

19. Рагулин П. Г. Информационные технологии: электрон. учеб / П. Г. Рагулин. – Владивосток : ТИДОТ Дальневост. ун-та, 2004. – 208 с.
20. Роберт И. В. Теория и методика информатизации образования (психолого-педагогический и технологический аспекты) / И. В. Роберт. – М. : ИИО РАО, 2008. – 274 с.
21. Система інформаційно-технологічного забезпечення професійної підготовки майбутніх учителів в умовах педагогічного університету: [монографія] / В. В. Осадчий; за ред. С. О. Сисоевої. – Мелітополь : Видавничий будинок ММД, 2012. — 420 с.
22. Суботіна Е. В. Можливості використання мультимедійних технологій в процесі вивчення іноземної мови в ВНЗ / Е. В. Суботіна // Науковий вісник КУЕІТУ : Нові технології. – К., 2009. – №4 (26). – С. 138–140.
23. Чередніченко Г. А. Застосування мультимедійних технологій у процесі навчання іноземним мовам [Електронний ресурс] / Г. А. Чередніченко, Л. Ю. Шапран, Л. І. Куниця. – 2010. – Режим доступу : <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/2103/1/30.pdf>.
24. Шпірко П. Ф. Сучасні та інноваційні підходи викладання англійської мови для студентів інженерних факультетів [Електронний ресурс] / П. Ф. Шпірко. – Режим доступу : <http://lc.kpi.ua/node/83>. – Назва з екрану.
25. Warshauer M. Computer Learning Networks and Student Empowerment / M. Warshauer // System. –1996.–№ 24.– с. 1–14.

УДК 811.161.

Безвін Ю. Г.

Сумський державний педагогічний  
університет імені А. С. Макаренка

### ЛІНГВОМЕТОДИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ЕЛЕКТРОННИХ СТАТЕЙ-НОВИН У ФОРМУВАННІ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ОСОБИСТОСТІ

*У статті розглядається лінгвометодична характеристика електронних статей-новин як матеріалу для формування соціокультурної компетентності. Уточнені лінгвістичні та методичні характеристики статей-новин як джерела та різновиду актуальної соціокультурної інформації.*

**Ключові слова:** соціокультурна компетентність, електронна стаття-новина.

**Безвін Ю. Г. Лингвометодические особенности электронных статей-новостей для формирования социокультурной компетентности.** В статье рассматривается лингвометодическая характеристика электронных статей-новостей в качестве материала для формирования социокультурной компетентности. Уточнены лингвистические и методические характеристики статей-новостей как источника и разновидности актуальной социокультурной информации.

**Ключевые слова:** социокультурная компетентность, электронная статья-новость.

**Bezvin I. Electronic e-news article as a material for forming sociocultural competence.** In this article linhvometodychna characteristics of electronic news articles as a material for forming sociocultural competence. Refined linguistic characteristics and methodological articles as news sources and types of relevant sociocultural information.

**Key words:** socio-cultural competence, e-news article.

Формування соціокультурної компетентності у майбутніх викладачів англійської мови у мовних вищих навчальних закладах викликане необхідністю формування всебічно розвиненої, толерантної особистості майбутнього викладача, який уміє спілкуватись, а також вміє навчати такого спілкування своїх студентів. Процес формування соціокультурної компетентності обговорюється багатьма вченими-методистами: Н. Ф. Бориско (1999), В. В. Сафонова (1996), П. В. Сисоев (2003), О. Б. Тарнопольский, Н. К. Скляренко (2000), Н. Б. Ішханян (1997), А. А. Миролюбов (2001).

У цьому процесі значущим є відбір соціокультурного матеріалу, за допомогою якого здійснюється навчання. Оскільки формування соціокультурної компетентності відбувається інтегровано і комплексно з формуванням мовленнєвої компетентності у читанні, аудіюванні, говорінні та письмі, існують різні джерела, які забезпечують такий соціокультурний матеріал для навчання, зокрема, тексти, які місять відомості, як з історії країни виучуваної мови, так і з її сучасного життя.

Значно більша кількість інформації надходить з читання. Саме читання як один з основних видів мовленнєвої діяльності, інтегрує у собі формування соціокультурної компетентності у майбутніх викладачів англійської мови. У методичній науці підкреслюється величезна роль читання автентичних текстів для формування СКК. Питання навчання читання автентичних текстів вивчається у роботах Н. В. Кулібіної (1978), Л. П. Рудакової (2004), Л. П. Смелякової (1992). За твердженням російської дослідниці О. Д. Вокуєвої, соціокультурна компетентність формується не лише на основі художніх текстів, оскільки художній текст не завжди може задовольняти сучасним умовам реальної комунікації та не завжди може надавати актуальний сучасний соціокультурний матеріал [1]. З цієї точки зору вдалою альтернативою є автентичні статті-новини, які належать до суспільно-політичного стилю та є публіцистичним текстом. З огляду на це необхідно розглянути лінгвометодичні характеристики електронних статей-новин як матеріалу для формування соціокультурної компетентності у майбутніх викладачів англійської мови.

Ефективність формування соціокультурної компетентності залежить від розуміння лінгвістичних і методичних особливостей текстів, які розміщуються у британських та американських автентичних електронних виданнях, що визначає актуальність цієї статті.

**Мета статті** – розкрити лінгвометодичну сутність статей-новин у формуванні соціокультурної компетентності за допомогою електронних ЗМІ.

У дослідженні росіянки І. В. Смотрової «Функционирование публицистического текста в современной англоязычной прессе» засоби масової інформації англомовного світу вважаються магістраллю еволюції західних засобів масової комунікації новітнього часу: англійською мовою випускаються тисячі видань у десятках країн, більше 80% інформації в Інтернеті розповсюджується цією ж мовою, що з об'єктивних причин перетворюється на мову міжнародного культурного діалогу.

Багато текстів засобів масової інформації (ЗМІ) значущі з точки зору їх інформаційно-культурної, ідейної репрезентативності, а публіцистичні тексти цікаві також з точки зору їх соціокультурного впливу на жителів країн, що входять до сфери певної мови.

Абсолютизація ринкових відносин призвела до полювання журналістів за «гарячими» фактами, реальними чи хибними сенсаціями. Тому актуальною є розмова про функціонування у масовій культурі інформації, що створюється за допомогою експресивної мови, що використовується у процесі вербалізації так званої соціально-політичної неоміфології – специфічного сплаву достовірних і недостовірних відомостей.

Сьогодні мова ЗМІ стала не тільки засобом передачі інформації, а й об'єктом міфотворчої, розважально-відволікаючої, маніпулятивної діяльності працівників інформаційно-культурного комплексу, результатом спільної активності владних структур, творців публіцистичного тексту та аудиторії.

Публіцистичний текст може розглядатися як культурна цілісність, як відображення органічності комунікативного акту, що відтворює цілісність світу та єдність (єдність у багатоманітності) соціального життя [2].

Ю. В. Шемеліна у своїй дисертації «Лингвокогнитивные аспекты английских новостных текстов» окремо виділяє так званий «новинний текст» – це повідомлення про найважливіші події, яке відображає усі явища оточуючої дійсності, формуючи сучасну картину світу в динаміці. Обсяг новинних текстів у загальному потоці медіаінформації значно перевищує кількість інших типів текстів масової інформації, а властивості високої повторюваності та відтворюваності посилюють їх значення.

Дослідниця відзначає, що при вивченні текстів новин поняття медіатекст і медіадискурс є ключовими. Ними оперує медіалінгвістика – відносно новий напрям у сучасному мовознавстві, метою якого є вивчення функціонування мови у сфері масової інформації. Тексти масової інформації розглядаються з точки зору соціолінгвістики, функціональної стилістики, теорії дискурсу, контент-аналізу, когнітивної лінгвістики, риторичної критики.

Медіатекст як особливий вид тексту має власне лінгвістичні характеристики, тобто специфічні одиниці різних рівнів мовної системи. При цьому від традиційного визначення тексту його відрізняє наявність низки форматних або медійних властивостей, зумовлених особливостями того чи іншого засобу масової інформації, у межах якого створюється і функціонує певний медіатекст [3].

На думку Т. Г. Добросклонської, поняття медіадискурсу є похідним від загальної концепції дискурсу. У загальному вигляді медіадискурс є сукупністю процесів і продуктів мовленнєвої діяльності у сфері масової комунікації в багатстві та складності їх взаємодії.

У своєму докторському дослідженні «Теория и методы медиалингвистики: на материале английского языка» вона стверджує, що при вивченні медіадискурсу є необхідність зіставлення його з такою категорією, як медіатекст. Найбільш наочно схожість і розбіжність між поняттями текст, медіатекст і медіадискурс можна продемонструвати за допомогою комунікаційної моделі. На її основі можна сказати, що текст – це повідомлення, медіатекст – повідомлення і канал, а медіадискурс – повідомлення в сукупності з екстралінгвістичними чинниками. Таким чином, концепція категорії дискурсу поєднує в єдине ціле власне мовний складник комунікації та її екстралінгвістичні компоненти соціокультурного та ситуативно-компонентного характеру [4].

Важливий висновок щодо новинних текстів робить Ю. В. Шемеліна. У своєму дослідженні «Лингвокогнитивные аспекты английских новостных текстов» вона відзначає, що новинні тексти характеризуються надзвичайною сталістю своєї макро- та мікроструктури та високим ступенем повторюваності, що дозволяє визначити їх як базові тексти масової інформації, в яких повним обсягом реалізується головна функція масової комунікації – передача інформації та представлення основних особливостей медіатекстів. Під час аналізу новинного тексту береться до уваги не лише його головна функція – інформативна, але й низка додаткових характеристик, серед яких виділяють динамічність, обмеженість у часі та просторі, нейтральність та об'єктивність.

Щодо мовних особливостей, новинні тексти характеризуються великою кількістю дієслівних словосполучень, використанням пасивних форм, безособових конструкцій, а також обмежувачів означень у словосполученнях «прикметник + іменник». На лексичному рівні новинні тексти характеризуються використанням різноманітних кліше, колокацій, посилань на джерела інформації та цитування. Саме новинні тексти складають основну частину в загальній кількості медіатекстів [5].

Відзначаючи важливість висновків Т. Г. Добросклонської та І. В. Смотрової, слід наголосити, що висновки Ю. В. Шемеліної щодо загальних характеристик медіатекстів різного призначення найбільш повно висвітлюють їхню лінгвометодичну сутність.

Дослідниця наголошує, що однією з найважливіших характеристик інформаційних повідомлень у якісній британській пресі є стійке прагнення до об'єктивної форми викладу інформації, що, по-перше, відрізняє інформаційні повідомлення серйозної преси від продуктів популярної преси, а по-друге, – новинні тексти від інформаційно-аналітичних. Об'єктивне висвітлення подій – одна з найбільш часто проголошуваних цілей новинної журналістики. Але суб'єктивність є і в новинах і реалізується у відборі та класифікації фактів та явищ дійсності, в

їх описі з певної точки зору, у співвідношенні негативних і позитивних деталей, розміщенні їх на просторі газети, у специфічних лінгвістичних засобах.

Далі дослідниця відзначає низку особливостей:

- основне значення при відборі фактів для включення у готовий інформаційний продукт має новинна цінність події. До критеріїв новинної цінності належить актуальність, наочність, важливість, культурна та географічна близькість, стислість, негативність і драматизм;
- серед основних типів новинних медіатекстів виділяють hard і soft новини (за змістовим критерієм), регіональні, національні та міжнародні новини (за географічним критерієм);
- кожний новинний текст характеризується багатшаровістю, під якою розуміється мовний і графічний складники. У свою чергу, мовний складник є сукупністю окремих компонентів: фактологічної розповіді, цитування та посилань на джерела інформації;
- медіатекст може розглядатися як динамічне утворення у сукупності з екстралінгвістичними чинниками, що впливають на створення, розповсюдження, функціонування, сприйняття та інтерпретацію новинного тексту.

Таким чином, когнітивний підхід дозволяє сфокусуватися на ролі медіатекстів у побудові інформаційної картини світу. Значну частину відомостей про події у сучасному світі людина отримує із засобів масової інформації. Вони відіграють вирішальну роль у формуванні інформаційної картини світу, вибудовуючи інформаційний простір відповідно до стійких концептуальних моделей, що виражаються у чіткому структуруванні медіаматеріалів. Структура інформаційної картини світу у свідомості читацької аудиторії є когнітивним еквівалентом картини всіх тих подій, які відбуваються в оточуючому світі на певному часовому відрізку [6].

У той же час, як наголошує І. В. Смотрова, «стереотипні кліше» і пересічні стереотипи у структурі публіцистичного тексту не можна розглядати тільки з точки зору їх змістовної простоти (банальності) та емоційності (експресивності), що зменшилися з плином часу. Їхня роль у мові мас-медіа має два аспекти: по-перше, вони допомагають швидше сприймати сталий досвід, по-друге, вони є основою для нової трансформації стандартних смислів, фразеологізмів, для метафоризації нейтральної лексики та смислової гри, що є джерелом і гарантом деавтоматизованого підходу до мови.

Хоча медіа-критики завжди неприємно ставилися до шаблонності мовлення журналістів, його стандартизація часто є продуктивною, хоча і не завжди оригінально-експресивною. Англійський газетний текст характеризується синтаксичною лаконічністю, яка у заголовках набуває форми подібних до лозунгів концентрованих відрізків, побудованих на уривчастому ритмі. Саме тому інтерпретація англійського публіцистичного тексту потребує більшого обсягу фонових знань, оскільки журналісти часто використовують еліipsis, усічені синтагми, аббревіатури, підтекст.

Дослідниця вважає, що розповсюдженням явищем є насиченість газетного тексту спеціальними термінами, особливо сфер економіки, фінансів, політики, науки, культури. У ньому частіше, ніж у художньому чи науковому тексті, можна зустріти сталі смислові конфігурації, ідейно-художні стереотипи. Експресивна лексика більш ефективна, коли вона використовується на фоні нейтральної лексики.

На стиль публіцистичного тексту впливає багато чинників:

- По-перше, це значне розповсюдження технологій медійного мовленнєвого впливу на аудиторію.
- По-друге, стислість висловлювання, зумовлена законом економії місця і часу.
- По-третє, «ігрове начало», особливо у заголовках.
- По-четверте, демократизація (спрощення) медійного стилю та його, з одного боку, очевидна шаблонізація та, з іншого, – радикальна лібералізація та «персоніфікація», тобто посилення суб'єктивного начала.
- По-п'яте, жанрова та видова гібридизація, що впливає на розвиток публіцистичного тексту та засобів масової інформації.
- По-шосте, численність сталих зворотів, словосполучень, ідіом, фразеологізмів (як правило, трансформованих), неологізмів, новоутворень у вигляді скорочень, зрощення слів за допомогою тире, а також проникнення у стандартні газетні тексти мови вулиці та професійного сленгу [7].

І. В. Смотрова наводить декілька прикладів.

Прослідковуючи еволюцію стилю якісної преси Великобританії можна виділити незмінні ознаки, які властиві кожному виданню на будь-якому етапі розвитку. Це стійкі лексико-синтаксичні утворення, властиві мові друкованих засобів масової інформації. Наприклад, у газеті «The Times» здавна практикувалася манера неупередженого викладу подій, що на довгі роки стало правилом об'єктивного та якісного журналізму. В перші роки існування англійської газети виникла безособова граматична конструкція, яка і сьогодні використовується з метою посилення ефекту опосередкованого інформування та оцінки подій («It is believed that the Earl of Portland is by this time at Paris» – Вважається, що граф Портленда на цей момент знаходиться у Парижі).

Проте на сучасному етапі якісні газети Великобританії при тяжінні до стандарту увійшли в період радикальної трансформації стилю, в епоху розквіту нових форм авторського письма, нові способи привернення суспільної уваги. Особливу роль в актуалізації кліше та стандарту грають різноманітні лексичні трансформації. Важливим є прийом уведення відомого слова у новий контекст, що є потужним чинником експресивності висловлювання.

Поява нових слів завжди привертає увагу, а для сучасного етапу еволюції публіцистичного тексту властива гра з новими відтінками лексичних значень. Показовий у цьому відношенні заголовок «Soap Opera» (мильна Опера),

де ім'я відомої телеведучої та жанрове визначення «мильна опера» комбінуються для натяку на якість телепередач за участю ведучої.

Ще одним явищем є злиття двох або декількох слів у публіцистичному тексті, наприклад, *slum* (багно) і *suburb* (передмістя) утворили неологізм *slurb* (невизначне, брудне передмістя).

Можна говорити про розширення сфери впливу жаргонізмів на лексику засобів масової інформації. Стилійно це різко підсилює експресивність висловлювання, хоча функції неологізмів, жаргонізмів, аргю, ідіом та ін. у засобах масової інформації дуже різноманітні (компресія смислу, іронічний підтекст, шаржування героїв, уточнення реалій, створення неформального дискурсу та ін.).

Важливим для розуміння еволюції стилю публіцистичного тексту є такий мовний факт, як посилення частки розмовно-просторічної лексики та авторської неології, що свідчить про подальшу персоніфікацію тексту. Зокрема, фразові дієслова (*pull out*, *keep up*, *get in* та ін.) стали в останні роки яскравим атрибутом публіцистичного стилю в газетах Великої Британії. Їх просторічне походження можна пояснити глобальною тенденцією спрощення лексики та демократизацією газетної мови в цілому.

В Англії здавна віталось мистецтво використовувати мовний стандарт, готові мовні формули для висловлення не тільки відомого, але й нового змісту. Разом з тим важливими є прийоми посилення виразності та оціночності за допомогою новостворених і словесної гри. Наприклад, *Big Sister* про Маргарет Тетчер, тобто «Велика Сестра» (за аналогією з висловом Великий брат, тобто диктатор – *Big Brotherhood*) [8].

Однак деякі дослідники вбачають у статтях-новинах інші особливості, що значною мірою доповнюють і урізноманітнюють форми їхнього впливу на формування соціокультурної компетентності читачів.

Наприклад, Г. Г. Слишкін вважає, що значною особливістю організації інформації у новинному повідомленні є використання автором «інтерпретуючих структур», оскільки «ЗМІ не тільки відображають події оточуючої дійсності, але й інтерпретують їх у світлі тієї чи іншої ідеології, представляючи масовій аудиторії бачення того, що відбувається, через призму певної системи культурних цінностей і політичних орієнтирів». А новинний медіадискурс поєднує у собі лінгвістичні та екстралінгвістичні чинники, до яких відносять знання про світ, знання поглядів і конкретних цілей мовця. Він характеризується комплексом дискурсивних, культурних та ідеологічних ознак, що співвідносяться з культурними кодами [9].

Російська дослідниця О. О. Сподарець вважає, що стратегічність мас-медійної комунікації є її базовою властивістю, що зумовлено цілеспрямованим характером цього типу комунікації. У межах її дослідження стратегія тексту передбачає послідовну організацію мовцем дій, спрямованих на досягнення певної комунікативної мети. А термін «тактика» інтерпретується як ретельно продуманий набір кроків для реалізації тієї чи іншої стратегії.

Реалізації стратегії суб'єктивізації потребує свідомого підходу до вибору журналістом інформації, яку він надає, послідовності представлення фактів, вибору номінативних одиниць і способів кодування смислового змісту мовних одиниць у тексті (використання оцінної та емоційно-експресивної лексики), а також вибору невербальних засобів передачі інформації (фото, зображення) [10].

Відомий російський лінгвіст академік В. З. Дем'янков зазначає, що оскільки «за кожним текстом стоїть мовна особистість» з її екстралінгвістичними знаннями про світ, новинний медіа-текст форматується шляхом стратегії суб'єктивізації, під якою розуміється процес інтерпретації дійсності залежно від індивідуальних особливостей автора чи колективу. «Інтерпретуючи чужі слова, ми обмежені своїм фоном знань, поглядів, оцінок, емоцій та іншими елементами того, що характеризує нас як суб'єкта» [11].

А. Д. Белова вважає, що культурний код пов'язаний з переведенням ціннісних орієнтацій у такі вербальні одиниці, які є носіями культурного смислу. Культурний смисл передбачає реалізацію культурологічної маркованості, тобто існують явища, які реалізуються за рахунок приведення в дію культурологічної компоненти і можуть бути засобами вираження лінгвокультурного концепту, прецедентного феномену, етнокультурного стереотипу та символу [12].

Відома лінгвіст В. А. Маслова зазначає, що провести межу між стереотипами та прецедентними феноменами достатньо складно, оскільки у широкому розумінні прецедентні явища охоплюють мовні стереотипи – кліше, стійкі вирази та штампи. Стереотипи існують у середовищі «своїх», вони свого роду «стрижень культури, її яскравий представник, а тому опора особистості у діалозі культур». Специфіка впливу ЗМІ на створення образів і стереотипів пов'язана з концепцією інформаційного ланцюга. Перша ланка інформаційного ланцюга, основною функцією якої є відбір фактів для подальшого висвітлення, має величезне значення для формування медіаобразу. Саме на етапі відбору фактів відбувається первинне моделювання майбутнього образу [13].

В одній статті може бути використано декілька тактик у представленні інформації, які нашаровуються та в результаті тісної взаємодії виражають задум автора повідомлення.

Мова газет та електронних засобів масової інформації сьогодні – організм, що розвивається самостійно та практично не піддається зовнішньому регулюванню. Електронні інформаційні матеріали, зокрема статті-новини в якісних виданнях, прагнуть до стилістичної нейтральності. Аналітичні публіцистичні тексти характеризуються стриманою експресією, яка базується на оновленні стандартної лексики та модифікаціях, які визначають еволюцію публіцистичного тексту. У художньо-публіцистичних жанрах переважає яскрава стилістика, важливим є не тільки факт, а й авторська інтерпретація. Зображення подій передбачає деавтоматизацію читачького сприйняття.

Це дає підстави стверджувати, що таке розмаїття лінгвометодичних засобів викладу текстів статей-новин сприяє ефективному формуванню соціокультурної компетентності читачів.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Вокуева О. Д. Использование текстов разных типов в обучении лексической стороны устной речи на начальном этапе в языковом вузе: автореф. дис. ... канд. филол. наук, 13.00.02 / О. Д. Вокуева. – СПб., 1998. – 21 с.
2. Смотровая И. В. Функционирование публицистического текста в современной англоязычной прессе: автореф. дис. ... канд. филол. наук, 13.00.02 / И. В. Смотровая. – Воронеж : Воронежский госуниверситет, 2005. – С. 3–4.
3. Шемелина Ю. В. Лингвокогнитивные аспекты английских новостных текстов: автореф. дис. ... канд. филол. наук, 13.00.04 / Ю. В. Шемелина. – Белгород : БелГУ, 2008. – С. 4–7.
4. Добросклонская Т. Г. Теория и методы медиалингвистики: на материале английского языка: автореф. дис. ... докт. филол. наук, 13.00.04 / Т. Г. Добросклонская. – М. : МГУ им. М. Ломоносова, 2000. – 40 с.
5. Шемелина Ю. В. Лингвокогнитивные аспекты английских новостных текстов: автореф. дис. ... канд. филол. наук, 10.02.04 / Ю. В. Шемелина. – Архангельск, 2008. – С. 8.
6. Там само. – С. 9–10.
7. Смотровая И. В. Функционирование публицистического текста в современной англоязычной прессе: автореф. дис. ... канд. филол. наук, 13.00.02 / И. В. Смотровая. – Воронеж : Воронежский госуниверситет, 2005. – С. 12–13.
8. Там само. – С. 14–17.
9. Слышкин Г. Г. Лингвокультурные концепты и метакоцепты: автореф. дис. ... докт. филол. наук, 10.02.19 / Г. Г. Слышкин. – Волгоград : Волгоградский государственный педагогический университет, 2004. – С. 27.
10. Сподарец О. О. Реализация стратегии субъективизации в новостном политическом медиадискурсе: автореф. дис. ... канд. филол. наук, 10.02.04 / О. О. Сподарец. – Уфа, 2011. – 21 с.
11. Демьянков В. З. Интерпретация политического дискурса в СМИ / В. З. Демьянков // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования: Учебное пособие / Отв. ред. М. Н. Володина. – М. : Изд-во Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова, 2003. – С. 116–133.
12. Белова А. Д. Комунікативні стратегії і тактики: проблеми систематики / А. Д. Белова // Мовні і концептуальні картини світу: збірник наукових праць, вип. 10 – К. : ВПЦ «Київський університет», 2004. – С. 11–16.
13. Маслова В. А. Когнитивная лингвистика: учеб. пособие / В. А. Маслова [3-е изд., перераб. и доп.]. – Мн. : Тетра Системс, 2008.

УДК 378.147:811.111

Биконя О. П.

докторант Київського національного  
лінгвістичного університетуСИСТЕМА ВПРАВ ДЛЯ САМОСТІЙНОГО ПОЗААУДИТОРНОГО НАВЧАННЯ АНГЛОМОВНОГО  
ДІЛОВОГО ГОВОРІННЯ ТА ПИСЬМА ЗАСОБАМИ ЕЛЕКТРОННОГО ПОСІБНИКА

*У статті розглядаються питання, пов'язані з визначенням системи вправ для самостійної позааудиторної роботи з ділової англійської мови, пропонується їх реалізація у створеному авторами електронному посібнику.*

**Ключові слова:** система вправ, самостійна позааудиторна робота, автономія, ділова англійська мова, електронний посібник, студенти економічних спеціальностей.

**Биконя О. П. Система упражнений для самостоятельного внеаудиторного обучения английскому деловому говорению и письму с использованием электронного пособия.** В статье рассматриваются вопросы, связанные с определением системы упражнений для самостоятельной внеаудиторной работы студентов экономических специальностей по изучению ими деловой английской речи, предлагается их реализация в разработанном авторами электронном пособии.

**Ключевые слова:** система упражнений, самостоятельная внеаудиторная работа, автономия, деловой английский язык, электронное пособие, студенты экономических специальностей.

**Bykonya O. The system of exercises for self-study work of a class in Business English Speaking and Writing and their realization in the electronic textbook.** This article deals with the determining of the system of exercises for self-study work of a class in Business English, and proposing to use them in the electronic textbook which the author made.

**Key words:** system of exercises, self-study work of a class, autonomy, Business English, electronic textbook, students of economical specialties

Аналіз науково-педагогічної літератури і практика навчання ІМ в економічному вищому навчальному закладі вказують на те, що однією з основних причин низької іншомовної компетентності студентів немовних ВНЗ є недостатнє місце, що відводиться самостійній роботі (СР), зокрема самостійній позааудиторній роботі (СПР) студентів, при вивченні ділової англійської мови (ДАМ). Основний напрям розв'язання проблеми поліпшення мовної підготовки студентів немовного ВНЗ, майбутніх фахівців у різних галузях науки, економіки, освіти – це виховання і розвиток самостійності і творчості студентів, вдосконалення організації СПР студентів при вивченні ІМ, поліпшення її методичного забезпечення, впровадження нових інформаційних і педагогічних технологій.

Для організації СПР студентів економічних спеціальностей при оволодінні АК у діловому говорінні та письмі, є електронний посібник (ЕП), оскільки цей комп'ютерний засіб можна використовувати при організації самонавчання студентів (наодинці чи під керівництвом викладача) у процесі їх самостійної навчально-пізнавальної діяльності з урахуванням майбутнього фаху, етапу навчання, робочої програми дисципліни, визначених форм, видів, методів і підходів до навчання та стратегій управління траєкторією учіння студентів [1] у будь-який час і з будь-якого комп'ютера. Цей засіб буде належним чином сприяти формуванню у майбутніх економістів