

# ЛИНГВОКОММУНИКАТИВНАЯ КОМПЕТЕНТНОСТЬ КАК РЕЗУЛЬТАТ ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ В ИНФОБИЗНЕС-ПРАКТИКАХ

## LINGUO-COMMUNICATIVE COMPETENCE AS A RESULT OF TEACHING A FOREIGN LANGUAGE IN INFOBUSINESS-PRACTICES

*M. Fadeyeva*

*Summary.* The article actualizes the problem of linguistic communicative competence as an educational result in the process of learning a foreign language. The author considers this problem in the context of interdisciplinary interaction using informational communication technologies. Linguocommunicative competence of student managers manifests itself in the ability for foreign language competence in professional, business and problem situations as the main criterion of a highly educated specialist who owns a linguistic portfolio and a linguocommunicative thesaurus, which is modeled on the basis of Getree technology. These definitions form the basis of the research and are of significant importance in the development of global communication processes. The problem of the study is to develop ways, means and technologies for the formation of linguocommunicative skills in the info-business practices of managers.

*Keywords:* online learning, communicative competence, linguistic-communicative competence, business communication, professional communication, facilitation technology, "Getree" technology, infobusiness..

**Фадеева Марина Юрьевна**

*К.п.н., доцент, Орский гуманитарно-технологический институт (филиал ОГУ)  
marina-fadeeva-1978@mail.ru*

*Аннотация.* В статье актуализируется проблема лингвокоммуникативной компетентности как образовательному результату в процессе обучения иностранному языку. Автор рассматривает данную проблему в контексте междисциплинарного взаимодействия с использованием инфокоммуникативных технологий. Лингвокоммуникативная компетентность у студентов-менеджеров проявляется в способности к иноязычной компетенции в профессиональных, деловых и проблемных ситуациях как основного критерия высокообразованного специалиста, владеющего лингвопортфолио и лингвокоммуникативным тезаурусом, который моделируется на основе «Getree»-технологии. Выдвинутые определения составляют основу исследования и имеют существенную значимость в развитии глобальных процессов коммуникации. Проблема исследования заключается в разработке способов, средств и технологий формирования лингвокоммуникативных умений в инфобизнес-практиках менеджеров.

*Ключевые слова:* интерактивное обучение, коммуникативная компетентность, лингвокоммуникативная компетентность, деловая коммуникация, профессиональное общение, технология фасилитации, «Getree»-технология, инфобизнес.

**К**онцептуальные основания стратегии долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года еще в большей степени акцентирует внимание на личностном потенциале специалиста и определяет, что формирование инновационной экономики означает превращение интеллекта, творческого потенциала человека в ведущий фактор экономического роста и национальной конкурентоспособности.

Интерактивное обучение осуществляется при совместном взаимодействии и моделировании объектов с целью их изучения; в обмене информацией между несколькими пользователями. «Интерактивное обучение — это способ познания, осуществляемый в формах совместной деятельности обучающихся» [1, 17].

Достижение образовательной цели формирования лингвокоммуникативной компетентности в процессе

подготовки студентов-менеджеров потребовало от преподавателя создания специального профессионально-ориентированного тезауруса в условиях технологии фасилитации и «Getree»-технологии. Уникальность технологии фасилитации заключается в том, что она повышает продуктивность познавательной деятельности студентов, развивает мотивации достижения и стимулирует саморазвитие [2].

Фасилитация как феномен межличностного общения повышает качественные характеристики в обучении иноязычной деловой коммуникации за счет особого стиля взаимодействия с обучающимися и личности педагога. Обучая английскому языку в университете, преподаватель развивает весь потенциал инновационной деятельности студентов, расширяет мировоззрение, учит на примерах иноязычной культуры правильной организации проблемной деловой коммуникации в естественных условиях и дистанционно.

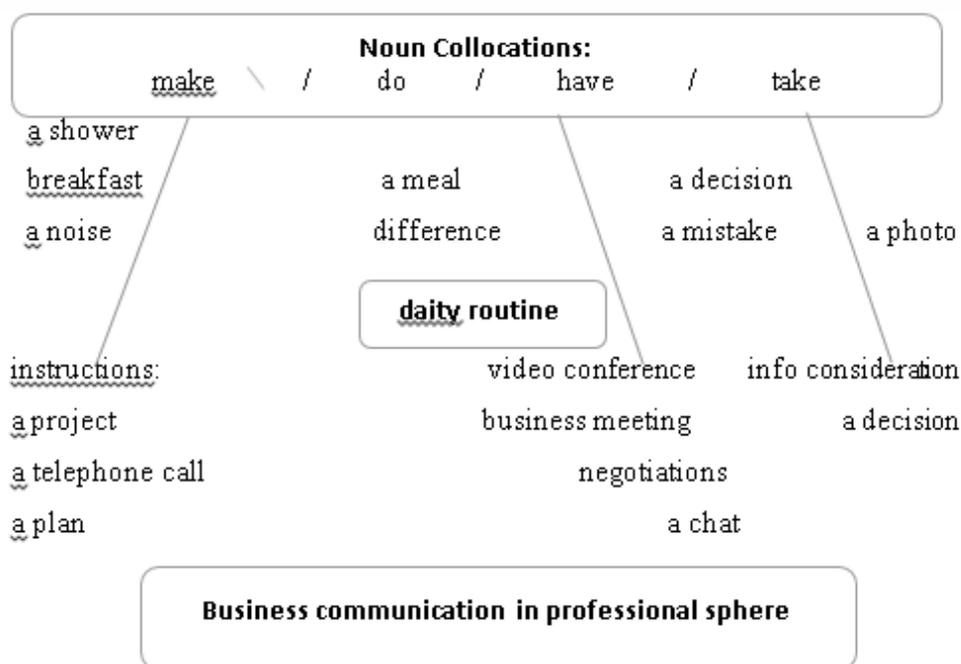


Рис. 1. «Getree»-технология

Под коммуникативной компетентностью студентов, обучающихся по программам экономического профиля, понимают их способность к демонстрации коммуникативных навыков, а также навыков межличностного взаимодействия на основе сформированной потребностно-мотивационной сферы, ценностных ориентаций (включающих также и компонент текстовой деятельности), которые обусловлены спецификой будущей профессиональной деятельности.

В структурно-компонентной модели коммуникативной компетентности рассматривают такие основные составляющие как: мотивационный, содержательный, оценочный, профессиональный. Помимо основных компонентов следует учитывать и компоненты информационной компетентности, в которые входят следующие: прагматический, гносеологический и аксиологический [3, 17].

Под лингвокоммуникативной компетентностью следует понимать результата образовательной деятельности, характеризующий освоение необходимого практико-ориентированного иноязычного тезауруса, а также ценностных ориентаций иноязычной образовательной среды, комплекса коммуникативных умений, обеспечивающего готовность к осуществлению иноязычной профессиональной коммуникации в рамках межкультурного диалога [4, 9].

Технология фасилитации обеспечивает имитацию профессиональной коммуникации в специально моделируемых проблемных ситуациях, отражающих основ-

ные функции делового общения: обмен ценностями и информацией, анализ действий, что существенно облегчает активное пользование деловой иноязычной лексикой в сети интернет, а также в развитии партнерских связей между промышленными предприятиями [5, 16].

«Getree»-технология смоделирована преподавателем для изучения лингвокоммуникативного тезауруса менеджера и ориентирована на выбор лексического минимума для создания собственного словаря с наиболее употребимой профессиональной лексикой. Обучающиеся могут вносить в него реальные примеры с грамматическими конструкциями для решения лингвокоммуникативных задач деловой коммуникации.

Сама технология «Getree» является новаторской, она способствует личностному саморазвитию, творческому мышлению и креативной самореализации в профессиональной коммуникации. Технологичность как методологическое учение в структуре полной педагогической компетентности служит базой, на которой возникают высокий профессионализм и значимость [6, 11].

«Getree»-технология — это форма графического выражения мыслительных процессов обучающихся, в центре которой расположен основной объект, подлежащий ментальной обработке. Интеллектуальный потенциал личности достигается путем решения лингвокоммуникативных задач, где ассоциации, связанные с объектом

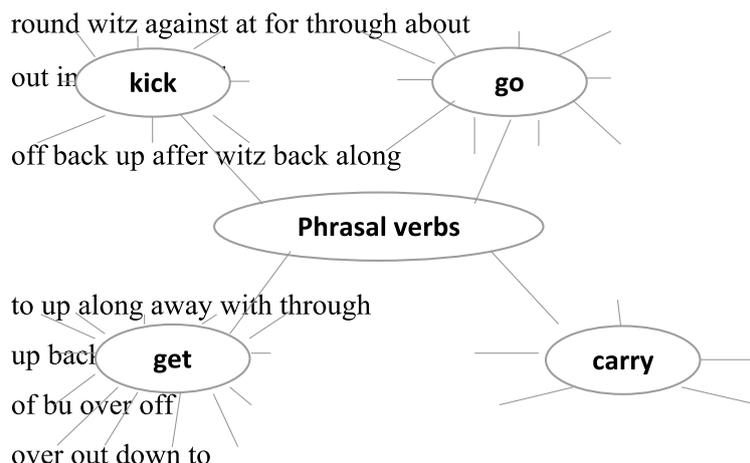


Рис. 2. Демонстрация нового материала

изучения, ответвляются в виде плавных линий, обозначающих ключевые слова или образы в виде дерева.

Данная технология применяется в обучении иноязычной деловой коммуникации менеджеров как в аудиторной работе, так и в самостоятельной, создавая возможность реализации индивидуальных образовательных траекторий.

Обучение грамматической стороне речи, лексической, значительно увеличивает количество изученных единиц и структур, так как представляет собой личностное выражение процессов восприятия, обработки и запоминания информации, решения лингвокоммуникативных задач в проблемных ситуациях.

Процесс саморазвития и профессионального становления происходит в индивидуальной коммуникации по электронной почте, в блогах, вебинарах, коучингах и веб-квестах (Рис. 1, 2).

Для успешного формирования лингвокоммуникативной компетентности студентов преподаватель развивает коммуникативные умения посредством имитации профессиональной деловой коммуникации в специально моделируемых ситуациях: экономические переговоры, деловые поездки за рубеж, заключение контрактов, написание деловых писем, юридическое сопровождение экономических проектов, практическое овладение иноязычными рекомендациями, справочниками и инструкциями будущими специалистами.

Инфобизнес — это искусство продажи информации [7, 19].

Инфобизнес — инновационно-информационная и коммуникативная среда, являющаяся в условиях

университета образовательной системой, в которой современные технологии обучения, связанные с электронными ресурсами, предоставляют преподавателям и обучающимся новые возможности и преимущества: от пассивного восприятия учебного материала к самостоятельной практической продуктивной деятельности.

Учитывая тот факт, что основная цель обучения иностранным языкам в университете определяется через понятия «компетенция», «умение использовать языковые единицы в коммуникативных профессиональных целях», необходимо с помощью выбранных технологий (фасилитации и «Getree») достичь образовательного результата — активно владеть иностранным языком в рамках сформированной иноязычной компетенции и лингвокоммуникативной компетентности.

Профессиональная коммуникация всегда является целенаправленной. В область ее целеполагания проецируются организационный и оптимизационный конструкты того или иного вида предметной деятельности — научной, коммерческой, производственной, экономической, юридической и пр.

По мнению Л.Е. Алексеевой, «профессионально-ориентированное общение — это совместная учебная деятельность, направленная на приобретение и обмен профессионально значимой информацией, установление межличностных контактов и достижение коммуникативно-эффективных результатов» [8, 32].

В аудиторных занятиях по языку при использовании интерактивной доски передается достаточно большой объем информации и усваиваются знания различными способами, то есть обеспечивается формирование лингвокоммуникативной компетентности. Цель обучения в области профессионального делового

общения — достижение обучающимися практического владения иностранным языком, которое, благодаря специализированному тезаурусу, открывает доступ к эффективной грамотной бизнес-коммуникации с зарубежными коллегами и партнерами, представителями разных фирм и компаний.

Лингвокоммуникативная компетентность — это образовательный ресурс личности, готовой к осуществлению профессиональной иноязычной коммуникации в деловой среде.

Инфокоммуникации — это новая отрасль экономики, которая развивается как единое целое информационных и телекоммуникационных технологий [9, 96].

Инфобизнес — это часть информационной структуры, связывающей локальные сети предприятий, серверы, сто-ронние организации (банки), магазины, офисы, заказчиков и деловых партнеров в единое целое, что позволяет выполнять следующие операции бизнеса: устанавливать предприятию предварительные контакты с потенциальными партнерами, бизнес-клиентами, поставщиками, заказчиками; обмениваться электронными документами; осуществлять акт купли-продажи товара; проводить предпродажную рекламу; выполнять электронную оплату с использованием перевода денег; осуществлять доставку, отслеживая путь прохождения товара.

Инфобизнес — это продажа информации высоко профессиональными способами; организация профессиональной деятельности менеджеров, в структуру которой входят семинары (тренинги), инфопродукты (книга), коучинги и консалтинги.

Объектом продажи являются лингвокоммуникативные знания, выраженные в производстве продукции «инфотоваров» в различных форматах: цифровые (аудио-, видеофайлы), текстовые документы, физические (диски/книги), интерактивные (скрипты).

Деловая коммуникация в данной области занимает важное место в построении таких отношений между людьми, которые обеспечат максимальный результат в совместной и профессиональной деятельности. Обучение деловой коммуникации на иностранном языке способствует развитию специальных умений в реализации самостоятельной коммуникативной деятельности.

Деловое общение — это специально организованное общение в процессе обучения, основанное на методологических принципах коммуникативности, интеграции, аксиологизации, диалога культур, выполняющего функцию профессионального самоопределения студентов [10, 28].

Формирование лингвокоммуникативной компетентности осуществляется через внедрение специально моделируемых проблемных задач:

- ◆ иноязычные речевые умения письменной и устной деловой коммуникации: умение делать презентации профессионального и научно-практического характера, организовывать переговоры, оформлять деловую документацию;
- ◆ умение пользоваться словарно-справочной, теоретической, научно-практической, технической литературой и лингвокоммуникативным тезаурусом на иностранном языке;
- ◆ навыки ведения мозгового штурма и умение генерировать идеи на английском языке, тандем метода и метода блогов;
- ◆ умение сформулировать и представить идею на английском языке в убедительной и доказательной форме с соблюдением требований академического и научного письма, в соответствии с рабочей программой и усвоенными навыками «Gettree»-технологии.

Производственная практика студентов-менеджеров проводится на предприятиях и в организациях различных организационно-правовых форм, осуществляющих производственную, коммерческую деятельность, которая нацелена на закрепление теоретических основ экономики и управления производством в практических условиях деятельности предприятий.

Качественно новый результат обучения в рамках лингвокоммуникативной компетентности достигается при использовании авторских учебных пособий: «Формирование лингвокоммуникативной культуры общения в бизнесе», «Методологические аспекты высшего образования при обучении иностранному языку в сфере экономики и менеджмента», «Развитие профессиональной компетентности студентов в сфере инфобизнеса и инфокоммуникации», «Деловой английский через призму новейших технологий обучения» [11; 12; 13; 14].

На заключительном этапе практики студент должен обобщить материал, исследовать эффективность таких форм работы, как вебинары, онлайн-тренинги, коучинги, консалтинги; анализировать степень профессиональности партнеров по деловым проектам, проводящих мастер-классы в производственной деятельности; разработать пошаговую инструкцию по созданию рекомендаций внедрения форм инфобизнеса в профессиональную деятельность или мини-книги.

Студенту необходимо будет распространить инфопродукты между клиентами и работниками той отрасли, в которой проводилась практика, и сокурсниками



Рис. 3 Классификация проблемных ситуаций

того же факультета. Информация рассылается по блогам, форумам и сообществам этой темы, публикуется во всех соцсетях, что способствует набору клиентуры на промовебинар, главная задача которого — обеспечить первую продажу (это может быть и производственный товар какого-либо завода, фирмы.)

Вся практическая деятельность вначале происходит между обучающимися университета и отрабатывается на практических занятиях, что способствует успешному овладению навыками по английскому языку, профессиональными умениями в информационно-коммуникационных технологиях, которые дают дополнительные возможности при «вхождении в иноязычную среду», включаясь в глобальный диалог.

Для нашей исследовательской деятельности наибольший интерес представляют лингвокоммуникативные умения, в соответствии с которыми умения подразделяются на: межкультурные коммуникативные, речевые, профессионально-коммуникативные.

Когнитивно-коммуникативные, или информационные, умения представляют собой систему коммуникативных действий, основанных на знаниях деловых форм общения, позволяющих свободно ориентироваться и действовать в когнитивном пространстве. Когнитивно-коммуникативные умения преследуют такие цели, как [15]:

- ◆ восприятие информационного контента;
- ◆ синтез и моделирование собственного информационного контента;
- ◆ анализ информационного контента;
- ◆ передача собственной продуцируемой информации посредством коммуникативного взаимодействия;
- ◆ корректировка форм, методов и приемов делового общения в инфобизнес-практике.

Автором предлагается классификация проблемных ситуаций и их типы делового общения в учебном процессе университета (Рис. 3).

В логике нашего исследования мы полагаем, что инфобизнес как современная интерактивная среда, которая развивает возможности социального взаимодействия, формирует лингвокоммуникативную компетентность в условиях «Getree»-технологии, профессионализм в деловой иноязычной коммуникации и является оптимальной на современном этапе развития инновационной парадигмы образования.

Благодаря результатам практики выстраивается иерархия ценностей менеджера, которая включает разветвленную систему умений как потребностно-мотивационную сферу личности, формирующую ценностное отношение к профессионально важным умениям через осознание деловой, иноязычной коммуникации, которой необходимо владеть и управлять. Будущие бакалавры становятся творцами ценности для себя посредством активизации своей позиции в процессе овладения совокупностью умений.

Студенты-менеджеры реализуют гибкие стратегии деловой коммуникации за счет использования речевых и неречевых действий, регулируют эмоции, применяют нормы толерантного поведения, осуществляют адекватное поведение, принятое в деловых профессиональных культурах разных стран, развивая личный лингвокоммуникативный тезаурус, который после активной отработки в грамматических конструкциях, «Getree»-технологии устной и письменной коммуникации приобретает особую ценность.

Никифоров Г. С. утверждает, что от 50 до 90% рабочего времени менеджера приходится на коммуникацию, которая представляет собой взаимодействие людей со следующими целями:

- ◆ трансляция информации посредством коммуникативного взаимодействия, которая является необходимой и реализуемой в рамках должностных обязанностей служащего;
- ◆ информационное воздействие в коммуникации (вербально и невербальное), осуществляемое с целью управления поведением и реакцией людей, включая их качественное состояние и отношение к задачам, целям и иным особенностям функционирования организации;
- ◆ удовлетворение потребности человека в коммуникативном взаимодействии [16, 12].

Применяя технологию «Getree» в формировании лингвокоммуникативной компетентности, в составле-

нии профессионального словаря, в контроле за овладением лексического минимума, преподаватель в процессе обучения иностранному языку не только мотивирует учебную деятельность студентов, но и организует проектную деятельность.

Развиваются креативные, творческие и интеллектуальные способности обучающихся, так как в современном мире с огромным потоком информации эффективная технология «Getree» позволяет быстро и легко запоминать новые слова, выстраивая ассоциации с уже знакомыми словами, внедряя в практическую иноязычную деятельность инфобизнеса сформированную систему навыков, с конкретным комплексом знаний и профессиональных умений [17, 240].

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Современные способы активизации обучения: учебное пособие для студ. высш. учеб. заведений / Г. С. Панина, Л. Н. Вавилова; под ред. Г. С. Паниной. — М.: Издат. Центр «Академия», 2006. — 176 с.
2. Фадеева, М. Ю. Формирование лингвокоммуникативной компетентности студентов университета: автореф. дис. ... канд. пед. наук: 13.00.01 / М. Ю. Фадеева. — Оренбург, 2013. — 23 с.
3. Новый словарь методических терминов и понятий (теория и практика обучения языкам) / Э. Г. Азимов, А. Н. Щукин. — М.: Изд-во ИКАР, 2009.
4. Фадеева, М. Ю. Формирование лингвокоммуникативной компетентности студентов университета: автореф. дис. ... канд. пед. наук: 13.00.01 / М. Ю. Фадеева. — Оренбург, 2013. — 23 с.
5. Кирьякова, А. В. Технология фасилитации в компетентно-ориентированном образовании: учебно-методическое пособие / А. В. Кирьякова, Н. А. Каргапольцева, Т. А. Ольхова, И. В. Комарова. — Оренбург: НикОс, 2011. — 102 с.
6. Фадеева, М. Ю. Формирование лингвокоммуникативной компетентности студентов университета: дисс. ... канд. пед. наук / М. Ю. Фадеева. — Оренбург, 2013. — 298 с.
7. Парабеллум, А. Инфобизнес. Зарабатываем на продаже информации / А. Парабеллум, Н. Морчковский. — СПб.: Питер, 2013. — 256 с.
8. Алексеева, Л. Е. Личность и общение / Л. Е. Алексеева. — М.: Междунар. пед. академия, 1995. — 328 с.
9. Гальскова, Н. Д. Теория обучения иностранному языку / Н. Д. Гальскова, З. Н. Никитенко. — М.: АйрисПресс, 2004. — 423 с.
10. Иванова, С. Г. Компетентностный подход в обучении иностранному языку / С. Г. Иванова // ИЯШ. — 2014. — № 2.
11. Фадеева, М. Ю. Формирование лингвокоммуникативной культуры общения в бизнесе: учебное пособие / М. Ю. Фадеева. — Орск: Издательство ОГТИ (филиала) ОГУ, 2014. — 94 с.
12. Фадеева, М. Ю. Методологические аспекты высшего образования при обучении иностранному языку в сфере экономики и менеджмента: учебно-методическое пособие / М. Ю. Фадеева. — Орск: Издательство Орского гуманитарно-технологического института (филиала) ОГУ, 2016. — 109 с.
13. Фадеева, М. Ю. Развитие профессиональной компетентности студентов в сфере инфобизнеса и инфокоммуникации: учебно-методическое пособие / М. Ю. Фадеева. — Орск: Издательство Орского гуманитарно-технологического института (филиала) ОГУ, 2017. — 124 с. — ISBN978-5-8424-0857-3.
14. Фадеева, М. Ю. Деловой английский через призму новейших технологий обучения: практикум / М. Ю. Фадеева. — Орск: Издательство Орского гуманитарно-технологического института (филиала) ОГУ, 2018. — 103 с.
15. Крапивина, М. Ю. Обучение студентов университета иноязычно-профессионально-ориентированному общению: автореф. дис. ... канд. пед. наук: 13.00.01 / М. Ю. Крапивина. — Оренбург, 2008. — 22 с.
16. Психология менеджмента: учебник для вузов / под ред. Г. С. Никифорова. — 2-е изд., доп. и перераб. — СПб.: Питер, 2004. — 639 с.
17. Кирьякова, А. В. Аксиология образования. Ориентация личности в мире ценностей: монография / А. В. Кирьякова. — М.: Дом Науки, ИПК ОГУ, 2009. — 318 с.

© Фадеева Марина Юрьевна (marina-fadeeva-1978@mail.ru).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»