, узгодження частин мови тощо. Розуміння значень лексичних одиниць, особливостей мовної та мовленнєвої діяльності, опрацювання наукового й ділового стилів, оволодіння навичками роботи з текстами професійного спрямування сприяє формуванню мовної компетенції студентів.

На нашу думку, опанування професійною лексикою обраного майбутнього фаху готує до сприйняття та передавання інформації, зокрема, економічного напрямку. Уважаємо, що дослідження мовного корпусу створює умови для поглиблення знань, оскільки термінологія є об'єднувальним фактором у створенні єдиного інформаційного економічного простору, а також забезпечує інформаційне взаєморозуміння суб'єктів ринкових відносин. Робота над економічною лексикою розглядається у світлі завдань формування спеціалізованої компетенції у сферах галузевої та ситуативної комунікації. Опрацювання іноземними студентами економічних текстів дозволить визначити, що джерелами економічної термінології є: а) постійний лексичний фонд, що передає базові загальноекономічні поняття: виробництво, споживання, вартість; б) відроджені лексеми, що фіксують появу нових явищ, відомих у дореволюційний період: акціонерні товариства, біржові угоди, торговельні фірми; в) запозичення з різних мов. Специфіка матеріалу сприяє опануванню понять трансферт, аудит, іпотека, ріелтор, колектор тощо. Під керівництвом викладача студентство має можливість дослідити наявні лексико-стилістичні засоби (жаргонні еквіваленти та професіоналізми: розкрити – зробити відомим, ввести до обігу; накрутити – додати до ціни товару невиконану роботу; вкластись – вкласти гроші в справу; валютна змія, валютний коктейль), лексико-семантичні утворення, серед яких поле терміна «фірма»: аудиторська, брокерська; капітал фірми, рекламна компанія фірми. Такий підхід створює умови для

діалогового режиму в процесі вирішення пізнавальних завдань, підготовки студентства до професійної мовно-комунікативної взаємодії.

В останні роки теорія комунікативної компетентності активно розробляється науковцями й розглядається як «певний рівень сформованості особистісного й професійного досвіду взаємодії з оточуючими, який потрібен індивіду, щоб у межах своїх здібностей і соціального статусу успішно функціонувати у професійній спільноті й суспільстві» [2, 59]. Отже, комунікативна компетентність залежить від таких факторів, як: індивідуальні риси особистості, змін, що відбуваються у соціумі, від пов'язаної із цими змінами соціальної мобільності самого фахівця. Складовими комунікативної компетентності варто вважати мовну компетенцію, що дозволить розуміти й продукувати необмежену кількість повідомлень, вміння вступати в комунікацію з іншими людьми, підтримувати потрібні контакти, вміння оперувати інформацією, яка характеризує як загальну, так і професійну ерудицію фахівця, незалежно від сфери його діяльності. Важливо усвідомити, що успішність/неуспішність комунікації залежить від багатьох умов, серед яких вміння/невміння спілкуватись, бажання/небажання слухати ділового партнера тощо. Йдеться про рівень комунікативної компетенції майбутніх фахівців. На нашу думку, з метою підвищення рівня комунікативної компетентності необхідно створювати всі умови на навчальних заняттях, щоб сучасних студентів навчити будувати спілкування, взаємодіяти з різними комунікативними партнерами. В такому разі випускник вишу буде не тільки носієм статусу посадової особи, наділеної певними повноваженнями, він опанує принципи ділового спілкування, доцільно буде їх використовувати, що позитивно впливатиме на ефективність ділових контактів, роботу підприємства або фірми в цілому.

Отже, формування мовної, комунікативної компетентності майбутніх фахівців будь-якої галузі має бути основною метою сучасного мовного навчання.

Інформаційні джерела:

1. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики. Київ : Академія, 2014. 376 с.
2. Василик М.А. Основы теории коммуникации. Москва : Гардарика, 2013. 615 с.