



## ФОРМУВАННЯ АНГЛОМОВНОЇ МОВЛЕННЕВОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ В АУДІЮВАННІ СТУДЕНТІВ НЕМОВНИХ ВНЗ

**А** Автор розглядає проблему формування англомовної мовленнєвої компетенції в аудіюванні студентів немовних ВНЗ і шляхи її вирішення. Вказано на фактори, що сприяють успішному засвоєнню навичок аудіювання. Рекомендовані певні типи вправ, що варто виконувати перед початком аудіювання. Розглянута важливість вибору текстів для аудіювання. Наведені прийоми семантизації лексики для зняття лексичних труднощів.

**Ключові слова:** мовні знання, вміння аудіювання, вибір тексту, семантизація лексики, етапи аудіювання.

*Іван Орищин. Формирование англоязычной речевой компетенции в аудировании студентов неязыковых вузов.*

**А** Автор рассматривает проблему формирования англоязычной речевой компетенции в аудировании студентов неязыковых вузов и пути её решения. Указано на факторы, способствующие успешному усвоению навыков аудирования. Рекомендованы определённые типы упражнений, которые следует выполнять перед началом аудирования. Рассмотрена важность выбора текстов для аудирования. Приведены приёмы семантизации лексики для снятия лексических трудностей.

**Ключевые слова:** знания речи, умения аудирования, выбор текста, семантизация лексики, этапы аудирования.

*Ivan Oryshchyn. Formation of English speech competence in listening of non-linguistic higher educational institution students.*

**S** The author considers the problem of formation of English speech competence in listening of non-linguistic higher educational institution students and ways to solve it. In the article the factors that contribute to successful mastering of listening skills are pointed out. Specific types of exercises that should be carried out before the listening are recommended. The importance of choosing texts for listening is considered. The techniques of semantization of vocabulary for removal lexical difficulties are given.

**Key words:** speech knowledge, listening skills, choice of text, vocabulary presentation, listening stages.

**Актуальність проблеми.** Знання іноземної мови отримує все більше значення для процесу комунікації з іншими народами як у побутовій, так і діловій, професійній сферах. На сучасному етапі розвитку Україна має широкі політичні, економічні та культурні зв'язки з багатьма зарубіжними країнами. Збільшується кількість підприємств, які працюють із закордонними партнерами. Робота на цих підприємствах вимагає від фахівців, учорашніх студентів, уміння спілкуватися іноземною мовою.

Вміння розуміти носіїв мови є необхідною умовою спілкування. Хоча той факт, що процес оволодіння іноземною мовою має комунікативно-когнітивний характер є загальновідомим, процесові аудіювання не приділяється належна увага і його навички з'являються стихійно, без спеціального цілеспрямованого навчання. Ось чому дуже часто студенти, які достатньо вільно розмовляють англійською мовою, зустрічаються з труднощами при її сприйнятті в природних умовах [1, с. 84]. Тому в умовах немовного ВНЗ проблема навчання аудіюванню стає особливо актуальною. У цій статті пропонуємо узагальнений досвід навчання аудіюванню студентів спеціальності «Міжнародна економіка».

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Детальний аналіз наукової літератури, що розглядає проблеми аудіювання, провів В. Злотніков. Його дослідження показують, що значна увага приділяється формуванню у сучасних фахівців навичок іншомовного мовлення в аудіюванні (Т. Ван Дейк, І. Дехерт, М. Жинкін, І. Зимня, Б. Лапідус), сприйманні та розумінні усного іншомовного повідом-

лення (М. Балабайко, Р. Мільруд, П. Яхно та ін.). Сформульовані завдання, зміст навчання аудіюванню (Б. Лапідус, І. Рогова та ін.), визначені психологічні характеристики цього виду мовленнєвої діяльності (Л. Виготський, М. Жинкін, І. Зимня, О. Леонтьєв, А. Лурія, М. Ляховицький та ін.), принципи відбору текстів для навчання аудіюванню (О. Бочкарьова, Н. Слухіна, О. Міролюбов, В. Черниш та ін.), окреслені основні підходи щодо індивідуалізації навчання аудіюванню майбутніх фахівців (О. Метьюлкіна, С. Ніколаєва).

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, яким присвячується означена стаття.** Сучасна методика викладання іноземних мов використовує багато новітніх моделей навчання аудіюванню. Серед них: навчання аудіюванню на засадах компетентнісно-діяльнісного підходу (О. Бочкарьова), технології занурення (З. Корнева), формування мовленнєвих понять (Л. Черепанова), використання засобів медіаосвіти (С. Медведєва), інтенсивного навчання (В. Александров) тощо. Проте переважна більшість наукових праць, які присвячені проблемі навчання аудіюванню учнів загальноосвітніх шкіл і майбутніх філологів [2, с. 1]. Щодо студентів немовних ВНЗ, то ця проблема залишається недостатньо вивченою, в чому переконаємось на власному досвіді.

**Формулювання цілей статті (постановка завдання).** Узагальнити досвід методистів, які досліджували проблеми аудіювання, та власний досвід навчання аудіюванню студентів немовних ВНЗ для того, щоб викладачі іноземних мов ВНЗ могли успішно його використовувати у своїй практиці.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Аудіювання – основне джерело мовних знань і важливий засіб мовленнєвої практики. Воно поширює потенційні можливості використання навчального тексту: він стає джерелом інформації за обраним фахом, а також засобом оволодіння іншомовним матеріалом, стимулом для розвитку професійного мовлення.

Під час аудіювання слухач виконує цілу низку аналітико-синтетичних операцій, що підвищують активність мовленнєвої діяльності та забезпечують динаміку вдосконалення вмінь аудіювання. Виконуючи вправи з аудіювання, студенти вдосконалюють уміння прогнозувати зміст, виділяти головне, знаходити другорядні деталі, що уточнюють головне, встановлювати причинно-наслідкові зв'язки.

Метою процесу аудіювання є формування навичок впізнавання та осмислення мовленнєвих структур, створення слухових образів мовних знаків, прогнозування форм та утримання в пам'яті сигналів їхнього осмислення, формування у майбутніх фахівців вмінь усного спілкування іноземною мовою [4, с. 7].

На психологічні аспекти аудіювання звертають увагу Б. Павлій та І. Подгайська. Адже відповідно до даних психології, аудіювання – психічна діяльність, яка включає процеси сприйняття, розпізнавання та розуміння іноземної мови. Оскільки пропускна здібність звукового каналу набагато менша зорового, а аудіювання одноразове, сприймання мови залежить від уміння утримувати в пам'яті результати смислового та семантичного аналізу протягом певного відрізка часу для того, щоб об'єднати їх у закінчену думку.

Як показує практика, надходження неперервної інформації призводить до швидкого відвернення уваги майже всіх студентів. Головною метою є розвиток таких умінь як спостереження, класифікація, вибір, висунення гіпотез. Тільки студент, який володіє ними, може свідомо та організовано сприймати інформацію та аналізувати її. На заняттях рекомендовано використовувати вправи, спрямовані на психологічну підготовку до сприйняття оригінального тексту, для антиципації інформації для першого ознайомлення і запам'ятовування лексики, намагатися розвивати репродуктивні навички студентів [1, с. 84].

Успіх аудіювання багато в чому залежить від вибору тексту. Низка дослідників процесу аудіювання (О. Лозинська, Т. Красько, О. Лучечко) вважають, що тексти потрібно складати на основі оригінальних англійських джерел. Для мотивації пізнавальної діяльності студентів та розв'язання освітніх і виховних завдань, які ставляться перед іноземною мовою як навчальною дисципліною, під час добору текстів для аудіювання велику увагу варто приділяти характеру текстів: їхній пізнавальній цінності, інформативності та якості [5, с. 6].

Б. Павлій, І. Подгайська вважають, що ефективність навчання аудіюванню залежить від зацікавленості студентів у розумінні змісту, а змістовність і цікавість є важливою вимогою до тексту для аудіювання.

Аналіз наших досліджень показав, що результа-

ти перевірки прослуханих текстів були б кращими, якщо тексти були б цікавими та змістовними.

За рекомендацією Ю. Короткової та О. Проценко провели аудіювання за трьома етапами: передтекстовий, текстовий і післятекстовий. На передтекстовому етапі завданням викладача є створення умов для ймовірного прогнозування змісту аудіо-тексту та зняття лексичних, граматичних, і в разі необхідності, фонетичних труднощів сприйняття. З метою вирішення першого завдання (прогнозування змісту) перед кожним текстом сформульовані питання, відповіді на які мають нашоувнути студентів на визначення його ймовірної тематики, що значно полегшить сприйняття почутого.

Для зняття лексичних труднощів аудіювання перед прослуховуванням тексту подаються слова і словосполучення, якими, ймовірно за все, студенти не володіють. Доцільно використати для цього такі прийоми:

- семантизацію слів і словосполучень у контексті, якщо він підказує необхідне значення;
- семантизацію способом дефініції (тлумачення), якщо всі слова, які передають значення, відомі;
- семантизацію узагальнюючих слів за допомогою слів із конкретним значенням;
- семантизацію шляхом називання класу, категорії, приналежності, окремих якостей;
- семантизацію лінгвокраїнознавчих лексичних одиниць за допомогою опису, тлумачення реалій, використання відповідних наочних матеріалів (фотографій, діапозитивів, малюнків);
- семантизацію за допомогою добування синонімів або антонімів;
- семантизацію за допомогою мовної здогадки (інтернаціональні слова, словотворчі елементи, звуконаслідування, контекст).

Після семантизації нових лексичних одиниць і словосполучень варто перевірити правильність розуміння їхнього значення студентами. Для цього пропонуємо такі завдання як складання речень із новим лексичним матеріалом, пояснення деяких слів і словосполучень.

Кількість незнайомих слів не повинна перевищувати 3 % від загальної кількості слів, бо перевантаження короткочасної пам'яті уповільнює процес засвоєння мови і зменшує швидкість відпрацювання постійних навичок.

Деякі аудіотексти можуть містити складний або давно засвоєний граматичний матеріал. Тому для того, щоб зняти можливі граматичні труднощі сприйняття, варто виконати невеликі вправи.

На текстовому етапі пропонуємо дворазове прослуховування тексту. Деякі вчені (О. Тарнопольський) вважають, що аудіотекст необхідно пред'явити студентам лише один раз, особливо на основному та просунутому етапах. Дворазове прослуховування припустиме, але досить рідко, і лише для особливо складних аудіотекстів. Ураховуючи низький рівень знань, з яким студенти приходять після закінчення школи, одноразове прослуховування в цьому випадку врят чи можливе. Після першого звукового пред'явлення викладач проводить бесіду з метою виявлення рівня розуміння почутого та пропонує студентам прослухати текст удруге, звертаючи особливу увагу на проблемні місця.

Упродовж післятекстового етапу надаємо студентам можливість виконання різноманітних вправ і завдань, спрямованих не лише на перевірку обсягу й правильності прослуханої інформації, а й на відпрацювання нового лексичного матеріалу. Окрім цього, доцільно виконати вправи на переклад з української мови на англійську та передбачити поступовий перехід до розвитку інших видів мовленнєвої діяльності, таких як говоріння, читання і письмо [3, с. 4–5].

Відповідно до цих рекомендацій проводимо аудіювання з теми «A successful company» за такою схемою:

1. Студентам було дано завдання виконати вправу:

Work in small groups. Agree on the three most important factors from those listed below that can make company successful.

- focusing on how to increase market share
- having a strong company culture
- having user-friendly packaging
- having good designers who also understand production
- responding to the needs of the workforce
- starting with a simple business idea that is easy to understand

2. Після виконання вправи студенти двічі прослухали інтерв'ю:

(I=Interviewer, P J= Peter Jelkeby)

I. What are the factors that make IKEA such a highly successful company?

P. J. I think for IKEA, it starts with a very simple, straightforward business idea that is easy to understand, easy to work with, both for customers as well as co-workers actually. Added to that, we have a strong culture in the company that links this together. I think that's one of the big reasons for us being successful worldwide.

We have designers who are not only good on designing good-looking products, they understand production, they're working closely with our trading offices around the world, and they're going into suppliers, developing with suppliers products in the production line. Then, from there on, it's about the packaging, how we transport, flat packages, how we bring it into the store, easy to put on the shelf; and then of course, for the customer, easy to bring home.

3. Після прослуховування першої частини інтерв'ю, студенти виконують вправу:

Peter Jelkeby, IKEA's UK Deputy Country Manager, talks about four factors that make IKEA a successful company. Listen and number the four factors in the above exercise in the order in which he mentions them.

4. Виконавши цю вправу, вони прослуховують другу частину інтерв'ю і під час прослуховування виконують вправу.

I. How do you stay ahead of the competition in your business?

P. J. That again is linked to understanding the market, the customer needs, the trends about that, how people live; of course, also understanding how the competitors are acting, what is going on in the market, price developments, new ways of meeting the customer and being aware of the, the trends and how we tackle that. But I think by the end of the

day, I think IKEA, we are not only about products, we are about offering solutions to people's needs and understand that actually we can be very smart and make it practical and not only again good-looking furniture.

*Вправа, яку студенти виконували під час прослуховування:*

IKEA manages to stay ahead of the competition by:

.....the market and the customer..... understanding how the .....are acting being not only about the products, but also about.....to people's needs.

5. *Прослуховування останньої частини інтерв'ю.*

I think again, er, stay true to yourself; er, be aware of the market you enter into, but still build on your strengths; don't complicate it, in that sense, but still find this kind of combination of, er, we are IKEA in this case, and this a local market. Where is the differences, what do we need to adjust and adopt; what do we need to understand? And then, er, have an offer that fits that.

*Для перевірки розуміння цієї частини інтерв'ю студенти виконали наступну вправу:*

Listen to the final part and decide which of the following was the interviewer's question.

1. What new projects are you currently involved in?

2. How can you keep up your performance at such a difficult time for the economy?

3. What are the things a successful international business must do?

4. Where are you planning to expand in the next five years? [7, с. 24, 147].

У групі (15 студентів) всі три частини інтерв'ю повністю зрозуміли не всі студенти. Результати розуміння прослуханого інтерв'ю відображено у шкалі: 0 – 20% – 1 студент; 21 – 40% – 2; 41 – 60% – 2; 61 – 80% – 3; 81 – 100% – 7.

**Висновки з даного дослідження.** Оскільки аудіювання є одним із найскладніших видів мовленнєвої діяльності, йому треба приділяти більше уваги. На сучасному етапі вивчення іноземних мов у немовних ВНЗ воно набуває важливого значення.

**Перспективи подальших розвідок у даному напрямку.** Зміни в навчальних програмах, запровадження державних іспитів на деяких спеціальностях, у програмі яких є аудіювання, викликають необхідність знаходити нові ефективні методи навчання аудіювання [6, с. 113]. Саме на це будуть спрямовані наші наукові дослідження в майбутньому.

## Література

1. Актуальні проблеми викладання іноземних мов у вищій школі: збірник наукових праць. Випуск 1. – Донецьк : ДонДУ, 1999. – С. 84–86.
2. Злотніков В. Г. Методика навчання професійно-орієнтованого аудіювання англійською мовою курсантів вищих військових навчальних закладів: автореф. дис. канд. пед. наук. 13.00.02 / В. Г. Злотніков / Держ. заклад «Південноукраїнський націон. пед. ун-т імені К. Д. Ушинського». – Одеса, 2012. – С. 1–2.
3. Короткова Ю. М. Аудіювання грецькою мовою / Ю. М. Короткова, О. Б. Проценко. – Донецьк : Наулідж, 2011. – 70 с.
4. Кременчук О. І. Listening for IT students / О. І. Кременчук, Т. М. Поночовна. – Ірпін, 2009. – 231 с.
5. Лозинська О. В. Навчальний посібник з аудіювання з курсу «Іноземна мова» (англійська) / О. В. Лозинська, Т. В. Красько, О. В. Луччко. – Ірпін, 2009. – 144 с.
6. Проблеми викладання іноземних мов у немовному вищому навчальному закладі: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції 18 березня 2010 р. – К. : НАУ – друк, 2010. – С. 111–113.
7. David Cotton, David Falvey, Simont Kent. Market Leader – Pearson Longman, 2009. – 160 p.