

І.Ю. Чорна

(Львівський національний університет імені Івана Франка)

ЗМІСТ ФОРМУВАННЯ АНГЛОМОВНОЇ ЛЕКСИЧНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ В ДІЛОВОМУ СПІЛКУВАННІ МАЙБУТНІХ МАРКЕТОЛОГІВ

Дослідження присвячене визначенню поняття змісту формування англomовної лексичної компетентності у діловому спілкуванні майбутніх фахівців з маркетингу. Основною метою статті є аналіз останніх досліджень та публікацій з проблематики визначення сутності поняття «зміст навчання» загалом, «зміст навчання іноземної мови» та використання останнього при відборі матеріалів для формування лексичної компетентності в діловому спілкуванні майбутніх маркетологів. Окрім цього, у статті розглянуті структурні компоненти змісту навчання, у процесуальному та предметному аспектах та визначено особливості змісту навчання власне лексичної компетентності та характеристики іншомовних лексичних одиниць.

Ключові слова: зміст навчання, зміст навчання іноземної лексичної компетентності, лексичні вміння та навички, навчальні матеріали.

I. Chorna

THE CONTENT OF FORMING ENGLISH LEXICAL COMPETENCE IN BUSINESS COMMUNICATION OF PERSPECTIVE MARKETERS.

The research is devoted to the definition of the content of forming English lexical competence in business communication of the future experts of marketing. The main purpose of the article lies in the analysis of recent research and publications on the problems of defining the essence of the concept of "learning content" in general, "the content of teaching foreign languages" and using the content of learning foreign languages in selecting materials for forming lexical competence in business communication of the perspective marketers. In addition, the article describes the structural components of the learning content in the procedural and substantive aspects of studying and the features of content of forming lexical competence and characteristics of foreign lexical units are determined.

Key words: learning content, learning content of a foreign language lexical competence, lexical skills, training materials.

I. Chorna

СОДЕРЖАНИЕ ФОРМИРОВАНИЯ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ЛЕКСИЧЕСКОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ В ДЕЛОВОМ ОБЩЕНИИ БУДУЩИХ МАРКЕТОЛОГОВ

Исследование посвящено определению понятия содержания формирования англоязычной лексической компетентности в деловом общении будущих специалистов по маркетингу. Основной целью статьи является анализ последних исследований и публикаций по проблематике определения сущности понятия «содержание обучения» в целом, «содержание обучения иностранному языку» и использования последнего при отборе материалов для формирования лексической компетентности в деловом общении будущих маркетологов. Кроме этого, в статье рассмотрены структурные компоненты содержания обучения, которые рассмотрены в процессуальном и предметном аспектах обучения так же определены особенности содержания обучения собственно лексической компетентности и характеристики иностранных лексических единиц.

Ключевые слова: содержание обучения, содержание обучения иноязычной лексической компетентности, лексические умения и навыки, учебные материалы.

У зв'язку із розвитком суспільства, зокрема галузі освіти та науки до відбору матеріалів для навчання, тем уроків, методів, принципів, підходів до вивчення іноземних мов потрібно ставитись більш скептично. Цей скепсис сформувався через намагання перетворити теперішній освітній процес за більш європеїзованим зразком та максимально знизити вплив на навчання попередніх поколінь, так званий «совдепівський» варіант навчання, котрий більше не є актуальним та ефективним, особливо зважаючи на сферу дослідження методики викладання предметів, зокрема іноземної мови, основним завданням якої в сьогоденні є формування комунікативної компетентності, а не лише теоретичних знань з граматики та вивчення лексичних одиниць без практичного застосування цих навичок.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Щодо визначення змісту навчання іноземних мов у науковій літературі (Н. І. Гез, Г.Д. Климентенко, М.В. Ляховицький, Р.Ю. Мартинова, А.А. Мироліубов) зазначається, що будь-який зміст навчання передусім має спиратися на положення про те, що саме потрібно вчити, враховуючи потреби соціальної групи студентів, котрі вивчають мову, ситуації практичного застосування мови, сфери вживання іноземної мови, цілі навчання студентів іноземної мови та ін.

Зміст навчання можна охарактеризувати як єдність усіх знань, умінь і навичок, необхідних для оволодіння навчальним матеріалом на належному рівні. ВУЗ [1, с. 6] Визначення терміну «зміст навчання іноземних мов», на думку багатьох дослідників (Н.І. Гез, Г.Д. Климентенко, Б.А. Лапідус, М.В. Ляховицький, Р.Ю. Мартинова, А.А. Мироліубов та ін.), спрямований на досягнення основної мети вивчення іноземної мови – навчити студентів спілкуватися іноземною мовою в природних комунікативних ситуаціях, а також дає відповідь на запитання «Чого навчати?»[2,4,5,6]. Зміст навчання іноземної мови, як і більшість структурованих понять, має компоненти, однак думки дослідників з цього приводу різняться.

Метою статті є аналіз особливостей змісту формування англомовної лексичної компетентності в діловому спілкуванні майбутніх маркетологів. Відповідно до неї сформувано наступні завдання дослідження: 1) здійснити аналіз джерел із проблеми змісту формування лексичної компетентності; 2) розглянути компоненти змісту формування лексичної компетентності; 3) обґрунтувати зміст формування англомовної лексичної компетентності у студентів напряму підготовки «Маркетинг».

Дослідники О.Б. Бігич, С.В. Гапонова, Н.І. Гез, М.В. Ляховицький, А.А. Мироліубов, С.Ю. Ніколаєва, Т.І. Олійник, К.І. Онищенко, Н.К. Скляренко, Л.П. Щербак до компонентів змісту навчання іноземної мови відносять:

1. Комунікативні ситуації та їх тематику, сфери спілкування, теми комунікативних актів;
2. Мовленнєві навички, вміння та знання, необхідні для спілкування (наприклад навички читання, письма);
3. Матеріали для навчання (мовні, мовленнєві, країнознавчі, лінгвосоціокультурні) [2, с. 54; 3, с. 42-48].

Г.Д. Климентенко на основі дидактичних компонентів змісту навчання виділяє такі основні компоненти змісту навчання іноземної мови:

- вміння студентів аудіювати/сприймати на слух, читати, говорити, писати та перекладати іноземною мовою;
- тематика мовленнєвої діяльності;
- знання про способи роботи з мовним матеріалом для формування навичок свідомої діяльності у процесі вивчення іноземної мови [4, с. 9-11]

Структура змісту навчання на думку деяких вчених (Г.В. Рогова, Ф.М. Рабинович, Т.Є. Сахарової), включає три основні компоненти: лінгвістичний, психологічний та методологічний [5, с 36-39]. Лінгвістичний компонент відповідає за навчання студентів спілкуватися іноземною мовою, застосовуючи мовні засоби в комунікативних ситуаціях [2, с. 22-23]. Психологічний компонент на основі теорії мовленнєвої діяльності (з точки зору психології) забезпечує формування умінь і навичок необхідних, для здійснення комунікації іноземною мовою [2, с. 27-28]. Методологічно-дидактичний компонент сприяє формуванню у студентів необхідних прийомів навчання (спостереження, самоконтроль, аналіз та ін.) та засвоєння як методичних, так і дидактичних принципів [2, с. 37-39].

І. Л. Бім пропонує розглядати зміст навчання іноземної мови з погляду двох взаємозалежних аспектів навчального процесу:

1. Предметний аспект – з точки зору предмету, що вивчають та його змісту;
2. Процесуальний аспект – з точки зору власне процесу навчання під час формування необхідних навичок та умінь [6, с. 180].

Предметний аспект змісту навчання іноземної мови, згідно з думкою українських учених-методистів, полягає в сукупності певних компонентів:

- Спілкування, зокрема:
 - види, сфери, функції, стилі та засоби спілкування (вербальні і невербальні);
 - цілі комунікативних актів, наміри комунікації, ролі та комунікативні ситуації [7, с. 100];
- Матеріал для навчання та мовленнєві ситуації, зокрема:
 - країнозначий та лінгвістичний навчальний матеріал;
 - соціальні ситуації з дотриманням певних норм і правил, тобто лінгвосоціокультурна компетентність [7, с. 104];
- Власне мовний матеріал для навчання:
 - лексичний, граматичний, фонетичний, аудіоматеріал (автентичні тексти, вправи, завдання тощо) [7, с. 105-106].

До процесуального аспекту змісту навчання іноземної мови відносять такі компоненти:

- Мовленнєві вміння:
 - вміння читати, писати тощо іноземною мовою;
 - різні типи та види завдань і вправ для вдосконалення мовленнєвих умінь [7, с. 106];
- Навички, вміння та знання:
 - застосовувати країнознавчі та лінгвістичні матеріали (лінгвосоціокультурну компетентність);
 - вправи для формування та вдосконалення вищезгаданих умінь та навичок;
 - вміння приймати участь у комунікативному акті, вміння використовувати знання про правила та норми соціальних ситуацій, керувати ними та орієнтуватись у таких ситуаціях;
 - вправи для розвитку і вдосконалення таких навичок та умінь [7, с. 106-107];
- Навички:
 - використання мовного лексичного, граматичного та ін. матеріалу;
 - вправи для формування, розвитку і вдосконалення навичок оперування мовним матеріалом [7, 107-108].

Слідом за вітчизняними дослідниками та зважаючи на специфіку теми нашого дослідження, вважаємо за доцільне конкретизувати у предметному та процесуальному аспектах усі необхідні елементи змісту навчання іноземної мови майбутніх маркетологів. Таким чином, у предметному аспекті змісту навчання акцентуємо на зазначених нижче необхідних складових елементах. Серед сфер спілкування зосереджуємось на професійно орієнтованому спілкуванні, оскільки власне в такій сфері відбувається ділова комунікація майбутніх маркетологів. Із видів спілкування виділяємо найбільш розповсюджені відповідно до тематики нашого дослідження, а саме: діалогічне, монологічне, усне, писемне та офіційне. Серед функціональних стилів виділяємо діловий стиль спілкування, котрий безперечно, вимагає застосування коректних вербальних і невербальних засобів мовлення, (наприклад, жести чи міміка можуть як позитивно, так і негативно налаштувати співрозмовника на підсвідомому рівні).

Цілі ділового спілкування маркетолога, зазвичай, полягають у підписанні взаємовигідних угод, укладенні контрактів та інших договорів щодо ефективної співпраці між підприємствами. Таким чином, ціллю ділового спілкування є взаємовигідна співпраця, а наміром, відповідно, передбачення позитивного результату проведення певних комунікативних дій. Зважаючи на викладене, модель мовленнєвої чи соціальної ситуації має бути наближеною до природної наприклад, імітація ділових преговорів з іноземними інвесторами стосовно виходу на ринок оновленої версії певної продукції. Мовний матеріал має містити необхідні для формування певної компетентності лексичні одиниці, граматичні конструкції, а також семантичні та стилістичні особливості іншомовних матеріалів тощо [6, с. 180-182; 7, с. 100-106].

Щодо процесуального аспекту змісту навчання іноземної мови, вважаємо за потрібне формувати й розвивати усі мовленнєві навички читання, письма, говоріння, аудіювання та перекладу, оскільки однією з цілей нашого дослідження є формування навичок ділового спілкування. Відповідно, для відбору ефективних завдань і вправ для формування англомовної лексичної компетентності в діловому спілкуванні майбутніх маркетологів вважаємо за доцільне використовувати матеріали напряму «BusinessEnglish».

Зважаючи на вищезазначене, зміст навчання іноземної мови можна розуміти як сукупність аспектів вивчення мови, сформовану кінцевими цілями такого навчання для забезпечення усіх необхідних для спілкування компонентів і знань для здійснення відповідного комунікативного акту із дотриманням всіх обов'язкових норм та правил. Зважаючи на особливості формування англомовної лексичної компетентності в діловому спілкуванні, зміст навчання має спрямовуватися на формування власне такої компетентності у майбутніх маркетологів.

Р.Ю. Мартинова, розглядаючи загально-дидактичну модель змісту навчання лексики, зазначає, що лексика поділяється на активну й пасивну, і відповідно до усього поділу, структуру змісту навчання варто розглядати окремо для пасивного та активного запасу лексичних одиниць [8, с. 248]. На її думку при відборі активної лексики варто орієнтуватись на низку принципів, а саме: цінність із позиції семантики лексичних одиниць; сполучуваності з іншими лексичними одиницями; нейтральної стилістичної забарвленості; морфологічних перетворень вже відомих лексичних одиниць за допомогою суфіксальних та префіксальних перетворень та ін. [8, с. 249]. Щодо структури змісту навчання активної лексики, дослідниця відносить до неї такі основні компоненти:

- види лексичних знань – знання найбільш поширених значень (семантики) конкретної лексичної одиниці для її розуміння та свідомого засвоєння, правил читання та правопису лексичних одиниць, для їх безпомилкового відтворення у всіх видах мовленнєвої діяльності, знання граматичних правил вживання лексичних одиниць у певному контексті та міксування лексичних одиниць для їх поєднання в словосполучення, речення та мікротексти [8, с. 249-250];
- види лексичних навичок – навички розпізнавання лексичних одиниць, котрі вивчаються, у різнопланових контекстах, відтворення і письмо лексичного матеріалу, що вивчається, у певному контексті (в реченні, фразі) рідною та іноземною мовами під час зорового та слухового контакту з лексичними одиницями [8, с. 250];
- види лексичних умінь – миттєве відтворення лексичних одиниць у реченні, фразі, бесіді, діалозі та ін. видах мовленнєвої діяльності без підготовки, написання лексичних одиниць у різноманітних ситуативних задачах (зв'язному монолозі, простому реченні тощо) [8, с. 250-251].

Стосовно структури змісту навчання пасивної лексики Р.Ю. Мартинова пропонує розглядати такі його елементи:

- набуття лексичних знань, як розвиток здатності миттєво та правильно відтворювати лексичні одиниці іноземної мови рідною;
- формування лексичних навичок – здатності миттєво та правильно відтворювати і розпізнавати лексичні одиниці іноземної мови у певному контексті (речення, фраза та ін.) рідною мовою;

- розвиток лексичних умінь (рецептивних та репродуктивних): рецептивні – стосуються розуміння значення і змісту лексичних одиниць при зоровому чи слуховому контакті з ними у різних видах спілкування [8, с. 254]; репродуктивні – здатності миттєво та правильно застосовувати лексичні одиниці, котрі студенти пам’ятають із пасивного запасу лексики, у різних видах зв’язного мовлення (діалог/монолог) [8, с. 255].

Відповідно до змісту навчання англomовної лексичної компетентності відбір навчального матеріалу, його обсяг та види завдань мають сприяти формуванню такої компетентності та забезпечити розвиток усіх необхідних умінь, навичок і знань з іноземної мови. Враховуючи специфіку теми нашого дослідження, вважаємо, що навчальний матеріал повинен містити лексичні одиниці фахового дискурсу маркетингологів, враховуючи їх семантичні особливості (ідіоматичні вислови, сталі фразеологізми і вислови та ін.), розвивати лексичні рецептивні та репродуктивні навички на основі автентичних джерел, у тому числі й відео- та аудіо- матеріалів, дотримуючись тематики маркетингу, сприяти розвитку комунікативних навичок і вмінь за допомогою ігрових вправ та ін. лексичної компетентності в діловому спілкуванні майбутніх маркетингологів. Прикладом завдань на розвиток рецептивних навичок у студентів можуть бути вправи на вибір найбільш доцільного, відповідно до контексту, слова із ряду близьких за значенням лексичних одиниць чи поєднати лексичну одиницю з її визначенням, наприклад [9]:

Таблиця 1.

Task 1. Match these words with their definitions.

1	Consumer	a	The place where a product is actually sold to the public
2	Distribution	b	Special symbol, design, word etc used to represent a product or firm
3	Point of sale	c	The person who buys and uses a product or service
4	Trademark	d	The selling of goods by post
5	Mail order	e	The concept or perception of a firm or product held by the general public
6	Image	f	To create a new product or improve an existing one
7	Market research	g	The delivering of products to end-users, inc. advertising, storing etc
8	Develop	h	Study of consumers' needs & preferences, often for a particular product

Для розвитку репродуктивних навичок як зразок можна запропонувати один із різновидів ділової гри, такий як прес-конференція чи дискусія на тему: «Презентація оновленої моделі мобільного телефону на ринку новітніх технологій». Правилами такої гри є розподіл ролей на представників продукції та зацікавлених покупців. Студенти, розділившись на дві команди, повинні використовувати у своїй презентації продукції та запитаннях щодо такої продукції попередньо вивчений матеріал відповідної тематики, тобто «лексику маркетингу». Враховуючи особливість ділового спілкування, котре здійснюється не лише усно, а й у письмовій формі, пропонуємо написання ділових листів за чітко структурованим прикладом такого письма з уживанням лексичних одиниць відповідного змістового навантаження. Перед презентацією прикладу ділового письма необхідно подати фрази загальноприйнятого вжитку та структуру такого письма, наприклад:

1. початок листа повинен містити привітання з адресатом, якщо він відомий, ми використовуємо Dear Ms / Miss / Mrs / Mr / Dr, якщо невідомий то вживаємо Dear Sir or Madam;
2. у першому абзаці необхідно вказати мету нашого письма, наприклад для підтвердження певного замовлення: I/We are writing to confirm...;

3. останній абзац ділового листа зазвичай містить ввічливі фрази, спрямовані на надання додаткової інформації адресату за бажанням останнього, або ж для того, щоб вказати на те, що відправник очікує на відповідь, наприклад: *If you have any questions, do not hesitate to contact us./ We are looking forward to hearing from you soon.*;
4. закінчення ділового письма має бути на зразок: *Yours sincerely / Sincerely yours* – якщо відомий адресат та *Yours faithfully / Faithfully yours* – якщо невідомий. Окрім цього обов'язково правильно зазначити адреси отримувача та відправника.

Прикладом такого листа може бути[10]:

November, 15, 2016
ARC Electronics Company Ltd
London, UK
45, Riverside Road,
Tel: (091) 765 7567
Fax: (091) 765 6745
Email: orgprod@gmail.com

George Smith
Sales Manager
Cheese Specialists Ltd.
101 Packard Road,
London, UK

Dear Mr. Smith:

With reference to our telephone conversation today, I am writing to confirm your order for: 1000 samples of radio model b342 (Ref. No. 154).

If you have any questions, do not hesitate to contact us.

Yours sincerely,
Henry Grey
Director of ARC Electronics Co. Ltd. [9, 10]

Висновки. Загалом усі види мовленнєвої діяльності (читання, слухання, говоріння, письмо) мають використовуватись у процесі формування англомовної лексичної компетентності, оскільки студент, потрапивши в реальну ситуацію спілкування іноземною мовою, повинен чітко розрізняти та відтворювати лексичні одиниці при зоровому контакті з лексичними одиницями (наприклад, читаючи журнал з маркетингу чи відповідаючи на лист від потенційного іноземного партнера), під час розмови і слухання, ведучи переговори чи беручи участь у діалозі чи дискусії, для коректної відповіді співрозмовнику необхідне розуміння вживаної опонентом лексики.

Перспективи подальших досліджень полягають у деталізованому вивченні ефективності застосування запропонованої теорії у практиці використання змісту навчання при відборі навчальних матеріалів для формування англомовної лексичної компетентності в діловому спілкуванні майбутніх маркетологів, та подальшому вивченні методичної системи формування цієї компетентності.

Список літератури:

1. Лapidус Б.А. Проблемы содержания обучения языку в языковом вузе: Уч. пособие. – М. Высшая школа, 1986. – 144 с.
2. Методика обучения иностранным языкам в средней школе: Учебник/Н.И. Гез, М.В. Ляховицкий, А.А. Миролюбов и др. – М.: Высш. школа, 1982. – 373с.
3. Методика навчання іноземних мов у середніх навчальних закладах: Підручник кол. авторів під кер. С.Ю. Ніколаєвої. – К.: Ленвіт, 1999. – 320 с.

4. Содержание обучения иностранным языкам в средней школе: Организация речевой деятельности/ Под ред. А.Д. Климентенко. – М.: Педагогика, 1984. – 144 с.
5. Рогова Г.В., Рабинович Ф.М., Сахарова Т.Е. Методика обучения иностранным языкам в средней школе. – М.: Просвещение, 1991. – 287 с.
6. Бим И.Л. Методика обучения иностранным языкам как наука и проблемы школьного учебника. — М.: Русский язык, 1977. – 288 с.
7. Методика навчання іноземних мов і культур: теорія і практика : підручник для студентів класичних, педагогічних і лінгвістичних університетів / О. Б. Бігич, Н. Ф. Бориско, Г. Е. Борецька та ін. / За заг. ред. С. Ю. Ніколаєвої. – К.: Ленвіт, 2013. – 590 с.
8. Мартинова Р. Ю. Цілісна загальнодидактична модель змісту навчання іноземних мов : [монографія] / Р. Ю. Мартинова. – К. : Вища шк., 2004. – 454 с.
9. Business English Essentials. / Частина 1: Посібник з англійської мови для навчання ділового спілкування в старших класах шкіл, гімназій, ліцеїв економічного профілю./ Укл. О. Біленька, А. Павлюк, О. Чепурна – Тернопіль: Видавництво Карп'юка, 2003. – На англ. мові. – 200 с.
10. Бізнес-англійська. Ділова англійська. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://teacheng.info/business/business-letters>

References:

1. Lapidus B.A. (1986). *Problemy soderzhanie obucheniiu v yazykovom vuze* [Problems of teaching content in language higher school]. High school textbook. Vysshaya shkola, Moscow, Russia.
2. Gez N.I, Lyakhovitskii M.V., Mirolubov A.A. et al. (1982). *Metodika obucheniia inostrannym yazykam v srednei shkole*. [Methodology of teaching foreign languages in secondary school]. High school textbook. Vysshaya shkola, Moscow, Russia.
3. *Metodyka navchannia inozemnykh mov u serednikh navchalnykh zakladakh* (1999). [Methods of teaching foreign languages in secondary school]. In S. Yu. Nikolaeva (Ed.). High school textbook. Lenvit, Kyiv, Ukraine.
4. *Soderzhanie obucheniia inostrannym yazykam v srednei shkole: organizatsiya rechevoi deiatelnosti* (1984). [The content of teaching foreign languages in high school: the organization of speech activity]. In A.D. Klimentenko (Ed.). *Pedagogika (Pedagogy)*, Moscow, Russia.
5. Rogov G.V., Rabinovich F.M. and Sakharov T.E. (1991). *Metodika obucheniia inostrannym yazykam v srednei shkole*. [Methods of teaching foreign languages in secondary school]. *Prosveshchenie (Enlightenment)*, Moscow, Russia.
6. Bim I.L. (1997). *Metodika obucheniia inostrannym yazykam kak nauka i problemy shkolnoho uchebnika* [Methods of teaching foreign languages as a science and the problem of a school textbook]. *Ruskii yazyk (Russian Language)*, Moscow, Russia.
7. Bihych O.B., Borysko N.F., Boretskyi G.E. et al. (2013) *Metodyka navchannia inozemnykh mov i kultur teoriia i praktyka: pidruchnyk dlia studentiv klasychnykh, pedahohichnykh i lnhvistychnykh universytetiv* [Methodology of teaching foreign languages and cultures: theory and practice: a textbook for students of classical, educational and linguistic universities]. In S. Yu. Nikolaeva (Ed.). Lenvit, Kyiv, Ukraine.
8. Martynova R. Yu. (2004). *Zahalnodydaktychna model zmistu navchannia inozemnykh mov* [The integrated general didactic model of content of foreign language learning]. Monograph. Vushcha shkola (Higher school), Kyiv, Ukraine.
9. Bilenka O., Pavliuk A. and Chepurna O. (2003). *Business English Essentials. Part 1. English language tutorial for business communication training at senior courses of studying at schools, gymnasiums, lyceums of economics. Vudavnutstvo Karp'iuka, (Karp'iuka Publishing), Ternopil, Ukraine (In Eng.)*
10. Teacheng.info. *Dilovi lysty anhliiskoiu movoiu (Business English letters)*, available at: <http://teacheng.info/business/business-letters> (accessed December 15, 2016)