

## Формування у майбутніх фахівців з менеджменту та економіки стратегічної компетенції в говорінні

У статті подаються визначення стратегічної компетенції та класифікація стратегій, пропонуються шляхи формування у студентів, які спеціалізуються в економіці та менеджменті, стратегічної комунікативної компетенції в говорінні.

**Ключові слова:** стратегічна компетенція, навчальні стратегії, стратегії використання мови, стратегії редукації, стратегії досягнення.

**Лычко Л.Я.** Формирование у будущих специалистов в области менеджмента и экономики стратегической компетенции в говорении

В статье даются определение стратегической компетенции и классификация стратегий, предлагаются пути формирования у студентов, специализирующихся в экономике и менеджменте, стратегической коммуникативной компетенции в говорении.

**Ключевые слова:** стратегическая компетенция, учебные стратегии, стратегии использования языка, стратегии редукации, стратегии достижений.

**Lychko L.** Forming strategic competence of students specializing in economy and management

The article gives the definition of strategic competence and the classification of strategies, suggests the ways of development of strategic communicative competence in speaking in the process of teaching students who specialize in economy and management.

**Key words:** strategic competence, learning strategies, language use strategies, reduction strategies, achievement strategies.

Формування іншомовної стратегічної компетенції як складника іншомовної комунікативної компетенції у студентів є невід'ємною частиною навчання іноземної мови на всіх етапах навчання. Це особливо важливо для навчання студентів говоріння, тому що в усному мовленні як продуктивному виді мовленнєвої діяльності мовець самостійно здійснює відбір мовленнєвих засобів для досягнення мети висловлювання.

Інтерес до аналізу навчальних стратегій виник у 60-х рр. минулого сторіччя і був пов'язаний з розвитком когнітивної психології. Однією з перших згадок є робота А.Венден і Д.Рубін (1). У подальшому цю проблему досліджували Д.О'Молли, Р.Оксфорд, Д.Єлліс, Є.Коен та ін. Однак через різні підходи до аналізу, класифікації поняття навчальних стратегій не було розроблено єдиного підходу до їх класифікації та використання.

У вітчизняній літературі, у Загальноєвропейських рекомендаціях з мовної освіти: вивчення, викладання,

оцінювання (2) значну увагу було приділено співвідношенню між мовленнєвими видами діяльності та комунікативними стратегіями у процесі іншомовного спілкування. Дотепер не досліджувалася проблема формування у студентів, майбутніх фахівців з менеджменту та економіки, стратегічної компетенції в говорінні. Метою цієї статті є спроба визначити шляхи формування такої компетенції у зазначених студентів.

У Загальноєвропейських рекомендаціях поняття терміна «стратегія» визначається як «певним чином організована, цілеспрямована та керована лінія поведінки, обрана індивідом для виконання завдання, яке він/вона ставить собі сам/сама, або з яким він/вона стикається» (2). У цьому сенсі можна говорити про способи й засоби, які мовець використовує у своєму мовленні, наприклад, під час презентації або при розробці плану дій. Однак у тій же роботі при розгляді зв'язку між продуктивними видами мовленнєвої діяльності і стратегіями під останніми розуміються мовленнєві засоби, які мовець застосує для мобілізації своїх ресурсів, активізації умінь і навичок, для того щоб задовольнити комунікативні потреби у певному контексті та успішно виконати поставлене завдання у найбільш зрозумілий і найбільш економічний спосіб. Комунікативні стратегії використовуються тим, хто говорить тоді, коли йому бракує лінгвістичних, фактичних, соціокультурних знань, коли йому необхідно подолати нерозуміння, що виникло під час спілкування, або підтримати розмову (2). Тому комунікативна стратегія може розглядатися як альтернативний план подолання труднощів у спілкуванні. Таким чином, з наведених дефініцій видно, що цілеспрямованість, керованість та усвідомленість дій є основними умовами використання певної стратегії.

У більшості робіт, присвячених стратегіям, останні підрозділяються на стратегії вивчення мови і стратегії використання мови. А. Венден і Д. Рубін визначають стратегії вивчення мови як «будь-який набір операцій, кроків, планів, шаблонів, які застосовуються користувачем, з метою полегшення, одержання, зберігання, знаходження і використання інформації»<sup>5</sup>. Вони підрозділяються на такі стратегії: а) когнітивні, які використовуються для запам'ятовування та здійснення операцій з структурами мови, що вивчається; б) метакогнітивні – для управління і контролю висловлювання; с) афективні, які відповідають за емоційні реакції у процесі навчання; в) соціальні, які підвищують інтерес до навчання. За А. Кохеном стратегії використання мови пов'язані з

участю студентів у процесі спілкування (3). Вони застосовуються студентами тоді, коли мовленнєвий матеріал уже засвоєний хоча б у первісній формі.

Маючи на увазі, що під час вивчення мови усі дії студентів носять навчальний характер, у цій статті ми будемо говорити про формування у студентів стратегічної компетенції в говорінні, об'єднуючи навчальну і комунікативну складники стратегічної компетенції.

Розвиток у студентів стратегічної компетенції залежить від декількох факторів: майбутніх потреб у використанні англійської мови, мотивації, особистого досвіду, способу навчання тощо.

Отже, першим кроком є визначення потреб майбутніх фахівців з менеджменту та економіки в іншомовному спілкуванні та необхідних умінь для їхньої реалізації. В усномовленнєвій діяльності менеджерів та економістів виділяються такі види професійного спілкування: телефонне спілкування, доповіді, звіти, презентації, зустрічі й дискусії (ділові зустрічі, засідання, переговори), етикетне спілкування. Кожен з цих видів спілкування має свої особливості, пов'язані з комплексом умінь, якими необхідно володіти мовцю. Наведемо лише основні з них: для спілкування по телефону, коли співрозмовники не бачать один одного, а фактор часу обмежує тривалість розмов, важливими є вміння правильно ставити запитання, чітко реагувати на репліки співрозмовника, бути лаконічним і здатним швидко приймати рішення. Для здійснення доповідей і презентацій найголовнішими є дискурсивні вміння побудови висловлювання, а саме: чітко й логічно викладати зміст того, що необхідно донести до слухачів. Для ділових зустрічей і переговорів, з одного боку, дуже важливі вміння переконувати, суперечити, доводити власну точку зору. З іншого боку, формат спілкування потребує від мовців умінь правильно поводитися залежно від ролі, яку вони виконують, а саме – голови або учасника засідання. Ці ролі значно впливають на поведінку учасників заходу і на зміст їх висловлювань. Кожен із зазначених видів спілкування здійснюється за загальноприйнятими правилами або процедурою, що зумовлені притаманним їм етикетом.

Що стосується мотивації, то її рівень залежить від цілей, які студент ставить перед собою при вивченні іноземної мови. Рівень мотивації студента впливає на ступінь його підготовленості до участі у процесі комунікації, бажання спілкуватися іноземною мовою, здатність розв'язувати проблеми тощо.

Необхідно зазначити, що до вступу у вищий навчальний заклад кожен студент уже мав досвід вивчення іноземної мови, тому у нього вже є свій набір стратегій, якими він користується. Як свідчать дослідження, рівень розвитку стратегічної компетенції тим вищий, чим вищий рівень освіти і когнітивного розвитку людини. Однак із початком вивчення професійно спрямованої іноземної мови виявляється низка проблем, пов'язаних із браком знань про майбутню професію студента, труднощами вживання термінології, вільністю мовлення, відсутністю досвіду певної поведінки у найтипівіших ситуаціях

професійного спілкування відповідно до загальноприйнятих норм. Для цього етапу характерним є використання студентами компенсаторних стратегій: міміки, жестів, повторень, мовної здогадки, використання інтернаціональних слів, звернення по допомогу до співрозмовника. Цих стратегій недостатньо для повноцінного спілкування майбутніх фахівців у діловому середовищі. Тому для міцного засвоєння професійно спрямованої іноземної мови виникає необхідність реструктуризації та вдосконалення стратегій, які студенти вже мають, і навчання їх нових стратегій в нових умовах спілкування.

Згідно когнітивних принципів стратегії реалізуються у чотири етапи: планування, виконання, контроль, корекція. В усному мовленні виникнення комунікативної мети породжує комунікативний намір, який у процесі реалізації веде до очікуваного результату. На етапі планування у мовця виникає стратегічна мета, яка вимагає застосування відповідної комунікативної стратегії, тобто альтернативної програми, що в разі адекватності приводить до досягнення мети висловлювання, а в разі неадекватності – до перепланування або до відмови від неї. Тому процес планування висловлювання можна розглядати як модифікацію, реалізацію або відмову від деяких комунікативних намірів. З одного боку, у разі виникнення проблем мовець може намагатися досягти мети свого висловлювання і розробити для цього альтернативний план. З іншого боку, коли він відчуває, що йому бракує комунікативних засобів, він використовує стратегію ухиляння, змінюючи мету висловлювання. Далі ми розглянемо, як діють в усному мовленні метакогнітивні стратегії, тобто стратегії ухиляння (avoidance strategies) і стратегії досягнення (achievement strategies) (2).

Стратегії ухиляння можуть проявитися на рівні змісту (відмова від висловлювання, спрощення висловлювання, зміна теми, зміна сенсу), модальності або актів висловлювання.

На рівні змісту використання стратегій може проявитися таким чином: наприклад, якщо мовець не зовсім упевнений у своїй здатності розмовляти іноземною мовою і в нього є вибір між використанням довідкових засобів (автоматична довідка, табло тощо) і реальним спілкуванням (наприклад, запитанням до адміністратора), то він, швидше за все, обере перший варіант. Деякі акти висловлювання замінюються паралінгвістичними засобами за допомогою міміки, жестів тощо. Іноді мовець відчуває, що йому бракує лінгвістичного запасу, тобто знань лексики і граматики, тоді він спрощує своє висловлювання. Наприклад, замість того щоб пояснити, як складно було вирішити проблему, і для того щоб знайти рішення, довелося звертатися до консультантів, тому мовець затримався з відповіддю, він може сказати: "I am sorry, I did not do it on time. It was not easy. I had to talk to some people". Якщо мовець відчуває, що він не зможе пояснити співрозмовнику свою думку, він може відмовитися від висловлювання, не почавши цю тему, і перейти до іншої.

Що стосується модальності, то у мовленні студентів можуть недостатньо або зовсім не використовуватися маркери ввічливості. Іноді через брак знань і впевненості зникають цілі уривки мовних актів, що є характерними для етикетного спілкування. Наприклад, у навчальній ситуації спілкування студенти, звертаючись з проханням, забувають використати слово "please" і тоді прохання перетворюється у наказ. Імітуючи приватне телефонне спілкування у фазі встановлення контакту, вони пропускають такі фрази: "Are you busy? Am I ringing at a bad time?"

Стратегії ухиляння важко виявити. Тому важливо виховувати у студентів почуття впевненості у своїх висловлюваннях і заохочувати їх до використання різноманітних стратегій, розширювати ресурси, якими вони можуть користуватися, допомагати їм удосконалювати їхню стратегічну компетенцію.

Використання мовцем стратегії досягнення означає, що він, всупереч труднощам, прагне досягти мети висловлювання. Для аналізу стратегій досягнення їх зручно розділити на два рівні: 1) рівень слів і речень; 2) рівень дискурсу (2).

На рівні слів і речень виділяються такі стратегії: запозичення, «обіноземлювання» (foreignising) виразів першої мови, буквальний переклад, перефразування, опис, реструктурування (2).

Коли мовцю бракує слів, він запозичує їх із рідної мови. Це має сенс, коли значення іноземного слова у рідній мові збігається з його значенням в англійській мові: «страйк», «палац», «менеджер», «інфляція». Часто студенти, використовуючи фонетичні та морфологічні особливості англійської мови, намагаються наблизити до них слова рідної мови, змушуючи їх звучати по-іноземному. Наприклад, «pretendent», маючи на увазі «applicant». Іноді вони намагаються дати буквальний переклад, або кальку з рідної мови. Типовими прикладами є «machine» замість «car», «magazine» замість «shop».

Під час пошуку необхідних слів студенти можуть перефразовувати їх, тобто давати визначення, опис, приклади предметів або явищ. Уміння перефразовувати є дуже корисним для усного спілкування, тому що у співрозмовників немає часу шукати необхідну інформацію у словнику.

Студенти часто можуть не вимовляти точне слово, а скористатися узагальнюючим поняттям, синонімом або антонімом. Так, замість того щоб назвати певний товар, вони можуть сказати «goods» або замінити слово «resume» абрєвіатурою «CV».

Стосовно стратегій досягнення на рівні дискурсу, то вони пов'язані із загальними вміннями усного спілкування – чи то монологічне висловлювання (презентація, звіт, доповідь), чи діалогічне мовлення. Вони можуть бути пов'язані з недостатньо сформованими вміннями підтримувати розмову, дотримуватися певної теми, починати й закінчувати бесіду, виражати емоції та почуття, використовувати певні знання іноземної мови в ситуаціях спілкування.

На жаль, сьогодні студентів недостатньо навчають використанню стратегій. Під час виникнення труднощів у навчальній аудиторії їм легше перейти на рідну мову. Однак цей прийом не допоможе фахівцям у реальному спілкуванні. Тому важливо привернути увагу студентів до певних стратегій і навчити ними користуватися.

Залишається відкритим питання, як саме і яких саме стратегій навчати студентів, щоб не обмежувати їх свободу в говорінні. З одного боку, певні стратегії – це матеріал, який студентам необхідно опанувати. З іншого – вони є додатковими можливостями індивідуального підходу студента до виконання завдань, завдяки яким його висловлювання стають унікальними й неповторними.

Можна запропонувати такий шлях навчання студентів певних стратегій: на основі виявлених потреб майбутніх фахівців у вивченні іноземної мови визначити навчальні стратегії й мотиви які будуть корисними студентам. Далі підібрати навчальні матеріали, на основі яких обрані стратегії будуть вивчатися. Чітко сформулювати завдання і дати приклади. Забезпечити виконання студентами завдань. Наприкінці проаналізувати доцільність стратегій, що були обрані для навчання.

Слід визнати, що студенти добре ознайомлені з навчальними стратегіями на рівні слова або словосполучення ще зі школи. Так, під час роботи з новою лексикою вони можуть скористатися різними прийомами: вести власні словники; записувати нові слова й словосполучення на картки й тренуватися в запам'ятовуванні слів у будь-який слушний момент, перевіряти один одного на знання нової лексики тощо.

Але в усному спілкуванні, коли дуже важливо, щоб співрозмовники розуміли один одного і щоб розмова була неперервною, необхідно, щоб студенти вміли перефразовувати, узагальнювати, реструктурувати те, що хочуть висловити. Для розвитку вмінь перефразування можна рекомендувати такі умовно-комунікативні вправи:

1. Визначення слова за його дефініцією: *The place in a factory where production lines are. (Shopfloor)*

2. Розгадування кросвордів. Студенти працюють в парах, кожен з них має власну версію одного і того ж кросворда. У студента А заповнені одні клітинки, у студента В – інші. Протягом виконання завдання кожен студент має

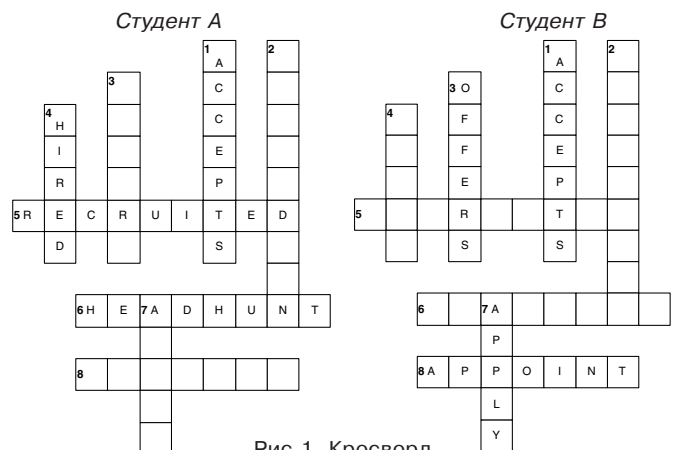


Рис 1. Кросворд

заповнити свою частину пустих клітинок, користуючись визначеннями, які йому надає партнер (рис. 1).

3. Відгадування слова, яке загадав партнер. Один студент загадує слово за певною темою. Решта студентів по черзі ставлять запитання, намагаючись відгадати слово: *Is it a device? – No, it isn't. Do you use it to promote goods? – Yes, I do. Is it big? – No, usually it is not. Is it expensive? – No, people usually do not pay for it. Is it a sample? – Yes, it is.* (Тема – Advertising).

Що стосується стратегії реструктурування, то студентів необхідно навчити пояснювати свою думку, виражати її іншими словами або розширювати зміст висловленого. Наприклад, *I am leaving tomorrow. – Do you mean you will be away from the office? – Yes, exactly, am going on a business trip tomorrow.*

На цьому рівні дуже важливо навчити студентів стратегії кооперації, коли невідоме слово або поняття виявляється завдяки взаємодії співрозмовників і є їхнім спільним продуктом. Наприклад, під час дискусії її учасники намагаються знайти рішення, незважаючи на різний рівень володіння іноземною мовою. Мовець звертається за допомогою до співрозмовника, коли йому бракує лексичного запасу, або намагається щось пояснити, наприклад: «What did you say?», «How do you call it?»

Щоб навчити студентів стратегій на рівні дискурсу, необхідно забезпечити їх необхідним інструментом. По-перше, студенти мають уявляти вид розмови (зустрічі, дискусії; надання інформації; телефонне спілкування; етикетне спілкування), характерні для неї ситуації спілкування, структуру, за якою будується розмова та її реєстр. Так, для телефонного спілкування характерними є такі ситуації: 1. Призначення зустрічі. 2. Відмова від зустрічі. 3. Обговорення конкретної ситуації у бізнесі. 4. Телефонна скарга. Кожна ситуація розгортається за своєю структурою.

Тобто, починаючи обговорення якоїсь ситуації, студент повинен уявляти, як вона буде розгортатися. Ситуація призначення зустрічі передбачає такі кроки: 1. Ідентифікація. 2. Встановлення контакту. 3. Визначення мети дзвінка. 4. Висунення пропозицій. 5. Вираження згоди/незгоди. 6. Закінчення телефонної розмови.

По-друге, студентам потрібно дати мовленнєві формули, які можна використовувати на певному етапі спілкування. Так, відповідно до етапів вони можуть скористатися такими готовими виразами: 1. *Hello! John Waite's speaking! Could I have your name? /Who's calling, please?* 2. *I'd like to speak to Helen White.* 3. *I am calling to make an appointment.* 4. *Would Wednesday at 2 p.m. suit you?* 5. *No, sorry I can't make it then. OK/That's fine.* 6. *I look forward to meeting you /hearing from you soon.*

Отже, знання побудови певної ситуації спілкування та володіння необхідним мовним матеріалом значно полегшують процес іншомовного спілкування. На перших етапах, коли студенти ще не оволоділи структурою майбутньої розмови, їм можна давати схеми розмови. Нижче представлено схему розмови про призначення зустрічі (рис. 2).

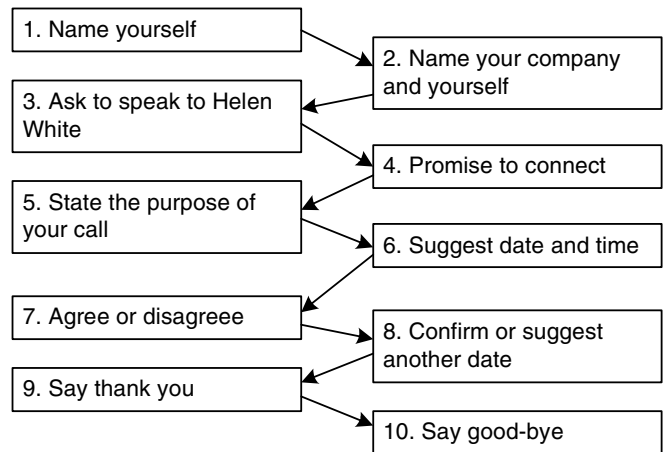


Рис. 2. Схема розмови про призначення зустрічі

На наведених вище прикладах ми показали, як можна формувати у студентів стратегічну компетенцію в говорінні. Однак, на нашу думку, дуже важливо відбирати такі стратегії, які сприятимуть виробленню впевненості у висловлюваннях, полегшать процес говоріння, поліпшуватимуть знання іноземної мови та дозволять використовувати ті ж самі стратегії у різних ситуаціях спілкування. У той же час слід пам'ятати, що існує велика кількість стратегій, і кожен студент у процесі навчання використовує ті з них, які здаються йому найбільш придатними, адже він усвідомлює свої психологічні особливості та рівень володіння іноземною мовою. Використання стратегій є індикатором того, як студенти підходять до виконання завдання, вказують, як вони оцінюють ситуацію, планують власні висловлювання, яким певним умінням віддають перевагу. Таким чином, формування у студентів стратегічної компетенції сприяє зміцненню їх незалежності та автономії у вивченні іноземної мови.

#### СПИСОК ДЖЕРЕЛ

1. Wenden A. and Joan Rubin. *Learner Strategies in Language Learning*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall International. 1987. 168 pp.
2. Загальноєвропейські рекомендації з мовної освіти: вивчення, викладання, оцінювання. – К.: Ленвіт, 2003. – 261 с.
3. Cohen A. *Strategy Training for Second Language Learners*. ERIC Digest [http://www.cal.org/resources/Digest/digest\\_pdfs/0302cohen.pdf](http://www.cal.org/resources/Digest/digest_pdfs/0302cohen.pdf).
4. Luciano Mariani. *Developing Strategic Competence: towards autonomy in oral interaction*. *Perspectives, a Journal of TESOL-Italy*. – Volume XX, Number 1, June 1994 <http://www.learningpaths.org/papers/papercommunication.htm>.

Отримано 28.04.2010