

Література

1. Бех П.І. З позицій комунікативної орієнтації / П.І. Бех // Іноземні мови в навчальних закладах. – 2002. – № 1–2. – С. 34–40.
2. Вікторова Л.В. Формування професійно-термінологічної компетентності студентів вищих аграрних навчальних закладів у фаховій підготовці : дис... канд. пед. наук : 13.00.04 / Вікторова Леся Вікторівна. – Київ, 2009. – 257 с.
3. Гриджук О.Є. Засвоєння фахової термінологічної лексики у процесі вивчення дисципліни "Українська мова за професійним спрямуванням" / О.Є. Гриджук // Вісник Львівського університету: Сер. філологічна. – 2010. – Вип. 50. – С. 197–202.
4. Кордонська А.В. Формування мовленнєвої компетенції студентів / Кордонська А.В. [Електронний ресурс] – <http://intkonf.org/kordonska-av-formuvannya-movlennevoi-kompetentsiyi-studentiv-na-nyattayah-ukrayinskoyi-movi-za-profesijnim-spryamuvannjam/>
5. Січкарук О. Інтерактивні методи навчання у вищій школі : навч.-метод. посіб. / О. Січкарук. – К. : Таксон, 2006. – 87 с.

УДК 81'373.46; 37.01

УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕРМІНОЛОГІЧНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ ЯК СКЛАДНИКА МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ НА ЗАНЯТТЯХ З УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ ЯК ІНОЗЕМНОЇ В ЕКОНОМІЧНОМУ ВНЗ

Тамара Подгурська

ДВНЗ „Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана”
(Київ, Україна)

Анотація. У статті розглянуто особливості формування та вдосконалення термінологічної компетенції як складника міжкультурної компетенції на заняттях з української мови як іноземної в економічному ВНЗ. Проаналізовано основні типи завдань, які сприяють кращому засвоєнню економічної термінології іноземцями.

Ключові слова: термінологічна компетенція, міжкультурна компетенція, українська мова як іноземна, економічна термінологія.

Abstract. The features of formation and perfection of terminological competence as a part of intercultural competence in the classroom with Ukrainian as a foreign language in economic institutions are considered. The basic types of tasks which promote better learning of economic terminology by foreigners are analyzed.

Keywords: terminological competence, intercultural competence, Ukrainian as a foreign language, economic terminology.

У сучасному економічному ВНЗ процеси гуманізації у професійній освіті вимагають нового підходу до формування різноманітних освітніх компетенцій студентів. Так, студенти-іноземці, вивчаючи українську мову як іноземну, формують не лише міжкультурну компетенцію, але й активно вдосконалюють термінологічну, вокабулярну, професійну компетенції тощо.

Вивчення студентами-іноземцями української мови як іноземної в економічному ВНЗ є одночасно й опануванням мови професії. У процесі набуття знань із фаху студенти свідомо чи інтуїтивно порівнюють свою рідну та українську мови, зіставляють системи цінностей, проводять паралелі між економіками обох країн, а відтак і між термінологічними системами, які їх обслуговують. Отже, термінологічна компетенція в економічному ВНЗ для студентів-іноземців відіграє важливу роль у формуванні міжкультурної системи цінностей.

Проблеми міжкультурної компетенції досліджували О. Гулинська, Т. Колосовська, В. Рошупкіна, Т. Олинець, Д. Хупс та ін. Значний внесок у розроблення питань формування термінологічної компетентності майбутніх фахівців зробили Н. Бородіна, З. Гирич, Н. Голуб, М. Гуць, І. Дроздова та ін. Формування термінологічної компетенції як складника міжкультурної компетенції предметом окремого розгляду ще не було, що й зумовлює актуальність теми дослідження.

Мета статті – розглянути особливості формування й удосконалення термінологічної компетенції як складника міжкультурної компетенції на заняттях з української мови як іноземної зі студентами-іноземцями в економічному ВНЗ.

Терміни *міжкультурна комунікація, інтеркультурна комунікація, крос-культурна комунікація* часто використовують як синоніми на позначення понять, пов'язаних з мовними картинками світу різних народів [2].

Формування у студентів-іноземців міжкультурної компетенції сприяє їх кращому розумінню іншої культури, підвищує рівень знання особливостей чужої мови, дає змогу уникати конфліктних ситуацій, що виникають унаслідок несхожості різних культур. Незнання особливостей системи цінностей інших народів іноді створює конфліктні ситуації на професійному рівні, що призводить до втрати капіталу, ринку збуту, до міжособистісних суперечок. Так, наприклад, у 2006 році компанія Wal-Mart була змушена призупинити свою діяльність у Німеччині. Вона втратила близько одного мільярда доларів, оскільки не вивчила особливості сприйняття світу німецькими споживачами, яким не подобалося, коли на вході до магазину їх вітають широкою посмішкою, як в американській культурі [1].

В економічному ВНЗ у процесі вивчення української мови як іноземної міжкультурний компонент є одним із найактуальніших та найважливіших, оскільки в групах є студенти з різних країн, що вимагає від викладача досить ґрунтовного знання культурних особливостей останніх, аби не створити на заняттях некоректних ситуацій.

Основною метою навчальної роботи іноземних громадян є вивчення української мови, яка дасть їм основу в оволодінні професійними знаннями, а також можливість ознайомитися з історією, культурою і традиціями українського народу. Ще одним необхідним елементом вивчення української мови для студентів-іноземців є ознайомлення з фаховою українською мовою, яка охоплює величезний запас загальнонаукової та економічної термінології.

Формування й удосконалення термінологічної компетенції може бути реалізовано на практиці у вигляді окремих завдань-кейсів, що містять вправи, таблиці, тести, словникові мінімуми тощо. На заняттях з української мови як іноземної слід організувати активний пошук термінологічних паралелей української мови та мов тих країн, з яких приїхали студенти, що сприяє кращому засвоєнню матеріалу та глибшому розумінню особливостей української культури, економіки, суспільного життя, підвищує рівень знань майбутніх фахівців. Ефективним видом роботи є проведення етимологічних розвідок і визначення походження загальнонаукових термінів, які часто є інтернаціоналізмами. Студенти розглядають загальнонауковий термін-інтернаціоналізм, подають його значення, складають із ним речення, наприклад: **ідентифікація** (від лат. *indenticus* – *тотожний*, *facio* – *роблю*) – це спосіб пізнання, при якому встановлюється подібність об'єктів шляхом знаходження спільного та відмінного в їх ознаках. **Ідентифікація оригінальності акцій біржі** пройшла успішно.

Підвищенню рівня термінологічної компетенції сприяють завдання на з'ясування значень економічних термінів, які запозичено в українську мову з інших мов, наприклад: **емісія** – (лат. *emissio* – *випуск, випромінювання*) 1) *випуск в обіг грошових знаків у всіх формах, акцій, сертифікатів, облігацій та інших цінних паперів; веде до збільшення грошової маси в обігу.* Основні форми емісії: емісія кредитних грошей – банкнотів; депозитно-чекова емісія; емісія цінних паперів; 2) *будь-який вид цінних паперів компанії або процес випуску в обіг таких паперів.*

Важливо також ознайомити студентів-іноземців із національними українськими економічними термінами та специфікою їх утворення: **норма часу** – *встановлений для виконання певної роботи (операції) час за визначених організаційно-технічних умов і передового виробничого досвіду; пільги – *надання додаткових переваг, благ і послуг окремим особам у разі недостатньої соціальної захищеності окремих громадян, родин, а також за особливі заслуги в розбудові, захисті держави, за видатні досягнення в різних сферах громадсько-політичного життя* [3].*

Велику частину фахової української мови становлять професіоналізми та професійні жаргонізми, які ще не відомі студентам-іноземцям, а отже, потребують особливої уваги, наприклад: **динамітик** – *енергійний торговець, що продас ненадійні цінні папери; магазин* – *дилерська компанія, яка проводить угоди з купівлі-продажу облігацій; бовтанка* – 1) *неперервні однотипні угоди купівлі або продажу цінностей, що проводяться спекулянтами, які не чинять істотного впливу на кон'юнктуру ринку, що склалася;* 2) *незаконна спроба брокера зібрати для себе додаткову суму комісійних шляхом прискореної купівлі-продажу цінних паперів за вказівками клієнтів; сліпий брокер* – *брокер, який виступає від свого імені і не розкриває імен своїх клієнтів іншим учасникам операцій.*

Цей порядок є загальноприйнятим, але на ринку термінових євродепозитів не застосовується [3].

Слід звернути увагу на активне засвоєння студентами термінів-неологізмів, які на сучасному етапі широко запозичуються до економічної термінології з англійської мови: **скелпер** – дрібний маклер, який діє від свого імені чи за дорученням клієнта й оперує невеликими партіями реального товару на біржі. **С.** одержує прибуток, як правило, за рахунок змін ціни на товар упродовж біржового дня; **блю-чипс** – акції здебільшого великого, фінансово міцного та визнаного підприємства, прибутки і дивіденди якого є стабільними чи зростають повільно, але постійно оцінюються високо, оскільки ризик втрати коштів за ними є незначним; **брейквен** – обсяг виробництва продукції (робіт, послуг), за якого сукупні витрати на виробництво відповідають виторгові від реалізації продукції [4].

Отже, формування й удосконалення термінологічної компетенції надзвичайно важливе у процесі вивчення української мови як іноземної. Така компетенція формується у профільних ВНЗ обов'язково як компонент міжкультурної компетенції, що сприяє кращому розумінню іноземцями особливостей української культури, економіки, суспільного життя, підвищує рівень знань майбутніх фахівців.

Література

1. Олинець Т.В. Особливості формування крос-культурних цінностей студентів вищих навчальних закладів // Педагогічний дискурс : зб. наук. праць. – Хмельницький : ХГПА, 2012. – Вип. 13. – С. 251–256.
2. Стегній О.Г. Методологічні складності крос-культурних досліджень // Український соціум. – Київ, 2013. – № 2 (45) – С. 99–111.
3. Економічний словник-довідник. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.subject.com.ua/economic/slovník/701.html>.
4. Фінансово-економічний словник. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ivterne.ru/uk/glossary/financial-uk/bluk-buf/index.html>.

УДК 811.161.2 (07)

МЕТОДИКА ВИКЛАДАННЯ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ ЗА ПРОФЕСІЙНИМ СПРЯМУВАННЯМ: ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ

Наталія Шульжук

Рівненський державний гуманітарний університет
(Рівне, Україна)

Анотація. У статті на підставі аналізу мовознавчої та лінгводидактичної літератури обґрунтовано доцільність комунікативно-прагматичної переорієнтації методики викладання української мови для студентів нефілологічних спеціальностей ВНЗ.

Ключові слова: когнітивно-дискурсивна лінгвістична парадигма, стратегія навчання української мови, професійна мова, комунікативна компетенція, дискурс, текст, мовленнєва діяльність.

Abstract. This article investigates the meaning of the communicative and pragmatic reorientation of the Ukrainian language teaching methodic for students of the non-philological specialties in the universities.

Key words: cognitive and discursive linguistic paradigm, strategy of the Ukrainian teaching, professional language, communicative competence, discourse, text, speech action.

Наприкінці ХХ століття об'єктом вивчення лінгвістичних і лінгводидактичних досліджень стає процес набуття й перероблення інформації. Учені прагнуть переглянути загальні підходи й принципи дослідження мови в умовах нової когнітивно-дискурсивної лінгвістичної парадигми, орієнтованої не лише на способи представлення знань у мові, а й на комунікативну компетенцію мовця [13], що вимагає перегляду й усталених стратегій навчання української мови, підпорядкування роботи над мовною теорією інтересам мовленнєвого розвитку студентів, формуванню їхніх комунікативних навичок.

На сторінках наукових і методичних видань активно обговорюють питання ефективної мовної підготовки у вищій школі, нові стратегії якої представлені у працях Л. Мацько,