

Kolesnyk M. O.,

orcid.org/0000-0003-0775-4035

### DEVELOPING FUTURE TEACHERS' CAUSATIVE-SYSTEMIC WORLD OUTLOOK WITHIN THE MODEL OF SHAPING UNIVERSAL SCIENTIFIC WORLDVIEW

*The article addresses the issue of implementing causative-systemic approach towards shaping scientific world outlook that targets the development of future natural science teachers' universal scientific worldview. The article analyses recent concepts and discussions concerning the development of pedagogical universities' students' scientific world outlook. The paper addresses a number of fundamental notions comprising the nuclear segment of a person's worldview. The article discusses the notion of "natural causality" and draws its correlations to basic categories that shape one's worldview. The paper outlines basic patterns and principles (those of purpose, systemic integration, wholesomeness, variability, coherence, systemic organization, universal nature etc.), conditions of a "didactic resonance", shaping of "didactic attractors", and defines didactic contamination, didactic balance, didactic modeling as nuclear constituents of the suggested model of shaping teachers' universal scientific worldview. Special attention is paid to the natural-scientific component of the said worldview. The article discusses experimental data that reflect the results of implementing the suggested model and methodology at the university level. The results testify to the achieved impact upon the level and quality of natural science senior students' theoretical thinking.*

*Didactic notions and assumptions are generalized in image-symbolic and hierarchical systemic planes thus explicating causative fractal analogies of the worldview's notional components. Shaping the said notions is carried out in regard to the patterns suggested by the universal laws of nature. The article also employs the principle of synergy: the universal scientific worldview is modeled as a consequential construal resulting from interaction and mutual amplification of scientific-informational and methodological-conceptual planes.*

*Key words: didactic nucleus, worldview notions, universal scientific worldview, didactic conditions, causative-systemic approach.*

*Дата надходження статті: 20.01.2020 р.*

*Рецензент: доктор педагогічних наук, професор Проніков І. К.*

**УДК 378.091.3:81'24:811.114**

**DOI <https://doi.org/10.37915/pa.vi45.57>**

**Котловський А. М.\*,**

orcid.org/0000-0001-6320-0235

### КОМУНІКАТИВНІ СТРАТЕГІЇ ДЛЯ ЕФЕКТИВНОГО ПРЕДСТАВЛЕННЯ ПРЕЗЕНТАЦІЇ-ДОПОВІДІ МАЙБУТНІМИ ЕКОНОМІСТАМИ

*Стаття порушує питання наповнення змісту навчання іноземної мови професійного спілкування майбутніх економістів, а саме: включення основних ділових ситуацій професійного спілкування, особливостей дискурсу, комунікативних стратегій. У методиці викладання іноземних мов існують різні підходи до трактування комунікативних стратегій, набору їхніх складових. На основі аналізу праць дискурсознавців розуміємо комунікативну стратегію як модель спілкування з відповідними компонентами: мовленнєвий намір, зміст та обсяг інформації, мовленнєві засоби, тип мовлення, стиль, жанр мовлення. Ділова презентація – це професійно підготовлене монологічне висловлювання, яке має чітку структуру побудови, містить результати аналітичного дослідження (певної економічної проблеми), спрямоване на інформування, мотивування та переконання аудиторії у важливості поданої інформації, перевагах представленого предмета. Комунікативний намір презентації-*

\*© Котловський А. М.

доповіді – інформувати слухачів про стан бізнес-процесу. Виклад матеріалу, який дотримується послідовності: проблема – тема – тези – аргументи, використання спеціальних прийомів (цитата, риторичне запитання), фонологічних прийомів (зміна висоти тону, інтонації) викликає інтерес аудиторії, спонукає її до певної дії. Використання засобів міжфразового зв'язку забезпечують експліцитну зв'язність презентації, використання мовних засобів, які експліцитно чи імпліцитно містять прагматичну установку аргументації, забезпечують можливість регулювання поведінки слухачів. Мовленнєві кліше підвищують ситуативну заданість мовлення, його стійкість, стислість та виразність. Виявлено, що граматичні явища, лексичний запас, синтаксичні конструкції, прагматичні установки інформативних, спонукальних, аргументативних комунікативних стратегій забезпечують ефективність представлення презентації-повіді.

Ключові слова: комунікативні стратегії, презентація-повідь, прийоми, засоби, граматичні явища, лексичний запас, синтаксичні конструкції, прагматичні установки.

**Постановка проблеми.** Зміст навчання іноземної мови професійного спілкування майбутніх економістів передбачає формування в студентів комунікативної компетентності. Оволодіння англомовної комунікативної компетентності в діловому спілкуванні формує готовність студентів до реалізації професійних цілей. Навчальні програми з англійської мови для професійного спрямування включають мету, зміст навчання, визначають перелік необхідних для оволодіння вмінь, шляхи оцінювання навчальних досягнень, але залишають поза увагою окреслення основних ділових ситуацій професійного спілкування майбутніх економістів.

**Аналіз досліджень.** Аналіз останніх досліджень вітчизняних методистів свідчить про актуальність розроблення методик навчання професійно орієнтованого говоріння. Увага більшості дослідників зосереджена на навчанні іншомовного презентаційного мовлення. Н. Драб, Ю. Авсюкевич, Н. Лямзіна, А. Онуфрив, О. Метьолкіна досліджували презентаційні промови майбутніх економістів; Я. Дьячкова присвятила свою розвідку англомовному монологу-переконанню майбутніх юристів. Англомовне монологічне мовлення майбутніх лікарів-педіатрів досліджувала Х. Цимбровська, майбутніх фахівців туризму – О. Бабюк, майбутніх дизайнерів І. Корнеєва. Усі дослідження ретельно аналізують дискурс професійного спілкування, акцентуючи на необхідності виокремлення відповідних комунікативних стратегій.

**Мета статті** – обґрунтувати набір комунікативних стратегій, необхідних для представлення ефективного монологу-повіді.

Завдання дослідження: представити інтерпретацію поняття «комунікативна стратегія» в методиці викладання іноземних мов; охарактеризувати складові ділового спілкування фахівців економічних спеціальностей; обґрунтувати доцільність використання інформативних, спонукальних, аргументативних стратегій у презентації-повіді.

**Виклад основного матеріалу.** Аналіз наукових джерел з метою окреслення поняття «комунікативної стратегії» та її складових для використання в методичних дослідженнях професійного спілкування; опис комунікативних стратегій, необхідних для представлення презентації-повіді майбутніх економістів.

У методиці викладання іноземних мов інтерпретацію поняття «стратегії» представляють Загальноєвропейські Рекомендації з мовної освіти. Стратегію розглядають як: 1) організовану, цілеспрямовану та керовану лінію поведінки, обрану індивідом для виконання завдання; 2) мовленнєві засоби, які студент застосовує для мобілізації та балансу своїх ресурсів, активізації вмінь та навичок, для того, щоб задовольнити комунікативні потреби та успішно виконати визначене завдання [7, с. 10, 57].

У науковій літературі стратегії вивчення іноземної мови розділяють на навчальні, комунікативні, соціальні (Дж. Рубін) [21], метакогнітивні, когнітивні, соціальні/афективні

(О'Маллі, А. Шамо) [18], когнітивні, компенсаторні (У. Рампіллон) [20], навчальні, стратегії використання іноземної мови в різних видах мовленнєвої діяльності, комунікативні (І. Задорожна) [8, с. 96]. В основі класифікації стратегій вивчення іноземної мови лежить підхід, який пропонує Р. Оксфорд, а саме: виокремлення лише двох стратегій: прямих та непрямих стратегій. Прямі навчальні стратегії використовують для виконання мовних та мовленнєвих завдань і стосуються безпосередньо вивчення мовного матеріалу. Непрямі навчальні стратегії належать до загального управління процесом вивчення мов: планування, керування та оцінювання [19, с. 17].

Услід дослідженням вітчизняних дослідників [13, с. 445], комунікативну стратегію трактуємо, як лінію комунікативної поведінки студентів у ситуації спілкування для подолання труднощів, спричинених недостатністю рівня сформованості мовленнєвих компетентностей та недостатнього досвіду спілкування. Необхідно зауважити, що комунікативна взаємодія не обмежується лише подоланням труднощів. Комунікативні стратегії розглядають як спосіб організації мовленнєвої поведінки відповідно до намірів мовця [12]. Мовець ухвалює рішення стосовно вибору певних комунікативних дій та мовних засобів та враховує умови і учасників спілкування [9].

На основі аналізу праць Ф. Бацевича, Т. ван Дейк науковці Н. Микитенко, Н. Рожак, І. Семеряк трактують комунікативну стратегію як модель спілкування, що реалізується в комплексі правил і послідовності мовленнєвих дій, яких дотримується адресант [17, с. 49–54]. Вербальну комунікацію формують взаємопов'язані репліки співрозмовників. Адресант є автором повідомлення задля реалізації комунікативних інтенцій ним використовуються різноманітні стратегії презентації інформації, спонукальні стратегії, емоційно- та оцінно-діяльнісні стратегії, спрямовані на адресата [4, с. 52.]. Адресат сприймає повідомлення, інтерпретує його відповідно до своїх когнітивних стратегій та відповідно реагує, реалізуючи свою комунікативну інтенцію, дозволяючи адресантові реалізовувати кооперативні стратегії [там само].

Складовими стратегії мовленнєвого спілкування, які формують ментальний контекст комуніканта, є мовленнєвий намір, смисл та обсяг інформації, мовленнєві засоби, тип мовлення, стиль, жанр мовлення.

Обмін вербальними і невербальними діями професійного та ділового характеру відбувається між діловими партнерами (економістами) в межах ситуації ділового спілкування. У ході аналізу, проведеного О. Биконєю [2, с. 80–81], А. Колесніковим [10, с. 39–40], було встановлено, що фахівці економічних спеціальностей виконують такі соціальні та комунікативні ролі: спеціаліст-спеціаліст, ділові партнери, начальник-підлеглий, спеціаліст – клієнт; спілкуються всередині компанії та за межами із діловими партнерами, постачальниками; використовують такі форми спілкування: ділова бесіда, дискусія, дебати, звіт, доповідь, презентація. Ф. Бацевич наголошує, що використання стратегій варіюється залежно від середовища, ситуації, ролі, статусу, інтенції мети, фонових знань [4].

Сучасна навчально-методичні дослідження трактують презентацію як професійно підготовлене монологічне висловлювання, яке має чітку структуру побудови, містить результати аналітичного дослідження (певної економічної проблеми), спрямоване на інформування, мотивування та переконання аудиторії у важливості поданої інформації, перевагах представленого предмета [3, с. 58; 8, с. 209–210; 14, с. 51; 15, с. 80]. Згідно з Ю. Авсюкевич, ділова презентація (презентація-доповідь) – це презентація фірми, корпорації, презентація продукту, послуги, проекту, презентація результатів роботи, презентація бізнес-плану та самопрезентація [1, с. 59].

Залежно від професійно спрямованої комунікативної діяльності, Н. Драб виокремлює презентацію-доповідь і презентацію-рекламу. Різниця між ними полягає в комунікативному намірі: інформувати слухачів про стан бізнес-процесу є презентацією-повіддю; мотивувати й переконувати слухачів про корисність бізнес-продукту – презентацією-рекламою [5].

У презентації виокремлюють три основні частини: вступ, основна частина, завершення. Усна презентація-доповідь передбачає підготовлену, публічну, професійно спрямовану індивідуальну промову, яка ґрунтується на результатах узагальнення фактичної бізнес-інформації [11, с. 47]. Презентація-доповідь характеризується діловим презентаційним дискурсом, який передбачає використання учасниками комунікації мовленнєвих та мовних засобів з метою інформування, спонукання, аргументації тощо.

Інформативні комунікативні стратегії є сукупністю мовленнєвих дій, спрямованих на повідомлення чи отримання певної інформації, що здійснюють прямий або прихований вплив на вербальну й невербальну поведінку співрозмовника. Група інформативних стратегій включає стратегії: повідомлення, інформування, запит інформації, опис, розповідь, нагадування, уточнення та ін. [17, с. 49–54].

Побудова презентації передбачає системну організацію матеріалу. Виклад матеріалу, подачу інформації необхідно здійснювати в такій послідовності: проблема – тема – тези – аргументи [15, с. 55]. Матеріал розподіляють так, щоб інтерес аудиторії зростав. Переважання в текстах презентацій активного стану англійського дієслова, перехідних дієслів і часові форми групи *Simple та Continuous*, послідовність простих розповідних речень, домінування складносурядного зв'язку знижують стрімкість сценарію презентації [2, с. 116]. Це усуває труднощі сприймання почутого та сприяє кращому розумінню теми, тез та аргументів презентації. Засоби міжфразового зв'язку забезпечують експліцитну зв'язність презентації (*Respectively, In this way, since*) та полегшують розуміння викладу послідовності, причинно-наслідкових зв'язків (*Consequently, therefore*), порівняння фактів та явищ тощо.

Спонукальні стратегії включають стратегії спонукання співбесідника до участі в процесі спілкування; спонукання до спільних дій, переконування, запевнення, обіцянки, умовляння, примусу, вимагання, аргументації, прохання, скарги тощо.

Метою вступної частини презентації є встановлення комунікації (звертання, вітання, привертання уваги тощо), а також сподівання на позитивне спілкування [там само, с. 115]. За допомогою спеціальних прийомів (цитата, риторичне запитання), фонологічних прийомів (зміна висоти тону, інтонації) презентатор впливає на слухачів, установлюючи безпосередній контакт з аудиторією та закликаючи її до певної дії.

Використання особових та присвійних займенників персоніфікують та активізують ділове спілкування; використання прикметників вищого і найвищого ступенів створює більш ефективний вплив на аудиторію. Використання спонукальних конструкцій (*Let's get down to business; Right let's begin*), які містять волю мовця, прохання або блага, забезпечує активний контакт з аудиторією; використання конструкцій вдячності (*I'm happy that so many of you could make it today*) допомагають завоювати прихильність аудиторії.

Аргументативні стратегії трактують як мовленнєвий вплив на адресата з метою регулювання, стимулювання, заохочення його до виконання певних дій [16, с. 171]. Аргументація в процесі іншомовного спілкування вимагає від мовця сформованості таких умінь: чітко сформулювати тезу, не допускаючи двозначності, чітко викласти думки, навести докази та факти на підтримку аргументації [6, с. 49].

Ефективний характер професійно орієнтованого мовлення, яке притаманне презентації, досягається за допомогою використання мовних засобів, які експліцитно чи імпліцитно містять прагматичну установку аргументації. Серед граматичних явищ особливого значення набуває вживання модальних дієслів, конкретних іменників, прислівників, що служать сполучними елементами (*firstly, secondly, finally*), інфінітивних конструкцій (*he was the first to introduce*), складнопідрядних речень. Уживанням оцінної лексики, антонімів, синонімів, метафори, порівняння досягається переконливість слухача, виразність й емоційність висловлювання [11, с. 59]. Використання метафор в аргументативних стратегіях сприяє встановленню апеляції до емоцій та почуттів. Необхідно зауважити, що в презентаціях-доповідях доцільно використовувати

аргументативні стратегії, які спрямовані на регулювання поведінки слухачів, виклик емоційної реакції, який є однією із тактик маніпулятивних стратегій, застосовують у презентаціях-рекламах.

Особливої уваги заслуговують використання мовленнєвих кліше, які підвищують ситуативну заданість мовлення, його стійкість, стислість та виразність (*I'm absolutely convinced that...; In my view ...; Last but not least; Taking everything into account*) [11, с. 57]. Мовленнєві кліше в аргументативному дискурсі особливо підкреслюють очевидність певних фактів (*It's quite clear that ...; It's quite obvious that...*). Посилання на авторитет, згадування відомих людей, використання статистики допомагає переконати співбесідника.

**Висновки.** Роль та інтенція презентатора, середовище та ситуація, у яких відбувається ділова презентація-доповідь, передбачають вибір набір певних комунікативних стратегій. Граматичні явища, лексичний запас, синтаксичні конструкції, прагматичні установки інформативних, спонукальних, аргументативних комунікативних стратегій забезпечують ефективність представлення презентації-доповіді. За допомогою вказаних комунікативних стратегій презентатор досягає інтенції, які зумовлені завданнями вказаних у діловій-презентації. Оволодіння зазначеними комунікативними стратегіями гарантує повноцінне інформування, установлення комунікації, здійснення впливу на аудиторію.

Аналіз комунікативних стратегій, які є характерними для інших видів професійного спілкування майбутніх економістів, складає перспективу наших подальших наукових розвідок.

#### Список використаних джерел:

1. Авсюкевич Ю. С. Методика навчання презентації англійською мовою студентів економічних спеціальностей: дис. .... канд. пед. наук: 13.00.02. Запоріжжя, 2009. 303 с.
2. Биконя О. П. Організація самостійної поза аудиторної роботи з англійської мови студентів економічних спеціальностей: монографія. Чернівці : ЧНТУ, 2015. 432 с.
3. Баб'юк О. В. Формування професійно орієнтованої англомовної компетентності в монологічному мовленні майбутніх фахівців сфери туризму: дис. .... канд. пед. наук: 13.00.02. Тернопіль, 2019. 274 с.
4. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики: підручник. К.: Видавничий центр «Академія», 2004. 344 с.
5. Драб Н. Л. Навчання майбутніх економістів іншомовного професійно спрямованого монологічного мовлення (монологу-презентації німецькою мовою): дис. .... канд. пед. наук: 13.00.02. Київ, 2005. 238 с.
6. Дьячкова Я. О. Формування професійно спрямованої англомовної компетентності в говорінні у майбутніх правознавців: дис.... канд. пед. наук: 13.00.02. Київ, 2015. 220 с.
7. Загальноєвропейські Рекомендації з мовної освіти: вивчення, викладання, оцінювання/ наук. ред. укр. вид-ня С. Ю. Ніколаєва. К.: Ленвіт, 2003. 273 с.
8. Задорожна І. П. Теоретико-методичні засади організації самостійної роботи майбутніх учителів з оволодіння англомовною комунікативною компетенцією: дис. ... д-ра пед. наук: 13.00.02. Київ, 2012. 770 с.
9. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Омск: Изд-во Омск. гос. ун-та, 1999. 284 с.
10. Колесников А. А. Профориентационное обучение иностранному языку в старшей профильной школе в условиях взаимодействия формального, неформального, образования. *Теория и практика обучения иностранным языкам: традиции и инновации*: сб. междунар. научн.-практ. конф. памяти академика РАО И. Л. Бим. М.: Тезаурус, 2013. С. 35–45.
11. Корнеева І. О. Формування професійно орієнтованої англомовної компетентності в монологічному мовленні майбутніх дизайнерів: дис. ... канд. пед. наук: 13.00.02. Київ, 2019. 321 с.
12. Макаров М. Л. Основы теории дискурса. Москва : ИТДГК «Гнозис», 2003. 280 с.

13. Методика навчання іноземних мов і культур: теорія і практика: підручник для студентів класичних, педагогічних і лінгвістичних університетів / О. Б. Бігич, Н. Ф. Бориско, Г. Е. Борецька та ін. / за заг. ред. С. Ю. Ніколаєвої. Київ : Ленвіт, 2013. 590 с.
14. Онуфрив А. Р. Формування англомовної компетентності майбутніх маркетологів у професійно орієнтованому усному спілкуванні: дис. канд. пед. наук: 13.00.02. Тернопіль, 2017. 239 с.
15. Попова О. Ю. Методика обучения иноязычным презентационным умениям студентов неязыковых вузов (на материале английского языка): дис. ... канд. пед. наук: 13.00.02. Волгоград, 2005. 199 с.
16. Шелестюк Е. В. Текстовые категории аргументативности, суггестивности и императивности как отражение способов речевого воздействия. *Вестник Челябинского государственного университета. Серия «Филология. Искусствоведение»*. 2008. Вып. 26. № 30 (131). С. 170–175.
17. Mykytenko N., Rozhak N., Semeriak I. Teaching Communication Strategies to the Computer Programming Students. *Advanced Education*. Issue 12, 2019. Pp. 49–54.
18. O'Malley J. M. *Learning Strategies in Second Language Acquisition*. Cambridge: University Press, 1990. 265 p.
19. Oxford R. L. *Language Learning strategies: What every teacher should know*. Boston: Heinle and Heinle, 1990. 343 p.
20. Rampillon U. *Aufgabentypologie zum autonomen Lernen. Deutsch als Fremdsprachen*. München: Max Hueber Verlag, 2000. 136 s.
21. Rubin J. *The contribution of Video to the Development of competence in listening A guide for the Teaching of Second language Listening*. San Diego: Dominie Press, 1995. Pp. 151–165.

#### References:

1. Avsukevych, Yu. S. (2009). *Metodyka navchanya prezentatsii angliiskoiu movoiu studentiv ekonomichnykh spetsialnostei* [The Methods of Teaching Presentation in English to students of Economics]. (Candidate's thesis). Zapotizhia [in Ukrainian].
2. Bykonya, O. P. (2015). *Organisatsiia samostiinoi pozaudytornoi roboty z angliiskoi movy studentiv ekonomichnykh spetsialnostei* [Organization of Economic Speciality Students' Independent Extracurricular Self-Study Work in English]. Chernigiv: ChNTU [in Ukrainian].
3. Babiuk, O. V. (2019). *Formuvannia profesiino orientovanoi anglomovnoi kompetentnosti v monologichnomu movleni maibutnikh fakhivtsiv sfery turizmu* [Development of Professional English Competence in Spoken Production of Prospective Specialists in the Field of Tourism]. (Candidate's thesis). Ternopil National Pedagogical University. Ternopil [in Ukrainian].
4. Batsevych, F. S. (2004). *Osnovy komunikatyvnoi linguistyky* [The Basics of communicative linguistics]. Kyiv: Akademia [in Ukrainian].
5. Drab, N. L. (2005). *Navchannia maibutnikh ekonomistiv inshomovnoho profesiino spriamovanogo monologichnogo movlenia (monologue-prezentatsii nimetskoiu movoiu)* [Teaching of professionally oriented spoken production to prospective economists (presentation in German)]. (Candidate's thesis). Kyiv [in Ukrainian].
6. Diachkova, Ya. O. (2015) *Formuvannia profesiino spriamovanoi anglomovnoi kompetentnosti v hovorini u maibutnikh pravoznavtsiv* [Future lawyers' professionally oriented English speaking competence development]. (Candidate's thesis). Kyiv National Linguistic University. Kyiv [in Ukrainian].
7. Issers, O. S. (1999). *Kommunikativnye strategii i taktiki russkoi rechi* [Communicative Strategies and Tactics in Russian Speech]. Omsk [in Russian].
8. Kolesnikov, A. A. (2013). *Proforientatsionnoe obuchenie inostrannomu yazyku v starshei profilnoi shkole v usloviakh vzaimodeistvia formalnogo, neformalnogo obrazovaniia* [Professionally oriented teaching of foreign language in senior specialized school in the conditions of formal and informal Education], *Teoria i praktika obuchenia inostranym yazikam: traditsii i inovatsii*, sbornik mezhdunar. Nauchn-prakt. konf. pamiati akademika I. Bim [Theory and Practice of Teaching Foreign Languages: Traditions and Innovations, Collection of international Scientific and Practical Conference in memory of the cademician I. Bim]. Moscow: Thesaurus [in Russian].
9. Korneeva, I. O. (2019). *Formuvannia profesiino orientovanoi anglomovnoi kompetentnosti v monologichnomu movlenii maibutnikh dysaineriv* [Building Professionally Oriented English Competence in Prospective Designers' Spoken Production]. (Candidate's thesis). Kyiv National Linguistic University. Kyiv [in Ukrainian].

10. Makarov, M. L. (2003). *Osnovy teorii diskursa* [The basics of Discourse Theory]. Moscow: Gnozis [in Russian].
11. Mykytenko, N., Rozhak, N., & Semeriak, I. (2019). Teaching Communication Strategies to the Computer Programming Students. *Advanced Education*, 12, 49-54 [in English].
12. Nikolaeva, S. Yu., Bihych, O. B., Borysko, N. F. & Boretska, H. E. (2013). *Metofyka navchania inozemnykh mov i kultur: teoria i praktika* [Teaching methods of foreign languages and cultures: theory and practice]. Kyiv: Lenvit [in Ukrainian].
13. Onufriv, A. R. (2017). *Formuvania anglo-movnoi kompetentnosti maibutnikh marketologiv u profesiino orientovanomu ycnomu spilkuvani* [Building English competence in professionally oriented oral communication of prospective marketers]. (Candidate's thesis). Kyiv National University. Kyiv [in Ukrainian].
14. O'Malley, J. M. (1990). *Learning Strategies in Second Language Acquisition*. Cambridge: University Press [in English].
15. Oxford, R. L. (1990). *Language Learning strategies: What every teacher should know*. Boston: Heinle and Heinle [in English].
16. Popova, O. Yu. (2005). *Metodika obuchenia inoyazychnym prezentatsionym umeniaym studentov neyazykovym vyzov (na materiale angliiskogo yazyka)* [Teaching methods of foreign language presentation skills to students of non-linguistic institutions (based on English)]. (Candidate's thesis). Volgograd [in Russian].
17. Rampillon, U. (2000). *Aufgabentypologie zum autonomen Lernen. Deutsch als Fremdsprachen*. München: Max Hueber Verlag [in German].
18. Rubin, J. (1995). *The contribution of video to the development of competence in listening. A guide for the teaching of second language listening*. San Diego: Dominic Press [in English].
19. Shelestuik, E. V. (2008). Tekstovie kategorii argumentativnosti, sugestivnosti i imperativnosti kak otrazhenie sposobov rechevogo vozdeistvia [Text Categories of Argumentation, Suggestion and Imperative as Reflection of Speech Interaction]. *Filologia. Iskusstvovedenie, Vestnik Cheliabinskogo gosudarstvennogo universiteta*, 30 (131), 170–175 [in Russian].
20. Nikolayeva, S. (Ed.). (2003). *Zahalnoyevropeyski Rekomendatsiyi z movnoyi osvity: vyvchennya, vykladannya, otsinyuvannya* [Common European Framework of Reference for Languages: Learning, teaching, assessment (CEFR)]. Kyiv: Lenvit [in Ukrainian].
21. Zadorozhna, I. P. (2012). *Teoretiko-metodychni zasady organisatsii samostiinoi roboty maibutnikh uchiteliv z osvobodinnia anglo-movnoiu komynikatyvnoiu kompetentsieiu* [Theoretical and Methodological Foundations of Future Teachers' Self-Study Work Organization on Acquiring Communicative Competence in English]. (Doctor's thesis). Ternopil National Pedagogical University. Ternopil [in Ukrainian].

**Kotlovskiy A. M.,**

*orcid.org/0000-0001-6320-0235*

### **COMMUNICATIVE STRATEGIES FOR EFFECTIVE PROSPECTIVE ECONOMISTS' PRODUCTION OF PRESENTATION-REPORT**

*The article tackles the issue of the content of teaching professional communication in foreign language to prospective economists, namely incorporation of main business situations of professional communication, peculiarities of discourse, and communicative strategies into the syllabus. In teaching methods of foreign languages there are different approaches to the interpretation of communicative strategies, set of their components. Based on the analysis of scientists' works we understand a communicative strategy as a model of communication with appropriate components: speech purpose, content and volume of information, speech tools, type of speech, style and genre. Business presentation is a prepared professional monological production that has a clear structure, contains the findings of analytical research (of certain economic problem), aimed to inform, motivate and convince the audience in the importance of the given information, advantages of the presented topic. The communicative purpose of presentation-report is to inform about the situation of business activity. The presentation of material which follows the sequence: problem-topic-statements-arguments, usage of special tools (citations, rhetorical questions), phonological tools (change of pitch, intonation) arouse audience's interest, induce them to do something. The usage of connectors provides explicit coherence of presentation, usage of language tools, which explicitly or implicitly have pragmatic setting*

of argumentation, gives an opportunity to regulate their behavior. Conversational formulas increase situation-related speech, its stability, conciseness and expressiveness. It has been found out that grammatical phenomena, lexical stock, syntactic structures, pragmatic settings of informative, stimulating, and argumentative strategies ensure the effectiveness of presentation-report's production.

*Key words:* communicative strategies, presentation-report, tools, grammatical phenomena, lexical stock, syntactic structures, pragmatic settings.

Дата надходження статті: 17.01.2020 р.

Рецензент: доктор педагогічних наук, професор Микитенко Н. О.

УДК 37.018.46

DOI <https://doi.org/10.37915/pa.vi45.90>

Марецька Л. П.;

[orcid.org/0000-0001-6065-4696](https://orcid.org/0000-0001-6065-4696)

### АКТУАЛІЗАЦІЯ ПРОБЛЕМИ МОВЛЕННЕВОЇ КУЛЬТУРИ ВЧИТЕЛЯ СУЧАСНОГО ЗАКЛАДУ ОСВІТИ

У статті порушено актуальну на сьогодні проблему розвитку мовленнєвої культури вчителів сучасного закладу освіти. Переконливо доведено, що освітянам насамперед має бути властивим високий рівень мовленнєвої культури, що це має бути їхнім професійним обов'язком, оскільки саме вчитель має слугувати мовленнєвим взірцем для учнівської молоді.

Наведено у статті погляди видатних представників української науки, культури (І. Огієнко, В. Сухомлинський, О. Біляев, О. Пономарів, М. Пендилюк та ін.) на важливість високої культури мовлення вчителя та його визначальну роль у формуванні мовної особистості в учнівської молоді.

Авторка наводить низку ознак, які характеризують взірцеве мовлення загалом, і педагога зокрема, якщо той дбає про свій професійний розвиток. Наголошено, що мовній особистості педагога має бути властиве відповідальне ставлення до мови, мовлення, до конкретного слова; уміння чути й аналізувати власне та чуже мовлення; здатність до вдосконалення власного мовлення упродовж усього життя як свідомо потреба; наявність активної громадянської позиції щодо вироблення мовної стійкості тощо.

Зокрема, у статті схематично окреслено ті типові недоліки в мовленні вчителя сучасної школи, на які конче необхідно звертати увагу вже зараз, викорінювати негативну тенденцію до масового нівелювання норм сучасної літературної мови, відверте нехтування ними у професійній діяльності. Це неправильна вимова (зокрема, шиплячих звуків та африкатів дз, дж; дзвінких звуків у кінці слова); порушення у вживанні звертань (ігнорування кличного відмінка); безособових дієслівних форм на -но, -то; сполучення приголосних -ться, -шся); нехтування правилами милозвучності; поверхневе ознайомлення з новою редакцією Українського правопису; неправильне наголошування слів; уживання суржику та надмірне захоплення мовними запозиченнями тощо.

Запропоновано шляхи підвищення рівня культури мовлення вчителя в умовах післядипломної освіти.

Ключові слова: культура мовлення, мовна особистість, учитель, норма літературної мови, професійне мовлення, ознаки зразкового мовлення, самовдосконалення.

**Постановка проблеми.** На жаль, на сьогодні стверджувати, що зі студентської лави до школи приходить особистість, яка вже має високий рівень мовленнєвої культури, немає підстав. І хоча не одне десятиліття відбувається «невидима війна»

\*© Марецька Л. П.