

Найвища точка спілкування комунікантів визначається як *комунікативна напруженість*. Від комунікативної напруженості залежить все комунікативно-семантичне розгортання тексту. Якщо комунікативна напруженість виникає на початку тексту, то весь хід розгортання спілкування носить дедуктивний характер. Якщо процес спілкування розгортається індуктивним шляхом, це означає, що мовець висловив свою позицію з деяких питань, і комунікативна напруженість зростає і досягає найвищої точки до кінця тексту.

Отже, комунікативна характеристика англомовних фахових текстів з харчових технологій визначається низкою понять, а саме: комуніканти, обставини спілкування, система комунікативних задумів, комунікативні процеси, комунікативна насиченість і комунікативна напруженість. Представлений аналіз комунікативних рис англомовних фахових текстів з харчових технологій буде використано при розробці методики формування англомовних рецептивних комунікативних компетентностей у майбутніх фахівців з харчових технологій.

ЛІТЕРАТУРА

1. Swales J. M. *Genre Analysis: English in Academic and Research Settings* / Swales J. M. – Cambridge: Cambridge University Press, 1996. – 260 p.
2. Вискушенко С. А. Фахова мова творинництва: лінгвокогнітивний і комунікативно-функціональний аспекти (на матеріалі британського варіанта англійської мови) : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 / С. А. Вискушенко ; Житомир. держ. ун-т ім. Івана Франка. – Житомир, 2012. – 267 с.
3. Городецкий Б. Ю. Коммуникативные основы теории языка / Б. Ю. Городецкий // *Методы современной коммуникации* / Под ред. В. Н. Переверзева. М., 2003. Вып. 1. С. 84–95.
4. Ковальчук О. С. Лінгвометодична характеристика термінологічного апарату спеціальності харчові технології / О. С. Ковальчук // *Вісник Чернігівського національного педагогічного університету* - Вип. 131: Серія: Педагогічні науки. - Чернігів, 2016. – 236с.
5. Шмелева Т. В. Модель речевого жанру / Т. В. Шмелева // *Жанры речи*. Саратов, Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 1997. – С. 88–98.

Колодяжна А.В.

Київський національний університет технологій та дизайну

МОТИВАЦІЯ ІНОЗЕМНИХ СТУДЕНТІВ ВИЩИХ ТЕХНІЧНИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ ЩОДО ФОРМУВАННЯ ІНШОМОВНОЇ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ

Процес модернізації системи вищої освіти в Україні в умовах інтенсивного розвитку її соціально-економічної співпраці з іншими країнами зумовлює актуалізацію проблем підвищення якості освіти, що передбачає здатність майбутніх спеціалістів до виконання професійної діяльності в умовах іншомовного середовища. Мотивація навчання іноземних студентів має динамічні відмінності від мотивації навчання українських студентів тому, що пов'язана з процесом соціокультурної адаптації. У зв'язку з цим, кажучи про іноземних студентів в українських вузах, слід говорити про їх адаптацію, як в контексті міжособистісних відносин і культурних норм, так і в контексті освітнього процесу.

Процес адаптації студентів-іноземців до навчання в Україні включає в себе безліч аспектів: пристосування до нової соціокультурного середовища, пристосування до нових кліматичних умов, часу, до нової освітньої системи, до нової мови спілкування, до інтернаціонального характеру навчальних груп, пристосування до культури нової країни. Оскільки головною метою приїзду студентів-іноземців до нашої країни є отримання вищої освіти, то одним з ресурсів оптимізації навчання іноземних студентів є оволодіння іноземною мовою як засобом комунікації (що сприяє розвитку у студентів різноманітних спеціальностей здатності використовувати її як інструмент спілкування у діалозі культур і

цивілізацій сучасного світу); та набуття професійно-спрямованої іншомовної компетентності. Мова розглядається як засіб міжособистісної взаємодії в умовах багатонаціонального і полікультурного простору. Процес навчання іноземної мови у вищому навчальному закладі має забезпечувати студентів не тільки відповідним рівнем знань мови, вміннями та навичками використовувати її у різноманітних ситуаціях життєдіяльності.

Поняття іншомовної комунікативної компетентності у психолого-педагогічній літературі досліджувалось як зарубіжними, так і вітчизняними вченими (Л. Біркун, Л. Брахман, О. Волобуєва, Р. Джонсон, Г. Китайгородська, С. Козак, С. Мельник, Е. Пассов, С. Савіньон, М. Свейн, Д. Хаймс, Д. Шейлз). На формування комунікативної компетентності студента впливає низка факторів. Основними є внутрішні та зовнішні фактори. До внутрішніх факторів, що впливають на формування комунікативної компетентності студента відносяться: мотиваційна сфера; внутрішня позиція особистості; розвиток та становлення «Я» та почуття ідентичності особистості.

Важливість мотивації для навчальної діяльності, її ефективності і якості кінцевого результату, досліджувалась у роботах таких науковців, як Є. Бондаревська, Л. Виготський, О. Леонтьєв, А. Маркова, А. Маслоу, С. Рубінштейн. Проблема студентської мотивації у ВНЗ ґрунтовно досліджено у Т. Ільїної, А. Реан та ін.

Зазвичай під мотивом розуміють усвідомлену потребу в дії, пов'язану із задоволенням певної потреби особистості. Так, Є. Бондаревська наголошує, що «мотиви визначають рівень активності і напруженості пізнавальної діяльності людини, впливають на результати мисленнєвої активності, на повноту, міцність, правильність і характер способу діяльності» [2, с. 11]. Більшість дослідників також вважають, що мотивація – це емоційний стан, пов'язаний з позитивом і підйомом, процес спонування себе до діяльності для досягнення особистих цілей. Пізнавальними вважають мотиви, які становлять основу навчально-пізнавальної діяльності. До позитивних пізнавальних мотивів відносять: інтерес до навчання, допитливість, зацікавленість, задоволення від розв'язування навчальних задач, прагнення розширити власний світогляд, потребу в розумовій діяльності, бажання оволодіти майбутньою професією, усвідомлення її значущості. Сукупність позитивних мотивів становить мотивацію будь-якої діяльності. Під мотивацією розуміють сукупність спонукальних потреб, що визначають спрямованість активності особистості. Науковці розрізняють внутрішню мотивацію, яка базується на пізнавальній активності, позитивних емоціях, цікавості, допитливості, і зовнішню мотивацію, підкріплену зовнішніми стимулами (гарна оцінка, повага друзів, бажання бути першим у навчанні тощо).

Першочерговим завданням реалізації результативних технологій мовної підготовки є спрямованість діяльності викладачів щодо визначення іноземними студентами, формування професійної компетентності необхідною умовою для успішної соціалізації в суспільстві.

Як зазначає О. Піралова, професійна компетентність, це сума професійних компетентцій і соціальної поведінки (використання професійних знань, умінь працювати індивідуально і в групі, умінь приймати рішення)[6]. Вона є вкрай необхідною для майбутніх фахівців. І саме тому слід формувати у іноземних студентів особисті мотиви до оволодіння майбутньою професією у процесі реалізації результативних технологій мовної підготовки. При цьому необхідним враховувати особливості зовнішніх і внутрішніх мотивів професійної підготовки.

Основою зовнішніх мотивів є стимуляція діяльності ззовні, тобто за допомогою нагород, заохочення, покарання тощо, коли фактори стимуляції поведінки знаходяться за межами особистісного «Я»: «навчаюсь, щоб потім багато заробляти». Внутрішні мотиви збуджуються пізнавальним інтересом, пов'язаним із певною діяльністю: «навчаюсь заради особистісного розвитку, пізнання нового, розуміння особистої необхідності для суспільства тощо». Слід зазначити, що рівень матеріального винагородження є однією з причин, яка впливає на трудову мотивацію людини. Для осіб із зовнішньою мотивацією даний фактор може мати визначне значення у прийнятті рішення щодо роботи у певній сфері.

Отже, завданням викладача з мовної підготовки у процесі реалізації результативних технологій є формування внутрішніх мотивів професійної спрямованості майбутніх фахівців

і знаходження способів перевтілення в позитивний негативного зовнішнього мотиву. З цієї метою серед іноземних студентів слід активно проводити роботу, що сприятиме в адаптації на ринку праці: бесід щодо роз'яснень суті та важливості майбутньої професії, опрацювання змісту професійної діяльності фахівців інженерної галузі та загальних професійних якостей людини, професіограми інженера та інформації, що розміщується на порталі молодих фахівців, аналізу видів професійних компетенцій, критеріїв професіоналізму. Результатом такої роботи стає переконання іноземного студента в тому, що завдяки спрямованості на саморозвиток та самоосвіту, він може кар'єрно зростати і в результаті одержувати не лише задоволення від професійної реалізації, а й матеріальне винагородження. Однак у процесі цієї профорієнтаційної роботи необхідно зміщувати акцент саме на самовиховання професійних якостей, що допомагають віднайти час на додаткові заняття, визначити пріоритети в особистих професійних планах тощо, а також приділяли увагу загальним якостям особистості, що заважають їй професійно реалізовуватись.

У формуванні внутрішніх мотивів оволодіння майбутньою професією студентами технічних вищих навчальних закладів викладачам слід керуватись принципами впливу на особистість з метою активізації у неї таких станів, які сприяють отримуванню задоволення від причетності до професійної спільноти: задоволення від отримання глибоких і міцних знань з одержаної фахової підготовки, уміння користуватися ними, упроваджувати у практику роботи нового, передового, знаходження шляхів удосконалення системи роботи тощо. У результаті методів та прийомів результативних технологій мовної підготовки: бесід щодо роз'яснень суті та важливості майбутньої професії, опрацювання змісту професійної діяльності фахівців інженерної галузі та загальних професійних якостей людини, аналізу видів професійних компетенцій, критеріїв професіоналізму – вдається досягти усвідомленості іноземними студентами особистих мотивів оволодіння професією, спрямування студентів на досягнення внутрішньої мотивації, самостійності, стійкого інтересу до предметної області, сформованості у них спрямованості на справу.

Отже, реалізація результативних технологій мовної підготовки іноземних студентів вищих технічних навчальних закладів повинна здійснюватись за допомогою впливу на мотивацію іноземних студентів щодо оволодіння майбутньою професією з метою перетворення зовнішніх видів мотивів у студентів у внутрішні, через усвідомлення важливості майбутньої професії для соціуму та визначення студентами формування професійної компетентності необхідною умовою для успішної соціалізації в суспільстві та активної адаптації на ринку праці.

ЛІТЕРАТУРА

1. Богославец Л.П. Фундаментальна вища освіта як основа професійної підготовки майбутнього фахівця / Л. П. Богославец, Л. В. Житеньова // *Virtus / Editor-in-Chief M.A. Zhurba*. – 2015. – October # 3. – P. 58 – 60.
2. Бондаревская Е. В. Прогностическая роль концепции личностно-ориентированного образования в развитии целостной педагогической теории : Идеи личностно-ориентир. образования как прообраз пед культуры Педагогіка вищої та середньої школи 2017 – № 1 (50) ~ 274 ~ XXI в. / Е. В. Бондаревская // *Известия Южного отделения Российской академии образования*. – Ростов–на–Дону, 1999. – Вып. 1. – С. 3–11.
3. Занюк С. С. Психологія мотивації : [навч. посіб.] / С. С. Занюк. – Київ : Либідь, 2002. – 304 с.
4. Ильин Е. П. Мотивация и мотивы / Е. П. Ильин. – Санкт–Петербург : Питер, 2003. – 512 с.
5. Проблема індивідуалізації та диференціація у підготовці фахівців для професійної освіти / А.В. Колодзяжна// *Virtus: Scientific Journal / Editor-in-Chief M.A. Zhurba* – March # 12, 2017.

ФОРМУВАННЯ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ СТУДЕНТІВ ТЕХНІЧНИХ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ У КУРСІ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ ПРОФЕСІЙНОГО СПРЯМУВАННЯ

Сьогодні невід'ємним складником міжкультурної іншомовної професійно орієнтованої комунікативної компетентності (МІПОКК), яка формується у студентів технічних спеціальностей, виступає соціокультурна компетентність, адже у діловій комунікації вона відрізняється від аналогічних компетентностей, які наявні у будь-якій іншій комунікації та забезпечують її соціокультурну адекватність. Відмінність ця полягає у тому, що соціокультурна компетентність ділового спілкування складається із двох компонентів: соціокультурного (вербальні стереотипи та реалії, оволодіння якими є необхідним для оформлення комунікації у відповідності до норм, які існують у даній мовній спільноті), та власне ділового соціокультурного компонента (множина стереотипів та реалій, необхідних для оформлення ділової комунікації згідно норм, які існують у даній мовній спільноті та культурному соціумі виключно задля врегулювання ділових стосунків). Подібний розподіл на два компоненти є мало характерним для інших професійних комунікативних компетентностей, оскільки сфера їхнього функціонування є набагато вужчою, а звідси, меншою є і кількість тих явищ, котрі належать до соціокультурного компонента.

Компонент «стилю ділового життя» регулює стереотипи поведінки, необхідні для нормального повсякденного ділового спілкування професіонала в певному культурному соціумі, у якому здійснюється ділова комунікація. Існують стереотипи стилю життя і в інших професійних сферах, тому на позначення цієї категорії вживатимемо термін «*стиль професійного життя*». Стереотипи професійного життя дають можливість дотримуватися норм поведінки та виконувати стандартні, прийняті членами даної спільноти процедури задоволення своїх професійних потреб. Взагалі, стереотипи стилю життя розвиваються у людей, які живуть поруч в одному соціумі із раннього дитинства, проте ці норми і стереотипи мають серйозні відмінності у порівнянні із іншими мовними та культурними спільнотами [1, 4, 7, 10].

Американець і українець по-різному діють, поведуться та спілкуються в магазинах, ресторанах, громадському транспорті і т.д. Саме тому українському фахівцеві, який приїздить у США, Великобританію або Австралію, слід знати, як саме оптимально організувати своє повсякденне існування, як поводитися, щоб успішно та безперешкодно задовольнити свої потреби. Це дрібні, але дуже необхідні речі, незнання яких нерідко викликає культурний шок, відображається на загальній ефективності діяльності. Саме дотримання всіх норм поведінки та пов'язаних із ними норм спілкування забезпечується стереотипами «стилю життя», яких слід вчити не менш ретельно, ніж мовленнєвих стереотипів.

Сьогодні вчені-лінгвісти, педагоги, методисти приділяють значну увагу розробці проблем національних особливостей процесу комунікації [5, 6, 8 та ін.]. До таких особливостей, зокрема, відносять семантику спілкування, типологію комунікативних актів виступів, що їм відповідають, типологію ситуацій спілкування. Усі ці ситуації можна об'єднати поняттям «ситуації мовленнєвого етикету» [2, с.34]. Зокрема, М.А. Огреніч наголошує на необхідності вивчення мовленнєвого етикету у межах тріади «комунікація – інтеракція – перцепція». Якщо перші два складники тріади є добре розробленими з точки