

PAVLOVSKA Y. V. Peculiarities of English lesson organization in multi-leveled groups of students of non-language specialization.

The article deals with the problem of planning and organizing the learning process in multi-leveled groups. It emphasizes the necessity of use of leveled tasks as well as proposes different ways of grouping students at English lesson.

Keywords: multi-leveled group, leveled tasks, differentiated instructions, heterogeneous groups, homogeneous groups.

Полюк І. С.
Національний технічний університет України
“Київський політехнічний інститут”

ФОРМУВАННЯ У МАЙБУТНІХ ЕКОНОМІСТІВ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ У ПРОЦЕСІ НАВЧАННЯ ФРАНЦУЗЬКОЇ МОВИ

Статтю присвячено проблемі формування соціокультурної компетенції студентів економічних спеціальностей під час навчання французької мови професійного спрямування у немовних вищих навчальних закладах. Автор аналізує зміст поняття соціокультурної компетенції, розглядає критерії відбору навчального матеріалу для формування соціокультурної компетенції у майбутніх економістів.

Ключові слова: соціокультурна компетенція, майбутні економісти, французька мова професійного спрямування.

Європейські тенденції гармонізації вищої освіти, її реформування зумовлюють пошук нових підходів до навчання дисципліни “Іноземна мова професійного спрямування” в немовних вищих навчальних закладах. Залучення українських фахівців до участі в міжнародних проектах, поглиблення співробітництва України з франкомовним світом сприяє зростанню значущості володіння майбутніми фахівцями економічної галузі французькою мовою як засобом міжкультурного спілкування для успішного вирішення професійних комунікативних завдань. Таким чином, метою професійно спрямованого навчання іноземної мови студентів економічних спеціальностей є формування широкої професійно орієнтованої комунікативної компетенції в галузі ділового спілкування.

Оволодіння міжкультурною комунікативною компетенцією як комплексне формування й розвиток усіх видів мовленнєвої діяльності передбачає формування соціокультурної компетенції у студентів економічних спеціальностей у процесі навчання іноземної мови професійного спрямування [2]. Формування соціокультурної компетенції є передумовою успішної реалізації фахових завдань майбутніми економістами, що передбачає оволодіння соціокультурними знаннями і вміннями у конкретній культурно-мовній спільноті для подолання лінгвоетнічного бар'єру між комунікантами та загальними міжкультурними

знаннями і вміннями, які необхідні учаснику і посереднику у міжкультурному спілкуванні [4].

Проблемі формування іншомовної соціокультурної компетенції присвячено низку досліджень у науковій літературі: Н. Ф. Бориско, В. В. Сафонова, Н. К. Склярєнко, С. В. Соколова, О. Б. Тарнопольський, С. Г. Тер-Мінасова, В. М. Топалова, В. П. Фурманова, Т. О. Яхнюк. Проте питання формування соціокультурної компетенції у майбутніх спеціалістів економічної галузі у процесі оволодіння ними французькою мовою професійного спрямування дотепер не достатньо висвітлено.

Отже, **метою статті** є аналіз передумов та особливостей формування професійно спрямованої соціокультурної компетенції студентів економічних спеціальностей під час оволодіння ними французькою мовою.

Відповідно до загальної теорії інформації модель формування іншомовної комунікативної компетенції передбачає оволодіння не лише мовною, мовленнєвою, прагматичною, дискурсивною, семантичною, а й лінгвокраїнознавчою, стратегічною, соціолінгвістичною та ілокутивною компетенціями [5]. Соціокультурна компетенція відображає цілісну систему уявлень про національно-культурну специфіку мовленнєвої поведінки іншомовних комунікантів, а також систему культурних цінностей та уявлень певної мовної спільноти. У процесі навчання французької мови професійного спрямування відбувається оволодіння майбутніми економістами іншомовною мовленнєвою діяльністю, що передбачає також засвоєння певного обсягу екстралінгвістичного матеріалу, необхідного для адекватного спілкування та взаєморозуміння [3; 7].

І. А. Голуб [1], аналізуючи процес розвитку соціокультурної компетенції, зазначає, що він відбувається поетапно і передбачає сенсифікацію студентів до механізму сприймання рідної та іноземних культур; культурних відмінностей шляхом розкриття специфічних соціокультурних значень лексичних одиниць, мовленнєвих дій і стандартів поведінки; механізму порівняння культур; механізму міжкультурного спілкування і подолання непорозуміння; впливу соціокультурних факторів на реалізацію фахових завдань майбутніми економістами.

Важливою передумовою успішного формування соціокультурної компетенції студентів економічних спеціальностей є сенсифікація соціокультурної рефлексії, яка спрямована на аналіз і усвідомлення впливу іншомовних культур на іноземну мову, і, відповідно, рідної культури на рідну мову та взаємодію культур і мов під час міжкультурного спілкування. Вона може відбуватися у формі евристичної бесіди викладача зі студентами під час виконання завдання до вправ і сприяє розвитку соціокультурного усвідомлення і чутливості.

Структура соціокультурної компетенції, яка є багатокомпонентним

утворенням включає такі складові [5]:

- вміння використовувати лінгвокраїнознавчу інформацію;
- вміння використовувати соціоетнічну інформацію;
- вміння використовувати культурологічну інформацію.

До соціокультурного компоненту французької мови професійного спрямування можливо віднести: фонові знання носіїв мови, навички та вміння мовленнєвої та позамовної поведінки; національну культуру франкомовних країн у широкому сенсі [6]. Таким чином, знання реалій – топонімів, антропонімів, етнографічних лексичних одиниць, суспільно-політичної лексики французької мови, пов'язаних з економічною галуззю, є важливою передумовою ефективного оволодіння студентами французькою мовою професійного спрямування. На особливу увагу заслуговують власні назви, з одного боку, вони допомагають подолати мовні бар'єри, але, з другого, у своєму першопочатковому мовному середовищі мають складну смислову структуру, володіють унікальними властивостями форми та етимології, вони здатні до зміни та словотворення. При передачі власних імен іншою мовою більша частина цих властивостей втрачається, а їх перенесення на інший лінгвістичний ґрунт може утруднювати ідентифікацію носія імені. У сучасній лінгвістиці власні імена часто визначаються як номінальні лексичні одиниці на відміну від загальних слів, які вважаються означальними одиницями. Таким чином, у власних іменах на перший план виступає номінативна функція – називати, щоб відрізнити однотипні об'єкти один від іншого, а основна функція загальних слів – називати з метою об'єднання значення. У процесі оволодіння французькою мовою майбутніми економістами слід звертати увагу студентів на метафоричність французької мови та тенденцію до нейтральності передачі згаданих форм українською мовою: *Il est crucial que l'appui apporté par les donateurs soit accru afin d'améliorer la bonne santé du secteur financier dans les pays en développement et les pays en transition.*

Для ефективного оволодіння соціокультурною компетенцією майбутніми економістами необхідно виважено ставитися до відбору навчального матеріалу, спрямованого на формування названої компетенції.

І. Ю. Голуб, слідом за іншими дослідниками, аналізує такі критерії відбору матеріалу, що становить соціокультурний мінімум: репрезентативність, достовірність, типовість, сучасність, актуальний історизм, соціокультурний потенціал, контрастивність, ступінь інтерференції з рідною спільнотою [1, с. 65].

Розглянемо згадані вище критерії, урахування яких є необхідною умовою ефективного навчання французької мови професійного спрямування відповідно до специфіки формування соціокультурної компетенції у студентів економічних спеціальностей. Репрезентативність

передбачає ідентифікацію навчальних матеріалів із культурно-мовною спільнотою франкомовних країн і України; достовірність означає відповідність комплексним сферам дійсності, необхідність реальної наявності вибраних змістів у культурі франкомовної спільноти та їх прояв у мовному досвіді суспільства. Типовість відображає характерні особливості культурно-мовних спільнот, типові моделі поведінки та особливості міжкультурного спілкування українських та франкомовних фахівців економічної галузі.

Критерій сучасності передбачає відбір навчального матеріалу відповідно до сучасного стану розвитку суспільства, соціокультурний потенціал – матеріали повинні надавати можливість ефективно формувати вміння та готовність до міжкультурного спілкування, усвідомлювати та застосовувати загальні соціокультурні стратегії. Відповідно до критерію контрастивності навчальні матеріали відбираються таким чином, щоб підкреслити культурно-мовні відмінності чи спільні риси обох етнічних спільнот для їх кращого усвідомлення та подальшої асиміляції.

Ступінь інтерференції з рідною культурно-мовною спільнотою є важливим критерієм відбору навчального матеріалу, оскільки він передбачає демонстрацію квазітотожних явищ україномовних та франкомовних країн, які, зазвичай, є джерелом непорозумінь під час міжкультурного спілкування українських та французьких партнерів.

Формування соціокультурної компетенції майбутніх економістів ставить питання пошуку шляхів тестування її рівня сформованості, яке має на меті перевірити володіння студентами вербальними та невербальними засобами, що дають змогу компенсувати “лакуни” в комунікації.

Питання культури та пов'язані з ними навчальні завдання можливо умовно розділити на чотири категорії: розширення знань про культуру Франції та франкомовних країн; оволодіння студентами формулами французького мовленнєвого етикету; розуміння розбіжностей між двома культурами; розуміння та усвідомлення культурних цінностей Франції, Канади, Бельгії, Швейцарії.

Відповідно до виділених об'єктів контролю знань у галузі культури франкомовних країн можуть бути запропоновані певні параметри тестування, які можуть варіюватися залежно від етапу навчання студентів економічних спеціальностей та напрямку їх підготовки.

Географічні параметри необхідні для визначення ступеня володіння знаннями стосовно певних об'єктів (географічних, економічних, історичних) французьких етнічно-мовних спільнот. Наприклад: *indiquez les villes où il y a les plus grandes banques françaises*. Іншим важливим параметром є розуміння зовнішніх культурних розбіжностей, який передбачає тестування здатності студентів адекватно сприймати франкомовні реалії та факти

національної культури. Для визначення сформованості умінь розуміти розбіжності в системі цінностей двох культур можуть бути запропоновані завдання, виконання яких стане індикатором наявності/відсутності знань щодо згаданих дивергентних понять. Наступним параметром є формули мовленнєвого етикету, наприклад, залежно від регістру мови пропонується студенту вибрати необхідну лексичну одиницю: travail, labeur, corvée; написати ділового листа, використовуючи кліше різних рівнів відповідно до різного ступеня знайомства з адресатом. Урахування параметру внеску франкомовних країн у розвиток світового економічного ринку надає можливість розширити та поглибити знання студентів, пов'язаних безпосередньо з їхньою майбутньою професійною діяльністю.

Таким чином, узагальнюючи викладене вище, зазначимо, що формування соціокультурної компетенції відбувається за рахунок засвоєння знань про франкомовні країни, про зразки та моделі мовленнєвої поведінки представників цих культурно-мовних спільнот та формування на цій основі відповідних навичок і соціокультурних умінь. Високий рівень сформованої соціокультурної компетенції студентів економічних спеціальностей є важливою передумовою їхньої майбутньої успішної професійної діяльності у діалозі культур сучасного світу

Використана література:

1. Голуб І. Ю. Формування у майбутніх перекладачів соціокультурної компетенції у процесі вивчення німецької мови після англійської: дис. ... канд. пед. наук: 13.00.02 / Голуб Іванна Юріївна. – К., 2010 – 373 с.
2. Програма з англійської мови для професійного спілкування / [Г. Є. Бакаєва, О. А. Борисенко, І. І. Зуєнок та ін.]. – К.: Ленвіт, 2005. – 119 с.
3. Соколова С. В. Методика навчання майбутніх учителів англійської мови використовувати паралінгвістичні засоби у усному спілкуванні: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук: спец. 13.00.02 “Теорія та методика навчання: германські мови” / С. В. Соколова. – К., 2006. – 24 с.
4. Сысоев П. Е. Эксплицитное обучение социокультурным стратегиям средствами иностранного языка / П. Е. Сысоев // Современные проблемы языкового образования: научно-методический сборник. – М.: Еврошкола, 2001. – Ч. 1. – С. 76-85.
5. Топалова В. Н. Формирование социокультурной компетенции студентов технического вуза (на материале английского языка): дис. ... канд. пед. наук: 13.00.02 / Топалова Виктория Николаевна. – К., 1998. – 302 с.
6. Чередниченко О. І. Теорія і практика перекладу. Французька мова: підручник / О. І. Чередниченко. – К.: Либідь, 1995. – 320 с.
7. Byram M. La compétence socioculturelle dans l'apprentissage et l'enseignement des langue / M. Byram, G. Zarate // Paris: Edition du Conseil de L'Europe, 1997. – 120 p.

Полук И. С. Формирование у будущих экономистов социокультурной компетенции в процессе обучения французского языка.

Статья посвящена проблеме формирования социокультурной компетенции студентов экономических специальностей во время обучения французского языка профессиональной направленности. Автор анализирует содержание понятия социокультурной компетенции, рассматривает критерии отбора учебного материала для формирования социокультурной компетенции у будущих экономистов.

Ключевые слова: социокультурная компетенция, будущие экономисты, французский язык профессиональной направленности.

POLYUK I. S. Sociocultural competence forming of future economists in the process of French language teaching.

The article deals with the question of sociocultural competence forming of economic specialties students in the process of French for Specific Purposes teaching. The author analyses the content of notion of sociocultural competence, describes the criteria of learning material selection for sociocultural competence forming of future economists.

Key words: sociocultural competence, future economists, French for Specific Purposes.

**Савенкова Л. В.
Національний педагогічний університет
імені М. П. Драгоманова**

БІБЛІОГРАФІЧНІ БАЗИ ДАНИХ ЯК СКЛАДОВА ІНФОРМАЦІЙНО-ПОШУКОВОЇ СИСТЕМИ БІБЛІОТЕКИ УНІВЕРСИТЕТУ

Розглядаються питання стосовно розробки принципів і підходів до організації роботи з аналітичними бібліографічними базами даних, проблеми їх ведення, редагування та оптимізації використання споживачами.

Ключові слова: систематична картотека статей, бібліографічна база даних

Протягом багатьох століть бібліотека була головним посередником між інформаційними ресурсами та споживачами інформації, відбирала, систематизувала, зберігала та пропонувала найкраще з усього величезного інформаційного масиву. Від стану бібліографічної, довідкової та інформаційної роботи багато в чому і сьогодні залежить рівень обслуговування читачів. Якісно організована інформаційно-пошукова система бібліотеки є основним підґрунтям ефективної роботи усієї бібліотеки.

Бібліографічні бази даних один із найбільш розповсюджених інформаційних бібліотечних продуктів періоду інформатизації. Саме зі створення електронних каталогів і картотек з використанням перших персональних комп'ютерів та різноманітного програмного забезпечення почалось повсюдне впровадження у роботу бібліотек університетів інформаційно-комунікаційних технологій.

Принципи організації та ведення довідково-бібліографічного апарату бібліотеки на традиційних паперових носіях розроблялись впродовж багатьох років, проходили складний шлях від практичного досвіду, що накопичувався кожною бібліотекою, до складних теоретичних узагальнюючих праць.

До недавнього часу все, що стосувалось організації бібліографічної