

УДК 81'243:334.72

DOI <https://doi.org/10.24919/2308-4863/38-2-27>**Марія ЛИЗАК,***orcid.org/0000-0002-8171-5352*

магістр філології,

молодша наукова співробітниця

Міжнародного інституту освіти, культури та зв'язків із діаспорою

Національного університету «Львівська політехніка»

(Львів, Україна) *mariia.i.lyzak@lpnu.ua*

РОЗВИТОК НАВИЧОК ГОВОРІННЯ ПІД ЧАС ВИВЧЕННЯ ТЕМИ «ПІДПРИЄМСТВО»

У статті досліджено тему «Підприємство» з погляду її використання як навчального матеріалу на заняттях з української мови як іноземної для розвитку навичок говоріння. З'ясовано, що зазначена тема ще не була об'єктом лінгводидактичних досліджень в аспекті навчання української мови як іноземної, що говорить про її актуальність.

Автор розвідки ставить за мету визначити специфічні особливості теми «Підприємство» в процесі вивчення української мови як іноземної і розкрити, як можна застосовувати зазначену тему у системі вправ.

Обґрунтовано доцільність вивчення цієї теми зі студентами-іноземцями. Проаналізовано ключові комунікативні ситуації для зазначеної теми. Визначено її цінність щодо поглиблення знань з української мови як іноземної на рівні B1-B2, зокрема для студентів якої спеціальності вони передусім спрямовані.

З'ясовано, що має лягти в основу вправ для розвитку говоріння у контексті зазначеної теми. Наголошено на підтемах, з якими іноземний студент ознайомлений, відповідно до Державного стандарту української мови як іноземної. Зазначено про основні компетенції, необхідні для успішної комунікації в контексті теми «Підприємство». Підкреслено значення розрізнення певних стилів мовлення і правильне використання лексики у тій чи тій ситуації.

Досліджено способи реалізації образів-стимулів для побудови псевдокомунікації, яка якнайкраще підготує студента до реальної комунікації.

Зроблено висновки, що тема «Підприємство» має лінгводидактичний потенціал і придатна для вивчення в іншомовній аудиторії, а виявлені специфічні особливості можуть стати зразками для методичних розробок із вивчення інших видів мовленнєвої діяльності.

Перспективу дослідження автор статті вбачає у розвитку теми щодо інших видів мовленнєвої діяльності її ґрунтовному дослідженні тематичних груп для організації навчального процесу.

Ключові слова: українська мова як іноземна, лінгводидактика, види мовленнєвої діяльності, говоріння, підприємство.

Mariia LYZAK,*orcid.org/0000-0002-8171-5352*

Master's of Philology,

Junior Researcher Fellow

International Institute of Education, Culture and Relations with the Diaspora

of National University «Lviv Polytechnic

(Lviv, Ukraine) *mariia.i.lyzak@lpnu.ua*

DEVELOPMENT OF SPEAKING SKILLS WHILE STUDYING THE TOPIC "ENTERPRISE"

The article explores the topic "Enterprise" in terms of its use as teaching material in the lessons of Ukrainian as a foreign language. It has been found that the topic has not been the subject of linguo-didactic research and the aspect of Ukrainian as a foreign language learning, which testifies to the relevance of the topic raised in the article.

The author aims to determine the specific features of the topic "Enterprise" in the process of learning the Ukrainian language as a foreign and reveal how to apply this topic in the system of exercises.

The advisability of learning this topic with foreign students is substantiated. We have analyzed the key communicative situations for this topic. The aim of the article is to deepen the knowledge of the Ukrainian language as a foreign one at the level of B1-B2 in particular for students who study certain specialty.

The paper analyzes the basis of exercises for speech development in the context of this topic for a foreign student to get acquainted with the State Standard of the Ukrainian Language as a Foreign one. We determined the basic competencies for successful communication in the context of "Enterprise" topics. We have emphasized on the importance of selecting certain speech styles and the correct use of vocabulary in any situation.

We have also examined the methods of implementation of the stimuli for speaking to construct pseudocommunication which will prepare the student for real speech.

In conclusion, the topic "Enterprise" has linguo-didactic potential and is suitable for teaching in a foreign language classroom. It revealed specific features and can become the sample for methodological developments of the study of other types of speech activity.

The author sees the prospect of the research in scientific and methodological explorations devoted to the works of other types of speech activity and thorough research of thematic groups for the organization of the educational process.

Key words: *Ukrainian as a foreign language, linguodidactics, types of speech activity, speaking, enterprise.*

Постановка проблеми. Сьогодні в економічній галузі розвинувся особливий тип господарювання – підприємництво. Унаслідок цього процесу актуалізувалося поняття *підприємство*, зокрема під час вивчення іноземної мови. Підприємство розуміють як окремий вид бізнесу, самостійну ініціативну діяльність на власний ризик, як-от: виробництво продукції, виконання робіт, надання послуг та заняття торгівлею, що ґрунтуються на вкладанні власних коштів та створенні нових можливостей із метою одержання прибутку (Економіка..., 2019: 7). Тема передусім є професійно зорієнтованою на студентів-економістів та бізнесменів, які вивчають українську мову як іноземну на рівні знань B1-B2.

Аналіз досліджень. Серед українських мовознавчих дослідників тема «Підприємство» в системі української мови як іноземної не є вивченою, однак актуальною, зважаючи на частку іноземних студентів економічної спеціальності, інвесторів, бізнесменів з інших країн. Зауважимо, що вивченням говоріння як виду мовленнєвої діяльності займалися багато українських та закордонних дослідників, таких як А. Барикіна, В. Бухбіндер, Н. Герета, Л. Васильєва, Д. Ізаренков, А. Клименко, Б. Лапідус, В. Павлова, В. Скалкін, Е. Сосенко, Н. Станкевич, О. Тарнопольський, О. Тележкіна, Г. Уайзер та інші. Дослідники описали говоріння як вид мовленнєвої діяльності, проаналізували методику навчання діалогічного та монологічного мовлення, дослідили категорію ситуативності, подали класифікацію вправ і вимоги до них, описали стимули, необхідні для оптимізації навчання.

Мета статті – з'ясувати специфічні особливості теми «Підприємство» у процесі вивчення української мови як іноземної і розкрити, як можна застосувати зазначену тему у системі вправ.

Виклад основного матеріалу. Тему «Підприємство» можна включати до вивчення на рубіжному й середньому рівнях володіння іноземною мовою, адже вона вимагає глибшого розуміння складних термінів, розрізнення синонімів, антонімів, і більшу увагу приділяємо їхній реалізації у формі продукування, що допустимо на цих рівнях. Відповідно до досліджень науковців, у свій вільний від сну час людина найбільше слухає (45%),

трохи менше говорить (30%) і найменше читає і пише (16% і 9% відповідно) (Seretny, 2000: 137). Зауважимо, що говоріння не є чітко відмежованим від інших видів мовленнєвої діяльності, а особливо від аудіювання. Адже під час творення діалогу обидва учасники бесіди активні, і комунікантам необхідно як говорити, так і слухати свого співрозмовника. Тож зрозуміло, що значення говоріння важко переоцінити, тому під час вивчення теми «Підприємство» значну частину навчального процесу відводимо на говоріння.

Уміння говорити означає здатність відтворити спонтанне мовлення, вступити в діалог, виступити публічно з інформацією, промовою, лекцією, торговою презентацією, прочитати вголос письмовий текст, тобто інтегрувати навички озвучування висловлювань, навички оперування лексичними одиницями й навички граматичного оформлення речень. У темі «Підприємство» говоріння важливе для ведення внутрішньої, в межах підприємства, і зовнішньої комунікації. Це також впливає на вибір стилю мовлення, адже зовнішня комунікація майже завжди стосується офіційно-ділового стилю.

Важливе місце під час навчання говоріння відводять **псевдокомунікації**, яку називають своєрідним мостом через прірву, яка виникає між навчанням і справжньою комунікацією (Костомаров, 1978: 86). Для того, щоб налагодити псевдокомунікацію студента, потрібно застосовувати відповідні техніки, методи, прийоми та умови. Зокрема, А. Серетни та Е. Ліпінська виділяють такі три умови під час навчання говоріння, які має виконати викладач:

- 1) створення атмосфери, яка знижує почуття боязні перед помилкою (наприклад, занотовувати помилки, щоб не переривати відповідь студента);
- 2) застосування еліцитації, тобто пошуку додаткового стимулу для учня (цікава тема, текст, ситуація);
- 3) допомога викладача у будь-якій продуманій формі (запитання, що спрямовують студента) (Seretny, 2000: 22).

Кожна з цих умов спрямована на те, щоби студент розвинув навички говоріння, тобто вмів вільно розмовляти, правильно використовував лексичний матеріал, зокрема на граматичному і

семантичному рівні. Студент повинен самостійно, продуктивно вирішувати завдання і бути готовим до динамічності. Саме динамічність свідчить про уміння застосовувати мовленнєві навички в різних ситуаціях спілкування.

Реалізація таких навичок необхідна для змістовної, логічної побудови монологічного й діалогічного мовлення у системі вправ. Зокрема, творення монологічного мовлення необхідне під час виступу, презентації проєкту, представлення, звіту щодо якоїсь діяльності. Натомість діалогічне мовлення використовують для активного залучення двох учасників комунікації в межах офіційно-ділового стилю мовлення (ведення розмови з керівником, дискусія щодо проблем у межах підприємства, режим питання-відповідь під час виступу чи презентації тощо.), так і розмовного (неофіційна комунікація в межах підприємства, наприклад із колегами).

Основою для творення завдань для монологічного й діалогічного мовлення є **принцип ситуативності**, який передбачає динамічність таких аспектів, як предмет розмови, обставини і завдання, що дають чіткі настанови щодо діяльності у відповідній ситуації. У межах теми «Підприємство» основою для створення комунікативних ситуацій є підтеми: «Співбесіда», «Ведення переговорів», «Зустріч із клієнтом, партнером по бізнесу чи спонсором», «Ведення по телефону ділової бесіди», «Конференція», «Маркетинг» тощо.

Тема «Підприємство» може розвиватися у безлічі комунікативних ситуацій. Наприклад, комунікативна підтема «Співбесіда». Тут складниками мовленнєвої комунікації є приміщення (*офіс*), у якому відбувається співбесіда, ієрархічні стосунки між керівником і потенційним підлеглим, який має намір зайняти певну посаду в компанії. Реалізація самого акту – це власне процес говоріння, під час якого застосовують такі елементи: *привітання; представлення учасників комунікації; розмова про посаду і вимоги до неї; досвід роботи; керівник оголошує своє рішення або просить кілька днів, щоб вирішити; прощання.*

Опис комунікативної ситуації зазвичай, подають у завданні до вправи. Наприклад, до комунікативної підтеми «Переговори» подаємо таке: *«Ви керівник фірми, який хоче розвивати свій бізнес, але для цього потрібно переконати спонсорів, що цей вклад того вартий. Запишіть резюме своєї фірми: чим вона займається, чого вона вже досягла, і вкажіть, які перспективи чекають на неї в майбутньому».* Така вправа передбачає покращення вміння творення монологічного мовлення і має часткове керування.

Деякі вправи можуть мати додаткові опори з вказівкою на те, які фрази потрібно використати в усному мовленні. Наприклад, на рубіжному рівні володіння мовою до комунікативної теми «Початок бізнесу» можна подати завдання доповнити пропуски до таких речень:

Я працюю...

Мій керівник ...

Колеги про мою працьовитість відгукуються так ...

Коли я стану власником фірми, то ...

Я хотів би займатися у сфері ..., бо ...

Якщо я спізнююсь на зустріч, то ...

На мою думку, найкращими працівниками можна назвати людей, які ...

Такі вказівки допомагають студентам краще розуміти зміст розмови, вказують на напрям перебігу розмови й допомагають розвинути навички використовувати ту чи ту лексику.

Варто також враховувати, що мовленнєвим ситуаціям властиві такі риси: *змістовність* (уміння осмислити і розкрити комунікативну тему без пустослів'я), *евристичність* (процес мовлення спрямований на пізнання чогось нового, а також на те, щоб навчити студентів самостійно вирішувати якусь проблему), *ієрархічність, певна структура* (послідовність, логічність висловлювання) (Станкевич, 2010: 53). Отже, під час створення вправ необхідно визначити тему і ролі для розмови, можна дати опори, щоб уникнути пустослів'я, і враховувати новизну теми. Якщо тема уже відома, то її краще розкривати, поглиблюючи знання шляхом вивчення нової лексики або синонімічних чи антонімічних рядів слів. Відповідно до Стандарту, студенти на рівні В1 уже загально ознайомлені з комунікативними ролями колега, «друг/подруга»; «клієнт/клієнтка», «покупець/покупчиня», працівник/працівниця, орендар/орендарка (Мазурик, 2020: 28). Студент уже частково ознайомлений із комунікативною підтемою «Робота» (зокрема знає назви професій, місця роботи, основні дії, пов'язані із професіями); «Покупки» (ознайомлений з поняттям «гроші» і найпоширенішими грошовими операціями); «Послуги» (ознайомлений з назвами організації, які можуть бути пов'язані з темою «Підприємство») (Мазурик, 2020: 31).

У процесі навчання на рубіжному й середньому рівнях студенти мають навчитися зв'язними реченнями не лише розповісти про власні вподобання чи думки щодо певної проблеми, але й аргументовано пояснити свою думку щодо нескладної теми. Наприклад, *висловити свої думки щодо якогось виду діяльності, описати, у чому полягає суть роботи у певній*

сфері діяльності, назвати і пояснити маркетингові стратегії тощо. Під час діалогу без підготовки студент може вступати в розмову на відомі теми, пов'язані з приватною, публічною, професійною та освітньою сферами життя. Такими темами можуть бути «Фінансові операції», «Оренда», «Зустріч із партнером» тощо. Проте іноді відчуває труднощі, коли намагається точно сформулювати те, що саме він хоче сказати (Мазурик, 2020: 52-88).

Для зазначеної теми пропонуємо використовувати звичні стимули для говоріння – **образ, слово і звук**. Їхнє завдання – заповнення інформаційних пробілів між співрозмовниками, заохочення до говоріння, творення ситуацій, близьких до реальної комунікації, протистояння монотонності навчання, його активізація (Станкевич, 2008: 290). Вони сприяють самостійному висловлюванню і водночас полегшують завдання.

Застосування **стимулу-образу (малюнка)** є ефективним прийомом розвитку усного мовлення з опорою на конкретну лексику. Такими засобами можуть бути фото, листівка, ілюстрація, плакат, слайд, розклад, журнальні ілюстрації, рекламні листи, фільми, до яких сформовані конкретні запитання (Станкевич, 2008: 290). До таких засобів-образів можна дібрати такі завдання: описати зміст малюнка, знайти різницю між двома малюнками, відповісти на питання щодо малюнка; тематичні малюнки для відпрацювання лексики, комунікативних мікроситуацій, правильності граматичних форм, малюнок дій (*хто що робить, хто ким працює*) тощо. Наприклад, студентові пропонують фото, на якому зображено великий стіл, за яким сидить кільканадцять людей, і, судячи з їхніх жестів, вони розмовляють. Студент має назвати цю ситуацію (*перемовини, обговорення презентації проєкту, обговорення внутрішніх справ*), а також дії, які зображено на фото (*обговорити, запропонувати, виступити*), обставини, за яких відбувається дія (*офіс і його інтер'єр*) тощо.

Прикладом завдання зі стимулом-образом є завдання *назвати й висловити своє ставлення щодо вказаних професій, зображених на ілюстрації, описати їхні переваги й недоліки, пояснити, яка професія найкраще підходить для іноземного студента*.

Ще одним засобом є **мовний стимул**, який встановлює контакт мовленнєвої взаємодії. Голо-

вну роль відіграє навчально-мовленнєва ситуація, зокрема питання-відповідь (інтерв'ю, тематичне опитування), роль за інструкцією викладача, ситуаційна комунікація, телефонна розмова, монологічна розповідь, скорочений зміст фільму чи книги (Станкевич, 2008: 291). Наприклад, розподіливши ролі, студенти розігрують ситуацію, у якій звітують керівникові про етап створення нового проєкту, виконану роботу й дії, які ще потрібно зробити; розповідають, які витрати й чистий прибуток можна очікувати. Під час цього використовують такі лексеми на позначення кадрового складу підприємства: *керівник, спеціаліст, робітник, маркетолог*, лексеми зі значенням певної дії: *звітувати, доручити, вести справи*, а також лексеми *виторг, витрати, чистий прибуток, проєкт, зустріч, термін реалізації проєкту* тощо.

Для **стимулу-звуку** можливі такі прийоми: розпізнавання звуків і розповідь про ситуацію, основою якої є звук, звукова історія, кінофільми, які передбачають такі вправи на контроль розуміння зі слуху, методичний апарат для розвитку мовлення (Станкевич, 2008: 291). Наприклад, студентам пропонують послухати телефонну розмову та зробити висновки щодо того, хто телефонує (*замовник*), кому (*секретарю*), з якої причини (*домовитися про зустріч*), які деталі розмови (*зустріч для створення партнерських відносин; зустріч із директором; погодження часу і місця зустрічі, обговорення умов зустрічі*) тощо.

Висновки. Говоріння крізь призму теми «Підприємство» є потрібним інструментом для студентів, які мають зв'язок з економічними сферами, ведуть або планують вести бізнес. Переважно метою говоріння є вдосконалити навички використання лексики, творення монологу і діалогу, поліпшити вміння вести бесіду, зокрема й у професійній сфері. Основою для створення вправ є правильно підібрані й описані комунікативні ситуації, які не лише забезпечать лексичне збагачення іноземного студента, а й допоможуть набутти впевненості у тій чи тій ситуації, пов'язаній із роботою. Тож важливо наголошувати на стилях мовлення – офіційно-діловому чи розмовному. Також під час створення вправ варто враховувати, які теми відповідно до стандарту студент уже вивчав, і поступово поглиблювати їх.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Економіка та організація підприємницької діяльності: навчальний посібник / за ред. Н.В. Сментини. Київ, 2019. 320 с.
2. Костомаров В.Г. Методическое руководство для преподавателей русского языка иностранцам. Москва, 1978. 135 с.
3. Станкевич Н. Навчально-мовленнєва ситуація у діалогічному мовленні: стратегія моделювання. *Теорія і практика викладання української мови як іноземної: збірник наукових праць*. Львів, 2010. Вип. 5. С. 53–60.

4. Станкевич Н. Основні прийоми навчання говоріння в курсі української мови як іноземної. *Теорія і практика викладання української мови як іноземної : збірник наукових праць*. Львів, 2008. Вип. 3. С. 289–292.
5. Seretny A., Lipińska E. ABC metodyki nauczania języka polskiego jako obcego. – Kraków, 2000. 331 s.
6. Мазурик Д., Антонів О., Синчак О., Бойко Г. Стандартизовані вимоги: рівні володіння українською мовою як іноземною А1–С2. *Зразки сертифікаційних завдань : посібник*. Київ : ІНКОС, 2020. 186 с.

REFERENCES

1. *Ekonomika ta orhanizatsiia pidpriemnytskoi diialnosti: navchalnyi posibnyk* [The Economics and organization of entrepreneurial activity], 2019, 320 p. [in Ukrainian].
2. Kostomarov V. *Metodicheskoye rukovodstvo dlya prepodavateley russkogo yazyka inostrantsam* [Methodical guide for Russian language teachers to foreigners], 1978, 135 p. [in Russian].
3. Stankevych N. *Navchalno-movlennieva situatsiia u dialohichnomu movlenni: stratehiia modeliuvannia* [Training speech situation in the dialog: modeling strategy]. *Theory and practice of teaching ukrainian as a foreign language*, 2011, Nr. 5, pp. 53–60 [in Ukrainian].
4. Stankevych N. *Osnovni pryiony navchannia hovorinnia v kursy ukrainskoi movy yak inozemnoi* [Basic methods of teaching speaking in the course of Ukrainian as a foreign language]. *Theory and practice of teaching ukrainian as a foreign language*, 2011, Nr 3, pp. 289–292 [in Ukrainian].
5. Seretny A., Lipińska E. *ABC metodyki nauczania języka polskiego jako obcego* [ABC of the methodology of teaching Polish as a foreign language], 2000, 331 p. [in Polish].
6. Mazuryk D., Antoniv O., Synchak O., Boiko H. *Standartyzovani vymohy: rivni volodinnia ukrainskoiu movoiu yak inozemnoiu A1–S2*. [Standardized requirements: levels of proficiency in Ukrainian as a foreign A1–S2. Examples tasks for certification], 2020, 186 p. [in Ukrainian].