

УДК 371.134:316.7

Василевич В.В., Миколаївський державний гуманітарний університет ім. Петра Могили



Василевич Валентина Василівна – аспірантка КМА, викладач-асистент кафедри англійської мови МДГУ ім. П. Могили. Коло наукових інтересів – формування професійних якостей майбутніх економістів у процесі навчальної діяльності.

Соціокультурні знання як складова професійної компетентності майбутніх економістів

У статті обґрунтовано необхідність соціокультурних знань студентів-економістів. Автор розглядає соціокультурні знання як складову частину професійної компетентності майбутніх економістів, аналізує потребу студентів у знаннях ділової етики, ілюструє принципи експериментального вивчення англійської мови та наводить результати власних досліджень.

In the article the necessity of social and cultural knowledge of students of economic department is grounded. The author regards social and cultural knowledge as an integral part of future economists' professional competence. She also analyzes students needs in knowledge of business ethics. Principles of experimental teaching English and results of own research are illustrated.

В умовах переходу України до ринкових відносин підвищуються вимоги до підготовки фахівців усіх спеціальностей, особливо майбутніх економістів. Рівень професіоналізму сучасного спеціаліста визначається ґрунтовними теоретичними знаннями всіх сфер економічної науки, ступенем соціальної відповідальності перед суспільством, практичними навичками діяльності в обраній сфері, вмінням спілкуватися з діловими партнерами. З перспективою інтеграції нашої держави в Європу діловими партнерами сьогоднішніх студентів-економістів виступатимуть не тільки наші співвітчизники, а й представники зарубіжних країн.

Для повноцінного спілкування та плідної співпраці з іноземними партнерами необхідно не тільки володіти іноземною мовою, а й знати особливості світосприйняття різних народів, їх традиції, звичаї, моральні та естетичні цінності, манеру комунікативної поведінки, тобто мати сформовані соціокультурні знання. Ми вважаємо соціокультурну обізнаність студентів необхідним складником їхньої професійної компетентності, оскільки, на нашу думку, саме знання історії, культури, національних цінностей допоможе сьогоднішнім студентам-економістам у майбутньому знайти спільну мову зі своїми колегами за кордоном.

В Указі Президента України "Про основні

напрямки реформування професійної освіти в Україні” (1996 р.) підкреслюється, що професійна освіта не була зорієнтована на підготовку спеціалістів в нових умовах ринкової економіки. Сучасна вища освіта покликана озброїти молодих людей глибокими та міцними знаннями, сформувати їх особистісні та професійні якості, надати необхідні вміння й навички майбутньої професійної діяльності, підготувати до роботи в нових, постійно змінюваних умовах до реалізації свого життєвого потенціалу [1, с. 3]. Динамічний характер життя в сучасних умовах потребує від майбутнього економіста професійної компетентності, тому великого значення набуває підготовка спеціалістів, наділених новим економічним мисленням, здатних швидко й ефективно розв’язувати професійні завдання, оволодівати новими формами співробітництва з зарубіжними партнерами. Професія економіста – складне й багатогранне явище, синтез економічних, соціальних і психолого-культурних факторів. Тому проблема підготовки економістів потребує відходу від сформованих стереотипів і моделювання нового бачення у вирішенні цього завдання.

Проблемам економічної освіти присвятили свої праці С.М. Грілевич, П.М. Гусак, І.О. Смолюк. У роботах цих вчених доведено необхідність реформування підходів до економічної освіти з огляду на нові економічні, політичні та геоцентричні умови. Питання формування особистості майбутніх економістів досліджували Л.П. Куранов, Г. Мостенберг, А.С. Нісімчук, Л.Н. Пономарьов, В.К. Розов, О.Г. Шпак. Вони визначили базові професійні якості особистості, необхідні для функціонування в нових умовах переходу до ринкової економіки, та сформулювали основні положення щодо рівня професійної компетентності випускника вищого навчального закладу. У проаналізованих нами дослідженнях питання соціокультурної обізнаності майбутніх економістів не розглядалось. Між тим, досвід міжнародної діяльності в економічній сфері, інтеграція України в європейський простір, розширення міжнародних зв’язків свідчать, що без відповідних знань і поваги до історії, культури, особливостей розвитку, рис національного характеру, норм комунікативної поведінки різних народів неможливо будувати ділові стосунки та розвивати торгівлю.

Тому завданням нашого дослідження є вивчення впливу соціокультурних знань студентів-економістів на становлення їх професійної компетентності.

Соціокультурні аспекти навчання іноземних мов вивчали В.С. Біблер, Г.Д. Томахін, Ю.І. Пассов (Росія); С.Ю. Николаєва, Н.К. Склярєнко, І.Г. Тараненко, О.Б. Тарнопольський, В.М. Топалова [2, с. 5] (Україна) та ін. У своїх роботах ці автори підкреслюють визначальний характер впливу соціокультурної обізнаності особистості на процес її професійної й життєвої діяльності.

Проведений нами аналіз літературних джерел, присвячених формуванню професійної компетентності майбутнього спеціаліста, дає підстави стверджувати, що соціокультурна обізнаність студента є одним із важливих компонентів загальної культури особистості та запорукою її успішної професійної діяльності за умови, що вона у навчальному процесі виконує такі функції:

- є внутрішньою умовою розвитку особистості;
- справляє загальний стимулюючий вплив на навчальну діяльність;
- позитивно позначається на якості знань, умінь і навичок;
- сприяє інтелектуальному розвитку особистості, спонукає до самостійної пошукової, творчої діяльності.

Під соціокультурною обізнаністю студентів-економістів ми розуміємо синтез лінгвістичних, соціальних і культурологічних знань та готовність до їх використання в майбутній професійній діяльності.

Опрацювання результатів досліджень провідних вчених дозволило виділити найсуттєвіші фактори, що впливають на процес формування соціокультурної обізнаності студентів нефілологічних спеціальностей:

- зміст навчального матеріалу (А.О. Вербицький, Т.А. Платонова, Н.І. Гез) [5, с. 9];
- якість загальнонаукової та професійної підготовки спеціалістів (В.В. Волкова) [6, с. 7];
- методи і форми навчальної роботи (Р.Ф. Жуков, О.В. Киричук, Н.Ф. Тализіна, В.В. Швайко, А.І. Остапенко та ін.) [7, с. 17-18].

В умовах переходу країни до ринкових відносин посилюється інтерес до західного типу культури. Але практика ділових відносин зарубіжного бізнесу залишається недостатньо вивченою нашими спеціалістами. Існує декілька

причин цього: недостатня інформованість; протилежність соціальних умов нашої й зарубіжних країн світу; особливості національної культури і менталітету суспільства. Тому, на думку Л.Ю. Миримського, “найкращим варіантом засвоєння зарубіжного досвіду, практики ділових відносин є стажування студентів за кордоном на підприємствах в економіці бізнесу. Дослідження їхнього досвіду надасть можливість зробити висновки з приводу умов, які відповідають особливостям нашої самобутньої культури, і умов соціального й економічного життя перехідного періоду до вільного ринку” [4, с. 144-145].

На нашу думку, знання особливостей формування соціокультурної обізнаності студентів-економістів є необхідною умовою для успішного здійснення педагогічного керівництва даним процесом. Ми розглядаємо процес формування соціокультурної компетенції як важливу психологічну й дидактичну проблему, як комплекс цілеспрямованих педагогічних впливів, що ґрунтуються на знанні закономірностей розвитку особистості, враховують специфічні вимоги до спеціаліста, який має будувати свою професійну кар’єру в площині міжкультурної комунікації. Тому поряд з основними професійними якостями майбутніх економістів (глибоким знанням особливостей функціонування ринкової економіки; умінням ефективно використовувати кращі досягнення науково-технічного прогресу; турботою про підвищення власного професійного рівня; ініціативністю мислення та дій та ін.) ми виділяємо такі, які можливо сформувати лише в процесі цілеспрямованої роботи над розширенням соціокультурної обізнаності. До них ми відносимо:

- постійне розширення власних знань щодо історії, культури, традицій та звичок народів, мова яких вивчається;
- відмову від існуючих стереотипів у сприйнятті представників інших народів і культур;
- визнання права кожного народу на власні звичаї і традиції;
- сформовану неупередженість і толерантність;
- уміння швидко орієнтуватися при зміні вербальної ситуації;
- налаштованість на взаєморозуміння та співпрацю;
- вміння планувати свою діяльність у швидко

змінюваних умовах, переключатися на нові її форми;

- здатність сприймати, аналізувати й систематизувати соціокультурну інформацію.

Виходячи з того, що соціокультурна обізнаність майбутнього економіста зумовлена проникненням студента в культуру, тобто систему світосприйняття інших народів, ми виділяємо низку елементів, без яких формування соціокультурної обізнаності буде неможливим:

- а) накопичення знань про особливості культури інших народів;
- б) розуміння розбіжностей між культурами людей різних соціальних груп;
- в) знання правил ділового етикету та мовленнєвої етики.

Студент повинен засвоїти правила й норми поведінки в бізнесі, оскільки вони є показником зовнішньої сторони ділового спілкування, враховують відмінності національних культур і традицій, особливості міжнаціональних контактів та забезпечують успіх у підприємницькій діяльності. Виконання їх складає основу ділового етикету.

“Етикет (франц. *etiquette*) – зведення норм поведінки, дотримання правил чемності, що склались в суспільстві” [3, с. 119]. На думку Е.К. Пашкевич, “етикет узагальнює в собі узаконену форму лицемірства у повсякденних взаємовідносинах людей”. Існує професійний етикет – “традиційні правила й форми зовнішньої сторони поведінки, в яких реалізуються професійні норми відношень” [4, с. 184]. Досвід свідчить, що без знань та поваги до особливостей ділового етикету різних народів налагодження міжнародних стосунків наштовхується на багаточисельні перешкоди, яких можна уникнути, якщо вчасно звернути увагу на розбіжності деяких понять у нашій та чужій культурі. Цьому сприяє посилення соціокультурного компонента в процесі навчально-виховної діяльності у вищому закладі освіти.

Базою для розширення соціокультурних знань студентів нами обрано заняття з іноземної мови. Вибір навчальної дисципліни “іноземна мова” як бази процесу формування соціокультурної обізнаності економіста обумовлено такими основними причинами:

- іноземна мова не виражає основи якоїсь однієї науки;
- спрямована на вирішення комунікативних, освітніх, пізнавальних, професійних завдань;

- слугувати базою для професійного мислення на мовній платформі ще на початковому етапі навчання;
- є засобом соціалізації та самореалізації.

Анкетування студентів першого курсу економічного факультету показало, що в плані розширення знань щодо історії, культури, стилів життя, моральних цінностей, особливостей спілкування населення Великої Британії та США вони покладають великі надії саме на заняття з англійської мови.

Тому, щоб задовольнити попит студентів, на заняттях в експериментальних групах ми використовуємо такі види роботи, які спонукають їх до пошуку нової країнознавчої інформації та творчої обробки навчального матеріалу. Наше дослідження показало, що заняття з англійської мови більш результативні, коли розглядаються як діяльність спілкування. Це означає відмову від домінування формальних мовних вправ (наприклад, на вживання часів дієслова чи ступені порівняння прикметників) на користь діялісно й інтелектуально орієнтованих завдань, які дають змогу вивчати іноземну мову як скарбницю культури та соціокультурної інформації, як основний засіб міжкультурного спілкування. До таких завдань нами віднесено:

- заповнення інформаційних прогалів про пріоритети та життєві цінності представників англійських країн;
- розв'язання проблем пошуку та зіставлення інформації;
- рольові ігри;
- спонтанні діалоги.

Результативність впровадження таких завдань виражається в часі, впродовж якого кожен студент експериментальної групи активно спілкується англійською мовою на занятті, та насиченості ініціативного мовлення кожного суб'єкта навчання лексичними одиницями соціокультурного вокабуляра. Так, якщо в контрольних підгрупах кожен з 24 студентів має змогу активно спілкуватись англійською мовою на занятті тільки 6 хвилин, то в експериментальних підгрупах за рахунок діялісно й інтелектуально орієнтованих завдань кожен студент розмовляє англійською 17 хвилин. Частотність вживання лексичних одиниць соціокультурного характеру відповідно виражається співвідношенням 1:4, що свідчить про чотириразове збільшення активного

вокабуляра студентів експериментальних груп.

Навчання в експериментальних групах будується нами переважно на завданнях, які допомагають сприймати, реконструювати, продукувати висловлювання як продукти відповідних сфер, стилів та цілей спілкування. Граматичні та лексичні компетенції формуються в контексті виконання таких завдань з метою здійснення комунікативних цілей. Інструкції до виконання таких завдань мають комунікативну спрямованість і виражаються словами: розкажи, розпитай, поцікався, проінформуй, уяви, дізнайся, поділись враженнями, вислови зауваження, доповни тощо.

В експериментальних групах навчання іноземної мови ми будемо на принципі інтерактивності, типовими формами якої є групова та парна робота. Моделювання інтерактивного характеру спілкування передбачає обов'язкову участь двох типів комунікантів – тих, хто продукує висловлювання, і тих, для кого це висловлювання призначене, а також наявність ознак їх взаєморозуміння. Вміння співпрацювати в парах, групах, командах є важливим не тільки для успішного засвоєння іноземної мови, а й для майбутньої професійної діяльності сьогоденних студентів-економістів у полікультурному просторі.

Принцип мовленнєво-мисленнєвої активності, який покладено в основу комунікативного підходу, дозволяє будувати навчання в експериментальних групах на завданнях, які моделюють пізнавально-когнітивні процеси: пошуку та відбору лінгвокраїнознавчої інформації, її критичного аналізу, опису, порівняння, зіставлення, протиставлення реаліям нашого життя, узагальнення, інтерпретації, висловлення особистого ставлення, пояснення, обґрунтування тощо. Такі завдання формують психолінгвістичні механізми мовленнєво-мовленнєвої діяльності, продукування та сприйняття іншомовного повідомлення: прогнозування, осмислення, запам'ятовування, реконструювання змісту та форми висловлювання. Для цього в рамках існуючої програми з курсу General English ми розширюємо розмовні теми та надаємо їм соціокультурну спрямованість. Так, вивчаючи тему "Знайомство", ми не просто вчимо студентів, як знайомляться люди в країнах, мова

яких вивчається, а й посвячуємо їх в особливості спілкування у бізнес-середовищі. Працюючи над темою “Робочий день”, ми моделюємо робочий день англійського чи американського бізнесмена з усіма його особливостями: ланчем, телефонними розмовами, діловими зустрічами, переговорами тощо. Студентам дуже подобається вивчення теми “Свята”; їх приваблює екзотичність не звичних для нас Halloween чи St.Valentine’s Day. На заняттях ми практикуємо такі завдання, як складання діалогів, інтерв’ю, “круглий стіл”, дискусія, обігрування ситуацій та ін. Рольові ігри та драматизація уривків з художніх творів дають змогу кожному студенту побувати “британцем” чи “американцем”. Побудовані таким чином заняття сприяють розширенню соціокультурних знань про країну, мова якої вивчається, які, за визнанням самих студентів, є невід’ємною частиною їх майбутньої професійної компетентності.

Отже, як показує аналіз наукових праць, результати анкетування студентів та власна педагогічна діяльність як викладача англійської мови на економічному факультеті, соціокультурні знання щодо країн, мова яких вивчається, впливають на становлення професійної компетентності майбутніх економістів. Вони розширюють їх світогляд, сприяють накопиченню знань, формують навички безконфліктного спілкування, позбавляють від упередженого ставлення до представників іншої культури. Соціокультурні знання дозволяють відмовитись від застарілих стереотипів, сприяють позитивному ставленню

студентів до представників чужої культури та мови. Знання норм поведінки та правил ведення бізнесу в різних країнах має створити умови для успішної майбутньої професійної діяльності сьогоденних студентів-економістів.

У подальшому планом нашого дослідження передбачено здійснити якісну та кількісну діагностику рівня сформованості соціокультурної компетенції студентів-економістів II та III курсів у процесі вивчення загальної та професійної англійської мови, а також з’ясувати вплив соціокультурних знань на загальну професійну компетентність майбутніх економістів.

Література

1. Указ Президента (1996; Кучма Л.) Про основні напрямки реформування професійної освіти в Україні // Освіта України. – 1996. – № 17. – С. 3.
2. Топалова В.Н. Формирование социокультурной компетенции студентов технического вуза (на мат. англ. языка): Автореферат дисс. ... к.пед.н.: 13.00.02. – К., 1998. – ДС 62653.
3. Гончаренко С. Український педагогічний словник. – К.: Либідь, 1997. – 376 с.
4. Миримський Л.Ю., Мозговой Е.К., Пашкевич Е.К. Деловые отношения в предпринимательской деятельности. Курс деловой этики. – Симферополь: Таврида, 1999. – 330 с.
5. Вербицкий А.А., Платонова Т.А. Формирование познавательной и профессиональной мотивации студентов. – М.: НИИ ВШ, 1986. – 49 с.
6. Волкова В.В. Формування професійної спрямованості студентів-менеджерів на початковому етапі навчання (на матеріалі англійської мови): Дис. ... канд. пед. наук: 13.00.04 / Київ. держ. лінгв. ун-т. – К., 2000. – 205 арк. 155-172. Автор. ДС 65899.
7. Остапенко А.И. Формирование познавательной активности студентов в процессе их совместной учебной деятельности: Дисс. ... канд. пед. наук. – К., 1989. – 233 с.

Стаття надійшла до редколегії 19.11.2002 р.