

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД «КИЇВСЬКИЙ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені ВАДИМА ГЕТЬМАНА»**



*До 110-річчя КНЕУ
До 25-річчя факультету МЕіМ*

**СТРАТЕГІЇ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ
В МОВНІЙ ОСВІТІ СУЧАСНОГО ВНЗ**

**Збірник матеріалів
III-ї Міжнародної
науково-практичної конференції**

**21 березня 2017 р.
КИЇВ**

УДК 37.013.43:81:378.4
ББК 74.484.4я431
С 83

*Рекомендовано до друку науково-методичною радою ДВНЗ «Київський національний університет імені Вадима Гетьмана»
Протокол № 8 від 11 травня 2017 р.*

Стратегії міжкультурної комунікації в мовній освіті сучасного ВНЗ [Електронний ресурс]: зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ (21 березня 2017 р.). — К.: КНЕУ, 2017. — 415 с.

У збірнику представлені матеріали презентаційних доповідей учасників Міжнародної науково-практичної конференції, у яких значну увагу приділено лінгвістичному компоненту міжкультурних комунікацій, дотриманню європейських стандартів у мовній підготовці фахівців нового покоління, що передбачає широке застосування інформаційно-комунікаційних технологій та усвідомлення міждисциплінарної важливості іншомовних комунікативних компетенцій у програмі інноваційного розвитку дослідницького університету.

The collection of the articles highlights theoretical and practical issues in the sphere of intercultural communications and outlines modern transformational trends within national language teaching strategies. Special emphasis is put on the research dealing with linguistic modelling of intercultural communication in modern globalized world where the academic process is viewed as a multi-dimensional entity, which embraces scientific and educational, cultural and business aspects organised around the linguistic dimension.

Редакційна колегія

І.А. Колеснікова — д.філол.н., проф. (голова); М.М. Гавриш — к.філол.н., доц. (відповідальний редактор); Irina Gvelesiani, PhD, Tbilisi State University (Georgia); І.А. Синиця — д.філол.н., ст.наук.співроб.; Ю.М. Друзь — к.пед.н., доц.; А.В. Капуш — к.філол.н., доц.; Л.С. Козловська — к.філол.н., доц.; А. Новацький — к.філол.н. (Польща); О.В. Капустіна — к.пед.н., доц.; Л.О. Случайна — к.політ.н., доц.; Г.М. Сюта — к.філол.н., ст.наук.співроб.; О.Л. Шевченко — к.філол.н., доц., Е.І. Щукіна — к.пед.н., доц.

Технічний супровід

А. Заінчуковська, І. Фещук, М. Алейнікова.

*Адреса редакційної колегії: 03680, м. Київ, проспект Перемоги, 54/1,
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана», тел. 371-61-74*

Загальну редакцію здійснено із збереженням авторського стилю

*Адреса редакційної колегії: 03680, м. Київ, проспект Перемоги, 54/1,
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана», тел. 371-61-74*

Зміст

ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРИКЛАДНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

<i>Бордюк Л.В.</i>	Англомовна наукова комунікація в університетській освіті України	8
<i>Беценко Т.П.</i>	Дослідження мови і стилю народного героїчного епосу (з історії питання)	11
<i>Василенко І.О.</i>	Практичні кроки в об'єднанні культурних систем у процесі міжкультурної комунікації	16
<i>Воробйова Ж.Ю.</i>	Практика реформування системи професійної освіти в Україні в контексті освітніх реформ в індустріальних країнах Європи та США	20
<i>Гавриш М.М.</i>	Лінгвокультурологічні знання як один з чинників міжкультурного порозуміння	25
<i>Заєць В.Г.</i>	Дериваційні процеси в медійному тексті	30
<i>Gvelesiani I.</i>	Some Strategies of Multilingual Education	35
<i>Іщук М., Ясінів М.</i>	Контрастивний аналіз символічних значень релігійних реалій та слів, які містять релігійний символізм, в англійській та українській мовах	39
<i>Кануш А.В.</i>	Вплив глобальної мови і культури на національні мови (на прикладі німецької мови)	44
<i>Karimova Z.R.</i>	Psychological and linguistic factors which determine the process of teaching vocabulary	48
<i>Кур'ячук І.</i>	Філософські співвідношення «історія-мить» та «мить-історія» в ключі онтології у вірші Михайла Ореста «Камінь»	52
<i>Колеснікова І.А.</i>	Лінгворекламистика та іq сучасної реклами	53
<i>Korol O.Y.</i>	Intercultural competence training	56
<i>Лавриненко Т.П.</i>	Академічна грамотність як засіб формування міжкультурної комунікації	60
<i>Микал Т.А.</i>	Актуалізація християнських цінностей в етико-економічній проблематиці щодо міжкультурної комунікації	65
<i>Постригань А.В.</i>	Мова як інструмент міжкультурної комунікації для формування особистості	69
<i>Решетуха Т.В.</i>	Становлення видавничої справи на тернопіллі в кінці ХІХ — на початку ХХ століття в умовах австро-угорської імперії	74
<i>Shirmova T.E.</i>	Problems of intercultural communication and their causes	79
<i>Синиця І.А.</i>	Про один з методів лінгвокультурологічного вивчення української мови іноземними студентами	84

<i>Терещенко С.І.</i>	Стратегії самопрезентації інтернетних спільнот	88
<i>Товстенко В.Р.</i>	Просторіччя як перешкода на шляху до ефективної міжкультурної комунікації	92
<i>Червінська Л.М.</i>	Когнітивно-комунікативний метод в умовах глобалізованої мовної освіти	99
<i>Шевченко О.Л.</i>	Прагматична варіативність мовних одиниць у сучасній англійській мові	104
<i>Ярошевич І.А.</i>	Термінологічна діяльність українських граматистів другої пол. ХІХ — поч. ХХ ст. (на матеріалі термінів у системі дієслова)	109
МОВНЕ МОДЕЛЮВАННЯ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ		
<i>Arustamyan Ya.Yu.</i>	The peculiarities of teaching grammar within the intercultural communication context	115
<i>Артеменко А.І.</i>	Комунікативний лідер в міжнародній комунікації	118
<i>Баклаженко Ю.В.</i>	Жанрові особливості англійської інструкції у контексті навчання іноземних мов	122
<i>Безкоровайна Н.О., Леценко Л.П., Шамхалова Н.А.</i>	Концептуальні напрямки кроскультурних досліджень	126
<i>Бобрівник С.Л., Теплюк І.А., Гайдученко С.В.</i>	Використання практичних креативних технік перекладу англійської економічної літератури	130
<i>Borowska A.</i>	Is there any dominant culture in global aeronautical settings?	137
<i>Драб Н.Л., Костюк Т.О.</i>	Специфіка усної ділової презентації на уроках англійської мови як інструменту закріплення знань у студентів ВНЗ України	144
<i>Завідонова Н.І.</i>	Вдосконалення навичок академічної писемності, як запорука успіху студентів в майбутній професійній діяльності	148
<i>Капустіна О.В., Фесенко І.Л.</i>	Проблеми перекладу титульних назв	154
<i>Лепська К.О.</i>	Мовні форми гендерних стереотипів українців у моделі міжкультурної комунікації	158
<i>Лобецька І.М., Драб Н.Л.</i>	Особливості вживання евфемізмів в англійській та українській мовах	163
<i>Мельник Г.М.</i>	Модель побудови третьої культури як приклад реалізації сучасних тенденцій формування міжкультурної компетентності майбутніх фахівців у галузі міжнародної економіки та бізнесу.	167
<i>Нежсва О.М.</i>	Міжкультурна комунікація як один із кроків успішної професійної діяльності	173
<i>Orobinska M.V.</i>	Creation of artificial language surrounding	176

<i>Печенікова Л.М.</i>	Соціолінгвістичний аспект міжкультурної комунікації	179
<i>Сініцина Н.М., Капустіна О.В.</i>	Роль фразеологізмів у сучасному діловому дискурсі	182
<i>Томіліна Ю.М.</i>	Моделювання завдань з англійської мови засобами інформаційних технологій	187
<i>Чезганов С.А.</i>	Лінгвокультурні компетенції як актуальна складова у моделі професійної підготовки іноземних студентів-економістів	192
<i>Черемська О.С.</i>	Застосування функціонально-комунікативного підходу до навчання української мови як іноземної у новому підручнику для польських студентів-україністів	194
<i>Чуркіна О.В.</i>	Cross-Cultural Approach in Modern Foreign Language Education	199
ТРАНСФОРМАЦІЯ НАЦІОНАЛЬНИХ ПЕДАГОГІЧНИХ СТРАТЕГІЙ МОВНОЇ ПІДГОТОВКИ В ТРАЄКТОРІЇ ПРОФЕСІЙНОЇ ОСВІТИ		
<i>Андрійко І.Ф., Андрійко В.І.</i>	Формування міжкультурної компетенції в письмі у студентів-початківців економічного ВНЗ	205
<i>Бедько І.В.</i>	Міжкультурна компетенція як необхідна умова розвитку інноваційних процесів у навчанні української мови як іноземної	210
<i>Дмитренко О.П.</i>	Моделі комунікативних процесів на базі німецької мови	216
<i>Деяк М.Ю.</i>	Шляхи та методи запровадження інноваційних технологій навчання студентів-економістів фахової англійської мови у контексті підвищення конкурентоспроможності українських фахівців	225
<i>Дьолог О.С.</i>	Особистісно-орієнтований підхід до навчання української мови як іноземної у межах нових навчальних технологій	231
<i>Гавриш О.О.</i>	Методи дослідження мовних контактів	236
<i>Касьянова Л.С., Овчіннікова О.І.</i>	«SMALL TALK» як складова професійної іншомовної підготовки студентів економічних спеціальностей	240
<i>Кондрук І.В.</i>	Формування мотивації студентів в умовах інформаційного суспільства	245
<i>Копил Г.О.</i>	Діалогічне мовлення у процесі формування інтеркультурологічної компетенції майбутніх фахівців із міжнародної економіки	248
<i>Корнева З.М.</i>	Принцип урахування різних варіантів англійської мови у навчанні студентів технічних ВНЗ	255
<i>Кривич Н.Ф.</i>	Прийоми інтерактивних технологій як засіб формування командної взаємодії в групі	261
<i>Лагодинський О.С.</i>	Компоненти індивідуального стилю вивчення іноземної мови студентів ВНЗ	263
<i>Маркова О.В., Шматок Т.Г.</i>	Методи навчання дивергентного мислення як один із альтернативних підходів до розв'язання проблем при вивченні іноземної мови у сучасному економічному ВНЗ	269

<i>Місник Н., Палій М.</i>	Нові навчальні матеріали як результат міжкультурної взаємодії в розробці методик мовної підготовки.	275
<i>Nozhovnik O., Grytsiak L., Sabat O.</i>	Three activities aimed to develop students interculturality when teaching a foreign language	281
<i>Прокопчук Л.В.</i>	Відбір навчальних стратегій: технологія моделювання ситуацій для розвитку міжкультурної комунікативної компетенції	286
<i>Приходько Н.Г.</i>	Мотиваційна складова навчання іноземної мови	292
<i>Rys W., Nastenka S.</i>	E-Learning als Herausforderung für den Modernen Sprachunterricht am Beispiel Österreichs	297
<i>Сапожникова О.М.</i>	Технологія вітагенного навчання як інструмент мовної підготовки студентів	304
<i>Сажко Л.А, Слободзян Р.Д.</i>	Професійно орієнтоване навчання іноземних мов майбутніх економістів у старшій профільній та вищій школі	308
<i>Семеняко І.М.</i>	Інтернет-технології як засіб оптимізації процесу навчання іноземних мов у вищих військових навчальних закладах	313
<i>Слободзян Р.Д.</i>	Теоретичні засади формування міжкультурної компетентності у майбутніх економістів	317
<i>Случайна Л.О.</i>	Педагогічні технології оцінювання міжкультурної компетентності	320
<i>Szafernakier-Świrko A.</i>	Precedensowość w języku jako problem glottodydaktyczny (na materiale polskich antropimów precedensowych)	325
<i>Ходакевич О.Г.</i>	Роль іноземної мови в контексті сучасних вимог щодо професійної підготовки фахівців	329
<i>Шпильківська Л.С.</i>	Підвищення рівня міжкультурної комунікації підростаючого покоління	332
<i>Юган Н.Л.</i>	Лінгвокультурологічний підхід в курсі російської мови як іноземної під час навчання студентів-медиків	337
МАТЕРІАЛИ СТУДЕНТСЬКОЇ ВІДЕОКОНФЕРЕНЦІЇ		
<i>Пертія Д.</i>	Культурні цінності і їх місце в міжкультурній комунікації	343
<i>Ткаченко Д.</i>	Формування ефективної міжкультурної комунікації з бізнес-партнерами інших країн	346
<i>Узварик І.А.</i>	Медійний дискурс як результат супротиву чи міксування структури та прагматики в тексті	350
МАТЕРІАЛИ ПРОЕКТНИХ РОБІТ		
<i>Dereko A.</i>	Leadership and management styles in Ukraine	355
<i>Grachova A.</i>	Individualism vs collectivism in Ukraine	359

<i>Holoborodko T.</i>	Job-seeking and work opportunities in Ukraine: equalities and inequalities	361
<i>Panteleymonova M.</i>	Foreigners speak about Ukrainians: internet forums review	365
<i>Sinitsa V.</i>	Gender roles in Ukrainian business	368
<i>Shamarina N.</i>	Ethnographic profile of Ukraine: Ukrainian mentality	373
<i>Veremienko O.</i>	Ukrainians' attitude to corruption	378
<i>Bezhevets A.</i>	<i>Teach For America</i> : expertise in American non-profit educational business	381
<i>Bielova A.</i>	Facebook's corporate culture	383
<i>Kutsevol M.</i>	The secret of Microsoft's success	386
<i>Marchenko A.</i>	Corporate culture of Samsung: lessons to learn	389
<i>Tsygankova V.</i>	Corporate culture of Samsung	393
<i>Yasynskyi V.</i>	Tesla Inc.: Innovation bears efficiency	395

ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРИКЛАДНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Бордюк Л.В.
кандидат філологічних наук, доцент
НУ «Львівська політехніка»

АНГЛОМОВНА НАУКОВА КОМУНІКАЦІЯ В УНІВЕРСИТЕТСЬКІЙ ОСВІТІ УКРАЇНИ

Анотація. У статті розглядається англomовна наукова комунікація як вид комплексної міжкультурної діяльності, що має соціальні, культурні, когнітивні та власне мовні аспекти. Особлива увага приділяється формуванню англomовної академічної компетенції як прояву інтернаціоналізації українських університетів.

Ключові слова: англomовна наукова комунікація, англomовна академічна компетенція, міжкультурна комунікація, жанри англomовного наукового письма.

Abstract. English academic communication as kind of intercultural communication has been considered. A special emphasis has been laid on the shaping of English academic competency in the internationalization of Ukrainian universities.

Key words: English academic communication, English academic competency, intercultural communication, genres of English academic writing.

У сучасному глобалізованому світі англійська мова відома як *lingua franca*, оскільки виконує об'єднавчу комунікативну функцію, зокрема у сфері науки, техніки та освіти, що дає можливість науковцям, дослідникам та студентам долучатися до останніх світових наукових здобутків, обміну інформацією та участі у міжнародних подіях (фахових конференціях, конгресах, семінарах, програмах обміну тощо). Володіння англійською мовою є передумовою успішного науково-дослідного та освітнього процесів.

Процес здобуття університетської освіти містить навчальну та науково-дослідну складові, що є специфічним проявом комунікативної діяльності і передбачає володіння науковим стилем мовлення [1]. Жанрова різноманітність наукового стилю зумовлена наявністю в ньому безлічі типів текстів [2; 5; 6]. Основними жанрами власне наукового стилю є: монографія, наукова стаття, анотація, тези доповіді на науковій конференції, рецензія, дисертація, курсова робота, дипломна/магістерська робота, підручник, посібник, лекція та усна презентація.

Англomовна наукова комунікація — це вид комплексної міжкультурної діяльності, що має соціальні, культурні, когнітивні та власне мовні аспекти. Слід зауважити, що в англійській мові лексеми *science* (наука), *scientist* (науковець), *scientific* (науковий) переважно пов'язані з природничими науками (фізикою, хімією, біологією), *humanities* — із гуманітарними науками, а лексемам *academia*, *academic* притаманна дещо ширша семантика у порівнянні з українською мовою: *academia* — сфера діяльності, пов'язана з університетською освітою. Отже, коректними англійськими еквівалентами українських словосполучень *англomовна наукова комунікація*; *англomовне наукове письмо*; *англomовні наукові жанри*;

науковий дискурс; науковий світ; наукове середовище, наукова стаття відповідно є *English academic communication; English academic writing; English academic genres, academic discourse; research world; academic and research settings, research paper* [1].

Обізнаність із нормами й канонами сучасного англomовного наукового письма та вміння представляти свої наукові здобутки є важливим аспектом освітнього процесу для магістрів кафедри прикладної лінгвістики НУ «Львівська політехніка», оскільки курсові роботи із дисциплін «Теорія і практика перекладу» та «Контрастивна лексикологія англійської та української мов», а також випускова магістерська кваліфікаційна робота виконуються англійською мовою [3; 4]. Вони є зразком аргументативного академічного (наукового) дискурсу, що вимагає від студентів випускних курсів вироблення стратегії оволодіння базовими засадами письмової та усної комунікації англійською мовою та навичок продукування англійською мовою наукових текстів різних жанрів (курсowa робота/term paper, анотація/research paper abstract, тези доповіді/conference abstract, реферат/summary), а також грамотного, творчого опрацювання статей/research papers із міжнародних англomовних фахових журналів та вісників як джерел наукового знання та інформації у процесі написання магістерської/ дипломної роботи (MA Thesis). Студенти 4-6 курсів беруть участь у міжнародних студентських конференціях, круглих столах, щорічній конференції CSIT (Computer Science & Information Technologies) НУ «Львівська політехніка», де робочою мовою є англійська.

Формування у студентів умінь та навичок володіння стратегією та тактиками міжкультурної науково-академічної комунікації сприятиме ефективному застосуванню у практичній діяльності особливостей англomовного наукового письма (мовна складова: стиль та реєстр, змістовно-композиційна структура, загальнонаукова лексика, терміносистема, граматичні форми та синтаксичні конструкції, корисні фрази та моделі; етичний підхід, уникнення плагіату).

Формування англomовної академічної компетенції магістрів, аспірантів та науковців має на меті наступне:

— усвідомлювати міжкультурний характер наукової комунікації під впливом глобалізаційних процесів та інтернаціоналізації університетської освіти;

— удосконалювати власне мовний аспект, що охоплює лексичні та граматичні особливості англomовного наукового стилю;

— продукувати основні жанри англomовного наукового письма з урахуванням їх змістовно-композиційної структури: тези доповідей на міжнародній конференції (conference abstract); розширена анотація статті, реферування (summary); наукова стаття (research paper); анотація до статті (paper/journal abstract); науковий проект (research project);

— усна презентація (виступ на міжнародній конференції, семінарі, участь у засіданні круглого столу);

— виробляти комунікативні вербальні та невербальні тактики підготовки та проведення презентації.

Прагматичне спрямування формування англomовної академічної компетенції

полягає у підготовці та залученні студентів старших курсів до науково-дослідної роботи у своїй галузі, до ефективного опрацювання міжнародних фахових джерел та розвитку базових навичок побудови та написання англійською мовою наукових текстів різних жанрів, зокрема тез доповіді, анотації журнальної статті, а також магістерської кваліфікаційної роботи.

У навчальному посібнику «Основи англомовного наукового письма»/English Academic Writing for Students and Researchers, укладеному Т.Яхонтовою, у стислій формі подаються особливості англомовного наукового стилю та його мовних рис [6]. Детальне ознайомлення студентів-магістрів та спеціалістів кафедри прикладної лінгвістики зі змістом відповідних розділів навчального посібника Т.Яхонтової стане у нагоді при підготовці до написання магістерської кваліфікаційної роботи та дипломної роботи спеціаліста з прикладної лінгвістики. Особливо важливими є розділи, у яких описується формальний реєстр наукового стилю, загальнонавчана наукова лексика, латинські слова, вирази і скорочення, логічні конектори, а також усталені синтаксичні моделі, притаманні науковому дискурсу.

Ретельний структурно-композиційний та мовний аналіз автентичних англомовних наукових джерел, зокрема статей у міжнародних лінгвістичних журналах (Applied Linguistics; The Journal of Applied Linguistics; Word; Modern Language Journal, World Englishes, TEFL etc) та фахових українських журналах і вісниках (Іноземна філологія, Мова і культура, СловоСвіт тощо), є одним із перших кроків у процесі успішного написання випускної кваліфікаційної роботи англійською мовою, а розширеної анотації до неї — українською мовою. Це завдання письмової наукової комунікації. Не менш важливим при представленні результатів теоретичного узагальнення та власного емпіричного дослідження є формат усної наукової комунікації — презентація, що будується за певними структурно-композиційними та мовними параметрами.

Лише засвоївши основи наукової риторики, якій притаманні порівняно стійкі композиційні та мовні ознаки, на матеріалі автентичних англомовних та українських фахових наукових видань, студенти можуть впевнено приступати до написання власного дослідження — кваліфікаційної магістерської роботи. На кафедрі прикладної лінгвістики НУ «Львівська політехніка» оцінкою «відмінно» оцінюються випускові роботи лише тих студентів, які пройшли апробацію результатів свого дослідження на наукових/науково-студентських конференціях та представили дві наукові публікації.

Особлива роль у міжнародній академічній спільноті відводиться академічній чесності, а її порушення, відоме як плагіат, шляхом неавторизованого використання думок та результатів інтелектуальної власності інших людей, рішуче засуджується. Українська академічна спільнота, представлена науковцями, викладачами та студентами, у процесі інтернаціоналізації українських університетів повинна долучитися до цих принципів. Кафедра прикладної лінгвістики НУ «Львівська політехніка» ефективно використовує систему «антиплагіат» як передумову допуску магістерської кваліфікаційної роботи до захисту перед державною екзаменаційною комісією.

Література

1. Бордюк Л.В. Жанри наукового стилю: Методичні вказівки / Л.В. Бордюк. — Львів: Вид-во Львівської політехніки, 2013. — 36 с.
2. Яхонтова Т.В. Лінгвістична генеологія наукової комунікації / Т.В. Яхонтова. — Львів: Вид-во ЛНУ імені І. Франка, 2009. — 379 с.
3. Bordyuk L. Algorithm of Writing Student Research Papers in Applied Linguistics: Strategy. Structure, Methods & Steps / L. Bordyuk. Lviv: Publishing House of Lviv Polytechnic National University, 2008. — 47 p.
4. Menasche L. Writing a Research Paper / L. Menasche. — Ann Arbor: The University of Michigan Press, 1997. — 178 p.
5. Swales J.M. Genre Analysis: English in Academic and Research Settings / J.M. Swales Cambridge: Cambridge University Press, 1990. — 203 p.
6. Yakhontova T. English Academic Writing. For Students and Researches / T. Yakhontova. Lviv. Вид-во ПАІС, 2003. — 211 p.

Беценко Т.П.

доктор філологічних наук, професор

Сумський державний педагогічний університет ім. А.С.Макаренка

ДОСЛІДЖЕННЯ МОВИ І СТИЛЮ НАРОДНОГО ГЕРОЇЧНОГО ЕПОСУ (З ІСТОРІЇ ПИТАННЯ)

***Анотація.** У статті розглядається історія дослідження мови і стилю героїчного епосу; з'ясовуються ключові проблеми мовностильового аналізу дум на сучасному етапі розвитку філологічної науки.*

***Ключові слова:** дума, типізація мови дум, текстово-образна універсалия, формула.*

***Abstract.** In the article, the history of research of the heroic epos is considered; key problems of the analysis of language and style of thoughts at the present stage of development of a philological science are explored.*

***Key words:** a thought, typification of language of thoughts, tekst-shaped universaliya, the formula.*

Постановка проблеми. Мова народного героїчного епосу — реліктове явище в історії української культури. Різномірний лінгвоаналіз та опис мовностильових ознак народних дум слугуватиме суттєвим підґрунтям для встановлення багатьох фактів самобутнього розвитку нашої мови, специфіки формування її поетикальної системи. Зазначене засвідчує актуальність пропонованої тематики.

Аналіз останніх досліджень. Історіографія з проблеми дослідження мови народних дум не була предметом спеціальних розвідок. Взагалі суто лінгвістичних праць, присвячених вивченню мови героїчного епосу, небагато. Свого часу О.О. Назарук подав огляд досліджень з означеної тематики.

Мета статті — схарактеризувати стан і обсяг наукового вивчення народних

дум.

Виклад основного матеріалу. З-поміж праць, повністю чи частково присвячених проблемі мови та стилю українських народних дум, на особливу увагу заслуговують дослідження П.Г. Житецького, Ф.М. Колесси, М.Т. Рильського, О.О. Назарука. Насамперед слід назвати працю П.Г. Житецького «Мысли о народных малорусских думах» (1893) (в укр. перекладі вийшла під назвою «Про українські народні думи») (1919), яка є першою науковою спробою вивчення мовних особливостей дум. Сам автор основним завданням своєї праці вважав «дослідження поетичної форми дум, висловлюючись точніше, дослідження походження цієї форми в зв'язку з побутовими і культурними умовами народного життя» [13, с.108]. (Важливо наголосити, що поняття поетичної форми П.Г. Житецький розумів досить широко, охоплюючи ним як віршовий розмір, будову строф, так і власне мовні засоби організації (граматичні форми, слова-символи та ін.)). Дослідник порушив таку надзвичайно важливу проблему, як походження дум. У результаті спостережень він дійшов висновку, що цей жанр українського фольклору виник під впливом писемності, шкільної літератури. Тому в думах засвідчено самотутні, оригінальні форми поетичної творчості, народні за світоглядом та мовою, і водночас книжні за особливим складом думки і способами її вираження, пор.: «У мові та поетичному стилі дум виразно виступає книжний лад мови, який свідчить, що літературна діяльність українських письменників не минула без сліду для народної свідомості» [13, с. 2].

Звертаючи увагу на взаємозалежність віршової форми і змісту дум, П.Г. Житецький доводить, що «віршова форма думи є в повній відповідності з її внутрішньою будовою, яка виражається самою її назвою» [13, с. 7], адже «у думі передається *продумане* оповідання про подію, і тому поетична мова думи потребує такого вірша, який би безумовно належав думці, який би відгукувався на всі найменші вимоги» [13, с. 7]. Дослідник аналізує мовну структуру думових текстів на лексичному рівні: хоч і побіжно, проте відзначає роль синонімів, розглядає зооніми, які є складниками національного світогляду і в думах виконують функцію актуалізаторів ідейно-змістового та художньо-образного змісту; аналізує також архаїзми, хоч і не дає їм чіткого визначення, звертає увагу на функціонування церковнослов'янizmів.

Суттєві і змістовні висновки зробив П.Г. Житецький щодо синтаксичної організації дум, наголосивши, що в цих народних творах домінують форми складених дієслівних присудків із дієсловами *мати, могли, бути*; до стильових ознак дум належать синтаксичні конструкції з однорідними присудками, переважають у думах складносурядні речення. Характерне для мови цього фольклорного жанру інверсійне розміщення підрядної частини складних речень. Дослідник зосереджує увагу на ролі періодів, а також на особливостях звертань у мовностильовій організації дум. Названі ознаки синтаксичної організації думового вірша пов'язує дослідник з тональністю фольклорного висловлення.

«Мысли о народных малорусских думах» — не єдина праця, де П.Г. Житецький торкався проблем, пов'язаних з думовим епосом. Міркування про мову і стиль дум знаходимо в праці «О поэтическом стиле й литературной форме

«Слова о полку Игореве», у якій П.Г. Житецький аналізує стиль «Слова», і, посилаючись на розвідки М.О. Максимовича та Ф.І. Буслаєва, пише про зв'язок «Слова» з українською народною поезією [14, с. 276–277].

Про мовностильові особливості українських дум та історичних пісень, про їх незаперечні риси спорідненості з билинами йдеться у праці М.Т. Рильського «Героїчний епос українського народу» (окремим виданням побачила світ у 1955) [24, с. 134].

У названій розвідці автор звертає увагу на ознаки спорідненості українського епосу з епосом болгарським та сербським: «Стилістичні особливості сербських епічних пісень <...> мають чимало спільного і з билинами, і з думами» [24, с. 16]. Саме порівняльно-зіставний аналіз дає змогу авторові виявити специфічні риси, відмінності історичних пісень та дум.

Мовну специфіку дум вчений бачив у їх лексико-семантичній, синтаксичній організації. Зокрема, М.Т. Рильський відзначав, що «слід би звернути увагу і на рису думової поетики, досі належно не вивчену» [24, с. 141], тобто на поетичні тропи, фігури як засоби оригінальної мовотворчості. Саме М.Т. Рильський помітив, що «цікавою особливістю дум є й **граматичні** неправильності» (форми *находили, даває, розношали* та ін.) [24, с. 142].; авторові належать спостереження, що в думах функціонують «складні, подібні до гомерівських, прикметники та іменники» [24, с. 142].

З-поміж лінгвістичних досліджень на особливу увагу заслуговує праця О.О. Назарука «Мовні особливості українських народних дум» (1968). У ній поєднано літературознавчий аналіз із лінгвістичним. Особливу увагу приділяє автор темі виникнення дум, а також характеристиці мовної практики кобзарів-бандуристів на тлі загального розвитку української літературної мови XV-XVII ст. У розділі «Поетична мова дум» здійснено аналіз книжної, церковнослов'янської і народної лексики; запозичень, тропів (епітетів, гіпербол) та ін., фразеології дум, поетичного синтаксису (порівнянь, означень, звертань) та ін. Проте на сьогодні праця О.О. Назарука потребує доповнень з урахуванням нових підходів до аналізу тексту, нових теоретичних узагальнень.

Заслуговують на увагу розвідки Л.К. Рак, присвячені дослідженню лексико-семантичної системи дум, зокрема топонімічних, синонімічних одиниць, мовних засобів гіперболізації, в яких дослідниця простежує спільні риси билин, дум та історичних пісень, робить висновок про те, що ці твори «складені на основі живої народної розмовної мови» [23, с. 33]. Цей висновок підтверджується також описом лексико-морфологічних особливостей дум, виявленням специфічних саме для творів цього жанру прислівників, прийменників, сполучників, часток, вигуків. Це дає підстави Л.К. Рак наголосити, що мова дум «відрізнялася від тогочасної книжної і від мови інших народних пісень не тільки добором лексики, а й формою слів і словосполучень. В основі дум лежить народна мова...» [22, с. 17].

Отже, Л.К. Рак, як і Ф.М. Колесса, визначає мову дум як таку, в основі якої — народна (народнорозмовна) мова, на відміну від П.Г. Житецького, який стверджував, що «мова дум являє дивне пристосування книжних стихій мови до народних» [15, с. 103].

У публікації Г.І. Халимоненка «Лексика дум та історичних пісень (коментар тюрколога)» [25, с. 21] зібрано й описано, критично проаналізовано із залученням різноманітних лексикографічних джерел тюркські (турецькі, кримсько-татарські, ногайські) слова в народних думах, зокрема зафіксовані в текстах дум екзотизми. Автор запропонував докладні етимологічні коментарі з екскурсом в історію тієї мови, з якої походить слово, застосував порівняльну характеристику й тлумачення відповідних лексичних одиниць у слов'янських мовах, звернув увагу на форми слів тощо.

Праця Т.М. Воробйової «Про способи словотворення в мові українських народних дум та історичних пісень» присвячена аналізу афіксального словотвору з усіма його різновидами, характерними для зазначених жанрів. Дослідниця дійшла висновку, що словотворення в українському поетичному епосі в усьому найістотнішому збігається зі словотворчою системою української мови: «Спостереження над словотворчими типами і засобами в мові народних дум та історичних пісень дають підставу говорити про струнку систему їх словотворчої будови, яка майже в усьому збігається із словотворенням загальноживаної української мови, хоча й не позбавлена своєрідності» [4, с. 128].

Висновки. Отже, українські народні думи привертали увагу дослідників своєю лексикою, специфікою деяких словоформ, особливістю використання словотвірних засобів.

Етап розвитку сучасної філологічної науки потребує докорінного переосмислення специфіки дослідження мовно-стильової організації текстів народнопоетичної творчості, що становлять особливий різновид фольклорної комунікації. Дослідні студії повинні здійснюватися в напрямі глобалізації наукових пошуків, універсалізації наукових підходів та їхнього комплексного використання. Лінгвістичний аспект сучасних наукових студій з погляду стилетвірного аналізу народних дум вимагає орієнтації на те, щоб сприяти осмисленню призначення цих творів (їхньої ідейно-тематичної значущості, естетичного впливу) через усвідомлення мовно-структурної природи національного героїчного епосу. Мовні структури (форми вираження змісту твору) — водночас засоби образності, засоби естетичного впливу, засоби текстової організації думового континууму, зрештою — засоби фольклорної комунікації.

Література

1. Астафьева Л.А. Сюжет и стиль былин: автореф. дис. на соиск. учен. степени док. филол. наук: спец. 10. 01. 09 «Фольклористика» / Л.А. Астафьева. — М., 1993. — 36 с.
2. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики / Бацевич Ф.С. — К.: Академія, 2004. — 344 с.
3. Болотнова Н.С. Коммуникативные универсалии и их лексическое воплощение в художественном тексте / Н.С. Болотникова // Филологические науки. — 1992. — №4. — С. 75–87.
4. Воробйова Т.М. Про способи словотворення в мові українських народних дум та історичних пісень / Т.М. Воробйова // Студії з мовознавства. — К.:

Видавниче об'єднання «Вища школа», Головне вид-во, 1975. — С. 119–128.

5. Грабович О. Думи як символічний код переказу культурних цінностей / Оксана Грабович // Родовід. — 1993. — №5. — С. 30–36.

6. Грица С.Й. Мелос української народної епіки / С.Й. Грица. — К.: Наук. думка, 1979. — 247 с.

7. Грица С.Й. Українські думи в міжетнічному діалозі / Софія Грица // Родовід. — 1995. — Ч. 11. — С. 68–81.

8. Грушевська К. До питання про історизм в українських думах / Катерина Грушевська // Родовід. — 1997. — №15. — С. 12–22.

9. Єрмоленко С.Я. Фольклор і літературна мова / Єрмоленко С.Я. — К.: Наук. думка, 1987. — 242 с.

10. Єрмоленко С.Я. Нариси з української словесності: стилістика та культура мови / Світлана Єрмоленко. — К.: Довіра, 1999. — 431 с.

11. Єфремов С. Історія українського письменства / Сергій Євремов. — [4-е вид.]. — Мюнхен, 1989. Т.І. — 1989. — 690 с.

12. Єфремов С. Історія українського письменства / Сергій Єфремов. — К.: Femina, 1995. — 686 с.

13. Житецкий П. Мысли о народных малорусских думах / Житецкий П. — К.: Киевская старина, 1893. — 249 с.

14. Житецький П.Г. Вибрані праці. Філологія / Житецький П.Г. — К.: Наук. думка, 1987. — 328 с.

15. Житецький П. Про українські народні думи / Житецкий П. — К., 1919. — 260 с.

16. Иванов В.В. Волхв / В.В. Иванов, В.Н. Топоров // Мифологический словарь / [гл. ред. Е.М. Мелетинский]. — М.: Сов. энциклопедия, 1990. — С. 129.

17. Івахненка Т.А. Славесныя формулы і компазіцыйная схемы календарна-абрадавых песенных тэкстау / Т.А. Івахненка // Вестник Беларускага дзержаунага універсітэта. Серыя 4. — 2004. — №2. — С. 3–8.

18. Колесса Ф. Формули закінчення в українських народних думах у зв'язку з питанням про наверстування дум / Філарет Колесса. — Львів, 1935. — 67 с.

19. Кононенко Н. Епос та плач: про витoki української думи / Наталія Кононенко // Родовід. — 1993. — №6. — С. 27–30.

20. Кумахов М.А. К проблеме языка эпической поэзии / М.А. Кумахов // Вопросы языкознания. — 1979. — №2. — С. 48–60.

21. Малинська Н. Пісні та думи в оцінці Сергія Єфремова / Наталія Малинська // Українська мова і література. — 2001. — Ч. 48 (256). — С. 11.

22. Рак Л.К. Лексико-морфологічні особливості українських народних дум / Л.К. Рак // Укр. мова і літ. в школі. — 1960. — №4. — С.9–18.

23. Рак Л.К. Мовні засоби гіперболізації в українських народних думах / Л.К. Рак // Укр. мова і літ. в школі. — 1961. — №4. — С. 27–34.

24. Рильський М.Т. Зібрання творів: у 20-ти т. / Рильський М.Т. — К.: Наук. думка, 1983 — 1985. Т.16. — 1983. — С.132–163.

25. Халимоненко Г.І. Лексика дум та історичних пісень (коментар тюрколога) / Г.І. Халимоненко // Укр. мова та літ. в школі. — 1977. — №9. — С.21–29.

Василенко І.О.

старший викладач

кафедри іноземних мов факультету маркетингу

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

ПРАКТИЧНІ КРОКИ В ОБ'ЄДНАННІ КУЛЬТУРНИХ СИСТЕМ У ПРОЦЕСІ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Анотація. У статті розглядаються певні кроки, спрямовані на подолання культурно-мовної відстані між представниками різних культурних систем в умовах глобалізації, що є запорукою ефективного комунікативного процесу.

Ключові слова: соціокультурна глобалізація, культурна ідентичність, міжкультурна взаємодія, мовна компетенція, комунікативний бар'єр.

Abstract. The article covers some steps towards bridging the cultural and linguistic distance between members of different cultural systems in the context of globalization, which is a guarantee of an effective communicative process.

Key words: socio-cultural globalization, cultural identity, intercultural communication, language competence, communicative barrier.

В останні десятиріччя сучасний світ охоплений процесом соціокультурної глобалізації, під впливом якої опинились майже всі сфери життя, зокрема й освіта. Цей процес, який розглядають як культурну та економічну експансію західної цивілізації, має своїх прихильників та опонентів. З одного боку, глобальні процеси сприяють зближенню різних культур, руйнуючи політичні кордони, щоб створити спільний духовний простір. З іншого боку, неминуче відбувається руйнування культурної ідентичності всіх країн, охоплених глобалізацією. Але процес уніфікації культур зазнає супротиву з боку місцевих культур через тенденцію до зростання культурного розмаїття, намагання зберегти свою духовно-культурну ідентичність. Отже, розуміючи невідворотність глобальних процесів та певні негативні наслідки для людства, треба прагнути взаєморозуміння між різними культурами, якого можна досягнути також і шляхом міжкультурної комунікації.

Появу поняття «міжкультурна комунікація» пов'язують з роботою Е. Холла та Д. Трагера «Культура як комунікація» («Culture as Communication», 1954), у якій автори вперше запропонували цей термін для широкого вжитку. Пізніше основні положення та ідеї міжкультурної комунікації були більш детально представлені в роботі Е. Холла «Німий язык» («The Silent Language», 1959), у якій автор показав тісний зв'язок між культурою та комунікацією. Розвиваючи ідею про взаємозв'язок цих понять, Е. Холл дійшов висновку про необхідність навчання культури, запропонувавши поставити проблему міжкультурної комунікації в центр багатьох наукових досліджень, виокремивши її в самостійну навчальну дисципліну.

Розуміючи актуальність цього соціокультурного явища для будь-якого сучасного суспільства, треба зазначити, що процес міжкультурної взаємодії є досить складним, оскільки не завжди партнери по комунікації отримують

задоволення від спілкування з представниками іншої культури [1]. Серед багатьох причин, що ускладнюють процес зближення культур, можна зазначити сприйняття іншої культури як «чужої»; численні стереотипи, що існують в нашій свідомості; згубний вплив етноцентризму тощо. Соціально-психологічну характеристику етноцентризму вперше подав у 1906 році американський соціолог, філософ та економіст У. Самнер. Термін «етноцентризм» був використаний автором у книзі «Народні звичаї» («Folkways»), де він представив соціально-психологічні стосунки між «ми-групою» та «вони-групою» як ворожі [3, с. 5–6]. Сутність такого визначення полягає в наступному: культура свого етносу стоїть у центрі всього, а інші культури оцінюються з погляду на свою та не є рівноцінними. Ці чинники в сукупності негативно впливають на можливість бути правильно зрозумілим у процесі міжкультурної комунікації та суперечать її головній функції — налагодити взаємодію між країнами та етносами, національними групами, релігійними організаціями з метою підтримки динамічної єдності й цілісності світової соціокультурної структури.

Сьогодні стає очевидним, що запорукою ефективного комунікативного процесу між представниками різних культур є не тільки досконале володіння іноземними мовами, але й знання матеріальної та духовної культури іншого народу, моральних цінностей, світоглядних уявлень, які в сукупності визначають модель поведінки партнерів по комунікації [2]. Якщо у процесі комунікації кожен із співрозмовників спирається лише на володіння мовою, не беручи до уваги той факт, що він спілкується із носієм іншої культури, тоді досягнення взаєморозуміння значно ускладнюється. Загалом відношення мови і культури завжди було наріжним каменем, починаючи ще з часів Платона, коли існувала точка зору, що мова створює культуру, оскільки за словами Г. Лейбніца «ідеї закладені в нашій голові від народження як прожилки в брилі мармуру». Протилежної думки дотримувались Вільгельм фон Гумбольдт, Джон Локк та їхні послідовники, стверджуючи, що мова є пасивним дитям культури. Проте об'єднувало їх розуміння того, що мова і культура не існують одна без одної, що вони нероздільні; більш того, мова не тільки відчуває вплив з боку культури, але й зовсім не зрозуміла без неї. У сучасному світі тотальної взаємозалежності країн та зростання контактів між народами такий підхід повинен сприяти не роз'єднанню, а кращому взаєморозумінню представників різних культур. Очевидно, що найбільш успішною стратегією на цьому шляху є інтеграція — збереження власної культурної ідентичності водночас з опануванням культури інших народів.

Прагнучи знайти дієві підходи до вирішення цієї проблеми, можемо виокремити одне із пріоритетних завдань, що стоять сьогодні перед викладачами іноземних мов, а саме: спрямувати зусилля на зміну парадигми викладання з перспективою подолання культурно-мовної відстані між представниками різних культурних систем у процесі їхнього спілкування, в якому мова буде виступати провідником у світ культури тієї чи іншої країни; привернути увагу до рівноправної культурної взаємодії представників різних лінгвокультурних спільнот з урахуванням їхньої самобутності; сприяти виявленню загальнолюдських рис на основі порівняння різних культур.

На жаль, рівень мовної компетенції, особливо у сфері професійного іншомовного спілкування, доволі низький. Для вдосконалення практичних мовленнєвих навичок існує багато різноманітних програм та методичних рекомендацій, але відчувається істотний брак інформації (чи повна її відсутність) про культурну своєрідність тієї країни, мова якої вивчається. Як наслідок, партнери по комунікації стикаються із проблемою непорозуміння, адже процес сприйняття та інтерпретації інформації культурно зумовлений. Очевидно, що представники різних культур є носіями певних стереотипів, традицій, цінностей, які неминуче впливають на їхнє ставлення до оточення та відображаються у граматичній структурі рідної мови. До того ж, суттєвою перешкодою на шляху до пошуку спільної мови можуть бути фонетичні, стилістичні, семантичні розбіжності, що негативно впливає на якість та ефективність процесу спілкування. Проте, незважаючи на вищезазначені проблеми, міжкультурна комунікація розвивається навіть в умовах обмежених знань про міжкультурні розбіжності, охоплюючи представників різних соціальних та етнічних груп.

Для ефективного подолання ускладнень та перешкод, зумовлених мірою міжкультурних розбіжностей, партнерам по комунікації треба здійснити певні кроки у напрямку підвищення міжкультурної обізнаності. Насамперед, треба пам'ятати, що у процесі комунікації до вербальних засобів спілкування, які є пріоритетними, доцільно активно додавати також невербальні засоби, що супроводжують усне мовлення, а саме міміку, жести, інтонацію, тембр голосу, якщо у процесі комунікації треба висловити різного роду емоції та почуття, додати певних мовних відтінків. Таке поєднання засобів спілкування сприяє кращому взаєморозумінню між партнерами. Крім того, у процесі спілкування представникам різних культур бажано приділяти особливу увагу семантичному наповненню іншомовних лексичних одиниць, адже спроби дослівно перекладати вислови, які не мають відповідних еквівалентів в іноземній мові, є дуже поширеною хибною практикою (*жити душа в душу* — *to live in harmony, to get along beautifully; кривити душею* — *to play false with someone; to twist the truth; to lie to oneself*). До переліку лексичних одиниць, які семантично розходяться зі своїми лінгвістичними еквівалентами в іноземній мові, зокрема англійській, входить також багато слів, що виражають надзвичайно важливі поняття з різних сфер життя своєї країни, тому адекватний переклад такої лексики є дуже важливим. Але, відчуваючи брак знань про традиції, спосіб життя та стиль мислення свого партнера по комунікації, представники кожної із сторін починають шукати прямі еквіваленти рідної мови в чужій, не враховуючи специфіку іншої культури. Крім того, партнери по комунікації можуть по-різному реагувати на культурні особливості один одного: від пасивного неприйняття інших культур до активної протидії їхньому прояву.

Усі перешкоди, що виникають у процесі комунікації, зазвичай заважають взаєморозумінню та взаємодії партнерів і можуть стати причиною конфліктної ситуації. Такі перешкоди прийнято називати міжкультурними комунікативними бар'єрами, подолання яких вимагає певних зусиль та знань з боку комунікантів. Так, якщо іншомовні навички набуваються за межами країни, мова якої

вивчається, доцільно отримувати необхідну інформацію з різних культурних джерел, таких, як періодичні видання, книги, фільми, телевізійні передачі тощо, з метою її подальшої диференціації та прикладного застосування. У процесі комунікації треба також приділяти увагу контексту спілкування, адже місце, час та використання певних мовних засобів завжди мають змістове навантаження. Це сприяє покращенню міжкультурної взаємодії.

Уміння зробити правильний вибір мовних засобів, адекватних контексту спілкування, застосовуючи попередній комунікативний досвід, набувається поступово, адже у різних культурах уявлення про правильне або неправильне мовне вживання не завжди збігаються. Можна з застереженням стверджувати, що повну лексичну відповідність у різних мовах мають тільки власні імена, дні тижня, місяці, цифри, географічні назви, наукові та технічні терміни. Проте, на прикладі навіть однієї англійської фрази *two-bedroom apartment*, яка в буквальному перекладі сприймається як *квартира з двома спальнями*, а в англomовному середовищі означає приміщення із значно більшою кількістю кімнат, очевидним стає той факт, що цифра *two* (*два*) в даному контексті має інше змістове навантаження. При порівняльному аналізі семантичного наповнення лексичних одиниць різних мов можна знайти безліч подібних прикладів. Запорукою успішного подолання мовних перешкод може бути усвідомлене розуміння того, що одна й та ж лексична форма в різних мовах має різні дефініції, які утворюються в надрах культури кожної країни.

Свого часу американський антрополог та лінгвіст Е. Сепір наголошував на тому, що у світі не існує двох мов, які були б надто подібні, щоб віддзеркалювати одну реальність. Отже, прагнучи вдосконалити свою комунікативну компетенцію, представникам різних культур для більш ефективного спілкування необхідно: навчитись розуміти та сприймати фонові знання, притаманні іншомовному культурному середовищу; вміти адекватно та граматично правильно висловлювати свою думку; корегувати власну комунікативну поведінку, сприймаючи сигнали від партнера по комунікації щодо готовності чи небажання спілкуватись; утримувати комунікативну дистанцію, характерну для даної культури; визнавати право іншої особистості на свої переконання тощо. Тільки діалог на паритетних началах між представниками різних культур в умовах глобалізації та зближення народів може бути запорукою ефективною взаємодії та успішної інтеграції в іншу культуру.

Література

1. Гойко Е.В. Преграды в межкультурной коммуникации / Е.В. Гойко // Вестник МГУКИ. — 2011. — №2. — С. 47–51.
2. Филипова Ю.В. Актуализация личностных характеристик коммуникантов в контексте диалога культур / Ю. В. Филипова // Вестник МГУ. Сер.19 Лингвистика и межкультурная коммуникация. — 2008. — №1. — С. 131–137.
3. Sumner W.G. Folkways. — Boston, 1906. — 286 p.

Воробйова Ж.Ю.
старший викладач
кафедри іноземних мов та міжкультурної комунікації
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

ПРАКТИКА РЕФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ПРОФЕСІЙНОЇ ОСВІТИ В УКРАЇНІ В КОНТЕКСТІ ОСВІТНІХ РЕФОРМ В ІНДУСТРІАЛЬНИХ КРАЇНАХ ЄВРОПИ ТА США

***Анотація.** У статті проаналізовано історичні умови розвитку системи вищої освіти у провідних країнах Європи, США та в Україні у другій половині ХХ століття як найважливіші для вирішення проблеми тенденцій її подальшої професіоналізації. Значна увага приділена теорії і практиці реформування освітніх систем в умовах поглиблення демократичних тенденцій організації суспільства й дотримання конвенцій про права людини і захист дітей.*

Здійснено системний аналіз досвіду реформ в індустріальних країнах Західної та Східної Європи та США з метою визначення міри його застосування в Україні, зокрема:

- проведено дослідження і порівняння цілісних моделей освіти в ряді країн Європи;*
- здійснено порівняльний аналіз підходів до реформування вищої професійної освіти в європейських країнах, США та в Україні;*
- систематизовано концептуальні підходи до реформування системи професійної освіти в Україні в контексті освітніх реформ в Європі.*

***Ключові слова:** демократично-законодавча реформа освіти, зміни, моделі реформ, моделі професійної освіти, первинна освіта, професійна підготовка, розвиток, тенденція професіоналізації освіти, удосконалення.*

***Abstract.** The Article «Reforming of professional education in Ukraine in context of reforming of educational system in industrial countries of Europe and the USA» is focused on a genesis, essence, and the main external and internal factors of innovative processes of reforming of the systems of secondary and tertiary vocational training in the advanced countries of Europe at the beginning of XXI century. The example of successful economic and educational development in Europe in 1990-2016 is investigated.*

Evolution of models of reforms is analysed. It is proved that high productivity of the democracy-legislative approach has enabled Ukraine to transform imperfect system of base vocational training into modern sector of higher professional programs in regards to the standards of the best examples of European model. The use of the European experience is resulted under implementation of the National doctrine of development of education of Ukraine in XXI century.

***Key words:** changes, democracy-legislative reform of education, development, initial education, improvement, tendency of professionalization of education, models of reforms, models of vocational training, vocational training.*

Реформування системи освіти в Україні почалося у 1990 році та активізувалось на зламі сторіч, коли була ухвалена група законів із питань освіти й розроблена Національна доктрина розвитку освіти в ХХІ столітті. У Доктрині зазначено, що подальший успішний розвиток суспільства неможливий без реформи освіти.

Наявні освітні системи і у нас, і в розвинених демократичних країнах Європи сформувалися у першій половині ХХ століття. Вони зорієнтовані на підготовку кадрів для виробництва індустріального типу в умовах конкуренції за світові ринки торгівлі та збуту.

Для подолання суперечностей, які виникли між існуючою системою освіти і необхідною, став процес реформування та удосконалення систем освіти в усіх країнах світу. Зросла потреба у застосуванні нових методів розробки реформ та їх практичного втілення.

Українськими науковцями досить ґрунтовно досліджено систему освіти найбільш розвинених країн — США, Німеччини, Великобританії, Канади Франції й інших (Н.В. Абашкіна, Л.І. Зязюн, О.І. Локшина, М.П., В.І. Луговий, Л.П. Пуховська, А.В. Парінов та ін.), а також найближчих сусідів України — Польщі, Чехії і Словаччини (Б.Ф. Мельниченко, І.П. Підласий та ін.).

Перспективною є увага до середніх та малих європейських країн, які за останні роки досягли значних успіхів не тільки у нарощуванні валового національного продукту, підвищенні якості життя і продуктивної компетентності населення (чи «людського капіталу» нації), але успішно реформували системи освіти у своїх країнах, впровадили нові технології навчання.

Концептуальна ідея статті ґрунтується на положенні про те, що вивчення досвіду реформування професійної освіти в умовах глобалізації соціальних процесів в Європі і США, створення загальноєвропейського освітнього простору позитивно вплине на реформування освітньої системи в Україні. Ефективність вищої освіти в Україні залежить від головних зовнішніх чинників: глобалізації економіки, формування інформаційного простору та поліпшення інтеграції країн Європи, а також внутрішніх чинників: підвищення статусу та якості середньої професійної освіти до рівня вищої освіти і залучення більшої кількості до отримання вищої освіти.

Наукова новизна статті полягає в тому, що здійснено системний аналіз досвіду реформ у країнах Європи з метою визначення міри його застосування в Україні, зокрема:

— виявлено тенденції осучаснення і подальшої професіоналізації середньої спеціальної і вищої освіти, як результат процесу трансформації суспільного життя з метою розширення людського капіталу нації та збільшення валового національного продукту країни;

— зроблено дослідження і порівняння цілісних моделей освіти в ряді країн Європи;

— досліджено механізми процесів прискорення інформаційно-технологічної революції і глибокої зміни ринків праці, які актуалізують тенденцію професіоналізації вищої освіти;

— систематизовано концептуальні підходи до реформування системи професійної освіти в Україні в контексті освітніх реформ в Європі;

— визначено, що успіх освітніх реформ у будь-якій країні забезпечується критичним аналізом наявного досвіду розвитку освіти в цій країні й світі, цілеспрямованою взаємодією державного і поза державного секторів освіти, підтримкою реформ у системі освіти з боку держави і громадянського суспільства.

Теоретичне значення статті полягає в тому, що вона дає змогу сформулювати цілісне уявлення про рушійні сили еволюції системи середньої і вищої професійної освіти в країнах Європи, використані у цих країнах засоби й високо

функціональні алгоритми трансформації середньої професійної освіти у вищі, показати роль освіти в економічно-соціальних успіхах цих країн за останні роки, а також внести в освітній простір України інформацію про хід і результати реформ освітньої системи країн Європи.

До вітчизняного наукового простору вводиться кілька десятків першоджерел (наприклад: *World Guide to Higher Education. A comparative survey of systems, degrees and qualifications/ Third edition.* — UNESCO Publishing, France, 1996. — 571 p.; Bergstrom H., Katajisto J., Komari M., Kuro M., Rahikainen E., Sulamaa K., Walls L., Orgen M. *Vocational education and training in Finland.* — European Community, 1997. — 134 s. та ін.).

Практичне значення статті полягає в тому, що її зміст і висновки є обґрунтованою й цілісною системою ідей для удосконалення теорії й методології реформування сучасної системи вищої освіти України, особливо для сектору закладів I-II рівнів акредитації з урахуванням всього комплексу внутрішніх та зовнішніх чинників для осмислення сучасного стану освітянських реформ, а також для прогнозування їх результатів у майбутньому.

В еволюційній ретроспективі головним цивілізаційним процесом історичного періоду був рух країн і народів сходінками прогресу: спершу від аграрного суспільства до індустріального, а пізніше — до інформаційного («суспільства знань»). Паралельно до змін засад виробництва йшов розвиток освіти як загальної, так і професійно-технічної. У статті проаналізовано значення виробничого аспекту, викладено вимоги до системи освіти і фахової підготовки, прослідковано динаміку руху до злиття продуктивної діяльності і навчання, визначено впроваджені стандарти професійної підготовки.

Проаналізовано перехід європейських країн від кількарічної початкової освіти до надання первинної освіти як засобу забезпечення молодих працівників не лише основами грамотності, але й професійними. З метою розвитку освітніх систем у європейських країнах у статті подається аналіз та характеристика пруської, французької і британської та трьох наступних моделей освітніх систем — американської, японської і радянської.

Обґрунтована необхідність переходу від традиційної моделі обов'язкової освіти як засобу надання основ грамотності всім дітям і підліткам з подальшим забезпеченням справжнього професіоналізму у вищих школах університетського рівня до первинної освіти. Остання має тривалість 20 років і більше, а тому дає змогу забезпечити кожного, хто пройшов повний курс навчання професійним дипломом чи сертифікатом. Якщо раніше молодь засвоювала фах поза системою освіти, то в XXI столітті вона отримуватиме професію, насамперед, у системі освіти чи в процесі поєднання інтенсивного навчання і праці на робочому місці.

Проаналізовані праці українських і зарубіжних авторів щодо існуючих моделей базової професійної освіти. У статті виявлено й описано п'ять моделей формування кваліфікованих працівників. Наведені схеми систем професійної освіти в Австрії, Франції, Швеції і Великобританії й з різною детальністю:

- «дуальна» підготовка (Німеччина);
- «класичне» учнівство (Європейські країни);

- професійно-технічного навчання (країни Європейського Союзу);
- «шведська модель», злиття загального і професійного навчання на заключній стадії середньої освіти (Швеція);
- надання професії лише після отримання середньої освіти (модель післяшкільної підготовки (Великобританія).

Здійснено ґрунтовний аналіз провідних тенденцій розвитку професійно-технічної освіти у розвинених країнах Європи та США. Серед них:

- 1) значне збільшення тривалості навчання молоді, часу набування нею первинних знань, вмінь і навичок;
- 2) вирішення проблеми значного підвищення престижності і привабливості потоків професійного і професійно-технічного навчання в найбільш розвинених країнах: Німеччині, Франції, Швеції, Фінляндії та ін.;
- 3) намагання країн Європейського Союзу краще пристосувати підготовку фахівців до нових підвищених вимог сучасного національного і міжнародного ринків праці;
- 4) інтернаціоналізація професійної освіти (негативний вплив локальних факторів);
- 5) «деспеціалізація» професійної підготовки — відмова від надто вузької спеціалізації у підготовці на користь навчання ширшого плану, скерованого на підвищення «горизонтальної» мобільності підготовлених кадрів та їх різнобічності;
- 6) вплив феномена зникнення кордонів і розширення міграції активного населення, створення європейських стандартів для основних видів і рівнів професійної освіти;
- 7) підвищення уваги керівних органів Європейського Союзу та окремих країн Заходу до систем професійної освіти країн Центральної і Східної Європи.

У статті узагальнено матеріали багатьох національних і зарубіжних джерел, що стосуються різних рівнів професійної освіти. Зазначені причини і особливості процесу професіоналізації середньої освіти, а також рушійні чинники сучасної тенденції постійного підвищення суспільного значення вищої освіти професійного спрямування. Проблема порівняння структур освітніх систем різних країн світу розглядається через освітні стандарти. Проаналізовано зміни у діяльності системи освіти вищої школи: класичного університету і нових типів вищих навчальних закладів відповідно до швидкозмінних вимог українського і міжнародного ринків праці. Фактологічні дані доводять, що у світі кількість осіб, які навчаються за професіоналізованими програмами вищих шкіл, зростає швидше, ніж ті, які навчаються за класично-академічними програмами. Доведено, що будь-яку державну систему професійного навчання не можна вважати такою, що відповідає вимогам сучасного суспільства й інтегрованим ринкам праці, якщо вона не багаторівнева і не готує фахівців у такій кількості, яка відповідає макроекономічним цілям та рішенням головних соціальних задач. Стаття містить огляд теорії і практики реформування освітніх систем у європейському просторі. Визначені причини актуалізації змін та інновацій в освіті, наведені приклади подібної керованої еволюції в Австрії, яка реформувала свою систему освіти

методом «малих кроків» і численних попередніх експериментів, а також Фінляндії, яка досягла великих успіхів у розвитку освітньої системи вдалим вибором моделі реформи і послідовністю її втілення. Проаналізовано праці українських і зарубіжних науковців, які досліджували різноманітні аспекти освітніх реформ у різних країнах світу. Визначено, що підхід до планування значних змін та удосконалень у середній і вищій освіті залежав, насамперед, від наявної системи управління і розподілу повноважень політичного устрою держави. Другим за значенням фактором став рівень розвитку педагогічних, економічних, соціальних і політичних наук. Низький рівень ставив на перший план прості рішення і лінійне планування, високий — застосування більш прогресивних методів економічного планування. Найпростіший варіант підходу до змін у освітньому процесі спостерігався на початку формування великих державних систем, коли їхня структура була простою, кількість закладів — невеликою, ціллю ж навчання було надання основ грамотності. В умовах граничної простоти системи освіти зміни відбувалися після одноосібного рішення вищого державного керівника (царя у Росії, короля чи імператора у Франції, канцлера у Пруссії й ін.).

Другим за складністю варіантом підготовки і проведення освітніх реформ можна вважати плановий централізований підхід, який широко використовувався в СРСР упродовж усіх років його існування. Відзначено, що у країнах Західної Європи сформувався стандарт організації й втілення систем освіти шляхом прийняття колективних урядових рішень:

- 1) ініціативи нового складу уряду;
- 2) прийняття плану дій парламентом;
- 3) створення органу чи комісії з проведення реформи й акумуляція пропозицій;
- 4) розробки планів із розрахуванням ресурсів;
- 5) затвердження планів вищими органами;
- 6) втілення з урахуванням моніторингу його результатів.

Успішними були не більше 8-10% усіх спроб. Головна причина такого невисокого результату досягнення цілей змін та удосконалень освіти — старі підходи і методи, надмірне захоплення адмініструванням і відмова від розширення соціальної бази реформ через залучення всіх освітян і широких мас населення. Нові економічні умови разом з явищем демократизації всього суспільного життя стимулювали перехід до принципово нових підходів у освітньому плануванні та під час здійснення реформ. Багато розвинених країн почали розробляти моделі інформаційного суспільства. Сучасні реформи демократично-законодавчих моделей державного устрою, які враховують все краще з досвіду попередніх спроб удосконалити освіту.

Аналіз фактів досліджуваної проблеми дозволяє зробити узагальнюючі **висновки**.

1. Реформування системи освіти в Україні базується на тенденціях змін у розвитку освіти країн Європейського Союзу.

2. Причинами модернізації професійної освіти України є економічні фактори,

пов'язані з розпадом соціалістичного табору і ринку збуту товарів із низькими вимогами до технології виробництва, що примушує Україну шукати нові ринки збуту в Західній та Східній Європі завдяки повної перекваліфікації робітників і перебудови виробництва. Це завдання може бути виконано лише за умови надання повноцінної вищої професійної освіти в стислі терміни. Успіх професійно-технічної реформи в Україні має бути забезпечений застосуванням найновіших високих технологій виробництва і масової підготовки працівників, спроможних виготовляти і застосовувати мікроелектроніку.

3. Для підготовки фахівців різних рівнів і профілів бажано введення багаторівневої системи професійної освіти. Особлива увага має приділятися технічній підготовці за спеціальними програмами для випускників середньої і вищої школи з вивченням курсів спеціальностей у таких галузях, як комп'ютерний дизайн, виробничі процеси за допомогою комп'ютера та інші з виданням диплому, який відповідає українському «молодшого спеціаліста». Програми політехнічних інститутів мають відрізнятися від програм класичних університетів не лише меншою тривалістю, а й виразною орієнтацією на виконання професійних функцій та формування виробничої компетентності, набування навичок організатора і управлінця.

Література

1. Гриневич Л. Децентралізація управління освітньою системою (на прикладі Польщі) // Освіта і управління. — 2004. — Т. 7. — №3–4.
2. Євтодюк А. В. Синергетика і освіта XXI століття // Освіта і управління. — 2002. — Т. 5. — №3. — С. 127–135.
3. Коваленко О. Концептуальні зміни у викладанні іноземних мов у контексті трансформації іншомовної освіти // Іноземні мови в навчальних закладах. — Педагогічна преса, 2003.
4. Raport na temat polityki edukacyjnej w Polsce. Warszawa, 1998–2015.
5. Swiderski E. Juzzaroknowamatura // NowaSkola. 2001. — №5.

Гавриш М.М.

кандидат філологічних наук, доцент

завідувач кафедри німецької мови

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені В. Гетьмана»

ЛІНГВОКУЛЬТУРОЛОГІЧНІ ЗНАННЯ ЯК ОДИН З ЧИННИКІВ МІЖКУЛЬТУРНОГО ПОРОЗУМІННЯ

Анотація. Міжкультурна комунікація розглядається в статті як визначальна ознака сучасної цивілізації, а міжкультурне порозуміння як один з найважливіших і комплексних викликів сучасності. На засадах історико-культурного аналізу виникнення та семантики лінгвокультурем доведено значущість лінгвокультурологічної інформації для успішного міжкультурного спілкування.

Ключові слова: міжкультурна комунікація, міжкультурне порозуміння,

лінгвокультурологія, історико-культурний аналіз, етноспецифічний компонент семантики, лінгвокультурема.

Abstract. *This article considers intercultural communication as a defining feature of modern civilization and views intercultural understanding as one of the major and most complex challenges at the present time. A historico-cultural analysis of the emergence and semantics of linguocultures demonstrates the relevance of linguo-cultural information for successful intercultural communication.*

Key words: *intercultural communication, intercultural understanding, linguoculturology, historico-cultural analysis, ethnically specific components of semantics, linguoculturem.*

Міжкультурна комунікація/міжкультурний діалог стали, на наше глибоке переконання, *визначальною ознакою* сучасного етапу світової цивілізації, адже контакти між представниками різних етносів/культур відбуваються безперервно — від найвищого міждержавного політичного рівня до приватних зв'язків між окремими особами. Глобалізаційні процеси обумовлюють взаємозалежність та взаємовідповідальність «гравців» на світовій арені, наслідком чого є зростаюча мобільність, а відповідно й інтенсивність міжнаціонального спілкування, від результатів якого залежать вектори подальшого розвитку, а отже, долі цілих країн і народів.

Таким чином, *міжкультурне/міжетнічне порозуміння* стало одним з пріоритетних викликів нинішньої епохи, адже позитивний еволюційний поступ можливий лише при його досягненні, тобто усвідомленні міжкультурної гетерогенності, толерантного ставлення до міжнаціональних відмінностей у мисленні й поведінці та врахуванні цих особливостей на рівні міжкультурного діалогу.

Саме тому *теорія міжкультурної комунікації* зазнала протягом останнього часу динамічного розвитку, її проблеми притягують до себе прискіпливу увагу як теоретиків, так і практиків, які збагачують її все глибшим проникненням у сутність комунікаційних процесів, проявів культурної ідентичності [5] та порадами, що базуються на досвіді з численних практичних прикладів [4; 6]. Отже, питання, як досягти успіху/бажаного результату в контактах з особами, що представляють інший культурний простір, набуло особливої актуальності і його значущість постійно зростає.

Пропонована стаття — це теж спроба сприяти формуванню якомога повнішої відповіді на зазначене вище питання, а саме з *орієнтацією на підходи і знання лінгвокультурології* — науки, яка вивчає взаємозв'язок мови і культури, тобто культурно-специфічні правила організації мовленнєвих актів і стає з огляду на окреслені у вступній частині тенденції розвитку одним із провідних напрямів нинішніх лінгвістичних досліджень. Іншими словами, лінгвокультурологія розглядає мовні одиниці у тісному взаємозв'язку з (асоціативним) мисленням/світоглядними особливостями, історією та духовно-практичною діяльністю певного етносу. Таким чином, *мета* цієї розвідки полягає в доведенні — на німецько- та україномовних прикладах — того факту, що історико-культурний аналіз номінативних одиниць (обставин їх виникнення, національно забарвлених складових семантики і т.п.) є важливим джерелом пізнання духовної культури етносу і тим самим кращого розуміння його суспільного устрою та норм

поведінки у різних ситуаціях, в тому числі й комунікативних. Сенсibilізація уваги до цієї проблематики та її усвідомлення створюють надійне підґрунтя для уникнення непорозумінь і конфліктів в актах міжкультурного спілкування, в чому вбачається суттєве *практичне значення* лінгвокультурологічних студій.

Переконливим прикладом у цьому контексті є перша офіційна назва Швейцарії — *Schweizerische Eidgenossenschaft*, яка була оформлена німецькою мовою, жодного разу не змінювалась, а сучасною політичною — і не тільки українською — мовою перекладається як Швейцарська *Конфедерація*.

Виникнення цієї назви пояснюється легендою, згідно з якою датою заснування Швейцарії вважається 1 серпня 1291 р., коли три представники трьох долинних німецькомовних територій Урі, Швіц та Унтервальден, що прилягають до Фірвальдштетського озера, зустрілися, щоб утворити оборонний союз проти ворогів. У найстарішій письмовій згадці про цю подію (*Weisses Buch zu Sarnen*, близько 1470 р.) наголошується, що ці троє *поклались* бути вірними і правдивими у взаємовідносинах та заради перемоги не жаліти ні свого життя, ні майна — «...schwuren einander Treu und Wahrheit, und ihr Leben und ihr Gut zu wagen» [7, с. 145]. Отже, згідно з первісним, німецькомовним значенням Швейцарія — це *клятвений союз/клятвене товариство*, адже німецька лексема *der Eid* означає «клятва».

«Конфедерація» є звичним та «сухим» поняттям, що відображає засади політичного устрою Швейцарії та деяких інших держав світу; на противагу йому «*Eidgenossenschaft*» («клятвений союз») — це лексема з яскравим емоційним забарвленням, яка містить посилення на історичні витоки країни та дозволяє зрозуміти «філософію» її сучасного устрою, особливості самосприйняття та світобачення її громадян.

Клятву на вічну вірність і взаємопідтримку добровільно склали представники рівних за статусом поселень; і саме ці ідеї/цінності витримали всі випробування непростим історичним розвитком і до теперішнього часу визначають життєустрій швейцарського народу. Саме тому в «Швейцарському клятвеному союзі» домінуючими є принципи рівноправності та суверенітету: усі кантони — незалежно від площі та кількості населення (а ці величини варіюють у досить широкому діапазоні) — мають однакові права й високу ступінь незалежності та представлені однаковою кількістю депутатів (двома) у другій палаті Національних зборів (парламенті) — Раді кантонів. Держава ж виконує лише делеговані їй кантонами функції, через що у Швейцарії де-юре немає столиці: у Конституції зазначено лише, що місцезнаходженням Парламенту та Уряду є місто Берн.

Думка «товаришів по клятві» — а саме так нерідко називають громадян Швейцарії, нім. *Eidgenossen* — є вирішальною при формуванні внутрішньої та зовнішньої політики: щоквартальні референдуми (на державному та кантональному рівнях, а також безпосередньо в громадах), які відбуваються за збиранням відповідної кількості підписів, визначають внутрішній розвиток та зовнішню активність країни. Саме тому Швейцарія не є членом Європейського Союзу, адже «горді й вільні *Eidgenossen*» (які не бажають жити за чужими

законами і нормами) вже декілька разів відхиляли євроінтеграційні парламентсько-урядові ініціативи.

Наведені та численні інші факти незаперечно підтверджують, що лише проникнення у весь широкий семантичний спектр лексеми *Eidgenossenschaft* та ідентифікація в ньому — напевно, найсуттєвішого — *етноспецифічного* компонента — створюють передумови для розуміння суспільного поступу Швейцарії та світосприйняття її громадян.

«Eidgenossenschaft» — це, висловлюючись фаховою мовою філологів, *лінгвокультурема*, тобто мовна одиниця, яка не тільки вербалізує певне значення, але й містить в собі «національну інформацію про культурні цінності, реалії тощо» [2, с. 9]. Те особливе/характерне в соціокультурному бутті одного етносу, що відображають лінгвокультуреми, є зазвичай лакуною в інших мовних картинах світу, а тому їх розуміння і переклад потребують знань із різних сфер розвитку людства.

Типовим прикладом лінгвокультурем є як німецькомовна лексема *der Fasching*, так і її україномовний переклад *Масниця* або *Масляна* [3, с. 230]. Такі переклади без додаткових пояснень робляться традиційно — чи з метою економії друкарських площ, чи через незнання авторами етнічних відмінностей, чи, можливо, існують ще й інші причини такого, не зовсім адекватного, на наш погляд, перекладу, адже практично *єдиною спільною* ознакою свят, які позначають наведені вище лексичні одиниці в *католицьких* регіонах німецькомовних країн та на *православних* територіях України, є їх відзначення перед Великим постом. Якщо приєднатися до думки, що Масниця — це «веселе, замашне та голосисте народне свято» українців [1, с. 26], то можна говорити і про другу спільну рису — веселий настрій та гучне святкування. (Недаремно німці називають цей період «днями дурниць» або «п'ятою порою року».)

Звернення ж до інших аспектів дозволяє ідентифікувати суттєві відмінності, зокрема:

а) тривалість: з XIX-го століття в німецькомовних ареалах Fasching розпочинається зазвичай 11 листопада (11-й місяць) об 11-й годині 11 хвилин, оскільки з давніх часів серед носіїв німецької мови «11» вважається числом дурнів / диваків, і продовжується до *середи* (так заний *Aschermittwoch*, теж лінгвокультурема з власною історією), якою розпочинається сорокаденний піст перед Паскою. Українська ж Масниця — це лише останній тиждень перед Великим постом;

б) головні складники свята: в німецькомовних країнах відбуваються масові карнавали, учасники яких «прикрашають» себе маскарадними костюмами, або спалення в останній день (вівторок) солом'яної ляльки-чоловіка людських розмірів, яка протягом святкувань висить у пивних і символізує гріхопадіння. В Україні — згідно з народними переказами та висновками дослідників: «колодійні обрядодійства; волочіння, чіпляння колодки; взаємні гостини з ритуальними стравами; катання на конях; зимові розваги: спускання з гір на санчатах, фуркало тощо; проводи Масниці; церемонії прощення» [1, с. 26];

в) страви: у німецькомовному ареалі немає якихось страв, які готувалися б

виключно в цей період. Вважається, що їжа має бути ситною, щоб давати достатньо сил і енергії для невпинного святкування, тому особливо популярними стають гуляш, традиційні німецькі ковбаски, салати з картоплі або яєць, страви з додаванням сиру тощо. На території України своєрідним символом Масниці стали вареники з сиром, які необхідно їсти в маслі, чому існує чимало тлумачень і що оспівується в багатьох народних піснях. У деяких регіонах м'ясні продукти протягом масничного тижня вже не вживалися, оскільки вважалося, що перед Великим постом організм має звільнитися від залишків м'ясних страв.

Цей далеко неповний перелік дає достатньо підстав для твердження, що Fasching в німецькомовному ареалі та українська Масниця — це свята, що мають аналогічні витoki походження й «цілеспрямованя», але одночасно й різні традиції їх відзначення. Це особливо стосується України, де роки соціалістичного режиму та заборони, пов'язані з ним, стерли в пам'яті народу чимало багатовікових звичаїв. Тому, щоб українець зрозумів, як святкується Fasching, а німець, австрієць чи швейцарець збагнули, яким змістом наповнена Масниця, потрібна додаткова історична етнічно-культурна інформація, традиційний переклад в лексикографічних виданнях може призводити до неправильних аналогій і, як логічний наслідок, до міжкультурних непорозумінь.

Отже, лінгвокультурологічні знання, тобто ті етноспецифічні дані, які імпліцитно присутні в семантиці номінативних одиниць — це одне з первинних джерел інформації про становлення і розвиток відповідного етносу, особливості його світосприйняття й спричинені ним цінності та норми поведінки у суспільній та приватних сферах. І лише глибоке оволодіння цими знаннями, що засвідчують і розглянуті вище приклади, створює сприятливі рамкові умови для успішного спілкування представників різних культур, тобто міжкультурного порозуміння.

Література

1. Зяблюк Н. Масниця в Україні / Надія Зяблюк // Рідна школа. — 2007. — №1. — С. 26–33.
2. Медвідь Н.С. Лінгвокультуреми в українській соціально-психологічній прозі першої половини ХХ ст.: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.01 «Українська мова» / Медвідь Наталія Сергіївна. — К., 2009. — 25 с.
3. Мюллер В. Великий німецько-український словник / В. Мюллер. — Київ: Видавничий дім «Чумацький шлях», 2008. — 787 с.
4. Erll A., Gymnich M. Interkulturelle Kompetenzen — Erfolgreich kommunizieren zwischen den Kulturen // Astrid Erll, Marion Gymnich. — Stuttgart: Klett Lerntraining, 2013. — 180 S.
5. Fink L., Gruttauer S., Thomas A. Beruflich in der Ukraine: Trainingsprogramm für Manager, Fach- und Führungskräfte / Luzia Fink, Stefanie Gruttauer, Alexander Thomas. — Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht GmbH & Co. KG, 2009. — 178 S.
6. Heringer H.J. Interkulturelle Kommunikation: Grundlagen und Konzepte / Hans Jürgen Heringer. — Tübingen: Narr Francke Attempto Verlag GmbH + Co. KG, 2010.

— 240 S.

7. Schroll-Machl S. Die Deutschen — Wir Deutsche: Fremdwahrnehmung und Selbstsicht im Berufsleben / Sylvia Schroll-Machl. — Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht GmbH & Co. KG, 2007. — 227 S.

8. Schütt Ch., Pollmann B. Chronik der Schweiz / Christian Schütt, Bernhard Pollmann. — Dortmund, Zürich: Chronik-Verlag, Ex-Libris-Verlag, 1987. — 640 S.

УДК 811.161.2: [81'366+81'373. 611]

Заєць В.Г.

кандидат педагогічних наук, доцент

кафедри української мови Інституту філології

Київського університету імені Бориса Грінченка

ДЕРИВАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В МЕДІЙНОМУ ТЕКСТІ

Анотація. У статті з'ясовано динаміку словотвірної норми в інформаційному ресурсі засобів масової інформації. Проаналізовано погляди мовознавців на словотвірну норму. Подано результати статистичного дослідження новотворів. Проаналізовано неунормоване вживання активних дієприкметників, проілюстровано типові випадки слововживання в періодиці досліджуваного періоду. Визначено суб'єктно-оцінювальну роль юкстапозитів на позначення якостей, станів, процесів. Доведено емоційно-оцінну функцію іншомовних компонентів складних слів.

Ключові слова: засоби масової інформації, словотвірна норма, денотати, новотвори, юкстапозити, okazionalizmi, узуальне слово.

Abstract. The article revealed the dynamics of word formation standards in information resource media late. The views of the linguists on the word formation standards were analyzed. The results of a statistical study of tumors were given. The irregular use of active participles were analyzed, the typical cases usage in periodicals of the studied period was illustrated. Subject-estimated role of juxtaposition denoting qualities, states and processes was defined. Emotionally evaluative function of foreign components of compound words has been shown.

Key words: mass-media, word formation standard, denotations, neoplasms, juxtaposit, occasionalism, usual word.

Постановка проблеми. Розвиток суспільно-економічних відносин впливає на дериваційні процеси мови кожної нації. Безумовно, номінування є явищем еволюційним, тому потребує пошуків внутрішніх ресурсів мови. Позаяк зовнішні чинники несуть цілі конструкції, використання яких може спричинити некероване надходження іншомовних денотатів або їх елементів, то постає проблема застереження від впливу іншомовних афіксів на національну словотвірну традицію.

Сучасний медійний текст відображає спрямування до інтернаціоналізації і глобалізації словотвірних процесів у використанні мовних виражальних можливостей, активізацію в ній інноваційних словотвірних процесів.

Аналіз останніх джерел. Інформаційний ресурс медійного дискурсу здатний до постійного оновлення, зокрема іншомовними моделями, які відображають сучасні тенденції слововислову. Певні зміни в мовній практиці та їх тенденції постійно тримають у полі зору українські дослідники К. Городенська,

Є. Карпіловська, О. Стишов, О. Тараненко, О. Нелюба, Л. Кислюк, Т. Коць та ін.

На думку О. Стишова, «у мові засобів масової інформації найвиразніше виявляється експресивна функція словотворення» [8, с. 122]. Учений зауважує на продуктивності іншомовних словотвірних типів як ідеї «європеїзації чи, за іншою термінологією, до інтернаціоналізації словотвірних типів, що виявляється в зростанні активності як твірних основ, так і афіксальних морфем, що мають загальноєвропейський або ширше — інтернаціональний характер...» [8, с. 132].

Запозичення до лексичного ресурсу медійного тексту, їх поспішна активізація в усіх функціональних стилях, зокрема публіцистичному, призводить до руйнування граматичної системи української мови.

Продуктивність інтернаціональних афіксів, стилістичні аспекти їх використання розкриває О. Пономарів [7], О. Тараненко акцентує увагу на моделях словотворення в різних аспектах [9]. Відхилення у словотвірних моделях з іншомовними афіксами і компонентами від усталених зразків, їх аномальність висвітлюють К. Городенська [2], Є. Карпіловська [4], О. Тараненко [9], Т. Коць [6] та ін.

Огляд сучасної періодики свідчить про вагоме місце іншомовних компонентів в українськомовній дериватології в цілому, а надуживання такими інтернаціональними афіксами зменшує значущість питомо українських словотвірних моделей, що в подальшому матиме згубні наслідки на дериваційному полі медійного тексту через руйнування граматичної структури національної мови. Ґрунтовний аналіз тенденцій в українськомовному словотворі висвітлений у наукових розвідках К. Городенської, О. Тараненка, Є. Карпіловської, О. Стишова, Т. Коць та ін.

Дискусійним видається думка про те, що англіцизми не слід вважати «рейдерами» в українській мові [3]. У сучасних словниках зафіксовані способи унормованого написання лексем з іншомовними препозитивними афіксами, однак практика слововживання в медійному тексті фіксує ряд відхилень від чинних норм.

Мета статті — означити типові випадки порушення словотвірної норми в засобах масової інформації. **Завдання розвідки** — проаналізувати питомо українські денотати, утворені за допомогою інтернаціональних афіксів на позначення трансформацій у соціумі.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Сучасний медійний текст має не лише повідомляти про що- і кого-небудь, впливати на думку читача, формувати суспільно-політичні погляди, а й відповідати чинним нормам дериватології, орфографії, орфоєпії, граматики. тощо. Однак своєрідний «бум» іншомовних входжень загострює питання їх правописного унормування. У денотатах медійного дискурсу досліджуваного періоду засвідчено вплив новозапозичень на позначення результатів наукового і технічного розвитку галузей народного господарства, соціальної сфери, мистецтва, спорту та ін.

Джерельною базою дослідження слугували українськомовні видання, зокрема «Літературна Україна», «Сільські вісті», «Слово просвіти», «Українське

слово», «День», «Народна армія», «Україна молода», «Вечірній Київ», «Молодь України», «Газета по-українськи», «Селянська газета» (2000–2016 рр.).

Динаміка словотвірних процесів у синхронії показує зростання запозичень з англійської мови, найуживанішими компонентами яких є **арт-; бізнес-; блиц-; медіа-**, на кшталт: *арт-калейдоскоп, арт-куратор, арт-реальність, арт-десант, арт-центр, медіа-джерела, медіа-простір, медіа-ресурс, медіа-структура ЗМІ, медіа-клуб, медіа-клубівці, медіа-юристи, медіа-центр, прайм-тайм, флеш-накопичувач, бізнес-англійська, бізнес-еліт, бізнес-ідея, бізнес-консультант, бізнес-клімат, бізнес-план, блиц-опитування, онлайн-опитування, онлайн-співбесіда, блогер-фотограф, карт-бланш*, на зразок: *3 9 по 15 жовтня відбувся арт-десант митців з різних куточків України в зону АТО (УС, 21-27.10.2015); Однак через вимушену затримку літака усі графіки професора зсунулись, він не встиг на дискусію про пропаганду в російських та українських ЗМІ — тому замість запланованої спокійної розмови (УС, 23-29.09.2015).*

Як відомо, **арт-** «виступає частиною складного слова, що вказує на зв'язок із мистецтвом». У сучасних мовознавчих працях зафіксовано понад 50 одиниць лексем із частиною **арт-** [1, с. 206; 213–214]. Відповідно до норм чинного українського правопису такі частини мають писатися разом.

Спостереження й аналіз денотатів із чужомовними компонентами сучасної періодики дає підстави фіксувати недотримання орфографічних норм, а й відповідно застерігати від розхитування граматичних норм. Порів.: *Він звертається до нас — ми пропонуємо ідею і бізнес-план у певному регіоні» (УК, 01.12.2016) і Деякі потраплять у приватні руки місцевих бізнесменів чи бізнесових структур (СП, 10-16.12.2015).* На думку К. Городенської, такі новотвори «деформують граматичну традицію української мови передавати атрибутивність за допомогою прикметника [2, с. 7]. Це впливає на орфографічну норму, як слушно зазначає К. Городенська, денотати із **блиц-** (означає «короткий, дуже короткий, миттєвий, блискавичний») потрібно писати разом на позначення словосполучень, як-от: коротке опитування (*блицопитування*), короткий візит (*блицвізит*), короткий огляд (*блицогляд*), коротке інтерв'ю (*блицінтерв'ю*) та ін. [2, с. 94–95].

Різноструктурні чужослови та гібридні вкраплення в медійних текстах на кшталт: *e-декларації, e-архіви, e-мейл, VIP-персони, FM-радіостанції, web-адреса, fashion-індустрія, хепі-енд, pdf-копія* розхитують графічну структуру української мови. Пор.: *Безумовно, це має бути тандем газета-сайт, але в жодному разі не лише pdf-копія (СП, 26.09 — 02.10.2013), Сьомий «Мамай-фест». Успішний! (СП, 19-25.06.2014); КерамЛЕНД — спеціально створене місце на території музею, де можна з користю розважатися всією сім'єю (УС, 02-08.12.2015), На екрані, коли демонстрували пересмішників із «95-го кварталу», камера часом показувала залу, при цьому спеціально вихоплювала VIP-персон із нього (УС, 16-22.12.2015).*

В аналізованих медійних текстах помітні різні підходи до графічної передачі назви вечора напередодні Різдва: *Народилася Ганна Чубач у Святвечір 1941 року в селі Плоскому на Вінниччині у хліборобській сім'ї (ЛУ, 28.01.2016); До Святвечора Дідухів отримують бійці на передовій, і поранені воїни кийвського*

госпіталю (СП, 7-13.01.2016); *За прогнозами синоптиків, у переддень Різдва, на Святвечір, на територію країни може увірватися арктична повітряна маса (УМ, 5-6.01.2017)*. Це пояснюється насамперед орфографічною непослідовністю передавання вищезгаданого денотата в текстах художнього стилю. За рекомендаціями К. Городенської, лексему, яку «утворено зі скороченої прикметникової основи *Свят-* та іменника *вечір*, маємо писати разом із великої літери [2, с. 7–8].

Характерно, що в останні десятиліття медійний дискурс помітно збільшив аббревіатурні денотати на позначення осіб та їх ознак, на зразок: *ГУЛАГівський, ЦВКівець, КДБіст, МНСник, ОУНівці, УНІАНівець, ФСБшна* тощо.

На нашу думку, надмірне вживання аббревіатур, до того маловідомих, значно погіршує сприймання інформації. Пор.: *У МТСБУ розроблено законопроект, покликаний якісно змінити ринок ОСЦПВ в Україні (НА, 5.12.2016); <...>, що у зв'язку з іще однією «цікавою» ініціативою уряду в Україні згорнули діяльність майже 130 тисяч ФОПів — фізичних осіб підприємців (УМ, 13-14.01.2017)*. На думку О. Стишова, такі одиниці не завжди можна знайти в загальнономовних словниках або лексикографічних працях з української мови [7, с. 153], а тому читач не має змоги розшифрувати їх.

Нині дискусійним залишається питання правопису аббревіатурних утворень у текстах періодики, на зразок: *Таке жертовне служіння в часи колоніальної залежності України від держав-агресорів оплачувалося не нагородами, а моральними й фізичними стражданнями, в'язницями, таборами і спецпсихушками, розстріляними вироками «трійок», десятиліттями таємного нагляду КаГеБе, виключень зі Спільки, недрукувань та цькувань (ЛУ, 29.10.2015); Крім того, ОУНівці зробили повний внутрішній опис архіву, де детально перерахували документи, що до нього входили (УС, 20-26.01.2016); Чекаю ж я на те, щоб кляте російське мавпеня КДБістське знову залізло на дерево і знало своє місце (СП, 31.12.2015); Демонтували 7,5 тисяч незаконних МАФів (ВК, 15.12.2016); А так... ДеНеєР з еЛеНеРом збирають свою криваву данину по обидва боки розмежувальної лінії (ЛУ, 08.09.2016); Доки поруч оця ФСБшна імперія, життя нам не буде (СП, 31.12.2014)*.

На наше глибоке переконання, у похідних словах твірні й суфіксальні частини звукових або літерних аббревіатур мають передаватися уніфіковано, тобто з малої літери: *б'ютівець, кадебіст, ефесбеишник, еменесник*. Це вже засвідчено окремими контекстами із лінгвальної практики ЗМІ, на зразок: *Україна сама на передньому краю боротьби з агресором, і не видно руху за позбавлення його права вето як постійного члена оонівської РБ, що напав на іншого учасника ООН (СП, 4-10.08.2016); Давно пора гнати п'яту колону кадебістів у рясах (УС, 16-22.12.2015); ВВП готувався до поїздки і, як справжній кагебіст, багато читав (ЛУ, 15.10.2015); <...>: 70 років тому він добре усвідомлював і мотивацію унівців, а також те, за що вони б'ються (УМ, 13-14.01.2017)*.

У словотворенні кінця минулого століття стала помітною активність денотатів із запозиченим формантом *-ація, -ізація/-изація*, поява яких, на думку Т. Коць, є наслідком глобалізації суспільно-політичного життя і прагненням

добирати узуальні слова такого словотвірного типу: *деморалізація, інформатизація, індексація, криміналізація, лібералізація, сертифікація, християнізація* [6, с. 138–139].

Зауважимо, що надмірне вживання процесуальних віддієслівних іменників *-ання, -ення* значно погіршує розуміння тексту, як-от: *Головна мета навчань — відпрацювання механізму оперативного доукомплектування частин і з'єднань силами оперативного резерву у випадку прямої агресії (МУ, 09.09.2016); За часів домінування в науці й релігії латини з неї в інші мови прийшло слово «люстрація», яке й означає очищення через жертвопринесення.*

У текстах засобів масової інформації досліджуваного періоду засвідчено випадки вживання неприродних дієприкметників із суфіксами *-юч-, -ащ-*, на кшталт: *вібруючі плями, головуючий суду, господарюючі об'єкти, гнітючі багнища, згасаюча краса, керуючий відділом, пільги працюючим, проникаючі поранення, узагальнюючий образ, обслуговуючий кооператив.* Зазначимо, що зафіксовані випадки неунормованого використання дієприкметникових одиниць є наслідком зросійщеного українського мовлення, проникнення яких у засоби масової інформації, зокрема на сторінки часописів розхитувало граматичні норми літературної мови, на кшталт: *«Міжряддя вистеляють соломю, щоб не забрунювалися дозрівуючі полуниці і не випаровувалася волога» (СЧ, 10.03.2000); «Особливо важливим пріоритетом на наступні 5 років є подолання існуючого нині штучного заниження вартості робочої сили, а також неприпустимо низького рівня соціальних витрат» (СЧ, 2000, 02.02.2000).* Дієприкметникова форма на *-юч-* є вадою тексту і мала бути виснажливою. Динаміку випадків неправильного використання активних дієприкметників відстежуємо здебільшого в текстах регіональних газет.

Отже, засвідчена динаміка словотвірних норм у періодиці окресленого періоду заслуговує на подальше опрацювання і може бути предметом досліджень з лексикології, синтаксису та стилістики.

Література

1. Бодик О.П., Рудакова Т.М. Сучасна українська літературна мова. Лексикологія. Фразеологія. Лексикографія. Навч. посіб. — К.: Центр учбової літератури. — 2011. — 416 с.
2. Городенська К.Г. Українське слово у вимірах сьогодення / К. Городенська. Наукове видання. Ін-т укр. мови НАН України. — Київ, КММ. — 2014. — 124 с.
3. Громлюк І. Україніш. Мова-привид чи говірка майбутнього / І. Громлюк // Українська правда: [Режим доступу]: http://life.pravda.com.ua/society/2016/12/2/220965/view_print/
4. Карпіловська Є. Норма в сучасному українському словотворенні: зразок і реальність / Є. Карпіловська // Культура слова — 2011. — №74. — С. 43–51.
5. Кислюк Л. Сучасна словотвірна норма української мови: мовна практика та кодифікація / Л. Кислюк // Українська мова — 2012. — №1. — С. 52–66.
6. Коць Т.А. Літературна норма у функціонально-стильовій і структурній

парадигмі / Т.А. Коць. — К.: Логос, 2010. — 303 с.

7. Пономарів О.Д. Стилїстика сучасної української мови: Підручник. — 3-тє вид., перероб. і доповн. — Тернопіль: Навчальна книга — Богдан, 2000. — 248 с.

8. Стишов О.А. Українська лексика ХХ столїття: (На матеріалї засобів мас. інформації): Моногр. / О.А. Стишов. — 2-ге вид., переробл. — К.: Пугач, 2005. — 388 с.

9. Тараненко О.О. Актуалїзованї моделї в системї словотворення сучасної української мови (кїнець ХХ — ХХІ ст.): Монографїя / О.О. Тараненко. — К.: Видавничий дїм Дмитра Бураго. — 2015. — 248 с.

Gvelesiani I.

*Associate Professor of the Faculty of Humanities
at Ivane Javakhishvili Tbilisi State University*

SOME STRATEGIES OF MULTILINGUAL EDUCATION

***Abstract.** «Globalization is the process by which markets integrate worldwide. Over the past 60 years, it has accelerated steadily» (M. Spence, p. 28). One of the major outcomes of the globalization is a mass migration of the world population, which is mainly stipulated by ongoing political, socio-economic and even ethno-cultural processes. A lot of migrants form regional minorities of certain countries. They acquire a new language and a new culture via merging with an indigenous population. The process of acquisition is gradual, but quite challenging. It often encounters insurmountable lingvo-cultural barriers stipulated by a vivid multilingualism or multiculturalism.*

The given paper deals with the certain strategies of the multilingual education, which becomes the foundation for the elimination of lingvo-cultural barriers existing in numerous multiethnic communities.

***Key words:** globalization, education, multiethnicity, multilingualism, strategy.*

Introduction

The overwhelming process of globalization results in numerous challenges, prospects and alterations. Significant changes are revealed in all spheres of human activities. One of the major outcomes of the globalization is a mass migration of the world population, which is mainly stipulated by ongoing political, socio-economic and even ethno-cultural processes. A lot of migrants form regional minorities of certain countries. They acquire a new language and a new culture via merging with an indigenous population. The process of acquisition is gradual, but quite challenging. It often encounters insurmountable lingvo-cultural barriers stipulated by a vivid multilingualism or multiculturalism.

Multilingual Education and Some Strategies of Teaching

The given paper deals with the certain strategies of the multilingual education, which becomes the foundation for the elimination of lingvo-cultural barriers existing in multiethnic communities. On the one hand, contemporary global processes often encounter the growing number of multiethnic societies dealing with the flows of immigrants. On the other hand, the conception of immigrants may comprise: «refugees, migrants, remigrants, spouses from abroad, asylum seekers and other foreigners» (E. Protassova, p. 233).

As a result, the major reasons of a predominant multilingualism and a growing tendency of the multilingual education can be presented by the following factors:

1. Political
2. Economic
3. Social
4. Certain global tendencies

A **political factor** deals with the policy of a dominant country. Throughout the history of the world, the most powerful countries sought hegemony through political, linguistic and cultural influences. As a result, a state language of a powerful country acquired a dominant status. It «invaded» a lingual domain of smaller states and facilitated the emergence of the multilingualism.

An **economic factor** deals with the demands of an intensified development of the modern economy. «In the globalized new economy, communication is central to the functioning of the market; language, culture, and identity are tied to the emergence of niche markets and added value, in a process of localization that globalization has made possible, indeed necessary» (O. Garcia and A. Lin, p. 6). Today a lot of developing countries aspire towards a profitable integration into the world market. During the transition towards the market economy, the big companies as well as the private-sector cooperatives play a crucial role in the formation of socio-economic activities. English (as *Lingua Franca*) becomes the only language of cooperation, negotiation and interrelation. The multilingual education rises in value and the acquisition of the English language becomes a market-determined process.

A **social factor** deals with the mass migration of the world population from developing countries to powerful «well-developed» states or from rural areas to cities. As a result, minoritized communities appear. Their languages acquire the status of endangered ones and the only successful policy of their preservation deals with the implementation of a multilingual education.

Certain global tendencies comprise the latest strategies of the reconstruction of the educational systems of the world countries. Nowadays, it is strongly believed, that teaching in a monolingual mode «results in academic failure, linguistic and identity insecurities, and the inability to enjoy the critical metalinguistic awareness» (O. Garcia and A. Lin, p. 6). In contrast to the monolingualism, a good bilingual/multilingual education empowers those who are educated, because mastering two or more languages (bilingual/trilingual proficiency) facilitates an individual's international circulation and interstate activities. Moreover, multilingualism forms the basis of the communication throughout Europe and becomes a prerequisite for the maintenance of a linguistic diversity.

It is also worth mentioning, that the appearance of multilingualism in the language education policies is not the challenge of the 21st century. In 1993, the Council of Europe adopted the European Charter on Regional and Minority Languages and therefore, gave national minorities the right to use their languages in education.

«Every person belonging to a national minority shall have the right to learn his/her mother tongue and to receive an education in his/her mother tongue at an appropriate number of schools and of state educational and training establishments, located in

accordance with the geographical distribution of the minority» (Additional protocol on the rights of minorities to the European Convention on Human Rights).

More than a decade later (in 2007), the Council of Europe defined the primary purpose of the *plurilingual education*:

«The purpose of plurilingual education is to develop speakers' language skills and linguistic repertoires. The ability to use different languages, whatever degree of competence they have in each of them, is common to all speakers. And it is the responsibility of education systems to make all Europeans aware of the nature of this ability, which is developed to a greater or lesser extent according to individuals and contexts, to highlight its value, and to develop it in early years of schooling and throughout life» (O. Garcia, p. 88).

Nowadays, the implementation of the plurilingual education is highly important in multiethnic communities, because each and every individual must be encouraged to get high-quality education without any discrimination on the basis of linguistic, ethnic or other belongingness. Article 30 of the UN Convention of the Rights of the Child states, that: «In those States in which ethnic, religious or linguistic minorities or persons of indigenous origin exist, a child belonging to such a minority or who is indigenous shall not be denied the right, in community with other members of his or her group, to enjoy his or her own culture, to profess and practice his or her own religion, or to use his or her own language» (International standards).

During the study of the models of a multilingual education, we can distinguish two major programs identified by C. Baker:

- ***Transitional immersion programmes***, which «start with a relatively large amount of mother-tongue lessons in primary school, and then gradually increase instruction in the second language up to 100% in the last years of schooling» (C. Baker).
- ***Maintenance immersion programmes***, which remain multilingual throughout schooling.

We believe, that the former model of teaching is more successful. The practice shows, that the knowledge of the first language (L1) of a learner greatly influences the process of the second language (L2) acquisition. The given tendency is mostly revealed on the grammatical and lexical levels. Therefore, it is preferable to achieve a level of literacy in L1 and afterwards, L2 can become the language of instruction.

It is also important to avoid standard formalized lessons. During traditional classes the major accent is put on formal aspects of L2 i.e. «children learn language in an analytical, grammar-based, rather than a communicative way, although at the age of 6-9 they are psychologically not ready to perceive and understand such analytical correlations» (B. Schulter, p. 239). The practice shows that the usage of innovative teaching technics oriented on debating, discussing, listening/speaking, group-working and pair-working develop learners' communicative skills, raise their motivation and facilitate accommodation to L2 environment.

However, a successful second language acquisition greatly depends on the educators' professionalism and knowledge of the contemporary teaching strategies. «One of the criteria to assess the teacher's professionalism is the teacher's level of all-round intelligence (IQ). It involves a teacher's psychological, pedagogical and social

willingness to educate learners, regardless the scale of their social values, ways of behavior, ideals...» (Z. Anspoka, D. Dalbina, V. Vaivade, p. 254). The level of an educator's all-round intelligence can be raised by special training courses. The attendance of such courses is highly important during teaching in multilingual/multicultural environment:

– «Educators and teachers should receive relevant training to enable them to teach in the learners' mother tongue (L1) as well as in the second language (L2) should this not be their own language...

– Educators and teachers must fully master the learner's languages and know their sociocultural background» (Multilingual education).

The practice shows that the trainers of multilingual teachers should be the representatives of those countries, which have a well-developed and a prominent system of a multilingual education. The experience shared by foreign trainers helps local educators to acquire new skills and to create new curricula based on local cultures and topics (familiar to the learners).

A successful implementation of a multilingual education is based on the usage of a special methodology and up-to-date teaching materials. The latter must include target languages and target cultures, because a language and a culture are deeply interconnected. Moreover, it is strongly believed that «Universities, academic centres and Institutions should invest in language development (standardization of the writing system, lexical development and grammatical description) to support the development of materials in local languages» (Multilingual education). Materials written in L1 are easily comprehensible. However, during the teaching process they must be gradually replaced by the textbooks written in L2.

Conclusions

Therefore, all the above-mentioned enables us to conclude, that a successful implementation of a multilingual education greatly depends on a perfect strategic planning oriented on the following components:

Strategy 1 — the achievement of a level of literacy in L1 before starting learning in L2;

Strategy 2 — the usage of innovative teaching technics oriented on the development of learners' communicative skills, because traditional grammar-oriented methods result in formalized less-successful lessons;

Strategy 3 — the involvement of well-prepared teachers, who are tolerant and create emotionally-balanced climate during classroom activities;

Strategy 4 — the facilitation of the training of teachers based on the promotion of equal mastering of L1 and L2 during the teaching process;

Strategy 5 — the facilitation of the usage of a special methodology and up-to-date teaching materials.

References

1. Additional protocol on the rights of minorities to the European Convention on Human Rights. Downloaded from <http://assembly.coe.int/nw/xml/XRef/Xref->

XML2HTML-en.asp?fileid=15235&lang=en

2. B. Schuler, Multilingual education and the rights of the children, Proceedings of International Scientific Conference Issues of State Language Teaching: Problems and Challenges, 2011.

3. C. Baker, Key issues in bilingualism and bilingual education, Clevedon: Multilingual Matters, 1988.

4. E. Protassova, Multilingual education in Finland (with a special focus on the Russian language), Proceedings of International Scientific Conference Issues of State Language Teaching: Problems and Challenges, 2011.

5. International standards. Downloaded from <http://www.ohchr.org/EN/Issues/Minorities/SRMinorities/Pages/Standards.aspx>

6. M. Spence, The impact of globalization on income and employment, Foreign Affairs, Vol. 90 (4), 2011.

7. Multilingual education. Downloaded from <http://unesdoc.unesco.org/images/0022/002265/226554e.pdf>

8. O. Garcia, Multilingualism and language education, in The Routledge Companion to English Studies (eds. Constant Leung, Brian V Street), Routledge, 2014.

9. O. Garcia, A. Lin, Extending Understandings of Bilingual and Multilingual Education. <https://link.springer.com/referenceworkentry/10.1007%2F978-3-319-02324>

10. Z. Anspoka, D. Dalbina, V. Vaivade, Minority students in Latvian schools: some problems and solutions, Proceedings of International Scientific Conference Issues of State Language Teaching: Problems and Challenges, 2011.

Ищук М.

старший викладач

Янісів М.

доцент, кандидат педагогічних наук

НУ «Львівська політехніка»

КОНТРАСТИВНИЙ АНАЛІЗ СИМВОЛІЧНИХ ЗНАЧЕНЬ РЕЛІГІЙНИХ РЕАЛІЙ ТА СЛІВ, ЯКІ МІСТЯТЬ РЕЛІГІЙНИЙ СИМВОЛІЗМ, В АНГЛІЙСЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ МОВАХ

***Анотація.** Дана стаття розглядає питання релігійної символіки у зіставному плані української та англійської мов. Для аналізу були взяті назви релігійних реалій та слів, у семантичній структурі яких містяться релігійні символічні значення. Проаналізовані подібності та відмінності релігійної символіки. Знайдені та проаналізовані приклади з даними найменуваннями в літературі.*

***Ключові слова:** символізм, релігійні реалії, семантична структура слова, контрастивний аналіз.*

***Abstract.** Religion symbolism in respect of contrastive analysis in Ukrainian and English is considered in the given article. The names of religious realia and words, in the semantic structure of which there is religious symbolism, were taken for analysis. Similarities and differences of religious symbolism were analyzed. Examples of the given names in literature were found and analyzed.*

***Key words:** contrastive analysis, religious symbolism, semantic structure.*

У даному дослідженні нашим завданням було знайти в українських та англійських словниках символів назви релігійних реалій та інших слів, які містять релігійний символізм, зіставити усі символічні значення, притаманні кожному слову, зробити паралель українських символічних значень із англійськими, визначити подібності та відмінності, знайти приклади з даними найменуваннями в українській та англійській літературах, проаналізувати їх.

Питання символіки розглядаються такими авторами: В. Жайворонок, М. Чумарна, Н. Пастух, О. Потапенко, М. Дмитренко, С. Боура, Б. Котл, Ф. Діллістоун та іншими. Символізм розглядається в основному у плані складання символічних словників та аналізу народної творчості, а також на прикладах творів окремих авторів художньої літератури. Ми взяли конкретну тематичну групу, а саме релігійні реалії, і розглянули символізм у зіставному плані двох мов — української та англійської.

Базовими для нашого дослідження були такі словники: В. Жайворонок «Знаки української етнокультури» [1]; М. Чумарна «З початку світу. Україна в символах» [3]; «Словник символів культури України» за ред. В. Коцура, О. Потапенка, М. Дмитренка, В. Куйбіди [2]; «A Dictionary of Symbols» by J. Cirlot [5]; «Dictionary of Symbolism» by A. Protas [6]. Матеріал дослідження — Святе Письмо, народна творчість та літературні твори таких письменників, як: Іван Франко, Леся Українка, Ліна Костенко, Андрій Малишко, Максим Рильський, Павло Тичина, Володимир Сосюра, Ернест Хемінгуей, Крістіна Россетті, Джон Арнотт, Вільям Вордсворт, Семюел Тейлор Колрідж та інші.

Було знайдено 20 одиниць найменувань з релігійною символікою в українській мові та їх 20 відповідників в англійській. Більшість з них мають більш як одне символічне значення, пов'язане з релігією. При зіставленні пар найменувань в обох мовах було виявлено, що частина найменувань має символічні значення, що збігаються, частина — що частково збігаються, а решта — повністю відмінні.

Отже, з 20 пар найменувань у 10 парах (50%) усі символічні значення збігаються, це такі назви: *ікона* — *icon*, *кадило* — *censer*, *свічка* — *candle*, *голуб* — *dove* (були вибрані лише ті символічні значення, які пов'язані з релігійною тематикою), *церква* — *church*, *престіл* — *throne*, *сонце* — *the Sun*, *серце* — *heart*, *Біблія* — *the Bible*, *оливкове дерево* — *olive tree*. Наприклад: «Церква — символ вічного Бога; спасіння, радості, любові; берегині усього прекрасного; добротності й чистоти; духовного єднання; освіти та культури» [1]. В англійській мові: «*The church — a symbol of eternal God, salvation, gladness and love. It represents intellectual unity, purity and culture. Church symbolizes all beautifulness mediocrity between God and people*» [4]. Або інший приклад: «*Ікона — символ Царства Духу, Господа; молитви; божественної гармонії; світла, слави Божої і величі; устремління світу, людей до Всевишнього; святості; олюдненого образу Бога*» [3]. В англійській мові: «*The Icon is the symbol of Lords kingdom, prayer and holiness. It emphasizes God's glory and majesty*» [4].

9 пар найменувань (45%) мають символічні значення, що частково

збігаються, тобто є як однакові значення, так і відмінні, це такі назви: *розп'яття* — *crucifixion*, *хрест* — *cross*, *вогонь* — *fire*, *веселка* — *the rainbow*, *райське дерево* — *the Tree of Life*, *троянда* — *rose*, *хліб і вино* — *bread and wine*, *вода* — *water*, *віск* — *wax*. Наприклад, «*Віск символізує чистоту і відсутність скверни у людей, що його приносять. Це є знак каяття, готовності служити Богу, жертвувати йому. Символ душевної м'якості*» [3]. В англійській мові: «*Wax – the image of the wax is generally adaptation, plasticity, suggestibility and impermanence*» [4]. Отже, у даному прикладі спільним є значення *душевної м'якості*, у той час як в українській семантичній структурі додатковим є «*символ чистоти і відсутності скверни у людей, що його приносять. Це є знак каяття, готовності служити Богу, жертвувати йому*».

Таким чином, у семантичних структурах наступних слів є додаткові символічні значення:

— в українській мові:

- *розп'яття* — «логос, слово»,
- *вогонь* — «символ життя»,
- *вода* — «життя і воскресіння із мертвих»,
- *хрест* — «знак Сонця і вогню»;

— в англійській мові:

- *веселка* — «*symbol of hope and the bright emblem of mercy and love*»,
- *троянда* — «*five roses grouped together symbolize the 5 Wounds of Christ*»,
- *хліб і вино* — «*symbolizes life*»,
- *райське дерево* — «*protection, strength, bounty, beauty, and redemption*».

Отже, з 9 пар, символічні значення яких частково збігаються, у 5 парах (56%) додаткові значення виявлено в українській мові, а у 4 (44%) — в англійській.

В одній парі найменувань (5%) символічні значення зовсім не збігаються: *ягня* — *lamb*: «*Ягня — жертвна тварина, символ смирення, невинності, послуху. На сьогоднішній день - це символ лагідної смерті Ісуса Христа*» [1]. А в англійській мові: «*The lamb — a symbol of Christ as the Paschal Lamb. The lamb is also a symbol for St. Agnes (Feast Day 21 January), virgin martyr of the early Church*» [6].

Отже, з 20 пар найменувань, які містять релігійну символіку, 10 пар (50%) мають символічні значення, що повністю збігаються, 9 пар (45%) — збігаються частково і одна пара (5%) має повністю відмінні символічні значення.

Ми проаналізували вживання даних слів у літературі, то ж вибірково наведемо приклади.

Ікона. Головне значення православної ікони — це гармонія та мир у церкві та її пастві. Кожна сім'я та кожна хата мали свою ікону на божнику, що передавалася з діда-прадіда і ставала домовою святинею; кожна родина мала свого святого як охоронця оселі. «*Смисл ікони полягає не в її речовій красі, а у тій духовній красі першообразу, яка є Богоподібність*» [3].

Ікона

На холодному склі він малює розбиту ікону.

Мов востаннє виводить старечії сивії скроні.

*А вона, ніби плаче, і, може, він хоче вклонитись.
Він малює від неволі та цвяхів розбитії руки.
Непотрібна й невчасна голгофа оце її мука.
Павло Юрійчук*

Голуб — моногамний птах, тому його часто пов'язують із романтичним та вічним коханням. У слов'янському фольклорі вважалося, що голуби переносять душі померлих на небеса, а в англійському — що сумне кугикання голуба означає чиюсь смерть.

*I heard a stock-dove sing or say
His homely tale, this very day;
His voice was buried among trees,
Yet to be come at by the breeze;
He did not cease, but cooed and cooed,
and somewhat pensively he wooed:
Slow to begin and never ending;
of serious faith and inward glee,
that was the song, the song for me.
Folklore.*

Розп'яття. Головною ідеєю розп'яття на хресті є агонізуючий біль життя, творення і знищення. Православ'я тлумачить хрест як «*наряддя рятівної смерті Господа нашого Ісуса Христа, символ Нового заповіту, символ перемоги над смертю, перетину небесного і земного, що знаменує предковічну таїну створення всесвіту*» [3]:

*Ісус Христос розп'ятий був не раз.
Там, на Голгофі, це було уперше.
Умер од смерті, може, - від образ,
І за життям не пожалів, умерши.
А потім розп'яли на полотні,
У мармурі, у гіпсі і в граніті.
А потім розп'яли його в мені,
І розп'яли на цілім білім світі.
Ліна Костенко.*

Кадило. Апостол Павло підкреслював символічне значення кадила, коли пояснював ефес'янам, що Христос «*віддав себе за нас, як принос і жертву приємного Богові запаху*» [3]. «*Нехай моя молитва стане перед Тобою, мов кадило; здіймання рук моїх, немов вечірня жертва*» [3].

«*На Україні хрест був зовнішнім знаком приналежності людини до християнської віри, магичним оберегом від хвороб, нещасть. Перед початком кожної справи треба було перехреститися. Це ж саме робили, почувши перший грім, побачивши місяць-молодик та ін. На Гуцульщині вивішували дерев'яні хрестики на воротах, колодязях, дверях як оберіг. З метою відвернення епідемій у деяких селах /в чотирьох його кінцях/ ставили осикові хрести*» [4].

*Хреста нас знаменем хрестили,
Ростем під знаменем хреста;*

З хреста пливуть всі наші сили

І віра наша пресвята...

Іван Франко.

«За народними повір'ями, зорі-небесні свічки, для кожного по одній; коли людина помирає, його зоря-свічка гасне, коли живе грішним життям-тьмяніє; свічка супроводжує всі ритуальні дії людського життя; як символ життя запалена свічка присутня у весільному обряді» [1]. В англійській мові свічка символізує Святий дух і світло:

The candle burns so strong and bright

My days go slowly by

The future beckons «follow me»

I know... I'll never die

The candle weeps yet shares it's light

I try to find my way

The journey now begins for me

I'm strong... I'll never die.

Jon Arno.

Отже, ми можемо зробити висновок, що найменування з релігійною символікою значно частіше, ніж найменування інших груп лексики, мають подібність за символічними значеннями в українській та англійській мовах. Така велика кількість збігів пояснюється специфікою релігійної термінології, а також тим, що дане дослідження базується на одній релігії, а саме християнстві, основним джерелом якої є Святе Письмо. Найменування, символічні значення яких частково збігаються, у своїй семантичній структурі також містять значну, часто переважаючу, кількість символічних значень, які збігаються, вони можуть різнитися лише одним або двома значеннями, що свідчить, що навіть у такій тематичній групі національні особливості різних країн зробили свій вплив. І лише одна пара містила повністю відмінні символічні значення. В українській та англійській літературах слова з релігійним символізмом використовуються часто і надають творам глибокого філософського змісту.

Література

1. Жайворонок В.В. Знаки української етнокультури. /В.В. Жайворонок — К.: Довіра, 2006. — С. 16–54.
2. Словник символів культури України / За ред. В.П. Коцура, О.І. Потапенка, М.К. Дмитренко, В.В. Куйбіди. — 3-е вид. — К.: Міленіум, 2005. — 352 с.
3. Чумарна М. З початку світу. Україна в символах. /М. Чумарна. — Львів, 2006. — С. 18–35.
4. Прози символіка: Словник символів/ Потапенко О.І., Дмитренко М.К. та ін. — К.: Либідь, 1997. — С. 24–26.
5. A Dictionary of Symbols / J.E Cirlot. — London: Taylor & Francis e-Library, 2001.
6. Dictionary of Symbolism by Allison Protas. Downloaded from <http://www.umich.edu/umfandsf/symbolismproject/symbolism.html/>

Капуш А.В.

кандидат філологічних наук

доцент кафедри німецької мови

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

ВПЛИВ ГЛОБАЛЬНОЇ МОВИ І КУЛЬТУРИ НА НАЦІОНАЛЬНІ МОВИ (НА ПРИКЛАДІ НІМЕЦЬКОЇ МОВИ)

Анотація. У статті розглядається питання перспектив німецької мови в епоху глобалізації та домінування англійської мови. Характеризуються сучасні процеси взаємовпливу мов та культур. На прикладі актуальних лексичних інновацій аналізуються наслідки процесу запозичення для лексико-семантичної системи мови. Аргументується необхідність збереження багатомовності у глобальному суспільстві.

Ключові слова: німецька мова, англійська мова, словникові інновації, лексико-семантична система, запозичення, багатомовність.

Abstract. The article discusses prospects of the German language in the era of globalization and dominance of English. It outlines contemporary interrelations of languages and cultures. Also, it uses actual lexical innovations to analyse the effects of borrowing into the lexico-semantic system of language. The article argues the need to preserve multilingualism in a global society.

Key words: German language, English language, dictionary innovations, lexico-semantic system, lexical loans, multilingualism.

Постановка проблеми. Тотальна глобалізація сучасного суспільства зумовлює інтенсивні процеси контактування та взаємовплив мов і культур. Крім активного запозичення іншомовної лексики, переважно з американського варіанту англійської мови, сучасна мовна ситуація в Європі характеризується поступовим витісненням національних мов з цілого ряду сфер людської діяльності та заміною їх англійською мовою. Втрата національними мовами своїх позицій може мати для людської спільноти наслідки, що виходять за межі суто лінгвістичної проблематики.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Запозичення іншомовної лексики традиційно є проблемою, яка розглядається не лише у роботах мовознавців та представників інших наук, але є предметом дискусій серед пересічних користувачів мови. Причини інтенсифікації запозичення іншомовної лексики, її структурно-семантичні, функціональні та стилістичні характеристики розглядалися в останні роки в роботах Є. Розен, Р. Хоберга, В. Шнайдера, І. Зьорензен, Б. Зіка, Д. Ціммера та ін., а також у друкованих ЗМІ, що висвітлюють проблеми мовної норми та культури мовлення («Die Zeit», «Sprachnachrichten»).

Виклад основного матеріалу дослідження. Однією з найхарактерніших ознак сучасного етапу розвитку німецької мови є інтенсивне запозичення англіцизмів, як правило, з американського варіанту англійської мови. Наявність великої кількості англіцизмів у мові зокрема відображають відомі іронічні назви *Denglisch* (тж. *Denglish*) та *Engleutsch*.

Запозичення іншомовної лексики завжди супроводжувалось критикою з боку лінгвістів, журналістів, викладачів мови, які вбачають у ньому загрозу цілісності літературної мови та розхитування її норми. Тому в різні епохи здійснювалися

спроби протидіяти проникненню запозичень у німецьку мову або замінити їх на німецькі відповідники. Так, завдяки Ф. фон Цезену в XVII ст. з'явилися слова, які стали невід'ємною частиною словникового фонду і вживаються паралельно із запозиченими з грецької (*Bibliothek* → *Bücherei*, *Dialekt* → *Mundart*) та латинської (*Distanz* → *Abstand*, *Zirkulation* → *Kreislauf*, *Projekt* → *Entwurf*, *Autor* → *Verfasser* тощо) мов.

Діяльність зі створення німецьких еквівалентів до запозичених слів не припиняється і сьогодні, але тепер зусилля направлені майже виключно проти англіцизмів. З метою протидії їх засиллю Спілкою «Німецька мова» (*Verein Deutsche Sprache*) була ініційована акція «Жива німецька мова» (*Aktion lebendiges Deutsch*) по створенню німецьких відповідників, яка тривала з 2006 по 2010 рр. Приклади запропонованих німецьких варіантів: *Airbag* → *Prallkissen*, *Fastfood* → *Schnellkost*, *Standby* → *Standstrom*, *Timing* → *Zeitwahl*, *Jackpot* → *Glückstopf*, *Display* → *Sichtfeld*, *No-go-Area* → *Meidezone*, *Laptop* → *Klapprechner* та ін. Оскільки такі заходи для заміни англіцизмів мають регулятивний характер, нові варіанти найменувань можуть бути не відразу сприйнятими мовцями через їх незвичне звучання. Тому тільки з часом стане зрозумілим, чи знайдуть вони поширення і стануть частиною узусу. Б. Зік зауважує, що це є питання звички і свідомого вибору, тільки сам мовець може вирішити, чи йому і надалі послуговуватися англіцизмами, чи наважитися використовувати нові німецькі відповідники [6, с. 135].

Вживання значної частини англіцизмів є тимчасовим явищем, обумовленим контекстом чи індивідуальними лінгвістичними вподобаннями. Наприклад, тільки соціально-психологічними чинниками (бажанням покращити імідж, міркуваннями престижу) можна пояснити використання англіцизмів та витіснення з ужитку деяких німецьких назв, напр.: *Weltkonzern* → *Global Player*, *Schlagzeile* → *Headline*, *Wettbewerb* → *Contest*, *Auskunft* → *Service Point* (не існує в англійській мові!) та ін. [6, с. 135].

Значний інтерес становлять дослідження змін у складі словника, які відбуваються протягом незначного — з погляду історії мови — періоду. Використовуючи метод «синхронного зрізу», можна чітко простежити динамічні процеси в словниковому складі та їх залежність від впливу екстралінгвальних та інтралінгвальних чинників. Щоб проаналізувати скільки та які англіцизми з'являються в німецькій мові і входять в активний словниковий запас більшості мовців протягом певного хронологічного відрізка, ми дослідили корпус лексики, представлений у книзі «*Rotbuch Deutsch. Die Liste der gefährdeten Wörter*» за редакцією Й. Тіле. Як пише автор, цей корпус містить найменування, які сьогодні ще іноді вживаються, але активно витісняються іншими, більш новими та актуальними, тому їм загрожує зникнення з активного словника. «Вони витісняються через втрату значення, витісняються англіцизмами та — що ще гірше — через *Denglisch*. Частота їх вживання зменшується, їх використання сприймається мовною спільнотою як старомодне» [5, с. 4]. Всього корпус включає 1230 німецьких слів та словосполучень, які знаходяться на етапі поступового зникнення. Серед вказаних нових відповідників 292 є англіцизмами, що складає

майже 24%. Розподіл за частинами мови виглядає таким чином: іменники, звичайно, кількісно переважають; дієслова — 9; прикметники — 4; вигуки — 1. Серед нових варіантів є гібридні утворення з німецьких та англійських елементів, скорочення (абревіатури) та словосполучення.

Вплив англійської мови не обмежується наявністю словникових запозичень. Спостерігаються ознаки того, що вона може дати поштовх до незворотних змін в глибинному кодї німецької мови. Під глибинним кодом розуміють такі стабільні структури мови (на противагу змінюваному словнику), як морфологія та синтаксис. Напр., у німецьких текстах набуває поширення вживання літери С на початку слів (*Club, Comfort*), написання апострофа у формі генітива не тільки із власними назвами (*Norton's*), але й з іншими іменниками (*Manager's*), тенденція до окремого написання частин складних слів (*Notizblock Anwendung, System Säuberung Eigenschaft*), вживання прийменника перед цифрою, що означає рік (*in 2016* замість *2016* або *im Jahre 2016*). Такі зміни є наслідком вживання великої кількості неасимільованих англїцизмів та калькування англїйських структур і без належної протидії можуть з часом призвести до піджинїзації німецької мови [8, с. 71].

Отже, проблемою є не запозичення як явище, а саме використання неасимільованих англїцизмів та поширення англїйської мови на все більше сфер використання, що обмежує використання інших мов [4, с. 19]. Причини цього очевидні: міграція населення; пропаганда американського способу життя, американських цінностей; тенденція до використання англїйської як робочої мови в діяльності міжнародних організацій; глобалїзація економіки; статус англїйської як мови Інтернет-спільноти. Загалом кількість людей, які володіють англїйською як іноземною (на різному рівні) складає у світі 2 млрд. чол. [3, с. 303]. Таким чином, англїйська мова сьогодні вже не тільки світова *lingua franca*, але й мова, яка через свою постійну присутність у житті мовців впливає на їхню рідну мову, проникаючи в неї та поступово змінюючи її. Саме у мовній ситуації, яка склалася на сьогодні в Європі у зв'язку з домінуванням англїйської, лінгвісти вбачають реальну загрозу для німецької та інших мов [1, с. 44–49; 4, с. 21; 7, с. 173]. Схожий стан речей спостерігається і в інших європейських країнах. Німецька та інші європейські національні мови опинилися в умовах жорсткого конкурентного середовища, що виникло з появою *Globisch* або *Globalesisch* — англїйської мови нового типу, свого роду «метамови», що є спрощеним варіантом англїйської мови і використовується в міжнародній комунїкації.

Особливе занепокоєння викликає той факт, що німецька мова сьогодні все рідше використовується як мова науки. Серед головних причин: 1) Болонський процес у сфері освіти, створення загальноєвропейського освітнього простору, збільшення у європейських вишах кількості освітніх програм англїйською мовою; 2) понад 80% інформації, що міститься в електронних базах у всьому світі, представлено англїйською мовою; 3) більш ніж дві треті вчених світу пишуть англїйською мовою, для того щоб мати змогу представити результати своїх досліджень якомога більшому колу науковців [3, с. 302].

Проте є ряд моментів, пов'язаних із природою та взаємозалежністю мови та

культури, які примушують подивитися з іншого боку на, здавалось би, очевидні переваги мовної глобалізації, зокрема у сфері науки.

Під час спілкування іноземною мовою в першу чергу йдеться про передання інформації, тобто реалізується насамперед (або виключно лише) базова, комунікативна, функція мови. Однак кожна природна мова виконує ще цілу низку основних та вторинних функцій — когнітивну (або гносеологічну, мислетворчу), кумулятивну (або історико-культурну), емотивну тощо, які під час спілкування іноземною мовою не можуть бути реалізовані в такій мірі, як при спілкуванні рідною мовою. «Дійсна й об'єктивна картина світу відображена в мовах неоднаково, оскільки вони неоднаково членують реальний світ (структура лексико-семантичних полів різних мов не збігається) з огляду на нетотожні умови матеріального й суспільного життя людей. Через те перехід з однієї мовної системи в іншу доречно порівняти з переходом від однієї системи мір до іншої» [2, с. 192]. Саме через рідну мову людина входить в цей світ, на її основі відбувається процес творення концептуальної картини навколишньої реальності. Кожному народові властиві неповторні асоціації образного мислення, які закріплюються в мовній системі і становлять її національну специфіку [2, с. 319]. Мислення рідною мовою є більш об'ємним, багатовимірним та більш диференційованим. Тому використання в науковому середовищі тільки або переважно англійської мови неминуче призводить до певних обмежень, спрощень у формулюваннях.

Мовна глобалізація в Європі має реальні загрози і для національних культур, окреслити які можна таким чином:

- Мова містить значний культурно-ідеологічний заряд, тому за домінування іншої, чужої мови відбувається проникнення чужої культури та ідеології. Разом із глобальною мовою формується глобальна культура.

- Виникає загроза поглинання, нівелювання та знищення національної мови та традицій, національної самобутності, культури та унікальної ідентичності народів.

- Просування глобальної мови завдає місцевим національним культурам більше шкоди, ніж мовам. Фільми, книги і навіть пісні можна перекласти рідною мовою, але їх не можна «перекласти» на рідну культуру [3, с. 31]. До того ж, при будь-якому перекладі, а надто суб'єктивному або неадекватному, неминучі втрати змісту. Нівелювання національних культур позбавляє людство національних особливостей бачення світу.

- Вербальна мова є носієм, субстанцією, що виражає соціокультурні регулятиви людської діяльності, які поряд із загальнолюдськими нормами включають і такі, що притаманні тільки якійсь певній культурі, суспільству.

Тому вчені, представники різних галузей наук, переконані, що єдиною правильною перспективою розвитку сучасного глобалізованого європейського суспільства може бути його *реальна багатомовність*, коли англійська мова використовується у сфері науки, політики, освіти, культури не замість, а поряд з іншими національними мовами. Як влучно висловила з цього приводу С.Тер-Мінасова, «English belongs to the world but the world does not belong to English»

(«Англійська мова належить світові, але світ не належить англійській мові») [3, с. 297].

Висновки з проведеного дослідження.

1. Сучасна німецька мова зазнає інтенсивного впливу з боку американського варіанту англійської мови, результатом якого є не лише кількісне поповнення словника, але й зміни у сфері правопису, морфології, граматики, ідіоматики тощо.

2. Для запобігання зміни глибинного коду мови під впливом англійської мови необхідна адаптація запозичень до норм мови-реципієнта та їх асиміляція.

3. Англійська мова набула статусу домінуючої мови спілкування в Європі та світі, що призвело до скорочення сфер використання національних мов та поставило питання про їх розвиток та шанси в майбутньому. Вирішенням цієї проблеми повинні стати збереження багатомовності, свідоме ставлення мовців до своєї мови та культури.

Література

1. Кассен Б. Больше однієї мови / Б. Кассен. — К.: ДУХ І ЛІТЕРА, 2016. — 64 с.

2. Кочерган М. Загальне мовознавство: підручник, 3-тє видання / М. Кочерган. — К.: Академія, 2008. — 464 с.

3. Тер-Минасова С. Война и мир языков и культур: (Учеб. пособие) / С. Тер-Минасова. — М.: СЛОВО/SLOVO, 2008. — 344 с.

4. Hoberg R. Was wird aus Deutsch angesichts der Dominanz des Englischen? / R. Hoberg // Der Sprachdienst. — 2012. — Jg. 56, Nr. 1/12. — S. 19–25.

5. Rotbuch Deutsch. Die Liste der gefährdeten Wörter // J. Thiele (Hrsg.). — Wiesbaden: Marix, 2006. — 158 S.

6. Sick B. Der Dativ ist dem Genitiv sein Tod. Folge 5 / B. Sick. — Köln: Kiepenheuer&Witsch, 2013. — 245 S.

7. Trabant J. Globalesisch oder was? Ein Plädoyer für Europas Sprachen / J. Trabant. — Orig.-Ausg. — München: Beck, 2014. — 235 S.

8. Zimmer D.E. Deutsch und anders — die Sprache im Modernisierungsfieber / D.E. Zimmer. — Reinbeck: Rowohlt, 1998. — 383 S.

Karimova Z.R.

Senior teacher

National university of Uzbekistan

PSYCHOLOGICAL AND LINGUISTIC FACTORS WHICH DETERMINE THE PROCESS OF TEACHING VOCABULARY

Abstract. Various methods of teaching vocabulary for ESL students are considered in this article. Additionally, this article describes different approaches of assimilation of foreign words.

Key words: language, syllabus, vocabulary, linguistic material, speaking vocabulary, pronunciation, mother tongue.

To know a language means to master its structure and words. Thus, vocabulary is

one of the aspect of language to be taught in English classes. The problem is what words and idioms should students retain. The number of words students should acquire at university depends wholly on the teaching syllabus requirements. The latter are determined by the conditions and method used. For example, experiments have proved that the use of programmed instruction for vocabulary learning allows us to increase the number of words to be learned since students are able to assimilate them while working independently with the program.

The vocabulary, therefore, must be carefully selected in accordance with the principles selecting linguistic material, the condition of teaching and learning foreign language. Scientific principles of selecting vocabulary have been worked out.

The words selected should be:

1. Frequently used in the language the frequency of the word may be determined mathematically by means of statistic data.
2. Easily combined (nice girl, nice room, nice weather).
3. Unlimited from the point of view of style (oral, written).
4. Included in the topics the syllabus sets.
5. Valuable from the point of view of word-building (use, used useful, useless, usefully, user, usage).

The first principle, word frequency, is an example of purely linguistic approach to word selection. It is claimed to be the soundest criterion because it is completely objective. It is derived by counting the number of occurrences of words appearing in representative printed material comprising novels, essays, plays, poems, newspaper, textbooks, and magazines.

Modern tendency is to apply this principle depending on the language activities to be developed. For developing speaking skills students need «peaking vocabulary». In this case the material for analysis is the spoken language recorded. The occurrences of the words are counted in it and the words more frequently used in speaking are selected.

The words selected may be grouped under the following two classes:

1. Words that we talk with or form words which make up the form (structure) of the language.
2. Words that we talk about or content words.

In teaching vocabulary for practical needs both structural words and content words and content words are of great importance. That is why they are included in the vocabulary minimum.

The selection of the vocabulary although important is not the teacher's concern. It is only the «what» of teaching and is usually prescribed for him by textbooks and study-guides he uses. The teacher's concern is «how» to get his students to assimilate the vocabulary prescribed. This is a difficult problem and it is still in the process of being solved.

The teacher should bear in mind that a word is considered to be learned when:

1. It is spontaneously recognized while auding and reading;
2. It is correctly used in speech, i.e., the right word in the right place.

Learning the words of a foreign is not an easy business since every word has its form, meaning, and usage and each of these aspect of the word may have its difficulties.

Indeed, some words are difficult in form (daughter, busy, bury, woman, women) and easy in usage; other words are easy in form (enter, get, happen) and difficult in usage. Consequently, words may be classified according to the difficulties students find in assimilation. In methodology some attempts have been made to approach the problem.

The analysis of the words within the foreign language allows us to distinguish the following groups of words: concrete, abstract, and structural.

Words denoting concrete things (book, street, sky), actions (walk, dance, read), and qualities (long, big, good) are easier to learn than words denoting abstract notions (world, home, believe, promise, honest).

Words are elements of the language used in the act of communication. They are single units, and as such cannot provide the act of communication by themselves; they can provide it only when they are combined in a certain way. Sometimes separate words may be used in the act of communication, however, for example:

— You have relatives, haven't you?

— Yes, a grandmother.

The word grandmother is used instead of the sentence pattern. Yes. I have a grandmother.

It is not the meaning of the words themselves but an intricate system of formal features which makes possible the grasp of what we generally call «meaning». Train, boy, house, take- conveys no meaning, however «he boys takes a train to his house» — is full of meaning. Consequently, the meaning is not the words themselves but in the words as a pattern.

There are several rules how to teach students vocabulary:

1. While teaching vocabulary, introduce words in sentence patterns in different situations of intercourse.

Information is composed of two types of elements: simple (words) and complicated (sentences). A word may be both a whole which consist of elements (speech sounds) and at the same time an element which is included in a whole (a sentence). In teaching words attention should be given both to a word as an element (in sentences) and a word as a whole (isolated unit) with the purpose of its analysis.

2. Present the word as an element, i.e., in a sentence pattern first. Then fix it in the students' memory through different exercises in sentence patterns and phrase patterns.

Speech is taken in by ear and reproduced by the organs of speech. In teaching students' vocabulary both the ear and the organs of speech should take an active part in the assimilation of words. Students should have ample practice in hearing words and pronouncing them not only as isolated units but in various sentences in which they occur.

3. While introducing a word pronounce it yourself in a context, ask students to pronounce it both individually and in unison in a context, as well

Any word in the language has very complicated linguistic relations with other words in pronunciation, meaning, spelling, and usage.

4. In teaching words, it is necessary to establish a memory bond between a new word and those already covered.

Example: see — sea; too — two; one — won (pronunciation); answer — reply;

answer — ask; small — little (meaning); bought — brought; caught — taught; night — right (spelling).

The process of learning a word means to the student:

- 1) identification of concepts, i. e., learning what the word means;
- 2) student's activity for the purpose of retaining the word;
- 3) student's activity in using this word in the process of communications.

Accordingly, the teacher's role in this process is:

- 1) to furnish explanation, i.e., to present the word, to get his students to identify the concept correctly;
- 2) to get them to recall or recognize the word by means of different exercises;
- 3) to stimulate students to use the words in speech.

Hence there are two stages in teaching vocabulary: presentation or explanation, retention or consolidation which are based on certain psycholinguistic factors.

Since every word has its form, meaning, and usage to present a word means to introduce to students its (phonetic, graphic, structural and grammatical), and to explain its meaning and usage.

The techniques of teaching students' pronunciation and spelling of a word are as follows:

- 1) pure or conscious imitation;
- 2) analogy;
- 3) transcription;
- 4) rules of reading.

Since a word consist of sounds of heard or spoken and letters if read or written the teacher shows students how to pronounce, to read and write it.

There are two methods of conveying the meaning of words: direct method and translation. The direct method of presenting the words of a foreign language brings the learner into direct contact with them, the mother tongue does not come in between, it establishes links between a foreign word and the thing or the concept directly.

It is necessary to organize students' work in a way of permitting them to approach the new words from many different sides, in many different ways, by means of many different forms of work. The teacher can ensure lasting retention of words for his learners provided he relies upon students' sensory perception and thinking, upon their auditory, visual, and kinesthetic analyzers so that students can easily recognize the words while hearing or reading, and use them while speaking or writing whenever they need.

References

1. Adger, C.T. What teachers need to know about language. McHenry, IL: Center for Applied Linguistics, 2002.
2. Mukoroli J., Effective Vocabulary Teaching Strategies for The English for Academic Purposes Esl Classroom, Brattleboro, Vermont, 2011.
3. Henrikson, B. Three dimensions of vocabulary development. Cambridge University Press, 1999.
4. Zimmerman, C.B. Vocabulary learning methods. Cambridge Massachusetts: Harvard University Press, 2007.

Кир'янчук І.

аспірант кафедри української літератури

Рівненського державного гуманітарного університету

ФІЛОСОФСЬКІ СПІВВІДНОШЕННЯ «ІСТОРІЯ-МИТЬ» ТА «МИТЬ-ІСТОРІЯ» В КЛЮЧІ ОНТОЛОГІЇ У ВІРШІ МИХАЙЛА ОРЕСТА «КАМІНЬ»

Вірш «Камінь» є типовим верлібром Михайла Ореста, який у своїх світоглядних гранях передає бачення найголовніших аспектів навколишнього світу. У творі, по суті, розтлумачується хід історії, яка несподівано перетворюється на мить. Тобто виявляється якісна домінантна картина, яка транскрибується як два ключові буттєві співвідношення: історія-мить та мить-історія. Ці два відношення є абсолютно взаємопов'язаними і в процесі майбутнього постають вирішальними чинниками буттєтворення. Можна сміливо заявити, черпаючи думки з осмислення життя, що, фактично, історія знаходиться у миті — у короткочасному спалаху часу — у функційній одиниці свого реального виміру. Відтак, можна стверджувати й протилежне: мить знаходиться в історичному процесі — як у воді, де відбувається заплив — у безпосередній ніші власного творення. Вірш «Камінь» розпочинається з роздумів автора про саме буття, яке виявляється в образі каменя — як своєрідного символу незрушності та постійності. Автор мислить, жадаючи пізнати, що саме камінь символізує («Я дивлюсь на гранітну могутню брилу: камінь-жертвник? камінь-капище?») [1, 46]). Можна розтлумачити його роздуми про камінь під кутом осмислення історії: а якою ж вона виявляється насправді? Знову ж таки, продовжуючи вірш, Орест у притаманному йому стилі починає говорити метафорами, які можна назвати загадками, що несуть у собі великий масив зримої буттєвої утаємниченості. Він каже, що в процесі роздумів про камінь (про історію) він натрапляє ще на одну глибочену думку, яка стосується надприродного мовчання, яке перевтілилось у всі наявні голоси. Тобто, про вершину німотності, яка подарувала мову («І коли я дивлюсь на гранітний могутній камінь, думаю я про Велике Мовчання, ласкаве і сильне — з нього повстали всі голоси у світі» [1, 46]). Іншими словами, автор визначає Велике Мовчання як передвісника, або, можна сказати, навіть творця голосу. Голосу, що промовляє днями і роками, миттю та історією, думкою та почуттями... Автор відчуває, як в одному животворному сплеску гармонії через його єство пронеслася вся буттєва історія («Мить, одна, коротка, блаженна мить — і через груди мої пронеслися всі віки» [1, 46]). Цей відчайдушний порив в історію закорінився у серці. Він надихав і здіймав творчу уяву на незвідану буденному оку станцію, де виникали величні людські та надлюдські почуття («Та довго ще в душі по миті тій стояв аромат почувань божественних: легкості, ніжності» [1, 46]). Увесь навколишній світ після воскресіння думки стає схожим на надприродну красу, невластиву людському світовідчуттю («А навколо: трави, дерева і співи птиць» [1, 46]). Починається відчайдушне заглиблення в естетичну духовну палітру, яка стає вже й самою весною («а вгорі: небо предобре, як

проліска, синє. Весна!» [1, 46]). Завершуючи поетичний твір, автор говорить таємничими словами, нібито для себе і водночас для всіх. Він каже, що самоосмислення під кутом зору «липи» — як символу буяння природи — є річчю, яка надихає («Як солодко липою думати себе, липою, що росте на гранітній брилі» [1, 46]).

Література

1. Орест М. Держава слова: Вірші та переклади / Упор. та авт. передм. С. Павличко / М. Орест. — Київ: Основи, 1995. — 526 с.

Колеснікова І.А.

доктор філологічних наук

професор кафедри української мови та літератури

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

ЛІНГВОРЕКЛАМІСТИКА ТА IQ СУЧАСНОЇ РЕКЛАМИ

Реклама була і залишається меркантильною за будь-яких часів й обставин. Це підтверджує і той факт, що елементи реклами використовували в титулах царів. Так, володар Яви називав себе «королем двадцяти чотирьох білих парасольок», а Бірми — «хазяїном білого слона й усіх слонів землі», підкреслюючи у такий спосіб свою велич і владу над людьми [1]. Іноді носії однієї культури жартують над представниками іншої, концентруючи свою увагу саме на відмінностях їхнього сприймання реклами. Французи, наприклад, підкреслюють, що американці засвоїли факт, нібито реклама — це ліра XIX ст. [1].

Проте не варто забувати, що сучасне українське суспільство, тобто цільова аудиторія у широкому розумінні, характеризується високим рівнем інтелекту. Ось чому контент-чинник, насиченість рекламної фрази або тексту адекватним фактичним матеріалом стає надзвичайно актуальним. Крім того, копірайтери нерідко ігнорують алюзії, що виникають у споживача під час знайомства з рекламним продуктом. Хоча приклади курйозної реклами, жарту і навіть реклами-помсти широко відомі (згадаємо приклад роману М. Мітчелл «Віднесені вітром», коли Ретт Батлер порадив Скарлетт латинський варіант назви для її магазину), копірайтери не мають права користуватися мовним матеріалом, не дотримуючись відповідних норм. Для розв'язання міжпрофесійних конфліктів (мова/реклама) і розроблений новий навчальний курс «Лінгворекламістика», що є своєрідним мовним лікарем для копірайтингу. Завдання лінгворекламістики — не тільки виправляти мовні та інтелектуальні «ляпи» у рекламному бізнесі, але й прогнозувати й попереджати їх виникнення, поширювати мовні стандарти у цій сфері людської діяльності.

Причини появи більшості помилок і непорозумінь у рекламному дискурсі полягають у тому, що продукт копірайтингу сприймають винятково як результат бізнесової діяльності, ефективність якої традиційно трактують як фінансовий успіх/неуспіх, а не вишуканий продукт. Щоб позбутися такого уявлення, варто

розглядати рекламу як мистецький жанр з відповідними елементами прекрасного, зокрема алюзійний жанр (О.П. Воробйова), а не лише матеріальний наслідок бізнесових стосунків. Рекламна назва викликає певні асоціації чи алюзії, особливо коли вона є художнім або культурним брендом.

Фактично реклама є лаконічним/розгорнутим рецептом дій для клієнта. Її призначення – коротко і докладно передати основні інтенції рекламодавця, щоб викликати у споживача абсолютно спрогнозовану реакцію на зміст повідомлення. Цей рецепт має бути грамотним і перевіреним, інакше вживання подібних «ліків і процедур» призведе до протилежних дій. Отже, слово у рекламі важить так багато, що користуватися ним треба дуже обережно. Невдало обране слово — це програш у бізнесі, оскільки рекламна помилка викликає негативну реакцію адресата. Рекламодавці забувають, що прочитання/прослуховування спеціального тексту не вимикає інтелектуальний канал у реципієнта, не атрофує його, а лише доповнює емоційним складником.

Розглянемо деякі тенденції сучасної професійної копірайтерської діяльності, зокрема:

1. «Синдром ліани», тобто тяжіння до паразитування на вже «розкручених» культурних чи цивілізаційних назвах, наприклад:

— сауна «Преображение Эдема» (Одеса). Укладач проігнорував семантику бібліїзму (від давньоєвр. *edem* — насолода), що номінує місцеперебування першої людини до гріхопадіння. За Біблією, це земний рай, який не потребує покращення. Обране словосполучення викликає негативні асоціації та побоювання, що запропонований варіант не буде наближений до оригіналу;

— ресторан «Пантагрюель» (Кременчук), де використано ім'я літературного героя з роману Франсуа Рабле. Копірайтер експлуатує не основну ознаку героя — його надзвичайний апетит, хоча за його іменем тягнеться неприємний шлейф (смерть матері при пологах, величезна повінь), про що нагадує автор твору: Пантагрюель — від грец. *панта* — все та *грюель* — мовою агарян «прагнучий». Якщо розглядати героя буквально, як це зазвичай і роблять рекламодавці, то він був принцем країни Утопія, що теж не породжує приємних емоцій;

— ресторан «Титанік» як приклад невдалого наймінгу, ураховуючи трагічну історію цього судна.

Авторам брендів і звичайних назв не варто було б намагатися «переграти» класиків, руйнуючи контент або конотації цих лінгвальних одиниць, оскільки перший емоційний спалах від знайомства з оригіналом уже відбувся. Копірайтер має робити своє, але не порушувати закони граматики і не профонуєчи відомі істини. Інтелектуальний вакуум не можна заповнити зовнішньо яскравими словами, оскільки бруталне не є оригінальним, порівн.: ресторан «Монтеккі у Капулетті» (Київ), фаст-фуд «Колобок» (натяк на склад цього виробу?), ПАБ «Толстий Лев» (неповага чи неоінтелект?), абсент-бар «Палата №6» (натяк на наслідки відвідування?) тощо;

— клонування популярних назв, іноді з порушенням авторського права. При цьому копірайтери не беруть до уваги той факт, що рекламний текст потрапляє не в порожнечу, а у своєрідне сховище інших віртуальних текстів, що створене в

споживача і різниться залежно від рівня інтелекту. Тому адресанта, крім меркантильних мотивів, спрацьовують й інші. Крім того, якість рекламного продукту залежить не від кількості слів та їх конфігурації, а від «сили» лексеми, тобто її семантичної та конотативної енергії. Кожне слово у копірайтингу — це потужний енергайзер, тому й комбінувати їх треба з урахуванням усіх законів мови, наприклад, отель Шанхай-Блюз (Одеса), де поєднані поняття різних рівнів. Іменник Шанхай на позначення найбільшого за населенням міста Китаю репрезентований двома ієрогліфами: перший позначає «вверх», «здіймати», а другий — «море», тобто місто, наближене до моря. У переносному значенні він номінує перенаселене місто, що є недоліком для будь-якого готелю. Не зовсім зрозумілими є мотиви, за якими слово Шанхай поєднано з лексемою «блюз» (назва музичного жанру), за принципом та й ще за принципом прикладки. Отже, бажання проявити креативність є не завжди вдалим; спорт-бар «Проходимець» (той, хто випадково проходить?); паб-ресторан «Мама, не горюй» (без коми в оригіналі, можливо, це ознака того, що маму звати Не горюй?) — плагіат назви російського художнього фільму, 1997 рік, режисер Максим Пежемський, комедія з елементами криміналу;

— спроба лінгвальної трансформації відомих назв, що призводить до курйозів або випадків «неооказіоналізмів», порівн.: готель «Знання», домінує конотація «пуританський», МУМибар (заклад для тварин чи фанатів Івана Тургенєва?); ПАБ «Ленін» (привід для відвідування?). Деякі трансформовані назви можна кваліфікувати як вдалі: бар «Бар-А-Бан»;

— спрощення рекламних назв до примітивних або емоційно вульгарних, наприклад: «Thise is Пивбар» (у зв'язку з євроінтеграцією чи роком англійської мови?); Театр пива «Правда», гастропаб «Хліб та м'ясо», ПАБ «У Козла», ресторан «Первак», кафе «Штаны», ПАБ «Дранкель Жранкель», бар «Свиня», паб «Засідка», гастроресторан «Сыто-Пьяно», паб «Слепой Пью» (з претензією на французький колорит) — Київ, готель «Бухта Пиратів» (Донецьк);

— порушення законів мови; найпоширеніший варіант — руйнування граматичного статусу прикладки, яка може функціонувати як загальна чи, навпаки, конкретна назва. Такий варіант є результатом поєднання двох повнозначних одиниць, жодна з яких формально не може бути прикладкою в даному прикладі, наприклад: ресторан «Шопен-Гоген». Обидві лексеми номінують прізвища двох самодостатніх людей, жодна з яких не може бути тут прикладкою. Це є приклад рекламного хуліганства або елементарного незнання культурних реалій, яке не корелює з відомими фактами хуліганства класиків, порівн.: використання звуків паровозних сигналів у музичному творі — польці Штрауса «Без турбот»;

— закон рекламних шрифтів. Копірайтер має право користуватися різними форматами шрифтів, проте їх комбінаторика не повинна порушувати графічну мову української мови і будь-якої іншої, що презентує рекламний текст, наприклад: ресторан «ДерЕвня» (Донецьк), ресторан «Креп Де Шин» (Київ), готель «Гадцький Папа» (Київ) — плагіат репліки Попандопуло з твору «Весілля в Малинівці», ПАБ «БандаНА» (Київ), абсурд-паб «БарДак», паб «В Окопе» (Київ)

тощо.

Отже, мова і реклама не можуть бути антагоністами. Ось чому дотримання норм літературної мови є необхідною умовою для повноцінного розвитку копірайтингу, його модернізації то покращення.

Література

1. Плиский Н. Реклама. Её значение, происхождение и история. — 1894.
2. Колеснікова І. Лінгворекламистика: нотатки про новий спецкурс для студентів ВНЗ України /Сучасна українська нація: мова, історія, культура: матеріали науково-практичної конференції. — Львів: Друкарня ЛНМУ імені Данила Галицького, 2016. — С. 100–101.

Korol O.Y.

Senior teacher

Foreign Languages and Intercultural Communication Department

KNEU

INTERCULTURAL COMPETENCE TRAINING

Анотація. Розвиток міжкультурного усвідомлення вимагає уваги до особистого досвіду студентів, їхніх особистих цінностей та переконань щодо культури. Ключем до розкриття студентами культурного самоусвідомлення є вивчення культурних відмінностей та подібностей через комунікацію. У статті пропонується ряд комунікативних та інтерактивних завдань, опробованих підчас проведення іноваційного курсу з міжкультурної комунікації для магістерської програми в КНЕУ, які дозволяють тренерам залучити студентів дослідити основні культурні елементи через культурну комунікацію. У висновках обґрунтовуються напрямки для подальшого дослідження в області оцінювання ефективності пропонуємих завдань.

Ключові слова: міжкультурне самоусвідомлення, принцип студентоцентризму, симуляція, інтерактивні завдання.

Abstract. The development of intercultural awareness demands attention to the subjective experience of the students and their personal values and beliefs about culture. The key to such sensitivity and related skills in intercultural communication is the way in which students explore cultural similarities and differences. This article suggests a range of tasks and interactive activities having experienced at the innovative Intercultural Communication Course at KNEU that allow trainers to engage students into exploration of essential cultural issues through communicative approach. Finally, directions for future research in the field of tasks feasibility for the ICC course and its assessment are provided.

Key words: intercultural self-awareness, student centered approach, simulation, interactive activities.

Background

In a multicultural and multilingual Europe it is necessary that university graduates should be encouraged to value their already existent partial competences in various languages and develop new ones, the intercultural competence in particular, so that to be competitive in the rapidly expanding world labor market. Intercultural

communication competence is a complex phenomenon. According to M.Byram [1, p. 6], the concept comprises five components: (1) attitudes: curiosity and openness, readiness to suspend disbelief about other cultures and belief about one's own; (2) knowledge of social groups and their products and practices in one's own and one's interlocutor's country; 3) skills of interpreting and relating; 4) skills of discovery and interaction; and 5) critical cultural awareness. Therefore, it may be concluded that Intercultural communication competence is manifested in the ability to effectively interact with people representing various cultural backgrounds and to adapt to unfamiliar settings. Who can help students to acquire this ability? As A.Byram [1, p. 10] states «*the 'best' teacher is neither the native nor the nonnative speaker, but the person who can help learners see relationships between their own and other cultures, can help them acquire interest in and curiosity about 'otherness', and an awareness of themselves and their own cultures seen from other people's perspectives*». It is also important to help students understand that such interaction enriches their experience.

A series of activities can be designed to enable students to discuss and draw conclusions from their own experience of a culture solely as a result of what they have heard or read. It is important to base these activities on the learner-centered principle of teaching, so that individual students bring their knowledge and expertise into a particular cultural issue and the teacher afterwards direct them to enrich and investigate the expertise through experiential learning.

Skills of interpreting and relating through student-centered approach

I borrowed this technique from Professional Development Workshop Fall-2104 at the University of Oregon. At the first session all the themes of the course with a certain schedule are displayed and the students choose the themes that they are mostly interested in. Thus, several reading groups with 4-6 people in each one are formed. Their task is to read the pre-session learning materials [4] and prepare 3 questions for the discussion in the class. Questions must not assume the direct answer. The students are given written guidelines how interact while doing the task. The group then uploads the prepared questions on the wiki to let the others get familiarized with them before the class. At the beginning of the class the discussions on the questions are run in groups, the members of the reading groups facilitate them, and afterwards make a briefing. Only after getting the students engaged in thinking over the topic and having revealed some gaps in their knowledge or lack of unawareness, I deliver my input through Power Point presentation by highlighting the issues not being mentioned in the briefing.

Curiosity and openness through delivery mini presentation

I usually start the introductory session of my Intercultural Communication Course with short 3 min students' presentations aimed to characterize peculiarities of the countries they visited by demonstrating and describing some artifacts (coins, magnets for refrigerators, key-holders, etc.) The students are encouraged to make a comparative analysis with Ukrainian artifacts. Apart from this, they describe a typical behavior of another culture representatives, and what the reaction would be if a foreigner behaved differently. Some examples could be ways of greetings (kiss, hugs, etc.), ways of dressing for different occasions, forms of address and others. The initial descriptions students give tend to be at the superficial level. They tell exactly what they saw and

experienced. They share their first impressions of unclear gestures, unfamiliar foreign languages, different ways behavior. But is that all that comprise a culture? The role of the teacher at this stage is to encourage students' openness and curiosity not only to the visible aspects of a specific culture but also to its norms, rules, thinking models, new beliefs and values to prepare them accept cultural diversity and to participate in 'relations of equality' [1, p. 8]. This stage is a sort of needs analysis for me as the teacher to explore to what extent my students are 'culturally sensitive' [1, p. 7] people. Apart from this I receive the invaluable information to what extent the students are prepared to deliver a presentation for an international audience.

Exploring disbeliefs about other cultures and beliefs about one's own

After exploring and discussing students' cultural values, experience and beliefs I deliver a Power point presentation to get students familiarized with basic intercultural concepts through discussing Cultural Iceberg theory. According to the 'father' of that model, the American anthropologist E.T. Hall, the Cultural Iceberg consists of three levels, for which M.Hoogstad [2, p. 34–35] has found fancy Greek names. The first level, praxis, is fairly small, but the most obvious of all. It lies above the water surface, and it refers to our behavior and perceptions. The second level, nous, lies just beneath the surface, which implies it is less visible, but not totally concealed. It relates to underlying thinking patterns that dictate our behavior. The third level, pathos, is the largest one, it is deep under the water, and therefore, completely oblivious to our senses. It includes the feelings, assumptions and myths that forged our mental modes. The following table can be used to involve the students into discussion of any cultural issues they are interested in.

The tip of the iceberg	<i>praxis</i>	Ways of life, customs, rituals, institutions, language, gestures, greetings, dress code, art, architecture, music, food and table manners
The part just beneath the iceberg	<i>nous</i>	Norms, beliefs, faith, religion, social roles, philosophy, ideologies, politics, education
The unseen part	<i>pathos</i>	Values, attitudes, assumptions, expectations, desires, intuitive perceptions, myths, symbols, stereotypes, generally accepted truth

The students seem to be quite interested and responsive to do the following task: *Choose two countries or cultures are familiar with and compare them, following the Iceberg Culture Model.*

It is not the purpose of teaching to try to change students' values, but to make them explicit and conscious in any evaluative response to others. We should promote a position which acknowledges respect for human dignity and equality of human rights as the democratic basis for social interaction.

Skills of interaction through simulation

A simulation 'Visitor' game, suggested by Adrean Pilbeam at IATEFL conference [3, p. 162–163] works well to develop intercultural awareness and involve the students

in interaction. The task is to find out more about visitors from another culture by asking a series of yes/no questions. They do not know that the visitors have very specific rules in their culture about who they can talk to and when they can say *yes* or *no*. After a while, the hosts start to get confused and even annoyed at their visitors' apparently inconsistent and even impolite behavior. In the debrief phase, the visitors' rules are revealed and the mistaken assumptions of the hosts are discussed. The learning point is that what is normal to us may not be normal in other cultures because different rules often apply. This is followed by asking the learners for examples of 'normal' behavior in their culture. And examples they have found of 'normal' behavior in other cultures, but which they considered different or even strange to you. A good way to avoid making assumptions before you are better informed is to follow the DIE algorithm. When you encounter behavior which is different or even strange to you, you should: a) *Describe* what has happened without judging; b) *Interpret* what the behavior or action probably means, or what influences it; c) *And* only then, consider evaluating the behavior — whether it is polite, friendly, rude, etc.

Cultural self-awareness through Think-Pair-Share technique

This technique promotes classroom participation by encouraging a high degree of student response and provides an opportunity for all students to share their thinking on their attitudes to cultural issues with at least one other student. I usually use this technique for discussing values and attitudes. More of it, I give the students the right to choose partners, who seem to be trustworthy for them. It is obvious, that in intercultural communication it is important not to be judgmental about cultural differences, so as not to offend or anger the interlocutors. One of the ways to modify and reconstruct students' previous attitudes and views, to lead them to understanding how their own thinking can be biased, to question stereotypes and prejudices is paraphrasing judgmental statements in more acceptable form. For example,

Think-Share-Pair Task *Which of these statements are judgmental? Mark them with a J. Which could you use to reply to a judgmental statement? Mark them R. [5, p. 28–29].*

1. Everyone knows that English food is bad. _____
2. We must be careful about stereotypes _____
3. French people are unpunctual. They are always late for everything _____
4. During my last holiday in Britain I ate some wonderful food _____
5. Italians are completely disorganized and can't run any business properly _____
6. I would say that if the Italians were totally disorganized, they would not be able to run a country.

However, reading and marking these statements is helpful only for raising students' awareness of stereotypes and generalizations, which may lead to misunderstanding and even breakdown in communication. Confidence of students, competent in intercultural communication, can be gained by engaging the students into activities aimed at developing skills of interaction. The students get a lot of practice in interaction in the mingling activity «Getting to know people», while discussing what they do and say when they meet someone for the first time.

Conclusion

In the process of choosing or designing activities for Intercultural Communication Course it is necessary to think over and formulate a SMART objective to reach the evident outcome of its effectiveness. For example, the following SMART (specific, measurable, achievable, relevant, timely) objectives for ICC training can be formulated in this way: *«by the end of the session the students will be able to interact (greet and support a small talk) with a representative from another culture by using at least 5 phrases of ‘appropriate’ language while demonstrating knowledge of norms and rules of different cultures»*. The issues of proper lesson objectives formulating in the Intercultural Communication Course is indissolubly connected with Intercultural competence assessment, which seems to be quite challenging, provided the fact that many cultural elements are intangible (unseen part of the iceberg), see the table above. Therefore, further research and experiential teaching of intercultural awareness are needed to design and explore effectiveness of the tasks for the formative and summative assessment of the ICC course.

References

1. Byram M. Developing the Intercultural Dimensions In Language Teaching <http://lrc.cornell.edu/rs/roms/507sp/ExtraReadings/Section0/Section0/uploads/File1235272745204/InterculturalDimensionByram.pdf> (retrieved 20.03.2017).
2. Hofstad M. (2015) Global warming? Nope, the culture iceberg’s not melting. Business Issues, Summer 2015 issue 90.
3. Pilbeam A. (2013) Activities to help learners improve their intercultural communication. IATEFL 2013 Liverpool Conference Selections.
4. Quappe S. and Cantatore G. What is cultural awareness, anyway? How do I build it? Culturocity® Learning Center. Web. 7 April 2017. Retrieved from <http://www.culturocity.com/articles/whatisculturalawareness.htm>
5. Camerer R. & Mader J. A-Z (2016) A-Z of Intercultural Communication. Academic Study Kit.

Лавриненко Т.П.

старший викладач

кафедри іноземних мов факультету маркетингу

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

АКАДЕМІЧНА ГРАМОТНІСТЬ ЯК ЗАСІБ ФОРМУВАННЯ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУІКАЦІЇ

Майбутнє повністю залежить
від політичної та педагогічної діяльності.
(К. Ясперс)

Анотація. У статті розглядаються теоретичні та методичні питання формування академічної грамотності та академічного письма студентів у процесі навчання в університеті. Розглянуто підходи, форми та методи реалізації в навчальному процесі навиків академічної грамотності під час вивчення англійської мови. Визначено основні складники

академічного письма як необхідних компонентів міжкультурної комунікації.

Ключові слова: академічна грамотність, академічне письмо, вища освіта, комунікативність, професійні компетенції.

Abstract. *The article deals with theoretical and methodological issues of formation of academic literacy and academic writing of the students at the university. The approaches, forms and methods of implementation of academic literacy skills have been examined while learning English. The main components of academic writing have been defined as essential components of intercultural communication.*

Key words: *academic literacy, academic writing, higher education, communication, professional competence.*

Постановка проблеми. Процеси глобалізації та стрімкого розвитку інформаційних технологій визначають необхідність якісних змін у сфері вищої освіти XXI ст., спрямованих на сучасні запити суспільного розвитку. Розвиток та процвітання країн світу залежать, окрім іншого, і від того, як рівень освіти сприяє підвищенню ефективності управління та економічному розвитку країни. Дієвість реформування вітчизняної економічної освіти передбачає необхідність формування у студентів в процесі навчання професійних компетенцій, у змісті яких важлива роль належить навикам міжкультурної комунікації. Міжкультурна комунікація як особливий вид комунікації передбачає спілкування між носіями різних мов і культур. Відомий німецький філософ К. Ясперс визначав комунікацію як взаємозалежність, протилежну договору, що повинна ґрунтуватися на усвідомленій духовній спільності («контакт — замість контракту»). Комунікативною основою взаємодії спільнот різних культур є мовлення. Термін «мовлення» означає і процес мовлення, і результат мовленнєвої діяльності. Мовленнєва комунікація — це процес спілкування за допомогою мови, який має свої внутрішні закони й базується на певній системі культурних норм. Уміння використовувати мову проявляється і через таке поняття, як грамотність, а тому необхідною умовою реформування вітчизняної освіти є пошук дієвих форм та методів формування академічної грамотності студентів у процесі навчання.

Аналіз джерел та публікацій. Питанням формування академічної грамотності сучасних студентів, активізації їх мовленнєвої діяльності та пошуку шляхів розвитку вмінь академічної грамотності, не тільки під час вивчення іноземної мови, але й інших дисциплін, підпорядковані дослідження вітчизняних та зарубіжних науковців. Наразі у вітчизняному освітньому просторі конструктивними розвідками цих питань є праці О. Асадчих, Н. Арістової, А. Береснева, Л. Іванченко, С. Кожушко, Г. Луканської, М. Маньковської, О. Сивак, О. Тарнопольського, І. Тялевої, Л. Шишко, Т. Яхонтової та ін. У закордонних джерелах проблемам академічної грамотності та центрам їх розвитку присвячена значна кількість публікацій. Різні аспекти проблеми розглянуті в дослідженнях Е. Бакіна, С. Боголепової, І. Короткіної, Н. Смирнової, І. Щемелевої та ін. У англійській зарубіжній науковій літературі термін «академічна грамотність» розглядається в роботах І. Лекі, Дж. Брейна, Б. Гріна, К. Хайланда і Л. Хемп-Лайонса та ін.

У дискурсивному полі вітчизняного освітнього та педагогічного простору

поняття «академічна грамотність» є відносно новим. Активізація обговорення питань цілеспрямованого виховання академічної грамотності і навчання академічного письма розпочалося лише останнім часом. Проте увага дослідників до цих питань (як рідною, так і англійською мовами) залишається недостатньою і потребує посилення різних форм наукових розвідок.

Метою статті є аналіз теоретичних та методичних підходів до формування у студентів навиків з академічної грамотності, яка є запорукою конкурентоспроможності в професійному середовищі та сфері міжнародних наукових комунікацій.

Виклад основного матеріалу дослідження. Грамотність є правом людини і основою для навчання протягом усього життя. Вона розширює права і можливості окремих людей, сімей та громад і підвищує якість їхнього життя. Завдяки своєму «розширювальному ефекту» грамотність сприяє викоріненню бідності, зниженню рівня дитячої смертності, досягненню гендерної рівності та забезпеченню сталого розвитку, миру і демократії та ін. У багатьох країнах сучасного світу проблема грамотності розглядається лише як уміння читати й писати. Проте в розвинених суспільствах, заснованих на знаннях з високою інформаційною культурою, грамотність постає як багатоаспектна проблема участі в соціальному та політичному житті, а придбання базових навичок грамотності, їх удосконалення та застосування протягом усього життя має першорядне значення. Важливу роль у поширенні грамотності відіграє ЮНЕСКО та його спеціальні інститути. На початку ХХІ ст. політика ЮНЕСКО спрямована на сприяння поширення грамотності та створення сприятливого для цього середовища. Ця політика є невід'ємною частиною ідеї навчання протягом усього життя. Організація також прагне до того, щоб грамотність продовжувала залишатися пріоритетним завданням як на національному, так і на міжнародному рівнях. Способи використання грамотності з метою обміну знаннями постійно розвиваються — від Інтернету і до текстових повідомлень. Розширення доступу до засобів комунікації сприяє більш активній участі людей у соціальному та політичному житті. Грамотне суспільство — це динамічне суспільство, члени якого обмінюються ідеями і беруть участь в суспільно-політичних та наукових дискусіях. За рівнем грамотності Україна входить до числа перших десяти країн світу.

Вагомий внесок в осмислення грамотності в соціальному та освітньому контекстах пов'язаний з роботами видатного бразильського педагога Пауло Фрейре, ідеї та практична діяльність якого сприяли поширенню моделей «активного навчання» у світовому освітньому просторі. У його роботах термін «грамотність» набув нового значення і перетворився у метафору для удосконалення різних комунікативних навиків, формування яких відбувається через активне навчання [4, с. 10].

Академічний статус граматики отримала ще в середньовічній університетській освіті, у якій вона займала провідне місце серед семи вільних мистецтв: тріумвіум — **граматика**, діалектика, риторика; квадріум — арифметика, геометрія, астрономія, музика. Кожен учений був зобов'язаний володіти всіма цими науками — мистецтвами. У сучасному науковому та

мистецькому просторі прикметник «академічний» (academic), застосовується до визначення особливостей тих навчальних та мистецьких закладів, дій, текстів, творів та ін., яким притаманне дотримання встановлених довершених класичних традицій.

Академічна грамотність в найбільш загальному уявленні — це сукупність навичок і компетенцій, пов'язаних з переданням знань. Поняття академічної грамотності широко використовується в західній системі освіти, де вона займає одне з центральних місць у визначенні рівня підготовки студента до академічної діяльності (навчанні в університеті або коледжі), а також рівня кваліфікації фахівця і ступеня його професійної компетентності [5].

В англійській мові слово «академічний» означає все те, що пов'язано з навчанням і освітою: academic success (успіхи в освіті), academic skills (навчальні навички), academic achievement (навчальні досягнення), academic competence (здібності до навчання) і т.д. З розширенням міжнародних контактів і спільних проєктів із зарубіжними освітніми установами слово «академічний» стало все частіше використовуватися і без врахування його основного значення. [2, с. 137–138].

У наукових дослідженнях, у яких узагальнюються підходи вітчизняних та зарубіжних вчених, поняття «академічна грамотність» розглядається як система знань та комплексного розвитку мовленнєвих компетенцій письма, читання, говоріння та аудіювання, необхідних студентам для участі студентів у міжкультурній академічній комунікації. [1, с. 112].

Академічна грамотність (academic literacy), що включає в себе академічне читання, академічну мову, академічне письмо, є необхідною складовою професійної компетенції, оскільки її основою є вміння ясно і лаконічно формулювати та транслювати ідеї з урахуванням контексту професійної чи наукової діяльності.

Таким чином, основу академічної грамотності складають уміння: по-перше, оперувати різними «мовами», по-друге, розуміти відмінності між цими «мовами» і, нарешті, розуміти самі ці «мови», тобто аналізувати і критично осмислювати різні трансформовані види інформації та докази, побудовані на основі визначених знань і методів.

В університетах Великобританії і США, де навчається багато іноземних студентів, заняття проводяться англійською мовою і в обов'язковому порядку розпочинаються зі вступного курсу, який спрямований на освоєння студентами академічних навичок на базі мовних центрів. Отже, саме академічна грамотність є важливим фактором у визначенні рівня підготовки студентів до навчання.

Одним із найважливіших показників, завдяки якому визначається академічна грамотність, є академічне письмо, навчання якого англійською мовою проводиться в різних формах у всьому світі. В освітньому просторі України поширюється практика створення центрів академічного письма при університетах. Одним із перших в Україні такий центр почав діяти у Києво-Могилянській академії. Центр англійського письма (English Writing Center at Kyiv-Mohyla Academy), як і центри та курси академічного письма в інших

навчальних закладах України, визначає своїм стратегічним завданням сприяння глибшій інтеграції у міжнародний англомовний академічний простір, розповсюдження ефективних методик поглиблення культури англомовного письма та комунікації в академічному середовищі.

«Академічне письмо» як науковий термін не набув чіткого та загально-визначеного значення. Під кутом зору дисциплінарного підходу до визначення його семантичного значення, творчим є розгляд даного поняття як професійно-орієнтовану продуктивну творчу діяльність зі створення наукового тексту, засновану на знанні наукової лексики і наукового стилю, на володінні навичками роботи з науковими текстами (конспектування, анотування, рецензування), на уміннях логічно і змістовно створити власний науковий текст і представити його в письмовій та усній формі, на знанні норм представлення такого наукового тексту.[3, с. 359].

Англійська мова для академічних цілей (English for Academic Purposes) являє собою мовний стиль, який використовується для написання різних академічних робіт (есе, курсових робіт, аналізів професійних творів і т. д.). На різних рівнях вітчизняної освіти, в школах та університетах, розвитку письма приділяється мало уваги, основний акцент робиться на лексику і граматику. Але саме академічне письмо допомагає навчитися правильно мислити і говорити англійською мовою.

Розвиток навичок академічного письма у вітчизняній освіті, як правило, здійснюється в межах окремої дисципліни, а за кордоном студенти пишуть академічні роботи з різних навчальних дисциплін.

Аспіранти, молоді науковці повинні володіти навичками академічної грамотності, уміти спілкуватися, грамотно писати, знати основи написання ділових листів, орієнтуватися в науковій лексиці, уміти писати доповіді з чіткою структурою, використовуючи при цьому наявні джерела [6].

Висновки. Для підвищення ефективності та якості системи вітчизняної освіти, з метою планомірної інтеграції в міжнародне освітнє, професійне та наукове співтовариство важливо приділяти більшу увагу питанням розвитку академічної грамотності в цілому та академічному письму зокрема. Дієвим засобом вирішення цих питань буде створення системи комплексного розвитку академічної грамотності на всіх етапах освіти, що вимагає консолідації фахівців різних факультетів та університетів, викладачів, активізації обговорення цих питань у фахових періодичних виданнях, на семінарах та наукових конференціях.

Література

1. Асадчих О.В. Теоретико-методичні основи формування вмінь академічної грамотності у студентів-японістів мовних ВНЗ України / О. В. Асадчих // Збірник наукових праць [Херсонського державного університету]. Педагогічні науки. — 2016. — Вип. 69(1). — С. 111–116. — Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/znppn_2016_69\(1\)–23](http://nbuv.gov.ua/UJRN/znppn_2016_69(1)–23).

2. Короткина И.Б. Академическое письмо: на пути к концептуальному единству/ И.Б. Короткина // Высшее образование в России. — 2013. — №3. —

C.136–142.

3. Тяллева И.А. Обучение академическому письму как составляющая профессиональной иноязычной подготовки студентов-филологов / И.А. Тяллева // Вісник Чернігівського національного педагогічного університету. Сер.: Педагогічні науки. — 2013. — Вип. 111. — С. 358–359. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VchdpuP_2013_111_85.

4. Фрейре Пауло. Формування критичної свідомості / Пауло Фрейре. — К.: Юніверс, 2003. — 176 с.

5. Green B. The new literacy challenge [Text] / B. Green // Literacy Learning: Secondary Thoughts. — 1999. — Vol. 7. — №1. — P. 36–46.

6. Режим доступу: <http://englex.ru/about-english-for-academic-purposes/>

Микал Т.А.

старший викладач

кафедри німецької мови факультету МЕІМ

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

АКТУАЛІЗАЦІЯ ХРИСТІЯНСЬКИХ ЦІННОСТЕЙ В ЕТИКО-ЕКОНОМІЧНІЙ ПРОБЛЕМАТИЦІ ЩОДО МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Анотація. У статті висвітлено особливості підготовки студентів-економістів до міжкультурної комунікації засобами морально-етичних цінностей. Розглянуто окремі позиції щодо оцінювання економічної діяльності в процесі розвитку економіки країни.

Ключові слова: актуалізація, християнські цінності, етико-економічна проблематика, морально-ціннісна складова, міжкультурна комунікація, іноземна мова, студенти-економісти, економічна діяльність.

Abstract. The article deals with the peculiarities of economics students teaching for intercultural communication by the means of moral and ethical values. Some ideas on the evaluation of the economic activity in the development of the country's economy are represented.

Key words: actualization, Christian values, ethical and economic issues, moral and valuable component, intercultural communication, foreign language, economics students, economic activity.

Постановка проблеми. В останні десятиліття у межах економічної теорії, соціальної філософії, етики та на стику цих наук велика увага приділяється етико-економічним питанням. Ці питання пов'язані, насамперед, з аналізом ціннісно-нормативних орієнтирів сучасного «суспільства добробуту» для з'ясування моральної виправданості наявних економічних практик та з пошуком гармонізації нормативних вимог економіки і моралі. Дослідження цих проблем здійснюється різними спеціалістами в контекстах різних дослідницьких завдань. Але все більш наявною стає тенденція до концептуалізації нового етико-економічного знання про сучасне господарство. Стан економіки є дзеркальним відображенням морального стану суспільства. І на ментальному рівні, навіть при доброму володінні іноземною мовою, представники бізнесу різних країн можуть не порозумітися. Саме тому морально-ціннісний складник має виняткові важелі в міжкультурному спілкуванні з носіями мови.

Аналіз останніх джерел. Сьогодні існує безліч досліджень, що стосуються

етико-економічної проблематики. Англосаксонський варіант економічної етики — так звана «етика бізнесу» — представлений у працях Томаса М.Герета, Річарда Дж. Клонскі, Р.Де Джорджа, А.Кедбері. Вітчизняні та російські дослідники (А.А. Алі-Заде, В.В. Борисенко, В.К. Борисов, А.М. Єрмоленко, Ю.І. Палеха, Ю.Ю. Петрунін, М.В. Попов, Е.А. Уткін) торкаються лише деяких аспектів проблеми співвідношення моралі та економічної раціональності в господарчій діяльності людини.

Проблема морально-ціннісних засад економічної діяльності посідає одне з основних місць у житті суспільства Німеччини, що пояснює велику кількість доробків німецьких учених, серед яких У. Хеммель (Ulrich Hemel), В. Корф (Wilhelm Korf), Х. Вайтенберг (Hansjörg Weitbrecht) та інші.

У період глобалізації світової економіки, проведення реформ в українському суспільстві та інтеграції до світового економічного простору тема міжкультурної комунікації дуже актуальна.

Саме тому **метою статті** є висвітлення особливостей морально-ціннісного складника в підготовці студентів-економістів до міжкультурного спілкування.

Виклад основного матеріалу дослідження. Питання інтеграції до світового економічного простору та порозуміння — надзвичайно актуальне для України. Україна пройшла свій нелегкий шлях. Усім хочеться, щоб реформи впроваджувалися і рухалися якомога швидше. І це нормальне бажання. Та швидкість просування реформ залежить великою мірою від зрілості суспільства, рівня мислення, моральних цінностей. У ділових колах питання юридичної та матеріальної відповідальності є зрозумілими, на відміну від питань моральної відповідальності. І це не дивно з огляду на «радянське минуле».

На теренах Європи й Америки економіка розвивалася на християнських морально-етичних засадах. Не можна сказати, що цей шлях був безболісним. На початку превалював моралісний зміст господарської практики. Прагнення до блага пов'язувалося не лише з утилітарними цінностями, але й з пізнанням вищого духовного ідеалу та Божим провидінням. Тому економічна діяльність мислилася як така, що повинна цілком підпорядковуватися головній меті — моральному вдосконаленню для спасіння душі. «Вивільнення» економічної науки від етики пов'язується з епохою Великих географічних відкриттів та первісного накопичення капіталів (XVI-XVII ст.), коли в провідних країнах Західної Європи ринково-економічні відносини замінюють натурально-феодальну господарську системи. З другої половини XX ст. економісти вже не заперечують той факт, що суто позитивістські зuboжені моделі господарства, повністю «очищені» від етичного складника, доволі часто «не працюють» у реальному економічному процесі. Визнається і те, що економічна та етична теорія ніколи не втрачали зв'язку. У будь-якому разі господарська діяльність розглядається економістом-теоретиком крізь призму певної системи цінностей, що відображає його світоглядну позицію. З іншого боку, кожен економічний суб'єкт у своїй поведінці орієнтується на загальні уявлення про припустиме та неприпустиме, про добро і зло. Та предметом економічної етики є не лише моралісний зміст господарської практики, а й нормативні вимоги економічної науки, що досліджує цю практику.

У цьому році світова спільнота святкує 500-річчя Реформації (від лат. *reformatio* — перетворення, виправлення). У широкому значенні слова реформація — це відновлення, перетворення або перебудова, поновлення або повернення колишнього, але поліпшеного стану (конституції, суспільства, держави). Ініційований Мартіном Лютером, церковно-релігійний рух спричинив розрив єдності західноєвропейської церкви — появу національних церковних спільнот та виникнення нової теології протестантизму.

Основою цієї теології стали так звані *Quinque sola* («П'ять тільки»), а саме, *Sola scriptura* («тільки Писанням»), *Sola gratia* («тільки благодаттю»), *Sola fide* («тільки вірою»), *Solus Christus* («тільки Христос») та *Soli Deo gloria* («тільки Богу слава»).

Саме у цей час Біблія перекладається на національні мови. Вивчення Біблії стає ознакою часу. Це сприяло суттєвому збагаченню змісту категорій гідності, справедливості, громадянського гуманізму, актуалізувало благодійність, заклало засади внутрішньої свободи особистості, що опосередковано зміцнює моральні засади спілкування. Саме від цієї доби починається відлік світського морального світогляду. Втрата цілісності життя проходила поступово, і переваги переходу типу культури, яким було Відродження, давали значні можливості для збагачення традиційної культури. Загальнолюдськими в моралі виступають як сукупність певних загальних моральних вимог, так і логічна структура моральної свідомості людини, форма, у якій виражаються її уявлення. Ці моральні вимоги пов'язані з найпростішими проявами людських взаємовідносин: не красти, не вбивати, допомагати людям у труднощах, виконувати обіцянки, говорити правду тощо. У всі часи так або інакше засуджувалися жорстокість, пожадливість, боягузтво, лицемірство, підступність, наклеп, заздрість, зарозумілість і заохочувалися сміливість, чесність, самовладання, великодушність, скромність. Водночас у різні часи неоднаково розуміли умови й межі застосування цих вимог і відносно значення цих моральних якостей, у них нерідко вкладали протилежний зміст.

Це стосується й християнської моралі, яка в ідеалі проголосила рівність усіх людей, незалежно від їх походження і становища.

Значимість моральних відносин і норів професійно-організованих дрібних власників суттєво зросла в контексті формування ранніх буржуазних відносин.

Реформаторський рух досяг вищого розвитку в XVI столітті. У ряді європейських країн, хоча й різними шляхами, був здійснений перехід до нової, протестантської церкви. Подекуди міщанство вдовольнилося реформацією католицької церкви. XVII століття вже не знає Реформації. Поступово утворюються умови для епохи буржуазних революцій. Реформація сприяла появі людей буржуазного суспільства — незалежного індивіда з волею морального вибору, самостійного й відповідального у своїх судженнях і вчинках. У носіях протестантських ідей виявився новий тип особистості з новою культурою і ставленням до світу.

Капіталізм, що складається, одержав у протестантизмі духовне обґрунтування. Підприємець почав бачити у своїй діяльності не лише важкий невдячний обов'язок, але поклик від Господа. А успіх у підприємстві став

сприйматися як нагорода за чесну і сумлінну працю. Відомий соціолог Макс Вебер стверджує, що саме протестантська трудова етика, яка бачить у праці служіння Богові, а не лише марноту, стала фундаментом добробуту багатьох країн. Якщо подивитися на списки найбільш багатих та успішних держав, то серед них більшість — з протестантським корінням.

В Україну Реформація проникла спочатку в незначній мірі у XVI ст. з Чехії, через студентів з України, на яких впливали наука Яна Гуса і гуситські війни, а також через гуситських емігрантів у Польщі й Литві, де в XVI ст. реформаційні течії дуже поширилися серед магнатів і шляхти. Реформаційні рухи особливо сильно почали проникати в Україну після Люблінської унії 1569, проте вони не охопили усього обширу українських земель і всіх прошарків населення. Вплив і успіхи Реформації в Україні не були тривалими. Християнська церква продовжує існувати, але не дає широкому загалу доступу до Біблії. Самоусвідомлення людиною себе «вільною особистістю» не відбулося. І, як наслідок, не формується молодий клас буржуазії, який і дав поштовх розвитку економіки.

Станом на сьогодні економіку України відмежовує від економік Заходу не тільки відсутність тих чи інших законів, але й фундаменту, на якому могли впроваджуватися в життя реформи. Цим фундаментом і є моральні цінності.

Наголошуючи на важливості морально-етичних засад у підготовці майбутніх економістів, переконана, що і викладач іноземної мови має не відсторонюватись на своїх заняттях від цієї проблеми.

Висновки з проведеного дослідження. Реформація змінила свідомість людини, відкрила перед нею нові духовні обрії. Людина одержала свободу самостійно мислити, звільнилася від авторитарної опіки, одержала вищу для неї санкцію — релігійну — на те, що тільки власний розум і совість можуть підказати їй, як варто жити. Таким чином, морально-ціннісні орієнтири в економічній діяльності є вагомим складником підготовки студентів-економістів до міжкультурної комунікації.

Література

1. Загальноєвропейські рекомендації з мовної освіти: вивчення, викладання, оцінювання / наук. ред. укр. видання доктор пед. наук, проф. С.Ю. Ніколаєва. — К.: Ленвіт, 2003. — 261 с.

2. Маслікова І.І. Основні етико-економічні проблеми та напрями в історії західноєвропейської філософської думки / І.І. Маслікова // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка — К., 2005. — С. 23–30.

3. DAS DEUTSCHE NETZWERK. WIRTSCHAFTSETHIK. Режим доступу: <http://www.uni-muenster.de/imperia/md/content/fb2/c-systematische-theologie/christlichesozialwissenschaften/gabriel/wirtschaftsethik.pdf> — Назва з екрана.

4. Реформатский взгляд. Режим доступу: <http://www.reformed.org.ua/2/34/Weber> — Назва з екрана.

Постригань А.В.

викладач кафедри німецької мови факультету МЕіМ

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

МОВА ЯК ІНСТРУМЕНТ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ ОСОБИСТОСТІ

***Анотація.** У статті розглядається співвідношення мови та культури, а також значення іноземної мови як інструмента міжкультурної комунікації у формуванні особистості.*

***Ключові слова:** іноземна мова, культура, міжкультурна комунікація, полікультурний простір.*

***Abstract.** Correlation of language and culture is examined in the article, and also value of foreign language as instrument of cross-cultural communication, in the process of forming of personality.*

***Key words:** foreign language, culture, cross-cultural communication, multicultural space.*

Володіння мовою відрізняє людину від інших живих істот. Приходячи у світ, кожен з нас потрапляє в мовне середовище, у ньому живе й розвивається. За допомогою мови ми пізнаємо навколишній світ, здобуємо знання, набуємо здатності оцінювати явища життя, формуємо свій світогляд, учимося планувати свої вчинки, аналізувати їх, передбачати можливі наслідки. Тільки через мову людина може сприймати й усвідомлювати думки, почуття і дії інших людей, реалізовувати свої інтелектуальні можливості. За допомогою мови люди спілкуються між собою, узагальнюють свій досвід, нагромаджують знання і передають один одному. Мова є дієвим інструментом формування людської особистості.

Вона належить до унікальних явищ життя людини й суспільства. Вона утворилася одночасно з ними і є не тільки найприкметнішою ознакою, а й найнеобхіднішою умовою формування їхньої сутності. Мова є носієм культури народу. Кожна людина, оволодіваючи рідною мовою, засвоює культуру свого народу, від покоління до покоління, сприймаючи разом з мовою пісні, казки, дотепи, жарти, легенди, думи, перекази, історію, звичаї, традиції матеріальної культури й духовного життя нації. Отже, мова — феномен національної культури.

Мова за своєю природою традиційна. Традиційність її забезпечується й підтримується наступністю мовленнєвого спілкування поколінь. Розвиток мови йде шляхом удосконалення вже вироблених попередніми поколіннями форм і засобів передачі думки, вираження почуттів, сприймання світу. Кожне наступне покоління добирає з мовленнєвого досвіду батьків найкраще, найдосконаліше, найвідповідніше для висловлення своїх ідей, свого ставлення до життя, своїх ідеалів. Так народжується традиція в еволюції літературного мовлення, у користуванні мовою, у використанні її новими поколіннями.

Культура як явище суспільного й духовного життя народу створюється завдяки традиції. Традиція сприяє становленню жанрів мистецтва, літератури, формуванню в них напрямів і стилів. Саме завдяки традиції складаються сприятливі умови для формування наукових напрямів, шкіл, філософських течій.

Вироблення та культивування професійних умінь, навичок, знань у різних видах ремесел і мистецтва, принципів і прийомів наукового аналізу зобов'язане традиції. Завдяки традиції підтримуються національно-демократичні засади мистецтва, літератури, існують фольклор, народні звичаї, обряди, затверджуються й закріплюються моральні норми. Національне відродження народу передбачає звернення народу до традицій, які склалися в національній культурі.

По-друге, і мова, і культура єднують людей. Це визначається самим їх призначенням — збирати, узагальнювати, культивувати, виражати й закріплювати в слові, у художніх образах, у картинах, скульптурі, у пластиці танцю все, що є значущим для народу. «Мова, — як відзначає О. Федик, — найважливіший національний ідентифікатор, завдяки якому кожна нація вирізняється з-поміж інших, усвідомлюючи себе самодостатнім та самочинним суб'єктом історії» [1, с. 51].

Саме мова й певні вияви національної культури (національний костюм, деталі поведінки, етикет, жести, приналежність до тієї чи іншої релігії, дотримання відомих обрядів, звичаїв) засвідчують належність людини до того чи іншого народу.

Мову називають вмістилищем знань. Вона накопичує й закріплює в своїх одиницях (в основному в словах, у стійких сполуках і фразеологічних зворотах) історичний досвід народу — носія певної мови. Мова є своєрідним дзеркалом життя народу, адекватним відображенням його внутрішнього світу, неповторності менталітету.

Мова, як засіб вираження національної культури, виявляється найважливішою її частиною, дієвим фактором самого її існування й динамічного розвитку. Вона виступає сполучною ланкою історичних поколінь народу, забезпечує наступність і єдність культурної традиції. П. Мирний влучно зазначав з цього приводу: «Найбільше і найдорожче добро в кожного народу — це його мова, — ота жива схованка людського духу, його багата скарбниця, в яку народ складає і своє давнє життя, і свої сподівання, розум, досвід, почування» [2, с. 308]. Збагачуючись духовно, народ збагачує передусім власну мову, дбайливо передаючи її з покоління в покоління. М. Рильський говорив, що мова — це спадщина, нагромаджена для нас десятками поколінь. А ми зобов'язані передавати її тим, хто прийде після нас, і примножити, і прикрасити цю спадщину. Не можна загубити ні крихти її, бо немає у людей другої такої животворної, дорогої і трепетної нитки, яка б зв'язувала їх з найвіддаленішим минулим і з найвіддаленішим майбутнім. Будь-який носій мови, вбираючи її з дитинства, має примножувати мовне багатство в процесі свого становлення, передавати його своїм нащадкам [3, с. 40].

Отже, співвідношення мови та національної культури розкривають та характеризують такі твердження:

- мова — дзеркало культури, адже в мові відображено навколишній світ, національний характер, менталітет, традиції, систему цінностей;
- мова — скарбниця культури, бо вона зберігає культурні надбання в лексиці, граматиці, фразеології, закарбовує їх у фольклорі, художній та науковій

літературі;

- мова — носій культури, вона ніби ретранслятор передає надбання національної культури від покоління до покоління, адже молодь разом з мовою засвоює узагальнений досвід предків;

- мова — інструмент культури. Мова формує національний характер особистості-носія мови, бо користування нею невіддільне від впровадження у свідомість молодого покоління зафіксованих в мові світобачення, менталітету, комплексу морально-етичних цінностей народу.

У сучасних умовах розвитку глобальної інформаційної, науково-технічної та освітньої взаємодії, інтеграції України до світового та європейського простору ділянка перетину культур різних народів збільшується за рахунок появи спільного для всіх освітньо-культурного простору. Цьому сприяє не лише стрімке зростання міжнародних контактів між представниками різних етнічних культур, але й налагодження тісних зв'язків між мікро- або субкультурами, що належать до однієї національної лінгвокультурної спільноти. Поступово приходить усвідомлення того факту, що культурні відмінності відіграють важливу роль у ділових відносинах і можуть суттєво вплинути на кінцевий результат співробітництва. Питання про підготовку фахівців до співіснування в умовах усе збільшуваного багатокультурного суспільства і створення освітнього простору, який допоможе застерегти від дискримінації, відторгнення, насильства та конфліктів, пов'язаних із взаємодією різних культур та світоглядом різних народів, постійно є одним із важливих питань освітньої політики [4, с. 10]. Міжкультурна комунікація стає прикметною рисою сучасного українського суспільства, а її розвиток — одним з пріоритетних напрямів системи освіти.

В основі сучасної цивілізації лежить різноманіття культур, які постійно перебувають у взаємозв'язку і взаємодії. При цьому кожна культура має свою мовну систему, за допомогою якої носії спілкуються один з одним. Значення мови в культурі будь-якого народу неможливо переоцінити. Мова — це інструмент культури, який формує особистість людини, яка саме через мову сприймає менталітет, традиції і звичаї свого народу, а також специфічний культурний образ світу [5, с. 14–15]. Таким чином, мова є специфічним засобом зберігання і передачі інформації, а також керування поведінкою людини. Завдяки мові здійснюється специфічно людська форма передачі соціального досвіду, культурних норм і традицій, через мову реалізується спадкоємність різних поколінь та історичних епох. Мові притаманні багато функцій, але основні — це засіб висловлювання думок, засіб спілкування. Серед численних функцій мови існує комунікативна функція, яка припускає, що без мови будь-які форми спілкування людей стають неможливими. Мова слугує комунікації і може бути названою комунікативним процесом у чистому вигляді. Оскільки культуру як специфічно людську ознаку пристосування до навколишнього середовища теж можна назвати комунікацією, стає очевидним, що зв'язок мови, культури й комунікації є природним і нерозривним. В епоху Інтернету людське спілкування створює все більше мовних світів і використовує в них весь арсенал мовного співробітництва. Сучасна людина починає розуміти, що культуру самобутність її

народу неможливо відокремити від культурної самобутності інших народів, що всі ми підпорядковуємося «законам» культурної комунікації [1, с. 45]. Іноземну мову як один з головних засобів міжкультурної комунікації необхідно вивчати як феномен національної культури, як «мовну модель» світу цього народу і цієї культури, і, як результат, можливо сформувати особливий тип компетенції — лінгвосоціокультурну — і цим забезпечити повноцінне міжкультурне спілкування і взаєморозуміння, тобто діалог культур. Міжкультурний вимір у навчанні іноземних мов переслідує не лише прагматичну мету (забезпечити студентів необхідними засобами для мовленнєвої взаємодії з носіями мови), але й — і навіть більше — розвивальну і загальноосвітню цілі. Вивчати іноземну мову означає увійти в незнайомий світ, стати відкритим для нового, відчувати культурну спільність з носіями мови й надати спілкуванню особливої повноти й багатомірності. У сучасних умовах соціально-економічних змін, стрімкого розвитку виробництва, упровадження нових технологій, різноманітних форм господарювання виникає потреба в майбутніх спеціалістах з високим рівнем професійної підготовки, одним із компонентів якої повинне бути професійне володіння іноземною мовою. Але для досягнення цієї мети необхідно докорінно змінити саму позицію студента щодо вивчення іноземної мови. З пасивного споживача наукової інформації, виконавця готових завдань, студент повинен основну перевагу віддати самостійній праці, розвитку свого творчого потенціалу. Підготовка з іноземної мови у вищій школі потребує вдосконалення системи організації навчання, створення ефективних дидактичних систем, нових технологій і методів навчання, які могли б забезпечити інтенсивне оволодіння системою знань і на цій основі — суттєве підвищення рівня самостійної пізнавальної діяльності студентів. Відповідно до Національної доктрини розвитку освіти основною метою навчання іноземної мови є розвиток у студентів уміння використовувати іноземну мову як інструмент міжкультурного спілкування в будь-яких сферах життєдіяльності. Стратегічною метою є орієнтація навчання на виконання сучасного замовлення — володіння іноземною мовою як засобом комунікації і забезпечення досягнення цієї мети. Необхідно зазначити, що в міжкультурній комунікації виховується загальна і професійна культура майбутніх фахівців, розширюється їхній світогляд, виховується особисте ставлення до іншої культури при опануванні цієї культури, виховується у студентів культура спілкування, ціннісні орієнтації, почуття, емоції, позитивне ставлення до іноземної мови, культури народу, який розмовляє цією мовою. Гуманізація вищої освіти на сучасному етапі ставить нові вимоги до спеціаліста в аспекті формування загальної гуманістичної культури студентів. Це означає, що перспективою цієї роботи є формування світогляду, який базується на принципах, що визначають загальнолюдські цінності, а також передбачає розвиток духовно багатой, високоморальної особистості майбутнього спеціаліста, який здатний розв'язувати творчі завдання.

Останнім часом іноземна мова розглядається деякими дослідниками як інструмент полікультурного розвитку особистості тих, хто навчається, або як засіб, який забезпечує людині її інтеграцію до нового суспільства, до нової

суспільної ситуації [5, с. 51]. Так, Т.І. Олійник вважає, що введення елементів культури у викладання іноземної мови є необхідною потребою сьогодення, оскільки усвідомлення та відокремлення ознак відмінностей різних культур, толерантне ставлення до цих відмінностей стимулює лінгвістичний, когнітивний та соціальний розвиток студентів [6, с. 29]. Отже, усебічне оволодіння іноземною мовою студентами немовних спеціальностей сприятиме мобільності українських фахівців у Європі і відповідатиме міжнародним уявленням щодо основних компетенцій сучасного фахівця. Адже міжкультурне спілкування є не тільки полілогом у сфері культури, туризму, мистецтва, побуту тощо, а ще й комунікацією на певному професійному рівні. Підвищивши іншомовну міжкультурну компетентність, ми підвищуємо і професійну компетентність. Саме тому вивчення іноземної мови у вищих закладах освіти набуває культурологічного сенсу, оскільки майбутній фахівець нового типу, який володіє іноземною мовою, має здійснювати професійну діяльність на міжнародному рівні, пристосовуватися до нового засобу спілкування, пізнавати іншу культуру та осмислювати власні етнокультурні першоджерела, швидко адаптуючись у полікультурному просторі та виявляючи толерантне ставлення до чужої мови та культури [7, с. 35].

Література

1. Фаріон І. Мова як духовно-національний феномен / І. Фаріон // Урок укр. — 2003. — №5/6. — С. 51–53.
2. Мирний П. Твори: в 5 т. / Панас Мирний. — К.: Вид-во АН УРСР, 1955. — Т. 5. — 459 с.
3. Рильський М. Як парость виноградної лози / М. Рильський. — К.: Наук. думка, 1973. — 264 с.
4. Коваленко О. Політика та практика викладання в умовах соціокультурного розмаїття // Іноземні мови в навчальних закладах. — 2006. — №5. — С. 10–12.
5. Комарницкая В.А. Содержание обучения иностранному языку студентов неязыковых специальностей в контексте поликультурности. Матеріали І Міжнародної наук.-практ. конференції «Стандарти мовної освіти в аспекті інтеркультурної комунікації». — Мелітополь: МВП ЗІЕІТ, 2009. — 111 с.
6. Oliynyk T.I. Raising cross-cultural awareness through English language teaching // Іноземні мови. — 2008. — №4. — С. 29–32.
7. Юдіна О.В. Система вправ для навчання майбутніх менеджерів міжкультурного спілкування німецькою мовою // Іноземні мови. — 2009. — №2. — С. 35–39.

Решетука Т.В.

кандидат наук із соціальних комунікацій

викладач кафедри журналістики

Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка

СТАНОВЛЕННЯ ВИДАВНИЧОЇ СПРАВИ НА ТЕРНОПІЛЛІ В КІНЦІ ХІХ — НА ПОЧАТКУ ХХ СТОЛІТТЯ В УМОВАХ АВСТРО- УГОРСЬКОЇ ІМПЕРІЇ

Анотація. У статті з'ясовано чинники, що вплинули на становлення видавничої справи на Тернопіллі у 1886-1914 роках, викладено історію книго- та пресодрукування у краї в цей період, проаналізовано українськомовний репертуар тогочасних періодичних і неперіодичних видань, вказано на роль окремих особистостей та громадських організацій у розвитку видавничої справи.

Ключові слова: історія видавничої справи, історія журналістики, видавничий процес, видавничий репертуар, книгодрукування, Тернопілля.

Abstract. The article reveals factors, that had an influenced on publishing formation in Ternopil region in 1886-1914, outline the history of book and press typography in the region at that period of time, analyzes repertoire of contemporary Ukrainian-language periodicals and not periodical publications, points on the role of individuals and NGOs in the development of publishing.

Key words: history of publishing, journalism history, editorial process, publishing repertoire, typography, Ternopi region.

Специфіка видавничої справи на Тернопіллі в 1886-1914 роках визначається характером історико-суспільних процесів у Галичині, яка на той час була східною околицею Австро-Угорської імперії. Тернопільщина кінця ХІХ століття була центром етнокультурного пограниччя: належала географічно до двох великих держав — Російської імперії та імперії Габсбургів. Етнічний склад її населення характеризується значним розмаїттям: окрім українців, тут проживали поляки, німці, євреї та представники інших національностей [5, с. 74].

Помітне відставання краю у становленні національної видавничої справи було зумовлено низкою чинників. Однією з причин такої ситуації був національний склад населення краю та його соціальна належність. Попри те, що Тернопіль був найбільшим містом західного Поділля і третім за кількістю населення містом Галичини, українці у ньому становили не більше 30 відсотків населення, до того ж третина з них займалася рільництвом, живучи в передмістях, неначе на селі. Українське населення Тернополя належало до старовинних міщанських родів, що мали давні традиції, проте вирізнялися певним консерватизмом [5, с. 73–75].

Аналогічна ситуація склалася й на всьому Тернопіллі: хоча українці становили до 65 відсотків населення краю, 90 відсотків із них були задіяні в сільському господарстві, проживаючи переважно на селі [5, с. 72–73], а сільське населення, за спостереженнями сучасних істориків, менше цікавилася речами абстрактними, не пов'язаними зі щоденним життєвим досвідом землероба, як-то: суспільні рухи, наукові винаходи чи художня література [2, с. 270].

Іншим чинником, який формував культурну ситуацію краю, був низький

рівень писемності населення. Як зазначає Я. Грицак, особливо значною була частка анальфabetів серед українського населення: «Загальна тенденція була така, що чим більша частка руського населення у певній місцевості, тим вищий рівень неписьменности; в окремих східних повітах він сягав аж 90%» [2, с. 40].

Розвиток промисловості, що розпочався у другій половині XIX століття у Західній Європі, а отже, й у Австро-Угорщині, та пов'язана з ним урбанізація не надто торкнулися Галичини, а особливо Галицького Поділля, які поки що не були охоплені цими процесами і надалі залишалися сільськогосподарською околицею імперії [5, с. 75, 142].

Розгляньмо докладніше, як означені тенденції вплинули на становлення видавничої справи на Тернопіллі.

Власне історія видавничої справи Тернопілля сягає початку XVII століття, коли Кирило (Транквіліон) Ставровецький у 1618 році розпочав друкарство в Почаївському монастирі, перевізши сюди з Унева свою друкарню і закінчивши друк «Зерцала Богословія» [6, с. 270–271]. Того самого року Ставровецький переїжджає до Рохманова (село поблизу містечка Шумськ Тернопільської області) і забирає із собою друкарню. Тут у 1619 році він друкує «Євангеліє Учительное» [6, с. 275].

Почаївська друкарня знову запрацювала лише у 1730 році і відтоді успішно функціонувала аж до 1918 року, коли її частково було вивезено до Києва, а потім до Москви [7, с. 355, 368]. У цей період тут було надруковано значну кількість книг, та після поділу Польщі 1795 року, коли Почаїв і Кременець увійшли до складу Російської імперії, на тутешні видання поширилися всі цензурні обмеження, що діяли на той час у Росії, тож про місцеві українські видання кінця XIX — початку XX століття можна говорити досить умовно — у російськомовних виданнях трапляються тексти, зазвичай фольклорні, українською мовою, надруковані «язичієм».

Перша згадка про друкарню в Тернополі датується 1815 роком, її власником був Н. Пітлес, а достовірні відомості про книгодрукування — 1857 роком, коли тут відкрилася друкарня поляка Йосипа (Осипа) Павловського [1, с. 12]. Попри те, що у другій половині XIX століття «має свою друкарню майже вже кожне більш-менш видатне місто Галицького Поділля» [4, с. 4], українськомовне книго- і пресовидання тут з'являються доволі пізно порівняно з іншими містами Галичини.

З огляду на це, друкарні, що з'являються у Тернополі та інших повітових містечках краю, належали здебільшого полякам, тож і національне книго- і пресовидання з'являються тут дещо пізніше. У період австро-угорського панування на Тернопіллі не було жодної друкарні, власником якої був би українець [3, арк. 34, 34 зв., 36, 38, 39, 39 зв., 41–44, 46, 47; 10, арк. 20–26, 75–79, 81]. Так, у Тернополі протягом 1857-1914 років діяло, змінюючи одна одну, п'ять друкарень. Першою, як уже зазначалося, розпочала роботу друкарня поляка Йосипа Павловського, що діяла з 1857 року [1, с. 12]. У 1893 році її власником став поляк Станіслав Коссовський (діяла з 1893 по 1936 роки) [1, с. 183]. Уже з 1895 року розпочала діяльність друкарня Леона (Лева) Вербицького, також поляка

за національністю і римо-католика за віросповіданням [3, арк. 34, 34 зв.], що діяла аж до кінця тридцятих років XX століття. Дещо пізніше, у 1905 році, була заснована «Друкарня Подільська» Йосипа Степка (Юзефа Степека), також поляка римо-католика [3, арк. 39, 39 зв.]. Останньою, у 1913 році, розпочала роботу друкарня Давида Окса [3, арк. 38]. Усі вони поряд з польськомовними друкували книжкові та періодичні видання українською мовою.

У Бережанах із середини 70-х років XIX століття діяла єдина друкарня, власником якої був Альфред Ціхоцький, а після його смерті — його вдова Ванда [3, арк. 36, 41, 42]. Окрім того, на Тернопіллі діяли друкарні у Борщеві, Бучачі (Печатня народна В. Дратлера), Збаражі, Зборові, Підгайцях, Скалаті (друкарня Лева Таненбаума), Теремовлі, Чорткові, де виходили у світ українські видання.

Значна частка населення Тернопілля, зайнятого у аграрному виробництві, спричинила доволі пізніе гуртування національно-свідомих українців у культурно-освітні та громадські товариства, що організовувалися у той час по всій Галичині. Так, філія товариства «Просвіта», що об'єднувала просвітян не лише Тернополя, а й кількох навколишніх повітів, була заснована з ініціативи О. Барвінського в 1876 році, «Руська бесіда», з його ж ініціативи, — у 1883 році, «Міщанське братство» постало з чоловічого міщанського хору в 1890 році [1, с. 142, 207, 241]. Та вже наприкінці XIX — на початку XX століття на Тернопіллі діяли десятки новостворених національних організацій, що активно долучилися до розбудови суспільного життя краю, зробивши його «правдивим бастионом українства в Галичині» [11, с. 47]. Коштом громадських організацій краю друкували чимало видань переважно просвітницького характеру. У вихідних даних багатьох тогочасних друків читаємо: «Накладом філії руского Товариства педагогічного», «Накладом Зведення кн. Острожского в Тернополи», «Накладом Фонду шкільного», «Накладом Товариства опіки над інтернатом» тощо.

Характерною рисою становлення видавничої справи краю цього періоду є активне долучення до неї окремих особистостей, відомих громадських та культурно-освітніх діячів, греко-католицького духівництва. Завдяки їхній подвижницькій праці, зрештою, їхніх власних коштів побачили світ «Руська історична бібліотека» (редактор-видавець Олександр Барвінський), перше перевидання в Україні альманаху «Русалка Дністрова» (видавець отець Йосип Застирець), найтиражованіші на той час часописи «Посланникъ» та «Книжечки Миссійні» (редактор-видавець отець Лев Джулинський), визнаний найкращим для курсів анальфabetів «Буквар для науки неграмотних», який перевидавали протягом семи років чотири рази (автор і видавець першого накладу народний учитель Онуфрій Солтис). Зрештою, фактично всі часописи краю цього періоду постали з приватної ініціативи і коштом їхніх засновників, зазвичай знаних у краї громадських чи культурно-освітніх діячів.

Видавнича справа приваблювала їх зовсім не з огляду на змогу отримання статків чи здобуття особистої слави. Труднощі, що з ними стикалися подвижники видавничої справи на Тернопільщині, були зумовлені загальною ситуацією на читацькому ринку Австро-Угорської Галичини. Читацька публіка не вирізнялась ані чисельністю, ані грошовитістю, тож «кожен гріш, виданий на книжку чи

газету, був майже актом патріотизму» [8, с. 371]. Українськомовні видання друкували невеликими накладками, видавці стикалися з труднощами в їх розповсюдженні, у несприятливі періоди тиражі могли продавати роками. За влучним висловом Івана Франка, лише той може оцінити всю «витривалість і посвяту», якої вимагає видавнича діяльність у Галичині, хто хоч раз сам до неї брався [9, с. 563]. Усвідомлення потреби у друкованому слові як реальному чинникові гуртування українців, піднесення рівня їх національної свідомості, просвіта у найширшому сенсі як крок до суспільного поступу нації були тією ідейною основою, яка спонукала видавців української книги до подвижницької праці.

Особливістю видавничої справи Тернопілля кінця XIX — початку XX століття є одночасне постання українського книго- і пресодрукування: у січні 1886 року побачив світ перший том «Руської історичної бібліотеки» за редакцією Олександра Барвінського, а вже в лютому 1886 року в Бережанах виходить перший у краї українськомовний друкований часопис «Одноднѣвка Бережаньска» за редакцією о. Сильвестра Лепкого. Обидва видання були започатковані з приватної ініціативи їхніх редакторів, що, як уже зазначалося, було характерним для видавничої справи Тернопільщини загалом.

Наступні видання українських періодичних і неперіодичних друків відбувається паралельно, однак маємо констатувати, що цей процес не характеризувався неперервністю та динамічністю.

Усього за аналізований період на Тернопіллі вийшло друком понад 200 українських неперіодичних видань і 25 часописів. Найбільше неперіодичних друків побачили світ у Тернополі (89 назв), Почаєві (62 назви) та Бережанах (31 назва). Значно менше друкованих видань вийшло в інших містах краю: Борщеві (шість назв), Бучачі (чотири назви), Збаражі (три назви), Чорткові (три назви), Зборові (одна назва), Кременці (одна назва), Тереховлі (одна назва).

Щодо періодики, то в зазначений період з двадцяти чотирьох українських часописів дванадцять виходило в Бережанах, дев'ять — у Тернополі, по одному — у Бучачі, Збаражі та Нагорянці Бучацького повіту.

Аналізуючи інтенсивність книгодрукування на Тернопільщині в зазначений період, відзначаємо виразну тенденцію до збільшення кількості видань від початку XX століття. Це пов'язано з відкриттям української гімназії в Тернополі (щорічні звіти про діяльність гімназії, публікація наукових розвідок викладачів гімназії), з розвитком української періодики краю (бібліотека журналу «Молодіж»), а також активізацією діяльності українських культурно-просвітницьких, господарських та громадських товариств (статути та звіти цих громадських організацій, друкування книг їхнім коштом). Максимальна кількість друкованої продукції припадає на 1906-1907 та 1911 роки. Збільшення кількості видань у 1913 році спричинене активною діяльністю редакції часопису «Почаевский Листокъ», що з 1906 року започаткувала як безкоштовний додаток до газети «Библиотека Волынского Союза Русского Народа», але ці друки, як уже зазначалося, лише умовно можна вважати українськими. Не слід применшувати і таку закономірність, що видання початку XX століття збереглися повніше, ніж

друкована продукція 80-90-х років XIX століття.

Література

1. Бойцун Л. Тернопіль у плині літ: історико-краєзнавчі замальовки / Л. Бойцун. — Тернопіль: Джура, 2003. — 392 с.: іл.
2. Грицак Я. Пророк у своїй вітчизні: Франко та його спільнота (1856–1886). — К.: Критика, 2006. — 632 с.
3. Державний архів Тернопільської області. — Ф. 322. Канцелярія Тернопільського губернатора. — Оп. 1. — Спр. 62. (Рапорти окремих осіб і листування про дозвіл на торгівлю друкованими творами, відкриття друкарень і фотографій) [рос.]. — 249 арк.
4. Кревецький І. Часописи Галицького Поділля: історико-бібліографічні матеріали з рр. 1882-1927 / Іван Кревецький // Часописи Поділля: історично-бібліографічний збірник з нагоди 150-ліття першої газети на Україні (1776-1926) та 10-ліття існування УС РР / склали М. Білінський, Н. Співачевський, та І. Кревецький; за ред. В. Отамановського. — Вінниця: [б. в.], 1927–28. — С. 3–21.
5. Миколаєвич Р. Тернопіль і Тернопільщина у світлі статистики / Роман Миколаєвич // Шляхами Золотого Поділля: регіональний історично-мемуарний збірник Тернопільщини. — Філядельфія, Па: [б. в.], 1983. — Т. 1. — С. 59–86.
6. Огієнко І. (митрополит Іларіон) Історія українського друкарства / І. Огієнко; упоряд., авт. передм. М.С. Тимошик. — К.: Наша наука і культура, 2007. — 536 с.
7. Огієнко І. (митрополит Іларіон) Свята Почаївська лавра / І. Огієнко; упоряд., авт. передм. М.С. Тимошик. — К.: Наша наука і культура, 2005. — 448 с.
8. Франко І. Передмова [до видання «Вибір декламацій для руських селян і міщан». Вид-во т-ва «Просвіта». Львів, 1902] / І. Франко // Іван Франко. Зібрання творів: у 50 т. — Т. 33: Літературно-критичні праці. — К.: Наукова думка, 1982. — С. 417–428.
9. Франко І. Руська історична бібліотека / Іван Франко // Іван Франко. Зібрання творів: у 50 т. — Т. 46, кн. I. — К.: Наукова думка, 1985. — С. 563–564.
10. Центральний державний історичний архів України, м. Львів. — Ф. 309. Наукове товариство імені Шевченка. — Оп. 1. — Спр. 1346 (Листування з Міністерством внутрішніх справ, староствами з приводу патентів на відкриття друкарень) [нім., польськ.]. — 126 арк.
11. Чорновол І. Тягар прагматизму, або Олександр Барвінський у світлі сучасності / Ігор Чорновол // Барвінський О. Спомин з мого життя / упор. А. Шацька, О. Федорук; ред. Л. Винар, І. Гирич. — К.: Смолоскип, 2004. — С. 17–38.

PROBLEMS OF INTERCULTURAL COMMUNICATION AND THEIR CAUSES

***Анотація.** Данна стаття присвячена аналізу комунікаційних процесів, що відбуваються між культурами. Так як для сучасної людини характерна зростаюча потреба в повноцінному спілкуванні, прагнення бути зрозумілим і оціненим оточуючими, рішення зазначеного питання є предметом нового наукового напрямку, що одержав назву «міжкультурна комунікація». У статті визначений термін «міжкультурна комунікація», розглянуто теорії міжкультурної комунікації, проаналізовано дослідження цього питання вітчизняними та зарубіжними вченими, висвітлені проблеми, що виникають між представниками різних культур у процесі крос-культурної взаємодії, надані фактори, що перешкоджають успішному міжнаціональному спілкуванню.*

***Ключові слова:** міжкультурна комунікація, крос-культурної взаємодії, конфлікти на міжкультурній основі.*

***Abstract.** This article analyzes communication processes that occur between cultures. As the typical thing for the modern man is an increasing need for proper communication and the desire to be understood and appreciated by others, the decision of this issue is the subject of a new scientific field, called «Intercultural Communication». In the article the term «intercultural communication» is defined. The author considers the theories of intercultural communication, analyses researches of this issue by domestic and foreign scientists, highlights the problems arising between different cultures in the process of cross-cultural interaction, provides the factors that hinder the successful international communication.*

***Key words:** intercultural communication, cross-cultural interaction, theory of intercultural communication, verbal communication, nonverbal communication, paraverbal communication.*

All created by man, is a part of the culture. Culture is considered by the modern science as a universal common and at the same time specific to a particular society, nation, organization or group orientation system, which leads to perception, thinking, evaluation and actions of people within the society. Culture performs the mentioned functions in the process of communication, it is communication itself, because the participants of communication are always bearers of a particular culture. Culture realizes its destination through its components: standards, estimates, beliefs, etc., that are shared by the representatives of this culture and serve as guidance for their behavior in different situations. Studying the own culture the individual is socializing but getting to know the values of another culture, he obtains skills of orientation in a space of other cultures.

Some Western scholars believe that the basis of culture is cultural values and norms, and its top is individual human behavior, which manifests itself in communication with other people. So communication is an important part of culture.

With the expansion of international relations, the significance of the ability to determine the cultural characteristics of peoples, respect them and find «common language» is increasing. A person needs experience of different cultures as well as each

culture in order to survive, requires interaction with other cultures. So the grounds for intercultural communication are differences between cultures, that are formed in the process of creating each ethnic culture.

A particular culture has its own rules that govern human behavior and affect the nature of perception and interpersonal relationships. Understanding the features of their own culture is realized in contact with people who are guided in their behavior by other cultural norms. The interaction of such kind sometimes causes conflicts and demands a thorough researches.

The term «intercultural communication» was introduced by Americans E. Holl and D. Traher in their book «Culture as communication: Model and Analysis» in 1954. They focused on the specificity of intercultural communication as a sphere of human relations. E. Holl affirms that culture is communication and communication is a culture. Another American researcher O. Teylor in his book «Intercultural Communication: an important dimension of effective education», contends that communication is a product of culture. The method by which people communicate is stipulated by their culture. The notion of intercultural communication has become particularly prevalent in the German-speaking area. Krum and Virlaker note the following signs of this phenomenon: 1) there are cultures which differ from each other; 2) communication and culture are closely related; 3) elements of culture are reflected in communication; 4) similar cultures facilitate communication, but different ones make it difficult; 5) belonging to a particular culture suggests specificity of communication.

The problems of international communication, interaction of different cultures were explored in the works of many scientists. For example, L. Drobyzheva analyzes the role of social and psychological aspects of international communication, T. Burmistrova and S. Dmitriev reveal the formation and functioning of culture of interethnic communication in different spheres of public life. Ukrainian sociologist

B. Slyuschynskyy focuses on the issue of inter-cultural communication, claiming that ethnic cultural communication today is a transmission of cultural values through direct communication between people, and therefore it is important for intercultural interaction. E. Vereshchagin, V. Kostomarov, V. Vorobiev also were engaged in researching problems of intercultural communication. They insisted that learning a language should be based on culture.

Scientific research in the world of communication shows that the relationship between cultures can be different: a) the utilitarian attitude of one culture to another; b) rejection of one culture by another; c) interaction of different cultures, like relations between equal subjects. The third type of relationship is defined as an intercultural dialogue.

Intercultural communication is a special form of communication between two or more representatives of different cultures, in which the exchange of information and cultural values of interacting cultures occur. This process requires not only knowledge of foreign languages but knowledge of the material and spiritual culture of other people, and determines the pattern partners' behavior in communication.

The research proves that the implementation of cross-cultural interaction requires the following components: 1) the emergence of such situation in which communication

takes place; 2) establishing contacts and their implementation, through which the cross-cultural interaction is realized; 3) availability of interacting parties, which have consciousness and mastering the standards of any cultural system. The parties of interaction should have certain characteristics that will either promote or inhibit interaction.

Intercultural communication, the subject of which is a person, is put into practice in the group or at the individual level. In this case the behavior of each interlocutor is determined by values and norms of the culture to which he belongs.

There are several theories of intercultural communication, which address various problems of interaction between cultures.

According to the theory of E. Hall all the cultures can be classified on the basis of «weak» and «strong» contextual dependence. For members of cultures with «high context» (France, Spain, Italy, the Middle East, Japan and Russia) additional information is required only in small amounts, as well as through informal information networks they are always well informed.

Representatives of such countries as Germany, Switzerland, the US, Scandinavia and other northern European countries, with more free network connections in their social environment and a lower volume of exchange of information relate to countries with «low context». In this group of cultures there are no informal information networks, so there is a great need for additional information to understand people from other countries in communication.

The theory of cultural dimensions of H. Hofstede compares cultures according to the degree of concentration of power, the degree of admissible deviations from established norms and values, the degree of using social relationships as opposed to individual independence and gender influence on culture.

In his theory of cultural literacy E. Hirsch believes that cultural literacy allows people to send and receive complex information orally and in writing, in time and space.

Proportional relationship between levels of linguistic, communicative and cultural competence is necessary for effective intercultural understanding. Depending on the methods, techniques and styles of communication there are three main types of intercultural communication: verbal, nonverbal and paraverbal.

Verbal communication is communication, where interlocutors exchange opinions, information and emotional experiences. Verbal communication is mainly in the form of a dialogue or monologue.

Nonverbal communication is a set of nonverbal means, signs and symbols used to convey information and messages in the communication process. The main forms of nonverbal communication include gestures, postures and body language.

Paraverbal communication is a set of sounds that accompany the speech, bringing to it additional meaning. They are intonation, rhythm, timbre, phrases and logical accents etc.

Communication between people of different cultures can be complicated by the fact that there are differences in the using means of communication between cultures. Therefore, many scientists divide cultures into individualistic and collectivist. In individualistic culture, such as American, much attention is paid to the content, not the

way of the message. These cultures are characterized by a cognitive style of exchanging information (accuracy of using the concepts and logic statements). Representatives of collectivist cultures, apart from the message context, give the great role to the interlocutor and the situation of communication, a message form becomes important, i.e. instead of «that» «how» is noted.

There are four main factors that influence the perception of representatives of different cultures: first impression factor, factor of advantage, attractiveness factor and the factor of attitude to us.

First impression factor. The first impression is often deceptive, it is sometimes difficult to change. Studies show that a person who has sufficient experience of communication can determine by the appearance almost all the characteristics of a partner: his psychological traits, social status and so on.

Factor of advantage. First impression is not enough for a permanent and lasting communication. In this situation the factor of advantage takes effect. For its definition people use two sources of information: human clothes and style.

Attractiveness factor. Every nation has its own, different from others canons of beauty and approval or nonapproval by the society types of appearance. Attractiveness or beauty is subjective and dependent on the current ideal in the culture.

Contacts of different cultures give rise to many problems that are caused by a mismatch norms, values, religions, features of partners, etc. Successful intercultural interaction depends on reaching agreement on the rules and patterns of communication that do not infringe on the interests of different cultures. Achieving positive results in interethnic communication depends on the ability of interlocutors to understand each other, and this is influenced by many factors. T. Hrushevytska, V. Popkov and A. Sadohin note ethnic culture of each of the interlocutors, the psychology of people, cultural values that prevail in a given state.

Of particular interest is the study of barriers to communication among representatives of different social and cultural systems that can cause cultural and communicative shock. Researchers name six major barriers to effective intercultural communication.

1. Assuming similarities. One reason for the misunderstanding with intercultural communication is that people consider themselves like others and are confident that they easily communicate with each other. But communication is a product of culture, so the subjects of intercultural communication differ.

2. Language differences. When people try to communicate in a language which they don't know well, they often use only a single meaning of the word, ignoring all other forms of communication.

3. False nonverbal interpretation. In a particular culture nonverbal behavior is different, therefore its wrong interpretation could easily lead to conflicts that violate the communicative process.

4. Prejudices and stereotypes. Stereotypes and prejudices about people affect perception and communication contacts. Excessive reliance on stereotypes prevents looking objectively at other people, which may adversely affect communication.

5. The desire to evaluate. Different cultural values are another stumbling block on

the path to effective cross-cultural communication.

6. Increased anxiety or stress. Episodes of intercultural communication are often associated with more anxiety and stress than familiar situation of communication within native culture, which also has a negative impact on the quality of communication.

Modern Ukrainian scientists Donets, Komarnytska and Osipov have been exploring issues of intercultural communication. In their view, in communication of different cultures there is possibility of certain problems, namely the difficulties in understanding, misunderstanding, some prejudice, and further communication delimitation, perversion, mental isolation.

Considering the problems of intercultural communication, one should mention the processes of mutual penetrating (convergence and assimilation) of different cultures in the world, or aculturation, linked with globalization. In «Philosophical Encyclopedic Dictionary» acculturation is defined as the process of mutual influence of cultures, perception completely or partially by one people the culture of other people, usually more developed.

One may highlight the following problems of intercultural communication:

1) The problem of migration. The borders between cultures and nations become obscure, at present it is more difficult to control the broad mutual influence of cultures or their dissemination in the world community.

2) The problem of misunderstanding. Cultural features of nations create more space for professional, spiritual interaction and exchange, but wrong interpretation, application or replacement of major concepts lead to frequent conflicts between different cultural groups.

Thus, intercultural communication can cause both positive and negative results. National culture can become as enriched as poor influenced by the assimilation of cultures, national identity may weaken. Therefore intercultural contacts require constant comprehension, interpretation and comparison of their own and other people's culture.

Dissimilarity of people to each other creates favorable conditions for obtaining by a person new skills and abilities, improvement of existing ones, but on the other hand, the more differences in character, upbringing, education and even culture in interacting partners, the more opportunities for the emergence of contradictions and conflicts between them. Each participant of international contacts realizes that knowledge of a foreign language is not enough for an effective intercultural mutual understanding. It is also necessary to know forms and means of cultural communication, standarts and rules of foreign language culture, the foundations of human psychology to predict the possibility of misunderstanding between partners and avoid it. All of this draws attention to problems of communication, the major conditions of its effectiveness are mutual understanding, dialogue of cultures, indulgence, tolerance and respect to the culture of partners in communication, to their ideals and values.

References

1. Грушевицкая Т.Г., Попков В.Д., Садохин А.П. Основы межкультурной коммуникации: Учеб. для вузов. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. — 352 с.

2. Гутарева Н.Ю., Виноградов Н.В. Проблемы межкультурной коммуникации в современном социуме // Молодой ученый. – 2015. – №9. – С. 1274–1276.
3. Кравченко А.И. Культурология: Учебное пособие для вузов [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.countries.ru/library/theory/dynfrc.htm>.
4. Orlando L. Taylor. Cross-Cultural Communication: An Essential Dimension of Effective Education. Revised and reprinted, 1990.
5. Осипов П.І. Міжкультурна комунікація: проблеми і перспективи // Матеріали міжнародної наукової конференції [Електронний ресурс] / П.І. Осипов. — Режим доступу: <http://lib.chdu.edu.ua/pdf/zbirnuku/7/8.pdf>.
6. Скубішевська Т.С. Роль мовних стратегій у міжкультурній комунікації // Мультиверсум: Філософський альманах. — 2004. — №43. — С. 57–64.
7. Слющинський Б.В. Міжетнічні культурні комунікації як фактор побудови громадянського суспільства в сучасній Україні. — www.edportal.org.ua/books/Conference_2005/Slyushchiskiy.
8. Удосконалення університетської освіти в контексті європейської інтеграції: Зб. науково-методичних вправ / За ред. Д. Мазоренка та ін. Харківський Національний технічний університет сільського господарств ім. П. Василенка. — Харків, 2006. — 224 с.
9. Hirsh E.D. Cultural Literacy. NY, 1988.
10. Hofstede G. Cultures and Organisations. Software of the Mind. L., 1991.
11. Эдвард Холл — великий дедушка НЛП. — <http://www.timesaver.ru/articles>.

Синиця І.А.

доктор філологічних наук, старший науковий співробітник

професор Центра вивчення України

Дзяльницького університету іноземних мов

ПРО ОДИН З МЕТОДІВ ЛІНГВОКУЛЬТУРОЛОГІЧНОГО ВИВЧЕННЯ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ ІНОЗЕМНИМИ СТУДЕНТАМИ

Анотація. Стаття присвячена питанню необхідності вивчення лінгвокультурологічної складової мовного знаку у практичному курсі української мови як іноземної. Автор відстоює думку про важливість застосування лінгвокультурологічного коментаря як одного з методів включення такої інформації при вивченні лексичного багатства мови.

Ключові слова: українська мова як іноземна, лінгвокультурологічний коментар, мовний знак.

Abstract. The article deals with necessity to study the linguo-cultural component of the linguistic sign in the practical course of Ukrainian as foreign language. The author defends the idea of the importance to use the linguo-cultural commentary as one of methods of inclusion such information to the study of lexical richness of language.

Key words: Ukrainian as foreign language, the linguo-cultural commentary, linguistic sign.

Постановка проблеми. Вивчення будь-якої іноземної мови неможливе без врахування її здатності акумулювати, зберігати й передавати не лише лінгвістичну, а й різні види позамовної інформації. Граматика, лексика, синтаксис, з яких починається вивчення іноземної мови, формують у студентів,

насамперед, базові знання мови, яких може бути достатньо для елементарного спілкування. Водночас, перебуваючи у щоденному іншомовному оточенні, студенти-іноземці, які вивчають українську мову, стикаються з проблемами, що виходять за межі суто мовно-граматичних питань. Це викликає необхідність включення поряд з лінгвістичною інформацією ще й лінгвокультурологічних даних, починаючи вже з перших занять вивчення мови. Практичний курс української мови як іноземної, що формується паралельно з незалежною державою Україною і перебуває і сьогодні на початковому етапі своєї розробки, вимагає паралельного висвітлення лінгвокультурологічних даних або створення окремого курсу, відмінного від лінгвокраїнознавства, головним завданням якого стане знайомство з українською мовою як «втіленням духу народного».

Аналіз останніх джерел чи публікацій. Спостерігаючи за розвитком мовознавства кінця ХХ ст. і стверджуючи природне переважання досліджень комунікативної функції мови, В. Русанівський передбачив переростання принагідного зацікавлення проблемою «мова і культура» у «провідний теоретичний напрям сучасного мовознавства. Адже мова — акумулятор знань про світ, як відображення запасу національної й інтернаціональної духовної культури» [7, с. 8].

Не вдаючись до висвітлення питання історії виникнення та міждисциплінарних зв'язків лінгвокультурології, згадаємо імена науковців, які заклали теоретичне підґрунтя і визначили об'єкт, предмет і завдання цієї дисципліни: В. фон Гумбольдт, О. Потебня, Е. Бенвеніст, А. Мейє, В. Воробйов, В. Костомаров, Є. Верещагін, В. Маслова, В. Русанівський, В. Телія, С. Тер-Мінасова, М. Толстой та ін.

Будь-яка наукова дисципліна, послуговуючись загальнонауковими методами, виробляє й власні. Одним з таких методів для лінгвокультурології став коментар. Його застосування бере початок від герменевтики і текстології, де з його допомогою здійснювалася інтерпретація текстового матеріалу. Лінгвокультурологічний коментар, насамперед, з'явився у дослідженнях з фразеології [6].

На думку М. Ковшової, лінгвокультурологічний коментар може охоплювати два рівні сприйняття: а) поверховий — синхронний рівень сприйняття мовної одиниці пересічним носієм мови, б) глибинний — рівень внутрішньої форми, архетипу, культурного коду, що розкриває знакову культурну функцію мовного факту і розширює культурне поле носія мови [5, с. 180–181].

Однією з визначальних рис лінгвокультурологічного коментаря О. Зинovieва і Є. Юрков називають його комплексний характер і синхронний комунікативно-прагматичний компонент. Дослідники наголошують, на відміну від лінгвокраїнознавчих розробок такий коментар розкриває культурний фон мовної одиниці не лише в історико-етимологічному, але й у синхронно-функціональному аспекті [4, с. 235, 268]. На можливість комплексного поєднання прийомів країнознавчого, лінгвокраїнознавчого, соціокультурного коментарів у практиці викладання російської мови як іноземної вказує Л. Чапаєва [8, с. 108].

Виклад основного матеріалу дослідження. Оскільки лінгвокультурологія

української мови не входить у навчальні плани більшості університетів, що займаються мовною підготовкою іноземних студентів, тому застосування лінгвокультурологічного коментаря є одним із засобів подолання цієї ситуації. Ураховуючи те, що предметом вивчення лінгвокультурології є національно-культурна семантика мовних одиниць з метою їх розуміння у всій повноті змісту і відтінків значень, у ступені, максимально наближеному до їхнього сприйняття носіями української мови і культури, лінгвокультурологію ми, як і В. Воробйов, можемо розглядати як один з аспектів мовознавства, «що вивчає проблему відображення національної культури в мові; розділ семасіології, оскільки визначає і описує національно марковані мовні одиниці; вивчення розуміння мовлення в умовах міжкультурної комунікації» [2, с. 84]. Такий підхід уможливорює поступове знайомство студентів-іноземців з національною культурою через мовні знаки. Звичайно, не кожний мовний знак несе певну культурологічну інформацію. Сьогодні дослідники-лінгвокультурологи пропонують декілька термінів, що позначають мовні одиниці, наділені здатністю містити етнонаціональні смисли: лінгвокультурема (В. Воробйов, Л. Веденіна), лінгвоідеологема (В. Шаклеїн), прецедентні одиниці (прецедентне ім'я, прецедентне висловлення, прецедентний феномен — Ю. Караулов, В. Красних), логоепістема (В. Костомаров, Н. Бурвикова), культурема (В. Гак, А. Вартанов). Кожний з цих термінів має право на своє існування і застосування залежно від аспектів розгляду мовного знаку. Викладач обов'язково має враховувати семантичні тонкощі при застосуванні згаданих термінів, особливо при укладанні методичних рекомендацій і посібників [1].

Важливість застосування лінгвокультурологічного коментаря вже з перших годин вивчення української мови як іноземної можна продемонструвати на прикладі вивчення українських букв і звуків. Загальновідомою є назва системи знаків, що позначають сукупність букв однієї мови, — алфавіт. Вивчення будь-якої мови починається саме з алфавіту. З висвітлення цієї теми починається чимало підручників української мови для іноземних студентів. Дуже прикро, що більшість цих посібників використовують інтернаціональний термін алфавіт, навіть не натякаючи на існування питомого українського терміна абетка. Саме він сьогодні є актуальним і найбільш вживаним у мовознавстві та лінгводидактиці. Викладач під час висвітлення цієї теми студентам-іноземцям повинен ознайомити з усіма вживаними у сучасній українській мові термінами: *абетка*, *азбука*, *алфавіт* — і пояснити тонкощі їхнього функціонування. Таку інформацію можна знайти в багатьох енциклопедичних словниках, а також спеціалізованих лінгвокультурологічних (етнокультурологічних) довідниках, як наприклад, у словнику-довіднику В. Жайворонка: «**абетка = азбука = алфавіт** — 1) сукупність графічних знаків, прийнятих у якій-небудь системі буквеного письма і розміщених у певному усталеному порядку; 2) **абетка** — власне українська назва азбуки, створена за вимовою перших двох літер алфавіту (*а*, *б*); у сполученнях: **українська абетка** — буквар; **за абеткою** — за порядком літер, прийнятих в абетці; 3) **азбука** — слово походить від давньоруського *азьбуки*, запозиченого із старослов'янської мови, де перші дві літери звалися *аз* — «я» і *буки* — «буква».

Азбука — то початкова до мудрості наука (прислів'я); *Учи азбуку* — прийде хліб у руку (приказка); 4) **алфавіт** — слово, за походженням фінікійське (алеф — «бик», бет — «дім»), трансформоване в старогрецькій мові як *альфа* і *бета* (перші літери грецької абетки, звідси староукраїнська назва абетки — *альфабет*), а в пізнішій грецькій вимові — у сучасному його звучанні» [3, с. 8].

Звичайно, ця інформація має бути інтерпретована викладачем відповідно до рівня мовних знань студентів і у трансформованому вигляді подана в лінгвокультурологічному коментарі, що може мати дві форми: усну (під час аудиторних занять) чи писемну (у посібнику). Володіння такою інформацією сприяє виробленню свідомого ставлення у студентів до вибору тієї чи іншої лексеми з синонічного ряду під час практичного її вживання. Для закріплення значення цих лексем і розуміння відмінностей у їхніх лінгвокультурних конотаціях можуть бути запропоновані вправи із завданням на зразок «Вставте необхідне за значенням слово» чи ін.

Висновки. Засвоєння лексики іноземної мови вже на початкових етапах її вивчення має носити глибинний, сутнісний характер, який має наблизити іноземців до пізнання «духу народу» через його мову. Знати просто слова з правильною вимовою недостатньо для того, щоб тебе адекватно зрозумів носій мови. Повного переліку слів, що повинні супроводжуватись таким коментарем, не існує. Його створення — одне із завдань мовознавців, які цікавляться питаннями лінгвокультурології й мають педагогічний досвід. Шляхів створення таких довідників безліч. Один з них — тематичний перелік лексем, що згруповані згідно із змістовими навчальними модулями на різних етапах вивчення української мови як іноземної.

Метою вивчення лінгвокультурологічних знань в обсязі, відповідному до ступеню вивчення української мови як іноземної, є усвідомлення мови як феномена культури, як історико-культурного середовища, що втілює у собі етнічні, історичні, культурні та ін. чинники народу, носія мови, що вивчається. Як скарбниця національної культури мова сприяє пізнанню докільля, збереженню й передачі пізнаного від одного покоління до іншого. Долучення студентів-іноземців до цього скарбу — завдання не лише культурологічно орієнтованих спеціальних курсів, але й практичного курсу української мови як іноземної.

Література

1. Брыксина И.Е. Лингвокультурема как единица содержания билингвального / бикультурного обучения иностранным языкам в высшей школе / И.Е. Брыксина // Вестник ТГУ. — 2009. — Выпуск 1(69). — С. 102–110.
2. Воробьев В.В. Общее и специфическое в лингвострановедении и лингвокультуроведении / В.В. Воробьев // Слово и текст в диалоге культур. — М.: Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина, 2000. — С. 83–92.
3. Жайворонок В.В. Знаки української етнокультури: Словник-довідник / В.В. Жайворонок. — К.: Довіра, 2006. — 703 с.
4. Зиновьева Е.И. Лингвокультурология: теория и практика / Е.И. Зиновьева,

Е.Е. Юрков. — СПб.: ООО «Издательский дом «МИРС», 2009. — 291 с.

5. Ковшова М.Л. Лингвокультурологический метод во фразеологии: Коды культуры / М.Л. Ковшова. — М.: Книжный дом «Либроком», 2012. — 456 с.

6. Никитина Т.Г. Лингвокультурологический комментарий в словаре пословиц / Т.Г. Никитина // Филологические науки. Лингвистика. Филология и культура. — 2015.— №4 (42). — С. 132–138.

7. Русанівський В.М. Мова в системі культурних цінностей / В.М. Русанівський // Мовознавство. — 1987. — №5. — С. 3–8.

8. Чапаева Л.Г. Социокультурный комментарий в преподавании русского языка как неродного / Л.Г. Чапаева // Вестник Московского государственного гуманитарного университета им. М.А. Шолохова. Филологические науки. — 2011. — Вып. 1. — С. 105–111.

Терещенко С.І.

кандидат філологічних наук, доцент

кафедри української мови та літератури

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

СТРАТЕГІЇ САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ ІНТЕРНЕТНИХ СПІЛЬНОТ

Анотація. У статті розглянуто особливості самопрезентації інтернет-спільноти як однієї з активно освоюваних форм сучасної віртуальної комунікації. Проаналізовано основні стратегії й тактики її реалізації.

Ключові слова: самопрезентація, комунікативна стратегія, комунікативна тактика.

Abstract. The article describes the technique of self-presentation as one of the widely used methods in internet communication, communicative tactics and strategy.

Key words: self-presentation, discourse strategy, communicative tactic.

Нові виклики інформаційної епохи актуалізують вивчення мережевого спілкування як простору для розвитку гуманітарної культури. «Динамічний, доволі стихійний та суперечливий розвиток в Україні мережевих соціальних комунікацій, неспинне зростання їхнього впливу на суспільно-політичне, державне, інтелектуальне, духовне життя, на сфери освіти, науки, культури обумовлюють необхідність глибокого вивчення...тенденцій еволюції й потенційних можливостей соціальних мереж, блогосфери як важливих сегментів віртуального простору гуманітарної культури» [4, с. 195]. Це спрямовує сучасних лінгвістів досліджувати віртуальну комунікацію в різних вимірах: виявляти специфіку мовної організації й функціонування інтернет-тексту, вивчати мовну особистість користувача Інтернету, наприклад стратегії й тактики її самопрезентації в глобальних електронних мережах [3; 5; 6].

Не менш цікавим, на наш погляд, є питання про вивчення колективної мовної особистості, багатьох «Я», об'єднаних у соціальних мережах в окремі віртуальні спільноти. Зауважимо, що останнім часом в інтернетному просторі України не тільки актуалізувалася, а й досить швидко розвивається тенденція до спілкування українською мовою, хоч дослідники підкреслюють, що «...мережеве спілкування

все ще залишається для більшості наших співвітчизників переважно такою модою, а не істотною особистісною або професійною потребою «[4, с. 198].

Оскільки самопрезентацію вважають найбільш застосовуваним прийомом комунікації ХХІ ст., особливим типом комунікативного послання, вибудованого з урахуванням особливостей сприйняття адресатом [5, с. 204], вважаємо за доцільне розглянути комунікативні стратегії й тактики самопрезентації мережевих спільнот, що вербалізуються саме українською мовою.

Услід за А. В. Корольовою визначаємо «комунікативну стратегію як комплекс певних мовленнєвих дій, спрямованих на досягнення комунікативної мети з урахуванням плану поведінки комунікантів (їх мовленнєвих і немовленнєвих дій) і комунікативних цілей з урахуванням певних психологічних установок» [1]. У нашому дослідженні окремого прояву інституційного дискурсу комунікативну стратегію розглядаємо як когнітивне і, водночас, прагматичне явище [2], оскільки розглядуваний вид самопрезентації є явищем дискурсивним, прикладом мови в дії, що відбувається у віртуальному середовищі з метою впливу на свідомість потенційного учасника інтернет-спільноти. Комунікативна тактика відповідно являє собою конкретний спосіб реалізації стратегії.

Аналіз самопрезентацій віртуальних українськомовних спільнот, представлених у соціальних електронних мережах, сприятиме глибшому вивченню інтернетної комунікації в цілому й особливостей самопрезентації як її головної стратегії зокрема, що й визначає актуальність цієї наукової розвідки. Матеріалом дослідження стали тексти самопрезентацій українськомовних віртуальних спільнот у найбільш популярних серед користувачів мережах Facebook, Blogger, Twitter, блог-сервісів «Живий Журнал», «Книжковий континент», а також блогах і форумах, створюваних вищими навчальними закладами і под. Одиницею аналізу є частина самопрезентації, у якій репрезентована певна стратегія.

Вивчення фрагментів самопрезентацій віртуальних спільнот сприяло виявленню певних комунікативних стратегій, реалізованих за допомогою комунікативних тактик та вербалізованих різними способами.

Так, стратегія «*Самохарактеристика спільноти*» спрямована на створення позитивного й результативного впливу на адресата. Головне завдання її ініціаторів — зацікавити потенційного учасника в активній віртуальній, а можливо, і реальній діяльності. Визначена стратегія найчастіше репрезентована кількома тактиками. Це тактика *номінації-характеристики*, яка дозволяє продемонструвати сферу, спрямованість і специфіку «життя» в Мережі. Віртуальна колективна особистість спільноти прагне вичленувати найбільш значущий аспект своєї діяльності. Це може бути акцент на конкретному профілі спільних дій (*Безкоштовні курси української мови; Добра Господарочка; Про мене: місце роботи — Україна, Кіборг*) або характеристика загальної спрямованості спілкування (*Українці; Наша історія*), а також звернення, що апелюють до емоційної сфери адресата. Як правило, це закличні, імперативні назви й такі, що містять інтригу на зразок *Ми — європейці / We are Europeans; Я спілкуюся українською мовою!; Знай правду; Містична троянда*. Простежуємо

також уживання назв відкритих груп та мікроблогів, що відбивають професійні пріоритети інтернет-користувачів і можуть стати платформою для об'єднання фахівців однієї чи кількох сфер діяльності або зацікавлених нефаківців: *Союз освітян України; Польська мова КНЕУ; Українська Мова КНЕУ; Експрес-урок з Олександром Авраменком.*

Тактика *соціальної самоідентифікації*, тобто самовизначення за родом занять, сферою діяльності, інтересами, спрямована на ознайомлення адресата з метою та завданнями спільноти. Створювачі проектів доповнюють інформацію про мережеву групу для «своїх» адресатів, уводячи в текстову частину інтернет-сторінки поряд з назвою спільноти конструкції-конкретизатори, напр., *Наша історія. Історія українського народу; Патріот/ Patriot. Свободу Україні!; Сучасний Світ Молоді. Молодь формує сучасний світ!; Добра Господарочка. Тільки необхідні речі. ДГ пропонує легку концепцію ведення домашнього господарства.*

Однією з визначальних у збільшенні контингенту віртуальної спільноти стає стратегія *«Залучення адресата»*, що реалізується в тактиці *самовизначення адресата за національною ознакою* наративними, закличними гаслами, напр., *«Твоя Україна»* *Ψ Для патріотів України Ψ; Безкоштовні курси української мови. Навчи друга розмовляти українською!; Патріоти України — єднаймося. Не важливо, якої ти нації, не важливо якої ти віри. Головне ти любиш цю землю і бажаєш добра її людям.* Тактика *оцінки власного іміджу* спрямована на створення позитивного публічного образу спільноти й виявляється в її узагальненій позитивній самооцінці. Цьому сприяє використання емоційно-оцінної та актуалізованої в сучасному суспільстві лексики: *молоді, активні та амбітні люди, гуртуймося, спільна мета, на власному прикладі, змінити якість життя українців, європейський стандарт освіти, культури, праці і дозвілля, охорони здоров'я, навколишнього середовища.* Тактику *презентації реальної діяльності* в межах визначеної стратегії застосовують для окреслення напрямів спільних дій адресата й адресанта, основою для яких стають однакові погляди, уподобання, інтереси. У досліджуваних джерелах вона представлена найчастіше рубриками на зразок *правила спільноти, умови спільноти, хто ми, чим ми займаємось* або ж гаслами-закликами та епіграфами: *Свободу Україні; А завзяття, праця щира свого ще докаже, Ще ся волі в Україні піснь гучна розляже, За Карпати відіб'ється, згомонить степами, України слава стане поміж народами.*

Стратегію *«Характеристика адресата»* застосовують для опису найбільш важливих для інтернетної спільноти рис потенційного/реального її учасника. Аналіз тактик, уживаних презентантами у межах визначеної стратегії, дозволив виявити їх частковий збіг зі стратегією *«Залучення адресата»*, зокрема з тактикою *самовизначення адресата за національною та ознакою патріотичності* на зразок *перевага надається Героям України, Україна — це супер, Україна — це ексклюзив, бандерівець — звучить гордо.* Тактику *оцінки* в межах цієї стратегії реалізують за допомогою прямої характеристики-вимоги (напр., *нам потрібні молоді й креативні; не важливо, якої ти нації, не важливо якої ти віри — разом ми сила; брутальне й огидне не для нас*) або ж порівнянням уявного спільника з

ідеалізованим образом представника спільноти (напр., для тих, хто любить готику, хорошу літературу, музику, і, звичайно, темно-червоні троянди; для талановитих, незвичайних людей, яких сьогодні називають характерниками). Тактика підвищення іміджу адресата вербалізується за рахунок уживання експресивних мовних засобів, напр.: *Патріоти України! Разом ми сила; Україна — це Ти!*

Стратегію «Установка на співпрацю» віртуальні спільноти використовують для активізації дій адресата у відповідь на пропозицію долучитися до її діяльності. Тому тут застосовують тактики *установки на подальшу співпрацю або ж відмову від співпраці*, яка не відповідає духу й правилам спільноти. Здебільшого обидві тактики реалізовані в пропозиціях-приписах кожного інтернет-угруповання: *До публікацій приймаються пости виключно українською мовою, окрім розділів «Музика», «Відео», «Архітектура», «Темна Вежа» і «Троянда в мистецтві», але не більше п'яти постів від одного учасника на добу; Надлишок іноземних новин – спам. Зацікленість на них = залежність.*

Дослідження матеріалу показало, що вербалізація самопрезентації інтернет-спільнот являє собою реалізацію одразу кількох комунікативних стратегій. Основу самопрезентації таких об'єднань становить здебільшого комбінація стратегій «Самохарактеристика спільноти» із стратегіями «Характеристика адресата» і «Залучення адресата».

Отже, у результаті аналізу мовного матеріалу вдалося виявити чотири типових, характерних для української мови стратегії, використовуваних у самопрезентації, кожна з яких реалізується певним комплексом тактик. Перспективою подальшого вивчення можуть стати інші стратегії самопрезентації, які під час дослідження мовного матеріалу були визначені як додаткові, другорядні.

Література

1. Корольова А.В. Стратегії і тактики комунікативної поведінки учасників спілкування в ситуаціях конфлікту. [Електронний ресурс]: Київський національний університет імені Тараса Шевченка // *Studialinguistica*. – 36. наук. праць. – 2008. – Вип. 1. – С. 48–54. – Режим доступу: http://philology.knu.ua/php/4/7/studia_1.pdf.

2. Пастернак Т.А. Комунікативна стратегія як конститутивна характеристика дискурсу. [Електронний ресурс]: Науковий блог НаУ «Острозька академія» // Матеріали II Міжнародної науково-практичної заочної конференції «Лінгвокогнітивні та соціокультурні аспекти комунікації», 2013. – Режим доступу до матеріалів: <http://naub.oa.edu.ua/category/conf/ii-lingvocognition>.

3. Савченко А.Л. Реальні лінгвістичні інновації у віртуальному світі [Електронний ресурс] / А.Л. Савченко // Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Мовознавство». — 2009. — №11. — Вип.15. — Т. 1. — С. 265–270. — Режим доступу: http://movoznavstvo.com.ua/download/pdf/2009_1/42.pdf.

4. Соціальні мережі як чинник розвитку громадянського суспільства:

[монографія] / [О.С. Онищенко, В.М. Горюхов, В.І. Попик та ін.]; НАН України, Нац. б-ка України ім. В.І. Вернадського. — К., 2013. — 220 с.

5. Чистякова Г.В., Бондарева Е.П. Коммуникативные стратегии и тактики в самопрезентациях (на материале русско- и англоязычных сайтов знакомств) [Электронный ресурс] / Г.В. Чистякова, Е.П. Бондарева // Филологические науки. Вопросы теории и практики. — Тамбов: Грамота, 2014. — №11. — Ч. 2. — С. 203–207 — Режим доступа: <http://www.gramota.net/materials/2/2014/11-2/53.html>.

6. Шевченко И.С., Шевченко В.О. Выбор интернет-прозвища как тактика самопрезентации в интернет-дискурсе / И.С. Шевченко, В. — 242.

УДК (81'342..81'276.4)(477.52/6)

Товстенко В.Р.

кандидат філологічних наук, доцент

кафедри української мови та літератури

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

ПРОСТОРІЧЧЯ ЯК ПЕРЕШКОДА НА ШЛЯХУ ДО ЕФЕКТИВНОЇ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Анотація. У статті досліджено основні аспекти вивчення розмовної мови, проаналізовано стильові шари української мови, зокрема її розмовної лексики — як літературної, так і позанормативної, з'ясовано місце просторічної лексики в структурі словникового складу сучасної української мови, проведено аналіз українського просторіччя на лексико-фразеологічному рівні. Доведено, що в центрі уваги міжкультурної комунікації завжди перебуває мова, в якій віддзеркалюються ключові особливості людської особистості та всієї національно-культурної спільноти. Значну увагу приділено лінгвістичному компоненту міжкультурних комунікацій. Зазначено, що вільне володіння розмовною мовою дає можливість знаходити порозуміння в суспільстві, уникати конфліктів, висловлювати власну думку.

Ключові слова: мовна картина світу, міжкультурна комунікація, негативна інтерференція, ненормативне калькування, територіальні діалекти, соціальні жаргони, розмовна мова, суржик, арго, сленг, інтержаргон, міжмовна омонімія.

Abstract. Main aspects of colloquial are studied and stylistics strata in Ukrainian language are analyzed in the article «Vernacular as an obstruction to the effective cross-cultural communication». The spoken language both literary and informal colloquial lexicon are analyzed there; as a result a place of vernacular lexis in the modern Ukrainian language structure is found out. Ukrainian vernaculars are analyzed on lexical and phraseological levels. It is proved that cross-cultural communication always focuses on language, which reflects the key features both of a person and of the whole national and cultural community. Special attention is paid to the linguistic component of cross-cultural communication. It is proved that good command of the spoken language makes it possible to find consensus in society, to avoid conflicts, to express ones opinion.

Key words: language world view, intercultural communication, negative interference, non-normal calque, areal dialects, social pattern, spoken language, mixed language, ritual talk, slang, cross-pattern, cross-lingual homonymy.

Дослідження будови, особливостей функціонування та розвитку загальнонаціональної мови мають рівномірно охоплювати всі її структурно-функціональні різновиди — літературну мову, територіальні діалекти, соціальні й

професійні жаргони й той шар загальнонародної мови, який, з одного боку, не є територіально або соціально обмеженим, а з другого боку, не входить до складу нормативної мови. Явище розмовної мови вивчається в двох основних аспектах: а) з погляду ситуативно-комунікативних особливостей функціонування розмовної мови: її опора на позамовну ситуацію, невідповідність мовного акту, перебіг його в умовах неофіційних, невимушених стосунків між мовцями, функціонування в усній формі тощо; б) з погляду стилістичної диференціації розмовної мови в межах загальнонаціональної мови: її поділ на розмовну мову літературної мови й некодифіковані форми розмовної мови (діалекти, жаргони тощо). Стилістичний статус просторіччя, як і інших структурно-функціональних різновидів загальнонародної мови (територіальних діалектів, жаргонів, професійної розмовної мови), усвідомлюється, звичайно, тільки з позиції літературної мови, носіями літературної мови — як певні відхилення від її стилістичних норм. Просторіччя виникло з потреб побутового спілкування і виконує тільки цю функцію. У різних функціональних стилях літературної мови використовуються з певною стилістичною метою елементи просторіччя. Просторіччя — один із структурно-функціональних некодифікованих різновидів загальнонародної мови, який протистоїть літературній мові, її розмовному стилю. Основними критеріями просторічності мовних явищ можна вважати: 1) ненормативність, 2) стилістичну зниженість, 3) загальнопоширеність. Найвизначальнішою ознакою просторіччя є усвідомлення його як соціально нижчого різновиду загальнонародної мови. Частина таких слів в СУМі ремаркуються як:

— розм.[овні]: *білет* «квиток» (Юркевич) *У мене є ще білет* моєї екскурсії — я ще поїду». — І. Кочерга), *грузовик* («*Грузовик* повернув із широкої вулиці в цей заулочок і одразу застряв»). — Ю. Яновський);

— розм., рідко: *башка* «голова» (Горлов) *А що перев'язувати, знов башку?»* — О. Корнійчук), *лікарство* «ліки» («*Не приймаю жодних лікарств, окрім крапель з конвалії*»). — М. Коцюбинський);

— рідко: *блистіти* «блищати» («*Веселе сонечко блищить, Проміння щедро ллє!* — П. Грабовський), *лічити* «лікувати» («*Вона набрала зілля Та пішла в палати Лічить його*»). — Т. Шевченко);

— діал.[ектні]: *балабайка* («*Молодий боєць уже не в силі був розплутати — існує перед ним сонце, обриси недалекого міста, бренькіт балабайки... чи це він ще спить*»). — Л. Смілянський), *врем'я* «час» («*Дівчино-серденько! Жартуй, поки є врем'я*»). — Є. Гребінка);

— заст.[арілі]: *присоглашати* книжн., заст. «запрошувати» («—*Сідай, Параско, на поріжку, — присогласила* Настя, посунувшись і даючи місце коло себе»). — Панас Мирний);

— зневажл.[иві]: *бахур* «байстрюк», *босяцюга*, *халамидник* та ін.

— фам.[ільярні]: *блат* («—*Це я даю Козакову по блату, — висловлювався сержант про себе в третій особі*». — О. Гончар), *дилда* («—*Отака дилда, років двадцяти чотирьох, вже одружений, а дурний, аж світиться*»). — Ю. Збанацький).

Аналіз стильових шарів української мови, зокрема й її розмовної лексики —

як літературної, так і позанормативної, неможливо виконати без адекватної системи їх стилістичної характеристики. Значна частина слів з ознакою різкої стилістичної зниженості перебуває на межі літературного й просторічного слововжитку, наприклад:

— дієслова з широким значенням інтенсивної дії: *дути* («—Молися за мене, жінко, — промовив він тихо. — Моліться за мене, діти. Бо я...пішов. — *Дуй!*» — О. Гончар), *жарити* («Узяли ви, значить, Перекоп і *жарите* до Сімферополя...» — Остап Вишня);

— найменування людей за різними (негативними) ознаками, їх частин тіла, їх ознак і дій: *вилупок* («—Ми вже довідались, хто це доказав йому... Отой канцелярський *вилупок* — Яшка, то, мабуть, він». — С. Васильченко), *здихля* («—Потрібно було таке *здихля* брати на роботу, ліпше б Ярина прийшла». — Леся Українка).

У межах просторічної лексики виділяють певні тематичні групи й синонімічні ряди, наприклад:

— у звертаннях до сторонніх осіб: *браток* («[Горлов]... Ти, *браток*, поменше б говорив. Сиплеш, наче горохом, біс не розбере». — О. Корнійчук), *братці* («—Розходься, *братці!* — Натовп колихнувся і ще зашумів дужче». — А. Головка);

— на позначення жінки легкої поведінки: *хвойда* («Нема Ілька, обманув, — майнула в Андрія думка. — Дурень...А! Може, він у Мотрі? Он що! А я думаю...О, *хвойда* проклята!» — В. Винниченко), *шльондра* («—Я йому покажу... Жінка в полі на снігу, а він у чайній з якоюсь *шльондрою*...» — В. Кучер);

— образливі назви представників інших народів: *кацапня* («А наш брат галушка мовчить...Та чухається... А *кацапня* хазяйнує собі.. Культуру свою...» — В. Винниченко), *шваб* («Валігурський ненавидів *швабів* усею душею, про се Калинович знав». — І. Франко);

— назви жителів регіонів України (переважно з поділом Схід-Захід): *западенець*, *западенка*, *бендера*, *москаль* та ін.;

— у значенні «кінець, кінчено» або «смерть»: *амба*, *амбець*, *баста*, *гаплик*, *каюк*, *капут*, *кришка*, *труба*, *шабаш* та ін.;

— у значенні «самогон»: *самограй*, *шмардяк*, *бімбер* та ін.

Мовознавці зазначають, що просторіччя має специфічний склад, а саме: просторічні слова виражають головним чином лише конкретно-побутові поняття [6, с. 156; 10, с. 498]. Просторіччя формується насамперед на основі тих елементів загальнонародної мови, які з різних причин не ввійшли до складу літературної мови або ж вийшли з її складу на пізніших етапах розвитку. Значна частина тих лексичних одиниць, які на сучасному етапі розвитку української літературної мови вважаються позанормативними і ремаркуються в словниках певними обмежувальними позначками, функціонує в мові українського фольклору, вільно вживалася класиками української літератури. Джерелами подальшого поповнення просторіччя є територіальні діалекти, соціальні жаргони та розмовна мова, позанормативні запозичення з інших мов, насамперед сусідніх.

Просторіччя було тим компонентом у складі загальнонародної мови, який

прийшов на зміну територіальним діалектам перш за все в міських умовах. Соціальна база просторіччя досить широка й не завжди виразна. Його носіями є люди, які відірвалися від діалекту, але не засвоїли літературної мови. Переселенці з села в місто переходили від діалектного мовлення до мовлення «міського», поповнюючи лави носіїв просторіччя. Соціальна база просторіччя складається як з певних прошарків міста, так і жителів села, мова яких значною мірою відійшла від архаїчного типу діалекту. Але в обох випадках — це мова осіб, які недостатньо володіють літературною мовою. Етнолінгвіст М.І. Толстой проводить аналогію між територіальним та соціальним поділом мови і, відповідно, культури:

- літературна мова — елітарна культура;
- просторіччя — «третя культура» («культура для народу»);
- наріччя, говори — народна культура;
- арго — традиційно-професійна культура [11, с. 16].

Втрата територіальної обмеженості — одна з головних відмінностей просторіччя від територіальних діалектів. У розмовній мові діалектизми є засобом вільного, невимушеного, повсякденного спілкування людей, які не володіють нормами літературної мови. Людина несвідомо замінює літературні слова і звороти їх місцевими відповідниками. Вона настільки звикає до мови свого оточення, що не помічає навіть, коли помиляється. Наприклад, товар (худоба), когут (півень), кира (сокира) тощо. Діалектизми є невід'ємною частиною письменницького арсеналу зображальних засобів. Герої творів були б фальшивими, нереалістичними, коли б говорили однаковою літературною мовою. Відображенням цього типу розмовної мови можна вважати такі репліки персонажів: *«О мой, мой! Лайдаку! Вже день, а ти спиш! Запых, як вуйко десь між смереками в лігвищі!»* — *Такими словами будить його вранці...* (О. Гончар). Ми вважаємо, що діалектизми та розмовні позанормативні вислови можуть виникати в мові літературній, нормативній лише як стилістичний прийом, щоб надати відповідного забарвлення фразі чи всій розповіді. Більшість людей, які вивчають українську мову звичним методом, учаться розмовляти літературною «чистою» мовою, але настає момент — і комунікант зіштовхується, наприклад, з діалектизмами, лексичне значення цих слів йому незрозуміле, часто смішне або грубе. Нестача таких знань призводить до непорозумінь, до неможливості проводити міжкультурний діалог. Просторіччя виникло на базі різних діалектів, кожен з яких мав свою систему. Коли виникає просторіччя, відбувається порушення діалектних систем, їх старі норми розпадаються, а нові не виникають, тому що просторіччя не функціонує як єдина цілісна система, не нормується, не кодифікується. Просторіччя — це тип некодифікованої мови.

Просторіччя постійно поповнюється за рахунок жаргонної лексики, яка приходить у сферу загального користування, як правило, у зміненому вигляді й загалом втрачає семантичний зв'язок зі своїм джерелом виникнення і специфічного побутування. Слова одного жаргону легко можуть переходити в інший, при цьому вони можуть змінювати форму й значення: *темнити* в арго — «приховувати здобич», потім — «хитрувати (на допиті)», у сучасному молодіжному жаргоні — «говорити незрозуміло, ухилитися від відповіді».

Жаргонні слова не тільки мандрують із жаргону в жаргон, але досить часто проникають і в звичайну розмовну мову. Особливо сприятливим середовищем для цього є просторіччя.

Наприкінці ХХ століття стався справжній «жаргонний вибух» не тільки на шпальтах газет і журналів, а й у високій літературі (твори С. Жадана, Ю. Андруховича, О. Забужко та ін.). У просторіччі представлено елементи різних жаргонів, а саме: комп'ютерний жаргон: *глючить, вінда, юзер, клава*; молодіжний жаргон: *чувак, прикид, музон*; професійний жаргон військовослужбовців: *дембель, батя*; автомобілістів: *баранка, тачка*; спортсменів: *пруха, мороз* тощо. Молодіжний жаргон, який характеризується експресивністю, настановами на «сучасність», «модність» і охоплює студентський і школярський жаргони, містить чимало запозичень, зокрема англіцизмів (переважно з американського варіанта англійської мови): *кайф, класний, кльовий, люксовий, на шару, о'кей* та ін. Слова, що приходять із жаргону в просторіччя, можуть утворювати досить численні синонімічні ряди й навіть тематичні групи. Наприклад, на позначення поняття «гроші»: *бабки, рваний, дерев'яний, штука, лимон, бакси, грини, зелені, зелень, капуста* та ін. Мовець використовує у своєму мовленні жаргонні слова і вирази як засіб виразності, експресивності, тому що вони наділені яскравим стилістичним забарвленням, а також контрастують з контекстом. Такі засоби використовують з метою іронії чи самоіронії, інколи просто як невибагливий жарт. Наприклад, використання «плебейського сленгу» у творах Ліна Костенко [2, с. 111]. Незнання жаргонної лексики призводить до різнобою тлумачень під час спілкування. Помилкове вживання арготизмів, сленгу спричинює непорозуміння, комічні ситуації, а часом навіть конфлікти. Жаргонна лексика, потрапляючи в просторіччя, видозмінюється там і створює так званий інтержаргон, який призводить до відомого зближення різних соціальних різновидів мови. Наприклад: «Гей, заткайтесь, *мудодзвони!* Усі слухають! — ...виголошує один із присутніх священиків (Ю. Андрухович), «Ні чорта собі — *фраєрнулаць.* Устругнула, бач, телеграмку: «Зустрічай, повернулася...» (О. Забужко).

Запозичення з інших мов також є одним із джерел поповнення просторічної лексики. Виникнення того або іншого виду постійних міжмовних зв'язків супроводиться виникненням двомовності. В умовах масової українсько-російської двомовності лексика є тим рівнем, на якому найвиразніше виявляється так звана негативна інтерференція, тобто суміш елементів лексичних систем української та російської мов. Термін інтерференція був запропонований У. Вайнрайхом і у наш час став загальнопоширеним: «Ті випадки відхилення від норм будь-якої з мов, які виникають у мовленні білінгвів внаслідок того, що вони знають більше, ніж одну мову, тобто внаслідок мовного контакту, ми будемо називати явищами інтерференції» [1, с. 22]. Серед типів лексичної інтерференції виділяють: власне лексичні запозичення, тобто слова іншої мови та кальки — лексичні (словотвірні), фразеологічні, семантичні.

Про ненормативні запозичення на рівні саме українського просторіччя можна говорити, очевидно, тільки щодо двох мов, які мали найбільший вплив на українську мову, — російської і польської. Якщо хвиля ненормативних русизмів

наприкінці ХХ ст. охопила фактично всю територію функціонування «материкової» української мови, то просторічні полонізми є ознакою західноукраїнських земель, насамперед Галичини і Волині (*файний, файно, мешти* «черевики», *ровер, кобіта* «жінка», *гербата, гарбата* «чай» тощо). Так, численні невмотивовані русизми витіснили в просторіччі Східної України власне українську лексику на рівні побутового спілкування: *беспокоїтися* «турбуватися», *канєшно* «звичайно», *ладно* «гаразд», *лічити* «лікуватися», *мішати* «заважати», *мішатися* «втручатися», *наверно* «напевно», *нада* «треба», *нравитися* «подобатися». Такі слова є перешкодою до міжкультурної комунікації. Іноземець, який вивчив українську мову, не зрозуміє зміст повідомлення, оскільки російську мову він не вивчав і не зможе зробити порівняльного аналізу двох близькоспоріднених мов.

Більшість людей, які опановують іноземну мову звичним методом, вчать розмовляти літературною «чистою» мовою, але настає момент — і комунікант зіштовхується, наприклад, з суржигом, значення суржикових слів йому незрозуміле, часто смішне або грубе. Знання мови іншого народу — суттєвий складник міжкультурної комунікації і найперший крок до налагодження успішного спілкування між представниками різних націй і культур. Нетактовне для певної культури звертання до людини через незнання мовних особливостей може унеможливити спілкування ще до його початку. Невмотивовані запозичення — свідчення невибагливості, неповаги до своєї мови. Явище ненормативного калькування є також досить продуктивним джерелом поповнення українського просторіччя: *здавати (залік, іспит)* — замість складати, *виключний* — винятковий, *відноситися (до кого-чого)* — ставитися, *заключати (угоду, договір)* — замість укладати, *знаходиться* — замість перебувати, *рахувати* — замість вважати, *слідуючий* — замість наступний, *співставляти* — замість зіставляти, *співпадати* — замість збігатися, *учбовий* — замість навчальний та ін.

Окремі просторічні русизми вступають в омонімічні відношення з українськими словами. Навіть існує спеціальний словник, де представлено велику кількість українсько-російських міжмовних омонімів [4]. Як відомо, міжмовні омоніми — слова або словосполучення, що однаково звучать у двох мовах (які контактують), проте мають різні значення. Пор. *неділя* «один з днів тижня» — *неділя* «тиждень», *рибалка* «той, хто ловить рибу» — *рибалка* «риболовля, рибалення»; *ехо* (рос.) — *луна, відлуння* (укр.), *баня* (рос.) — *лазня* (укр), *купол на церкве* (рос.) — *баня* (укр.). Необізнаність у системі метафоричних і символічних значень призводить до різнобою тлумачень та мовних порівнянь, на які так багаті мовні картини світу.

Помилкове вживання міжмовних омонімів спричинює непорозуміння, комічні ситуації, а часом навіть конфлікти. Масове, безсистемне проникнення елементів російської мови в структуру української мови в умовах тривалого нерівноправного їх контактування породило явище українсько-російського суржику. Користуються суржигом переважно недостатньо освічені та малокультурні люди. Використання суржику в українській літературі розпочинається одночасно з її формуванням на живій народно-розмовній основі.

Особливо помітно це виявилось в драматургії, мова якої повністю будується на мовних партіях дійових осіб (драматичні твори І. Котляревського, Г. Квітки-Основ'яненка, І. Карпенка-Карого, М. Кропивницького, М. Старицького та ін.) [7, с. 40]. У художній прозі використання суржику характеризує насамперед твори В. Винниченка, деяких прозаїків 20-х років — А. Головка, Г. Косинки та ін., у жанрі гумору — творчість Остапа Вишні [12, с. 43].

Справжній суржиковий бум в українській літературі розпочався в 90-ті роки ХХ ст., коли зникли цензурні, редакторські і под. обмеження й автори в пошуках самовираження та максимальної об'єктивності перейшли всі дотепер відомі у вітчизняній художній творчості «норми» використання цієї мовної суміші (В. Шевчук, Б. Жолдак, О. Забужко, С. Жадан, Ю. Андрухович та ін.) [8, с. 2]. Наприклад: «—*Не мішайте, пожалуста!*», «—*В завхоза спросиш*», «—*Юрка хай трима, він у нас не пйот і не курить*», «—*Да, роботка в нас не мйод*» (В. Шевчук «Зачинені двері нашого «я»). Явище невмотивованого, нічим не виправданого вживання російських слів замість відповідних українських у розмовній мові людей, які не володіють нормами української літературної мови, проаналізовано практично у всіх працях зі стилістики та культури української мови, у підручниках та посібниках з української літературної мови. [3; 6; 9; 10]. Явище суржику критикують у різноманітних мовних колонках і на сторінках газет та журналів, у передачах на мовні теми на радіо та телебаченні, зазначають, що суржик є перешкодою мовної комунікації. Проте воно, на жаль, поки що не виявляє тенденції до зникнення. Одним із перших звернув увагу на масове вживання невинуватених русизмів в українській мові і подав рекомендації щодо їх усунення І. Огієнко [5].

Отже, вільне володіння літературною мовою дає можливість знаходити порозуміння в суспільстві, уникати конфліктів, висловлювати власну думку тощо. Знання мови й володіння нею не тотожні. Володіння мовою, тобто здатність вільно говорити й розуміти, мислити за допомогою мови, є природним явищем, універсальною властивістю, до якої змалку привчається людина і робить це автоматично, на межі свідомого й підсвідомого. Знання мови — це вже цілком усвідомлене сприйняття мови як скарбниці певних знань про людину і світ, які закарбовані в лексиці, фразеології, граматиці, інших способах мовного вираження. Знання мов у цьому сенсі слугує першоджерелом знань про національно-культурні особливості різних народів, формує міжкультурну компетентність, без чого неможливе досягнення взаємної поваги й розуміння.

Завдання міжкультурної комунікації — формування міжкультурної компетентності, необхідних знань про різні народи та культури з метою уникнення міжетнічних і міжкультурних конфліктів та встановлення комфортних умов спілкування в різних сферах та життєвих ситуаціях. А просторіччя є перешкодою на шляху до ефективної міжкультурної комунікації.

Література

1. Вайнрайх Языковые контакты (состояние и проблемы исследования). —

К.: Изд. при Киев.гос.ун-те из-го объедин. «Вища школа», 1979. — 264 с.

2. Заремська І.М. Лінгвокультурна парадигма творчості Ліни Костенко: Дис. канд.філол.наук:10.02.01 — К., 2017. — 207 с.

3. Коваль А.П. Культура української мови. — К.: Наукова думка, 1964. — 194 с.

4. Кочерган М.П. Словарь русско-украинских межъязыковых омонимов. «Ложные друзья переводчика». Словник російсько-українських міжмовних омонімів. «Фальшиві друзі перекладача». — К.: Академія, 1997. — 400 с.

5. Огієнко І. Український стилістичний словник: Підручна книжка для вивчення української літературної мови. — Львів: З друкарні Наук.товариства ім. Т. Шевченка, 1924. — 496 с.

6. Пономарів О.Д. Стилїстика сучасної української мови. — К.: Либідь, 1993. — 248 с.

7. Русанівський В.М. Сила і краса (особливості мови творів В.К.Винниченка) // УМЛШ. — 1992. — №2. — С. 41–46.

8. Ставицька Л. «Блатна музика» української мови // День. — 1999. — №48 (585).

9. Сучасна українська мова // За ред. О.Д. Пономарева. — К.: Либідь, 1997. — 400 с.

10. Тараненко О.О. Просторіччя // Українська мова (енциклопедія). — С. 498–499.

11. Толстой Н.И. Язык и народная культура: Очерки по славянской мифологии и этнолингвистике// Н.И. Толстой. — М.: И-во «Индрик», 1995. — 512 с.

12. Удовиченко Г.М. Спостереження над використанням лексики і фразеології в українській драматургії 30-40-х років // Наукові записки Ужгородського державного ун-ту. — Ужгород: Вид-во Ужгородського держ.ун-ту, 1957. — Т. XXIV. — С. 3–44.

Червінська Л.М.

старший викладач

кафедри іноземних мов факультету маркетингу

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

КОГНІТИВНО-КОМУНІКАТИВНИЙ МЕТОД В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗОВАНОЇ МОВНОЇ ОСВІТИ

***Анотація.** стаття розглядає необхідність поєднання когнітивного та комунікативного методів у викладанні англійської мови для набуття мовних компетенцій у студентів.*

***Ключові слова:** когнітивний, комунікативний, лінгвістична компетенція, функціональна компетенція, глобалізація.*

***Abstract.** the article analyses the need to use the cognitive-communicative method in teaching the English language in order to acquire language competences by students.*

***Key words:** cognitive, communicative, linguistic competence, functional competence, globalization.*

Постановка проблеми. Мовна поведінка людини іноземною мовою є результатом взаємодії різних систем — моторної, концептуальної, соціальної інтеграції, мовної системи. Мовна освіта — це індуктивний процес. Однак, велику роль відіграє розвиток мислення в умовах іншомовної комунікації та розвиток іншомовної компетенції. Когнітивний метод дозволяє зробити комунікативну методичку більш динамічною. Дослідження показали, що когнітивний метод вимагає побудови образу слова. Образ слова має когнітивний (ментальний) характер. Наступний етап — це інтеріоризація, або розвиток вмінь використовувати нові лексичні одиниці та вводити їх в довгострокову пам'ять [1]. А.А. Залевська пропонує особливий спосіб організації мовного досвіду студентів. Відображення зв'язку семантичних, концептуальних та перцептивних структур ми знаходимо у таких авторів: О. Miller та Р. Johnson. Зв'язки семантичних та концептуальних явищ описані в дослідженнях М. Bierwish [2]. А. Щепилова вважає, що комунікативно-когнітивний метод є необхідністю мовної освіти в різних типах навчальних закладів [3].

Іноземна мова як академічна дисципліна є голографічна дисципліна. Тобто, використання мови як рідної, так і іноземної потребує використання багатьох стандартних ситуацій, де вербальні та невербальні моделі поведінки є в основному певними кліше. Однак, непередбачувані ситуації, які вимагають нестандартних відповідей, є набагато чисельнішими. Тому неможливо забезпечити студента, який вивчає іноземну мову набором вербальних кліше.

З одного боку, набуття навичок іноземної мови є набуттям мовленнєвих компетенцій, а саме здатності впізнавати та відтворювати необхідні звуки, словоформи або синтаксичні структури в комунікативних ситуаціях. Володіння фонетичними, лексичними та граматичними моделями має бути автоматичним у студента, який вільно володіє іноземною мовою.

З іншого боку, оволодіння іноземною та другою іноземною мовами, як і будь-якою іншою академічною дисципліною, є предметом набуття функціональних компетенцій, а саме здатністю розуміти, передавати та створювати мовне послання в щоденних комунікативних ситуаціях. Наприклад, такі прості комунікативні моделі як Hi!, How are you?, Here you are!, You are welcome! мають бути автоматичними. Але, зазвичай, студент обдумує свій усний або письмовий message. Головною різницею між двома мовленнєвими компетенціями є наступне: лінгвістична компетенція є безмежною, в той час як функціональна компетенція фокусується на певному комунікативному акті. Більшість комунікативних навичок мають комплексну сутність та можуть розглядатися як ієрархія простих функціональних компетенцій.

Однак існує ще одна перспектива — вивчення іноземної мови передбачає відкритість до іншої культури. Наприклад, для американця екскламативне послання Oh, no! не означає заперечення, а навпаки — здивування або співчуття. Різноманітність вербальних моделей поведінки може стати причиною розгубленості студента в певній комунікативній ситуації, відчуття того, що тебе не розуміють або взагалі не хочуть комунікації. Тому принципи та стратегії комунікації іноземною мовою нерозривно пов'язані з цільовою культурою. У

глобальному сенсі — опанування мовою є основою освіти взагалі. Неважливо, говоримо ми про рідну або іноземну мову, знання мови — це шлях до опанування іншими академічними дисциплінами, тому що функціональні компетенції є міждисциплінарними. Студент дає класифікацію явищам, формулює дефініції, перефразує інформацію з метою пояснення, постановки питання, порівняння або висновку, заперечення тощо.

Як глобальна перспектива — компетентне навчання іноземної мови дозволяє студенту не просто комунікувати, але й органічно існувати в навколишньому середовищі. Тому когнітивно-комунікативний метод відповідає меті: навчання іноземної мови з точки зору глобальної перспективи. Однак, спочатку розглянемо різницю між методом та підходом, яка іноді вживається альтернативно. Однак, деякі дослідники [1] вважають, що підхід — це дослідницька парадигма, теорія. Метод — це набір процедур, тобто система, яка визначає, як само викладати іноземну мову. Методи набагато чисельніші за підходи. Один підхід може генерувати декілька методів, в свою чергу метод може базуватися на одному або кількох підходах, якщо вони сумісні. Таким чином, метод можна розглядати як стратегію навчання іноземної мови, який підходить під певний підхід та дотримується певних дидактичних принципів.

Щодо підходів, наприклад, М. Сельче-Мурсія розрізняє такі:

- Когнітивний: мова є когнітивною поведінкою, яка керується правилами.
- Афективно-гуманістичний: вивчення іноземної мови є процесом самореалізації.

- Комунікативний: мета вивчення іноземної мови — комунікація.

Когнітивний метод передбачає наступне:

- Вивчення іноземної мови є засвоєння правил, а не формування звичок.
- Студенти відповідальні за своє особисте вивчення мови.
- Граматика має викладатися, але індуктивно.
- Вимова не є головною метою, ідеальна вимова — недосяжна.
- Читання та письмо є такими ж важливими, як і аудіювання та говоріння.
- Навчання вокабуляру є дуже важливим на середньому та високому рівнях.
- Помилки є неминучими і до них треба відноситися конструктивно.
- Викладач повинен мати високий професійний рівень цільової мови [4].

Також треба зауважити, що когнітивний метод передбачає безперервне вивчення іноземної мови протягом всього життя. Тому студенти повинні розуміти мету заняття і усвідомлювати свій прогрес в опануванні іноземної мови. Якщо викладач встановлює мету в рамках набуття лінгвістичних компетенцій, студенти можуть не побачити їх важливості, однак, якщо мета заняття формулюється з точки зору функціональних компетенцій, студент бачить, які саме комунікативні функції виконують певні граматичні явища. Наприклад, якщо мета формулюється як *The Subjunctive Mood and Giving Advice* вивчення граматики стає змістовно наповненим. Однак, якщо мета заняття формулюється як досягнення певних лінгвістичних компетенцій, навіть високомотивовані студенти можуть не відчувати важливості вивчення певного граматичного явища у відриві від набуття комунікативних компетенцій. Тому викладач обов'язково пропонує серію

комунікативних вправ. Наприклад:

1. Complete the following phrases:

What would you do ?

Suppose you.....?

What if?

If only?

2. Make a story with the pictures using If ..., wouldn't have

e.g. If the hadn't signed the contract with them they wouldn't have failed the whole deal.

Ідея когнітивно-комунікативного методу пов'язана з глобальною освітою і полягає в тому, що стає можливим організувати викладання англійської мови так, щоб студенти змогли:

— сфокусуватися на проблемах, які вони вважають важливими для обговорення рідною мовою, знаходити відповідну інформацію як англійською, так і рідною мовами, робити власні висновки та обмінюватися інформацією в аудиторії;

— зрозуміти, що вивчення англійської мови — це когнітивний процес.

— зрозуміти, що комунікація та усвідомлене вивчення мови не можна розділити;

— усвідомити, що знання з різних сфер людського досвіду можуть бути донесені та поширені тільки через лінгвістичні та функціональні навички та вміння;

— порівнювати рідну та іншу культури, що розширює контекст світової культури;

— відчувати іноземну мову як контент, тобто розвивати лінгвістичну компетенцію.

Когнітивно-комунікативний метод передбачає свободу та демократію. Наприклад, незначні помилки можливо ігнорувати, однак важливість опанування мовних структур є обов'язковою.

Когнітивно-комунікативний метод базується на принципі, що як функціональні, так і лінгвістичні компетенції можуть бути простими та складними. Наприклад, лінгвістичні компетенції при використанні Passive Voice потребують таких компонентів, як вибору між Active and Passive, вибору відповідної часової форми, автоматичне відтворення третьої (Past Participle) форми неправильних дієслів. Функціональна компетенція потребує вибору специфічних деталей, об'єктивних та суб'єктивних характеристик при описанні об'єкта, підкріплення суб'єктивних суджень об'єктивними фактами. У процесі набуття функціональних компетенцій студент концентрується на вирішенні комунікативних або інтелектуальних проблем. Наведемо деякі приклади вправ, направлених на розвиток функціональних навичок.

Teacher: We often forget the names of well known things, such as the names of geographical places, the names of famous people ect. Use the following word combinations and word patterns to help other students to find the right word:

— Help me, please. I forgot the name of the actor who played the leading role in

the film.....

— Sorry, the word has slipped my mind. What do we call?

— I think you mean.....

— Oh, that's it. Thank you.

Студент навчається використовувати мінімум характеристик. Така рецептивна компонента поєднується з компетенцією знаходити, недостаючи характеристики в процесі акту говоріння та письма.

Когнітивно-комунікативний метод надає можливість поєднати теоретичне засвоєння та практичне застосування стратегій, направлених на одночасний розвиток як лінгвістичних, так і функціональних компетенцій.. Набуття як першої, так і другої можливо гармонічно об'єднати. Набуття лінгвістичної компетенції має слугувати засобом для набуття функціональної компетенції та створювати природне підґрунтя для правильного використання цільових лінгвістичних одиниць. Таким чином, заняття з іноземної мови мають бути сфокусовані на досягнення наступних цілей:

Лінгвістичні — досягнення інтонаційних навичок, розвиток нового вокабуляру, використання знайомого вокабуляру в нових комунікативних ситуаціях, використання нових граматичних явищ, використання засвоєних граматичних явищ у нових комунікативних ситуаціях.

Функціональні — будова мовленнєвого висловлювання, набуття навичок ведення бесіди, розвиток навичок читання, письмового дискурсу, аудіювання. Кінцевою метою є одночасне поєднання двох і більше функціональних та лінгвістичних компетенцій.

Таким чином, можна зробити висновок, що заняття з іноземної мови потрібно сфокусувати на здобуття та розвиток як комунікативних, так і лінгвістичних компетенцій.

Література

1. Залевская А.А. Введение в психолингвистику. РГГУ, 2000.
2. Щепилова А.В. Теория и методика обучения французскому языку как второму иностранному, М, Владос, 2005.
3. Bierwisch M. Semantic Strutuer und Illocutionary Forse, Speech Act Theory and Pragmatics, Resdel, Dordrecht, 1980.
4. Celce-Murcia M. Language Teaching Approaches: an Overview. Ed. By Celce-Murcia, 1991.

Шевченко О.Л.

кандидат філологічних наук, доцент

завідувач кафедри іноземних мов і міжкультурної комунікації

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

ПРАГМАТИЧНА ВАРІАТИВНІСТЬ МОВНИХ ОДИНИЦЬ У СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

Анотація. У статті розглядаються непрямі спонукальні речення, які в певних умовах контексту можуть отримувати ілокуційну силу інших мовленнєвих актів, а саме бажання, пропозиції, обіцянки, загрози, застереження, докору. Зазначені ілокуційні сили доповнюють або нейтралізують одна одну залежно від різних факторів лінгвістичного та екстралінгвістичного контексту.

Ключові слова: непрямі спонукальні речення, ілокуційна сила, мовленнєвий акт, лінгвістичний контекст, екстралінгвістичний контекст.

Abstract. The article deals with indirect directives which under certain context conditions can take illocutionary force of other speech acts, such as wish, offer, promise, threat, warning, reproach. These illocutionary forces complement or neutralize each other depending on various factors of linguistic and extra-linguistic context.

Key words: indirect directives, illocutionary force, speech act, linguistic context, extra-linguistic context.

Варіативність мовних одиниць на рівні прагматики, зокрема, прагматична транспозиція структурних схем речень, яка збагачує арсенал комунікативних засобів, знаходиться у центрі уваги лінгвістів [1, 2].

З одного боку, одна і та ж інтенція комуніканта, та ж дія може бути виражена різними типами речень. З іншого — одне й те саме висловлювання може виражати різні інтенції [3]. Так, наприклад, спонукальні речення в процесі комунікації можуть використовуватися в невластивих їм функціях, як засоби досягнення певної мовної мети спілкування, для якої зазвичай служать речення інших прагматичних типів. В особливих умовах спілкування спонукальні речення, а також речення, які містять дієслово в імперативі, здатні отримувати ілокуційну силу дозволу, поради, застереження, погрози, заохочення тощо. Наприклад:

1. Jose withdrew to the front room, where he released his temper on the snooping tiptoeing presence of Madame Spanella, «Don't touch me. I'll call the police», she threatened as he whipped her to the door with Portuguese oaths. (T. Capote. Breakfast at Tiffany's)

2. From the general tone adopted in relations to events as they afterwards turned out, that James' advice: «Don't you listen to her, follow her and get her back», would have been regarded as sound... (J. Galsworthy. The Man of Property)

Як справедливо зазначає Г.Г. Матвєєва, у висловлюванні зазвичай реалізуються одночасно декілька облігаторних планів впливу. Ці плани взаємодіють, посилюючи, доповнюючи, або навпаки, нейтралізуючи прагматичну силу один одного [4, с. 92].

Непрямі спонукальні речення об'єкт нашого дослідження, є наочною ілюстрацією цього лінгвістичного явища.

Питальні, стверджувальні та заперечні речення, що використовуються як засіб непрямого вираження спонукання, вживаються насамперед у своєму денотативному значенні. Функціонування таких речень у відповідних контекстуальних умовах в якості структур непрямого спонукання є їх вторинною функцією.

В особливих умовах реалізації непрямі спонукальні речення можуть отримувати характеристики інших прагматичних типів речень і виражати пропозицію, бажання, застереження, обіцянку, загрозу, докір. Таким чином будучи поліперформативами [5, с. 133], непрямі спонукальні речення виконують одночасно два або більше ілокуційних актів.

Форматори прагматичної категорії спонукання, а також інших прагматичних категорій, можуть комбінуватися з десигнативними компонентами речень, що аналізуються, в знаки змішаного значення [6, с. 172–177].

Якщо непрямі спонукальні речення у відповідних умовах контексту отримують ілокуційну силу інших прагматичних типів речення, то в цьому випадку можна говорити про змішані знаки другого порядку, оскільки вони самі вже є змішаними знаками.

Аналіз мовного матеріалу дозволяє виділити наступні групи непрямих спонукальних речень, які поєднують ілокуційну силу спонукання з ілокуційною силою ще одного прагматичного типу речень:

1. Непрямі спонукальні речення, які отримують ілокуційну силу пропозиції (offer).

До цієї групи насамперед відносяться речення, що містять питання про бажання адресата виконати дію. Ілокуційна сила спонукання й ілокуційна сила пропозиції взаємодіють в структурних схемах речень, що аналізуються, доповнюючи або навпаки нейтралізуючи одна одну. Нейтралізація однієї з ілокуційних сил залежить від соціальної ситуації і можлива в умовах нерівноположних відносин мовця і адресата.

Якщо висловлювання вимовляється особою, яка за соціальним статусом вище адресата, то найчастіше нейтралізується ілокуційна сила пропозиції. Якщо ж статус адресата нижче статусу реципієнта, зазвичай нейтралізується ілокуційна сила спонукання.

1.1. (Офіціант звертається до гостя):

«Do you wish to commence your dinner with soup?»

«Please.» (E. Hemingway. A Farewell to Arms)

Do you wish to commence your dinner with soup? → I offer you to commence your dinner with soup.

1.2. (Директор до підлеглого):

«Would you like to go sightseeing?» (C. Brown. Catch me a Phoenix)

Would you like to go sightseeing? → Let's go sightseeing.

2. Непрямі спонукальні речення, які поєднують ілокуційну силу спонукання з ілокуційною силою бажання (wish).

Бажання і спонукання поєднуються в багатьох структурних схемах речень. Якщо людина бажає, то скоріш за все вона спонукає до дії.

2.1. (Керівник до підлеглого)

«I want you to go home and think things over in that little town of yours», he said.
(M. Puzo. The Godfather)

I want you to go home and think things over. → Go home and think things over.

До цієї групи також відносяться речення, первинне значення яких інше, ніж бажання або спонукання. Такі речення можуть поєднувати одночасно три ілокуційні сили.

2.2. (Пацієнтка, яка відчуває сильний біль, звертається до чоловіка і лікарів):

«If they could only give me something!» (E. Hemingway. A. Farewell to Arms).

Висловлювання (2.2) за формою представляє псевдо підрядне умовне речення. Поза контекстом, воно конвенціонально може вживатися для вираження бажання, таким чином, є транспонованим реченням з ілокуційною силою бажання. У зазначеному прикладі адресант намагається виразити не тільки бажання, але і спонукання. Тому, висловлювання «If they could only give me something!» у цій ситуації є функціональним еквівалентом імперативного речення «Give me something», яке виражає бажання

«I wish they could give me something». Така ситуативна інтерпретація речення зумовлена рольовими відносинами комунікантів «пацієнт — лікар».

З цього можна зробити висновок, що оператори прагматичних категорій бажання і спонукання комбінуються з десигнативними компонентами умовного речення в знак змішаного значення.

3. Непрямі спонукальні речення, в яких ілокуційна сила спонукання поєднується з ілокуційною силою обіцянки (promise).

Нерідко в процесі комунікації ілокуційна сила спонукання об'єднується з ілокуційною силою обіцянки в межах складнопідрядних умовних речень: If you do / don't do x, I'll do y, де x — дія, що вимагається, y — бажана або потрібна для адресата дія чи стан.

3.1. «If you will stand there, I will talk». (A. Conan Doyle. The Complete Sherlock Holms)

If you will stand there, I will talk. → Stand there and I promise to talk.

3.2. «They're all in the garden, sir, if you'll kindly take a seat, I'll tell them». Old Jolyon sat down in the chintz – covered chair. (J. Galsworthy. The Man of Property)

If you'll kindly take a seat, I'll tell them. → Take a seat and I promise to tell them.

У прикладах, що наведені, ілокуційна сила спонукання взаємодіє з ілокуційною силою обіцянки в структурній схемі умовного речення, доповнюючи одна одну. Таким чином надані речення одночасно виконують три цільові завдання: висловлюють спонукання, обіцянку і умову виконання дії.

4. Непрямі спонукальні речення, в яких ілокуційна сила спонукання поєднується з ілокуційною силою загрози (threat).

У відповідній мовній ситуації непряме спонукальне речення може отримувати ілокуційну силу загрози. Форматори прагматичної категорії загрози можуть комбінуватися з десигнативними компонентами у знаки змішаного значення у багатьох структурних схемах речення [7, 65]. Ілокуційна сила спонукання і загрози частіше за все суміщаються у структурних схемах

складнопідрядних речень з підрядним реченням умови у наступній моделі: *If you do/don't do x, I'll do y*, де *x* — це дія яку вимагає здійснити, або забороняє мовець, *y* — вкрай небажана або небезпечна для адресата дія або стан.

4.1. «*And if you were ever tired of me and tried to leave me, I'd kill you first, and then you could go where you want*». (C. Woolrich. *Angel Face*)

If you were ever tired of me and tried to leave me, I'd kill you. → *Do not try to leave me or if you do, I'll kill you.*

У цій ситуації ілокуційна сила спонування комбінується з ілокуційною силою загрози у складнопідрядному умовному реченні.

Якщо непряме спонукальне речення, що отримує ілокуційну силу загрози, реалізується не в умовному реченні, загрозу можна розпізнати тільки враховуючи всі фактори соціальної ситуації.

4.2. (Ватажок злочинної організації звертається до підлеглих):

«*You'd better stop laughing*», he said. The smiles vanished from the faces of *Clemenza and Tessio*. (M. Puzo. *The Godfather*)

Непряме спонукальне речення *You'd better stop laughing*, яке виражає пораду, очевидно у цьому контексті має ілокуційну силу категоричного спонування і загрози. Про це свідчить невербальна реакція адресатів, які добре знають особисті якості мовця, що знаходиться на більш високому рівні ієрархії. Вони розуміють, що спонування у формі поради в даному випадку містить у собі загрозу. Така інтерпретація речення, як спонування і загрози сигналізується також паралінгвістичним контекстом — зміною виразу обличчя комунікантів.

5. Непрямі спонукальні речення, які отримують ілокуційну силу застереження і попередження (*warning*).

Ілокуційна сила застереження і попередження дуже часто комбінується з ілокуційною силою спонування у непрямих спонукальних реченнях. Застерігаючи та попереджуючи, мовець спонукає не виконувати якусь дію або ж бути обережним і обачним.

5.1. (Шерлок Холмс звертається до знайомого):

«*In the meantime, Mr. Melas, I should certainly be on my guard if I were you, for of course they must know through these advertisements that you have betrayed them*». (A. Conan Doyle. *The Complete Sherlock Holmes*)

Приклад (5.1) свідчить про те, що умовне речення *I should certainly be on my guard if I were you...* використано не тільки з метою спонування (*Be on your guard*), але й щоб попередити адресата про можливу небезпеку. Правильно інтерпретувати таке речення як застереження і спонування одночасно можна лише з урахуванням усіх умов інтралінгвістичного і екстралінгвістичного контексту.

Наявність у непрямому спонукальному реченні ілокуційної сили застереження часто може сигналізуватися лексично за допомогою дієслова *to warn* і конструкції типу «*for the last time I'm telling you to do / not to do...*».

5.2. «*Yes... Allan, for the last time I'm telling you not to pack my bags full of all that junk*». (M. Grant. *Death Shows the Way*)

For the last time I'm telling you not to pack my bags full of all that junk. → *Don't*

pack my bags full of all that junk, I warn you.

6. Непрямі спонукальні речення, у яких ілокуційна сила спонування поєднується з ілокуційною силою докору (reproach).

До цієї групи відносяться речення, в яких міститься судження адресанта про доцільність виконання дії адресатом, що реалізуються у моделі «You might do...» Ця структура конвенціонально використовується, щоб виразити докір, тому у відповідних мовних ситуаціях в ній можуть комбінуватися ілокутивні сили спонування і докору.

6.1. (Мати звертається до доньки):

«I really don't see why we shouldn't go on to Egypt; I'm sick and tired of Jerusalem». As her daughter made no reply, she said: «You might at least answer when you are spoken to. (A. Christie. Death on the Nile)

Характер взаємодії ілокуційної сили спонування і докору залежить від ситуації спілкування і її основних параметрів: соціального статусу, віку, ступеня споріднення, рольових відносин комунікантів. У прикладі (6.1) мовець за своїм станом у родині як старший за віком вправі вимагати від адресата реакції на висловлювання. Тому в реченні «You might at least answer when you're spoken to...» домінує ілокуційна сила спонування, хоча ілокуційна сила докору теж присутня.

Таким чином, нами розглянуто шість груп непрямих спонукальних речень, у яких ілокуційна сила спонування комбінується з ілокуційною силою інших типів мовленнєвих актів. Проте ми вважаємо, що це далеко не повний перелік ілокуційних сил, які в певному контексті поєднуються з ілокуційною силою спонування в межах непрямих спонукальних речень. Можливість комбінувати в реченні дві і більше ілокуційні сили, як справедливо говорить Н.Н. Раєвська [7, 67], свідчить про те, що ці сили не є тотожними за своїм значенням.

Аналіз мовного матеріалу дозволяє зробити висновок про те, що засоби непрямих вираження спонування будучи транспозицією розповідних і питальних речень, можуть виконувати одночасно декілька цільових завдань. У певних контекстуальних умовах ілокуційна сила спонування комбінується з ілокуційною силою бажання, пропозиції, обіцянки, загрози, застереження, докору тощо у структурних схемах непрямих спонукальних речень.

Дослідження прагматичної варіативності непрямих спонукальних речень має велике значення для подальшого вивчення семантики і прагматики речень, варіативності мови на рівні функціонального синтаксису, та становить значний інтерес для розробки теорії комунікативної лінгвістики.

Література

1. Вейнрейх У. О семантической структуре языка// Новое в зарубежной лингвистике. — М.: Прогресс, 1970, вып. V. — С. 163–249.
2. Матвеева Г.Г. Актуализация прагматического аспекта научного текста. — Ростов: Изд-во Ростовского ун-та, 1984. — 130 с.
3. Почепцов О.Г. Семантика и прагматика вопросительных предложений:

Дис. канд. фил. наук. — Киев, 1979. — 152 с.

4. Раевская Н.Н. Вариативность прагматических функций предложения. Весник Киев.ун-та. Романо-германская филология, вып. 17, 1983. — С. 64–69.

5. Солнцев В.М. Вариативность как общее свойство языковой системы // Вопросы языкознания. — 1984. — №2.

6. Сэпир Э. Избранные труды по языкознанию и культурологии: Пер. с англ. — М., 1993. — 606 с.

7. Searle J.R. Expression and Meaning. — Cambridge: Cambridge Univ. Press, 1979. — 175 p.

УДК 811.161.2'366

Ярошевич І.А.

кандидат філологічних наук, доцент

доцент кафедри української мови та літератури

ДВНЗ «Київський національний економічний університету імені Вадима Гетьмана»

ТЕРМІНОЛОГІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ УКРАЇНСЬКИХ ГРАМАТИСТІВ ДРУГОЇ ПОЛ. ХІХ — ПОЧ. ХХ СТ. (НА МАТЕРІАЛІ ТЕРМІНІВ У СИСТЕМІ ДІЄСЛОВА)

Анотація. У статті простежується процес формування й усталення термінів у сфері українського дієслова в період випрацювання термінологічного апарату на національній живомовній основі періоду другої пол. ХІХ — поч. ХХ ст., зокрема, зосереджено увагу на виявленні лексико-семантичних відношень у системі зазначених термінів.

Ключові слова: термін, дієслово, граматична категорія, граматична форма, лексико-семантичні відношення, синонімія, омонімія, антонімія, терміни-дублети.

Abstract. The article traces the formation and institutionalization of terms of Ukrainian verbs during the elaboration of terminological apparatus on the basis of the mother tongue during XIX — early XX century, focuses attention on identifying lexical and semantic relations in the system of terms to describe the basic concepts of Ukrainian verbs.

Key words: term, verb, grammatical category, grammatical form, lexical and semantic relations, synonymy, homonymy, antonyms, term-doubles.

У колі виокремлюваних терміносистем і підсистем особливе місце посідає граматична терміносистема з її підсистемами — морфологічною, синтаксичною і словотвірною. Вона є однією з найдавніших і найважливіших у системі освіти, найдієвішим засобом, за допомогою якого можна було здобути всі інші знання [3, с. 35]. Тож популяризації граматики, її основних понять і випрацюванню термінів, що позначали ці поняття, в усі періоди функціонування мови приділяли велику увагу.

Перші граматичні праці, що з'явилися на теренах України були присвячені описові граматичної системи церковнослов'янської мови староукраїнської редакції, а отже, і вживані в них частково скальковані з античних джерел, але більшою мірою новостворені терміни відбивали семантичні та структурні особливості цієї мови.

Не потребує доказу той факт, що чим вищого ступеня у своєму розвитку

досягає наука, тим більшою кількістю нових понять вона оперує. У зв'язку з поглибленим розумінням мовних явищ та різними підходами до їх вивчення закономірно виникають і відповідні терміни на позначення цих понять.

На всіх етапах розвитку граматичної думки в Україні закономірно вдосконалювалися знання про граматичний лад української мови, розширювався його поняттєво-термінологічний апарат. Інша річ, що лише деякі з вдало створених термінів набували згодом ознак нормативності, закріплювалися в наукових і навчальних джерелах з граматики, а інші — так і залишалися авторськими новотворами.

Особливо помітним явищем у цьому плані є граматична термінологія, яку засвідчують створені в західноукраїнських, а пізніше і в східноукраїнських землях українські граматики другої половини ХІХ — початку ХХ ст., у яких уперше було порушено фундаментальне питання щодо створення питомо української національної термінології, що мала ґрунтуватися на живомовній основі, свідома відмова від більшості церковнослов'янських термінів традиційно вживаних у тогочасній граматичній літературі.

Ураховуючи вагомі теоретичні надбання своїх попередників, зрідка навіть паралельно оперуючи деякими створеними ще за старої доби ними термінами, автори перших українських граматик (переважно шкільних) орієнтувалися на живомовну стихію, на внутрішні ресурси української мови, створюючи нові терміни, отже, прагнули, за влучним висловленням І. Огієнка, утвердити щодо них «українську форму і зміст» [4, с. 39].

Національне в термінології зазначеного періоду іноді стихійно, але більшою мірою цілеспрямовано випрацьовувалося в граматах української мови Т. Глинського, М. Осадци, П. Дячана, О. Партицького, С. Смаль-Стоцького і Т. Гартнера, П. Залозного, Г. Шерстюка, Є. Тимченка, А. Кримського, В. Сімовича та інших граматистів.

У нашому дослідженні зосереджено увагу на питанні випрацювання термінів для позначення основних понять українського дієслова. З-поміж інших частин мови дієслово разом з іменником вирізняється не лише своєю центральністю, а й найбільшою кількістю граматичних категорій і форм, що зумовило вибір саме цього **об'єкта** дослідження.

Отже, характерною особливістю термінотворчого процесу зазначеного періоду біла свідома відмова авторів граматик від традиційно вживаних у тогочасній граматичній літературі церковнослов'янських термінів, що стали нормативними не лише в російському мовознавстві, а й багатьох інших слов'янських мовах. Зокрема (*глаголь, время, наклоненіє, залогъ, спряженіє* та ін.), і заміна їх питомо українськими, які відрізнялися від них як лексичними, так і словотвірними особливостями.

Творення термінів у цей період відбувалося здебільшого за рахунок надання загальноживаним словам (на зразок *стан, число, вид, спосіб, рід*) термінологічних значень і творення від деяких із них похідних терміноодиниць за допомогою питомо українських словотворчих афіксів, основоскладання, словоскладання тощо. Однак виразну групу, безперечно, становили і так звані

«штучно вигадані слова», авторські терміни-оказіоналізми, на зразок *спряжіння* замість церковнослов'янського терміна *спряженіє* (на позначення поняття дієвідмінювання дієслів), *чинність* (на позначення категорії стану), *імена дієсловові* (на позначення недієвідмінюваних форм дієслова) тощо.

Як зауважила дослідниця української граматичної термінології Н. Москаленко, між авторами різних шкільних граматик другої пол. ХІХ — поч. ХХ ст. не було чіткої узгодженості щодо творення термінів, а тому нерідко на позначення того самого поняття паралельно з одним новоствореним терміном подавали й інші, ніби спеціально даючи користувачам можливість вибору, що вело до варіантності, синонімії, багатозначності й омонімії — явищ, не бажаних у термінології, оскільки в такому разі одним терміном позначали різні наукові поняття [2, с. 42].

Далі простежимо, як формувалася система термінів у сфері українського дієслова.

Термін *дієслово* вперше зафіксовано в «Практичній граматиці німецької мови» невідомого автора, опублікованій українською мовою у Відні в 1862 році. Цей термін справедливо вважають досить вдалим, оскільки, як зауважує І. Вихованець, він «чітко окреслює семантичну своєрідність частини мови, спрямованої на вираження дії» [1, с. 5]. Хоча більшість авторів граматик сприйняли цей термін, однак подавали його в дещо видозміненому фонемному варіанті, зокрема: *дієслова* (С. Смаль-Стоцький і Т. Гартнер), *д'єслово* (П. Дячан, Г. Шашкевич), *дієслов* (І. Нечуй-Левицький). Оскільки над граматистами зазначеного періоду все ще тяжіла церковнослов'янська традиція, у термінології нерідко поряд із питомо українським терміном *дієслово* подавали і церковнослов'янський *глаголь* як синонімічний відповідник. А. Кримський у своїй граматиці навіть надавав перевагу останньому, хоча й не заперечував паралельно вживаного, за його висловлюванням, «галицького варіанта». Відомі й інші терміни, що дублювали назву цієї частини мови, а саме: *часівник* (Є. Тимченко), *часослово* (О. Партицький), *слово часове* поряд із терміном *часівник* (М. Грунський).

В «Українському словничку з короткими правилами правопису» Г. Голоскевича (1918 р.) та в проекті «Українського правопису» (1926 р.) рекомендовано до вжитку як нормативний лише термін *дієслово*, усі інші його варіанти було відкинуто.

Низку термінів-дублетів з різним фонемним вираженням було зафіксовано також на позначення поняття словозміни дієслів, зокрема: *відміна*, *одміна*, *отмѣна*, *водмѣна* (М. Осадца, П. Дячан, В. Сімович, С. Смаль-Стоцький, І. Гартнер). Цим терміном позначали як словозміну імен, так і словозміну дієслова, тоді як у сучасних дослідженнях на позначення словозміни іменних частин мови використовують термін *відмінювання* та *відміна*, а для словозміни дієслів — *дієвідмінювання* і *дієвідміна* [5, с. 76–77, 153].

Відомі й інші терміни на позначення словозміни дієслів: *дієзміна* (П. Залозний, Г. Шерстюк, П. Горецький та І. Шаля), *спряжіння* (І. Нечуй-Левицький, І. Панькевич), *часування* паралельно із запозиченим із латинської

мови терміном *кон'югація* (Є. Тимченко, М. Грунський).

Термін *вид* на позначення дієслівної категорії у сучасному розумінні — явище порівняно пізнє. Уперше його вжив ще М. Смотрицький, але з іншим значенням. Як зауважує історіограф українського мовознавства В. Німчук, «шлях до сучасного розуміння категорії виду дієслова був дуже довгий і складний. До середини ХІХ ст. термін *вид* вживався стосовно словотвору дієслова» [3, с. 115]. Протягом тривалого періоду термін *вид* використовували також на позначення часових і способових форм дієслова (та для інфінітива *неозначений вид*) [Там само]. У граматиках початку ХХ століття на позначення цієї граматичної категорії зафіксовано термін *тривання* (П. Залозний), що його не сприйняли інші граматисти. Наукове визначення категорії виду вперше сформулював Є. Тимченко та ввів до наукового обігу двослівні терміни — *доконаний вид* та *недоконаний вид*, як у сучасній термінології.

О. Синявський для протиставлення видових пар оперував однослівними термінами *доконаність/недоконаність*. Оскільки у визначенні сутності поняття *вид дієслова* все ще не існувало єдності думок граматистів, дехто навіть уникав використання терміна *вид* і замість нього вживав узагальнювальний термін *дійство*. Зокрема, І. Панькевич уживав його і стосовно видової опозиції (*доконане/недоконане дійство*), і щодо категорії стану (*дійство діяльне/дійство страдальне*).

Усталений у сучасній граматичній термінології термін *спосіб*, яким позначають поняття модальності дії (її реальності чи ірреальності), уперше зафіксовано у згадуваній граматиці Т. Глинського. Цей термін у фонемному варіанті *способь* пізніше використав М. Осадца. Без будь-яких змін ним скористалися й інші граматисти досліджуваного періоду — П. Дячан, О. Партицький, В. Сімович, П. Залозний, Г. Шерстюк, С. Смаль-Стоцький і Т. Гартнер та ін. Щоправда, деякі граматисти як синонімічний відповідник усе ще подавали і створений М. Смотрицьким термін *наклоненіє* у фонетичному варіанті *наклоненя* (О. Огоновський, І. Панькевич). Не було єдності думок авторів тогочасних граматик і щодо термінів на позначення способових форм. У граматиці С. Смаль-Стоцького і Т. Гартнера запропоновано такі, зокрема, терміни: *прямий спосіб, приказовий і можливий*. Є. Тимченко *прямий спосіб* замінив на *дійсний, приказовий* — на *вольовий, а можливий* на *гаданий*. З-поміж них лише термін *дійсний спосіб* набув нормативного характеру в сучасній термінології, а також створений І. Нечуєм-Левицьким термін *умовний спосіб*, усі інші, а також *загадувальний, часовий і необзначений* так і залишилися авторськими новотворами. Термін *наказовий спосіб* уперше вжив М. Левицький (1918 р.) поряд із термінами *спосіб прямий, можливий і неозначений*. Терміном *необзначений (неозначений) спосіб* позначали неозначену форму дієслова — інфінітив, що засвідчують приклади, наведені в ілюстраціях до теоретичного викладу матеріалу граматик. Із цього випливає, що між граматистами все ще існували певні розбіжності в поглядах на сутність категорії способу і її грамемного складу, а це вплинуло і на термінологічне вираження понять.

Значні відмінності спостерігаємо і в термінологічному вираженні категорії

часу та її компонентів — граем. Власне український термін *час* на позначення дієслівної категорії замість церковнослов'янського *время* вперше зафіксовано в граматиці Т. Глинського. Цілком зрозуміла семантика цього терміна сприяла його поширенню у більшості граматик досліджуваного періоду. Певні розбіжності спостерігаємо лише щодо кількості й термінологічного вираження часових форм. Чотирикомпонентний (замість трикомпонентного) склад часових форм уперше схарактеризував Є. Тимченко, позначивши їх термінами: *теперішній час, минулий, передминулий і прийдучий* (у П. Залозного — *давноминулий і будучий*). Термін *майбутній час* уперше зафіксовано в проекті «Українського правопису» 1926 р., а його синонімічні відповідники *час прийдучий, будучий, приїдешній* запропоновано вилучити з ужитку, як і створені С. Смаль-Стоцьким і Т. Гартнером та В. Сімовичем терміни у формі абстрактних іменників із суфіксом *-ість* — *теперішність, минулість, давноминулість, передминулість*. Невмотивованим відхиленням від нормативно закріплених термінів є наявність у навчальному посібнику «Українська мова» М. Наконечного термінів-дублетів: *теперішній час і теперішність, минулий час і минулість, передминулий час і передминулість*.

На позначення дієслівної категорії *стану* Л. Зизаній і М. Смотрицький створили два терміни-дублети: *зalogь і родь глагола*. Обидва терміни зафіксовано і в граматиках досліджуваного періоду М. Осадци, Г. Шашкевича, О. Партицького. Через малозрозумілу семантику поняття і терміна *зalogь* у деяких граматиках відсутній опис цієї граматичної категорії, а лише вжито стосовно неї терміни — *діяльні та страдальні дієслова* (В. Коцовський та І. Огоновський). Власне український термін *стан* уперше зафіксовано в граматиці С. Смаль-Стоцького і Т. Гартнера. Однак спочатку не всі граматисти його сприйняли. Наприклад, у популярній у західноукраїнських землях граматиці І. Панькевича на позначення цієї категорії вжито термін *дійство* паралельно з терміном *зalog*. Є. Тимченко використав запозичений із польської мови термін *чинність*, відповідно розрізняв *активну і пасивну (або терпну) чинність*. На позначення взаємопов'язаних форм категорій стану в граматиках зазначеного періоду зафіксовано різну їх кількість (від двох до чотирьох). Поняття активного стану позначали терміном *прямий стан*, а пасивного — *страдальний стан*. У складі цієї категорії, крім названих, у проекті «Українського правопису» 1926 р. пропонували й інші — *зворотний, неперехідний і обопільний*, однак два останні так і не набули нормативності, а термін *зворотні дієслова* збережено для позначення дієслів із постфіксом *-ся*.

Аналіз термінів на позначення основних дієслівних категорій і форм, що їх містять аналізовані шкільні граматики, дає можливість зробити такі висновки. У процесі розвитку граматичної думки від найдавнішого періоду до другої половини ХІХ — початку ХХ ст. включно перед мовознавцями виразною поставала складна проблема творення термінів, що адекватно відбивають сутність понять. Особливо важливого значення вона набула у зв'язку із свідомою відмовою граматистів користуватися термінологічним здобутком, засвідченим у давніх граматиках церковнослов'янської мови, та прагненням створити свою

власну українську термінологію на рідномовній основі, яка б відбивала національну специфіку української мови.

З цією метою автори граматики досліджуваного періоду хоч зрідка і вживали деякі традиційно вживані у граматичних працях своїх попередників церковнослов'янські терміни, однак поряд із ними подавали не один, а іноді й кілька нових, створених на свій розсуд, відповідно до своїх власних уподобань, іноді навіть ігноруючи тим змістом, який вони вкладали в розуміння поняття і терміна, яким його позначали. Тому термінологію цього періоду характеризувала неусталеність структури новостворених термінів, зумовлена наявністю у різних авторів лексичних, фонетико-графічних, словотвірних варіантів термінів на позначення одного і того ж поняття. Водночас орієнтація українських граматистів на власні рідномовні ресурси відбивала прогресивну тенденцію термінотворення, оскільки сприяла становленню і розвитку української національної термінології в цілому.

Література

1. Вихованець І. Студії про частини мови // Українська термінологія і сучасність: Зб. наук. праць. — Вип. VI. — К., 2005. — С. 3–7.
2. Москаленко Н.А. Нарис історії української граматичної термінології. — К., 1959. — 224 с.
3. Німчук В.В. Мовознавство на Україні в XIV-XVII ст. — [монографія] / В.В. Німчук. — К.: Наук. думка, 1985. — 222 с.
4. Огієнко І. Українська граматична термінологія: Історичний словник з передмовою про її розвиток. — К., 1909. — С. 38–79.
5. Українська мова. Енциклопедія / [редкол.: В.М. Русанівський, О.О. Тараненко та ін. [2-е вид., випр. і доп.]. — К.: Вид-во «Українська енциклопедія» ім. М.П. Бажана. — 2004. — 833 с.

МОВНЕ МОДЕЛЮВАННЯ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Arustamyan Ya.Yu

PhD, Associate Professor

Department of Comparative Linguistics

National University of Uzbekistan, Tashkent

THE PECULIARITIES OF TEACHING GRAMMAR WITHIN THE INTERCULTURAL COMMUNICATION CONTEXT

***Abstract.** The article presents some ideas concerning the process of teaching grammar. Much attention is paid to the usage authentic situations in this process as mostly it is vocabulary acquisition that benefits from application of cultural components at the lessons. Two variants of developing learning situations are suggested in the article.*

***Key words:** teaching grammar, intercultural communication, cross-cultural communication, authentic details, learning environment.*

With the change of educational paradigm the ways of teaching and learning languages has been modified greatly. Mostly they are defined by the aims which society puts forward at a certain stage of its development. Concerning the global interest for cross-cultural relations, which include not only linguistic component, but also the peculiarities of mentality, it is necessary to pay serious attention to the development of cultural competency as well. The enhancement of this problem should certainly be at the expense of improving teaching methods and learning materials themselves. Despite the fact that here in Uzbekistan we have very substantial theoretical methodological base for qualitative teaching, some innovations should be accepted in order to increase students' interest as well as motivate our students to learn languages. Besides, cultural component can be used not only as an objective to be achieved at the lesson, but also as a learning tool.

Contemporary researches affirm that the process of culture acquisition positively influences on the students' progress in language learning, while some others consider that culture should be interpreted as a tool in the process of communication for learning traditions and norms of behavior of the country, which language they learn. [1, p. 93] In our opinion, culture should be an essential component of the process of the language acquisition.

In all systems of education in which the aim is something apart from participation in real life, the content as well as the expressive side of the educative process is found in books; and hence, language and the formal aspects of language become important subject of study.

«What then is to be our attitude toward the teaching of grammar? Are we to say, that because there is so little carrying over of power from the formal study to power in correct expression, the formal study is altogether a waste process in the elementary school? Hardly. It is true that all the formal study never make a man speak the language of a cultured person. On the other hand, mere acquaintance with correct forms through

models presented by the teacher in her own speech, and through the reading of the best literature, while it makes for a higher degree of perfection than could be attained were these models no presented, will never produce a perfect use of language. We have referred a number of times to the fallacy implied in the theory of incidental teaching. If a child is really to know a thing, whether this be a matter of form or a matter of content, he must concentrate upon that thing, we may call it focalization, as the psychologists do, or absorption and reflection as the pedagogues do, but we must recognize from the outset that only that is learned upon consciousness is centered» [2, p. 243]. In other words, grammar is the aspect which can be taught unconsciously, like in your native language — we never think about any grammar rules being a child. The same principle can be applied to the second language acquisition, especially if we deal with non-linguistic specialties, as here, the main goal is to form the set of skills (including both speaking and writing) aiming at certain vocabulary (depending on the specialty the students study at).

Mostly, we talk about the usage of cultural elements in the process of teaching vocabulary. Undoubtedly, it is much easier as well as more efficient to learn words seeing them at once. However, teaching grammar may also gain with it.

Nowadays, we can find many brilliant ideas for it in internet. As an illustration, we would like to exemplify several ideas which may be helpful in your lessons.

Example №1 (adapted from [3])

By means of an authentic picture (a drawing, photo, or picture cut from a magazine) the teacher introduces a character named Mary. She draws a rough map of Australia, placing next to it a picture of a four-wheel drive vehicle. She elicits ideas as to how these pictures are connected, establishing the situation that Mary has decided to drive across the Australian desert from the east to the west. She elicits the sort of preparations a person would need to make for such a journey. Students suggest, for example, that Mary would need a map, a spare wheel, lots of water, a travelling companion, food, a first aid kit, and so on. The teacher selects some of these ideas, and writes them in a column on the board, and one or two ideas of her own: To do this kind of journey, you should:

take a map

take water

not travel alone

advise the police

not travel in the wet season

Then, the teacher explains that Mary made no preparations: she didn't take a map, she didn't take water, she travelled alone, etc. (emphasis on *Past Simple*, negative constructions: **did not**). Ask the students to imagine what happened. Using their ideas as well as her own, construct the following story:

Mary set off, got lost, got very thirsty, set off in search of help (leaving her vehicle behind), got trapped by sudden flood waters, etc. The police set out in search of her but couldn't find because she had abandoned her vehicle and left no note. (Here we emphasize irregular verbs.)

The teacher checks these facts by asking one or two students to recount them.

After that, the teacher may ask the class: *Well, what do you think of Mary?*, eliciting answers like *She was silly*. Advancing the conversation, the teacher asks: *Why?* At this point, students may venture sentences, like *She must take a map*. Having thus established the idea of disapproval of past actions, the teacher models the sentence: *She should have taken a map, repeating it two or three times*. The students repeat the sentence in unison and then individually. The teacher reminds the students of the concept of disapproval by asking *Did she take a map? (No). Was that a good idea? (No) So...?* The students respond: *She should have taken a map*.

Teacher then repeats this process using the example of travelling alone, eliciting, modelling, drilling, and concept-checking the sentence: *She shouldn't have travelled alone*.

Further prompting elicits example sentences, such as: *She should've taken water. Se shouldn't have left his car*.

At strategic points, the teacher recaps the sentences that have been generated, using the words on the board as prompts. So far, nothing has been written on the board.

To consolidate the given material, the teacher presents the following table:

She	should have	taken water
	shouldn't have	travelled alone

After that, you may suggest pair-work, introducing the list of words and example structure for a dialogue:

A: You should have done your homework yesterday!

B: I know, I should. But I didn't.

Further you may add more components in the structure of the sentence and use more complex structure in your dialogues, like:

A: You should have done your homework yesterday!

B: I know, I should. But I didn't. I was busy with my Math exams. // or We celebrated my sister's birthday, so I had no time.

In this activity you may use not only authentic pictures, but also some authentic objects, like blanket, toys or cups, etc.

Example №2 (adapted from [4])

Students will watch a video titled *McBeijing* from Youtube (http://www.youtube.com/watch?v=SDphE11v1_k). After watching the video, they will work in groups of three or four to compare and contrast McDonald's in Beijing and in the city they live in. They may use Venn diagram to complete the task. Each group will share their findings to the rest of the class.

In this type of activity you may «kill two birds with one stone»: practice different types of vocabulary (again, it depends on the specialty of your students: from colours or shape to economic terms) and work out degrees of comparison. While the students present their ideas they need to use the following constructions:

Cheap — cheaper — the cheapest

Expensive — more expensive — the most expensive

...as cheap as...

...cheaper than...

After discussing all suggestions, ask the students to make a small report including

all differential features mentioned. This will help you to develop writing skills as well. Students will also should pay attention to the grammar constructions in their reports (for example, in formal style they must write *do not* instead of *don't*, etc.).

Summarizing the stated ideas it is impossible to skirt around the moment of teacher's professional competence and desire to make the lessons creative and efficient. There are many ways to add some authentic details in your classes that, as it has already been mentioned, are very effective tool to teach grammar as well.

References

1. Немировская Л.З. Культурология. История и теория культуры: Учебное пособие. — М., 1991.
2. Goldwasser I.E. Method and methods in the teaching of English. — Boston: D.C. Heath and Co Publishers, 2013.
3. <http://www2.vobs.at/ludescher/pdf%20files/grammar.pdf>
4. <https://coerll.utexas.edu/methods/pdf/cu/culture-portfolio-chinese.pdf>

Артеменко А.І.

старший викладач

кафедри іноземних мов факультету маркетингу

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

КОМУНІКАТИВНИЙ ЛІДЕР В МІЖНАРОДНІЙ КОМУНІКАЦІЇ

Анотація. Стаття розповідає про важливість міжнародного спілкування і функції комунікативного лідера в ній. Говориться про те, що комунікативний лідер може використовувати різні засоби в своєму мовленні для досягнення різних цілей у його діяльності. Але, якщо він може вживати перепитування в своєму мовленні, це допоможе йому бути більш дипломатичним, що допоможе йому не конфліктувати.

Ключові слова: міжнародна комунікація, комунікативний лідер, перепитування.

Abstract. The article tells us about the importance of international communication and functions of the communicative leader in it. It is said that the communicative leader can use different means in his speech for achieving different goals in his activity. But if he can use echo questions in his speech it helps him to be more diplomatic which helps him not to have conflict situations.

Key words: international communication, communicative leader, echo questions.

Міжнародна комунікація — це важливий процес, який супроводжує практично всі суспільні галузі.

Відомо, що комунікація — це процес передачі повідомлення, який передбачає наявність джерела (відправника), повідомлення, каналу комунікації, того хто отримує інформацію, кодування і декодування. Джерелом комунікації може бути організація чи окрема особа, що володіє інформацією, яка призначена для комунікації. Інформація, яку відправник хоче передати — це повідомлення. Воно передається каналом комунікації, яким може бути продавець, ЗМІ чи різні інструменти публіситі. Кодування — це процес перетворення відправником ідеї на сукупність символів і образів. Декодування — зворотний процес: той хто

отримує інформацію перетворює набір символів та образів, із яких складається повідомлення. Декодування здійснюється відповідно до свого рівня знань, досвіду, поглядів, переконань і цінностей [3].

Зазначимо, що поняття «комунікація» можна трактувати по-різному. Лінгвісти розглядають комунікацію як процес передачі інформації: синтаксис комунікацій — взаємозв'язок між символами, які використовують; прагматика комунікацій, пов'язана з результативністю комунікативних дій для досягнення інтенції суб'єктом інформаційного простору.

Для підприємців міжнародна комунікація — це не тільки обмін інформацією між суб'єктами інформаційного простору за допомогою слів та знаків, але й соціальна і психологічна взаємодія. Ефективність міжнародної комунікації залежить не лише від рольових стосунків між комунікантами, але і від їх особистісних характеристик. Деякі з них можна відобразити шляхом використання поняття «соціальна дистанція».

Під соціальною дистанцією розуміється психологічна близькість комунікантів. У тому випадку, якщо соціальна дистанція значна, мовець не знає особливостей комунікативного партнера як особистості, а бачить в ньому лише окремих випадок соціальної категорії, то з передбачуваних особливостей кожної категорії випливають очікування. У взаємовідносинах між комунікантами в міжнародній комунікації при соціальній дистанції уява про іншу людину індивідуалізована. Якщо міжнародні комуніканти знають одне одного неформально, то дотримання мовленнєвих норм не є обов'язковим, прийнятих у тій чи іншій ситуації спілкування. Міжнародні комуніканти, беручи участь в процесі міжнародного комунікативного спілкування як частини соціуму, вступають в соціальні стосунки і актуалізують міжнародні відносини. У тісному контакті з соціальними стосунками знаходяться позиційні ролі комунікантів, тобто позначення тої позиції, яку комуніканти займає в системі соціальних відносин. Приймаючи позиційну роль, комуніканти орієнтуються на міжнародні комунікативні можливості партнера чи декількох партнерів. Економісти поняття міжнародна комунікація визначають як обмін інформації для формування бізнесових стосунків та ведення переговорів між партнерами [1:490–500].

Основа будь-якого комунікаційного процесу — системний підхід, який полягає в наявності різноманітних процесів. Форми перебігу процесів не фіксовані, тобто кожний процес залежить від результатів попереднього і від інформації, отриманої з навколишнього середовища; у ході досягнення різноманітних інтенцій ті самі процеси, що виконують ті ж самі функції, використовують у різних контекстах і сполученнях, що впливає на ієрархічність [2].

Маркетингові комунікації варто розглядати як своєрідну систему інформаційного впливу на споживачів та посередників для стимулювання їх до віддачі ресурсів під час обміну на продукти та послуги, оскільки маркетинг слід розуміти як інвестиційний процес, що визначає формування та підтримування взаємовідносин з клієнтами й посередниками. Такі комунікації сприяють домовленості між ринковими представниками щодо розвитку кожного з них

окремо у межах взаємовідносин, оскільки маркетинг — це стратегічна діяльність, спрямована на розвиток фірми на ринку. Головне завдання управління маркетинговими комунікаціями — прийняття рішення щодо оптимізації встановлення та розвитку клієнтських і партнерських відносин. Зазначимо, що міжнародні маркетингові комунікації слугують інформаційним критерієм відбору взаємовідносин на ринку і комунікативним джерелом управління ними та виконують функцію інформаційних джерел і каналів передання інформації як в прямому так і в зворотному напрямку під час проведення маркетингових досліджень, які не обмежуються узагальненими даними обсягів продажу, часток ринку, ступенем задоволення клієнтів у певний проміжок часу.

Міжнародні маркетингові комунікації є елементом довгострокового прив'язування ринкових суб'єктів один до одного через створення технічного і технологічного підпорядкування. Сучасний міжнародний ринок характеризується наявністю різних підприємств з технічно і технологічно взаємозалежними ресурсами та видами і виробник зацікавлений у збільшенні залежності споживача від свого технічного рішення і для цього пропонує контракт на тривалий сервіс. Міжнародні маркетингові комунікації можуть надати інформацію обом сторонам про цінності та вигоди для кожної з них і створити тривалі ділові стосунки.

Міжнародні маркетингові комунікації для комунікативного лідера, особистості, яка має різні індивідуальні властивості і характеристики, що забезпечують вміння вибрати схему передачі інформації в цій ситуації і сприймати її є особливими. Комунікативний лідер повинен уміти вибрати правильний код, який забезпечує сприйняття і передачу інформації в цій ситуації.

Комунікативні лідери – це ініціатори, які розвивають міжнародні комунікації, приймають рішення та вибирають шлях розвитку підприємства. Лідерство виникає на основі внутрішньогрупової комунікації, у процесі якої виявляється найбільш активний індивід, якого можуть сприймати як комунікативного лідера в міжнародній комунікації. Найважливіший аспект комунікативного лідера в міжнародній комунікації — переконувати учасників міжнародної комунікації і досягати необхідних результатів.

Для комунікативного лідера найбільш необхідним є ступінь соціальної активності особистості, її духовний рівень, здатність соціального впливу на міжнародні процеси. Для комунікативного лідера в міжнародній комунікації є якісна комунікація, тобто вплив на кожного комуніканта, тобто вплив на особистість, на кожного члена комунікативної групи. Комунікативний лідер не тільки здатний передавати інформацію на міжнародному рівні, але і сприймає її. Для нього зв'язок із міжнародною аудиторією — це підтвердження усвідомлення тих ідей, що стали визначальними не тільки для нього Але й для міжнародної комунікації також. Комунікативному лідеру притаманний неабиякий інтелект та сила волі, які він прагне запозичити у своїх послідовників.

Виділяють два типи комунікативного лідера:

- 1) доміантний, який самовпевнений;
- 2) реактивний, який має аргументований та аналітичний підхід до виконання цих завдань.

Комунікативний лідер повинен завжди удосконалювати свій міжнародний комунікативний рівень, що дає можливість підвищити ефективність ведення справ та переговорів, що сприяє покращенню стосунків між партнерами. Комунікативний лідер підтримує контакти з різними людьми використовуючи різні засоби міжнародної комунікації. Він також планує і проводить роботу з організації спілкування з працівниками та виховує їх, формує їх ментальність.

Комунікативний лідер повинен проводити корпорації, благодійні акції, приймати участь в професійних виставках, конкурсах [3].

Для комунікативного лідера важлива дипломатія. Дипломатичність можна досягати по різному. У лінгвістиці існує такий засіб як перепитування, який може носити прагматичний та психологічний характер.

Перепитування — це явище, яке є в усіх мовах, вживання його зумовлене комунікативною інтенцією та може мати соціальний характер. Перепитування вживаються в діалогічному мовленні. Вони можуть розглядатися як незалежна комунікативна взаємодія, виражати взаємний вплив на думки людей, які є учасниками комунікації, а також уживатися в різних мовленнєвих ситуаціях. Усі ситуації спілкування поділяються на симетричні і асиметричні. Симетричними є ті ситуації, учасники яких мають ті ж самі соціальні ознаки: соціальне становище, приблизно один вік, ту ж стать. Асиметричними вважаються ситуації, учасники яких відрізняються між собою хоча б за однією з названих ознак.

Наприклад:

«Comrades», he said.

«What comrades?»

«Comrades of Pablo», the old man told him. (Hemingway)

Ця ситуація вважається симетричною тому, що учасниками діалогу є мовці однієї статі. Стосовно віку комунікантів дана ситуація вважається асиметричною. Тобто учасниками діалогу є старий і молодий чоловіки.

Аналіз соціально симетричних ситуацій показує, що кожна з соціальних ознак, яка враховується, має відповідні межі коливання, які не порушують рівноваги. Ієрархія соціальних ознак комунікантів має вплив на ситуації мовленнєвого спілкування двох учасників мовленнєвого спілкування при наявності непрямого адресата.

Для реалізації свого комунікативного наміру — бути прийнятим в розмову — непрямий адресат вживає перепит, який має явно виражену спрямованість на партнера і вимагає від нього реакції. Це стосується перепитувань, що вживаються для уточнення інформації, чи виражають різні позитивні і негативні емоції.

Перепитування можуть бути офіційні, тобто учасниками діалогу є офіційні особи.

Розглянемо приклад:

Nurse (softly). No. Miracle.

Doctor. What's that?

Nurse. A Miracle ... the baby is a miracle.

Doctor. A miracle? (W. Seebring)

2) неофіційні, де учасниками діалогу є неофіційні особи:

«Mr. Isaacs has been very good to us, and we owe him money».

«Money, mother?» She cried, «What does money matter?»

«Love is more than money» (O. Wild)

Перепитування може вживатися для вираження різних емоцій, для уточнення інформації та для заповнення комунікативної паузи.

Наведемо приклад:

— Yes. I am here under false pretences. My name isn't Thurston.

— *No?*

— No. I'd better who I am, hadn't I? (Waugh: 287)

Один із співрозмовників дає можливість висловитися іншому, а для того, щоб бути дипломатичним додає перепит і заповнює комунікативну паузу.

Зазначимо, що міжнародна комунікація — це важливий процес, який допомагає нам не тільки розуміти один одного, але і вирішувати справи. І від нашого вміння спілкування володіючи необхідними лінгвістичними засобами залежить успішність нашої справи.

Комунікативний лідер у міжнародній комунікації повинен уміти користуватися різними комунікативними засобами для вирішення завдань. Якщо комунікативний лідер буде вживати перепитування в міжнародній комунікації, це допоможе йому покращити свій комунікативний рівень, стати дипломатичним, що допоможе йому реалізувати різні проекти.

Література

1. Павленко А. Ф. Маркетинг. — К.: КНЕУ, 2008. — 600 с.
2. Мартиненко М.М. Основи менеджменту. — К.: Каравела, 2008. — 496 с.
3. Старостіна А.О. Маркетинг. — К.: Знання, 2009. — 1070 с.
4. Сухих С.А. Особистісні аспекти мовленнєвого дискурсу. Сочі. — Краснодар, 1996. — С. 14.

Баклаженко Ю.В.

кандидат педагогічних наук

старший викладач кафедри англійської мови гуманітарного спрямування №3

Національного технічного університету України

«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

ЖАНРОВІ ОСОБЛИВОСТІ АНГЛІЙСЬКОЇ ІНСТРУКЦІЇ У КОНТЕКСТІ НАВЧАННЯ ІНОЗЕМНИХ МОВ

Анотація. Стаття торкається проблеми жанрових особливостей англійської інструкції з позиції навчання іноземних мов. Жанровий аналіз дозволяє зрозуміти організацію тексту, функціонування мовних одиниць у ньому та створити алгоритм побудови тексту у певному жанрі. Жанр інструкції визначається як тип текстів, **метою** яких є надання вказівок відносно реалізації певної дії. Автором розглядаються структурні, функціонально-стилістичні, комунікативні та власне лінгвістичні особливості жанру англійської інструкції. Звертається увага на відмінності у написанні англійської та української інструкції.

Ключові слова: англійська інструкція, жанровий аналіз, навчання англійської мови спеціальних цілей.

Abstract. *The article deals with the problem of genre features of the English instruction from the perspective of the language teaching. Genre analysis allows understanding of text organization, the functioning of language means in the text as well as development of an algorithm for text creation in a certain genre. The genre of an instruction is defined as a type of texts created with an aim to give instructions on some way of doing things. The author describes structural, functional and stylistic, communicative and linguistic features of the English instruction. The attention is paid to the differences between the English and Ukrainian instructions.*

Key words: *the English instruction, genre analysis, ESP.*

Із початку євроінтеграційних процесів в освіті України відбуваються зміни, покликані гармонізувати освітні системи України та Європи. Одним із головних напрямків такого процесу є забезпечення якісної англомовної освіти, зокрема, і англомовної освіти зі спеціальності. Університети забезпечують викладання професійно орієнтованої англійської мови, однак через те, що кожна спеціальність має свою предметну площину та особливості, існує потреба у проведенні досліджень, присвячених навчанню ESP (English for specific purposes) та засобам підвищення ефективності викладання.

З позиції концепції мови для спеціальних потреб основи жанрового аналізу почали розроблятися в середині 80-х років минулого сторіччя [2:62]. Із дидактичною метою цією проблемою займалися Т. Dudley-Evans [4], А. Hopkins [5]. На думку дослідників, саме жанровий аналіз дає змогу зрозуміти організацію тексту, функціонування мовних одиниць у ньому та створити алгоритм побудови тексту у певному жанрі.

Жанр інструкції завдячує своїм стрімким розвитком і поширенню швидкій зміні технологічних досягнень та технологічного наповнення в останні десятиліття. Поява та невинна зміна поколінь технічних приладів і пристроїв вимагають укладання описів та керівництв з їхньої експлуатації, і водночас, розширюють аудиторію читачів інструкцій, якими стають все більше людей, не пов'язаних зі сферою технологій та розробок. У таких умовах були сформовані жанрові особливості текстів інструкцій, які були детально досліджені С. Канащук [1], Л. Рехтіним [2], І. Моквою-Тарновською [3], М. Писаренко тощо.

Підготовка фахівців із технічних галузей наук вимагає розвитку у них англомовної комунікативної компетентності у читанні та написанні професійно орієнтованих текстів, чинне місце серед яких посідає саме інструкція. Зокрема, аналіз вимог роботодавців до системних аналітиків виявив, що фахівці цього напрямку повинні вміти підтримувати та розробляти комп'ютерні системи, що передбачає, зокрема, і вміння надавати інструкції щодо їхнього ефективного застосування іншим спеціалістам. Саме тому дослідження жанру інструкції, її жанрово-лінгвістичних особливостей є актуальним не лише для філологів, а й для методистів і викладачів іноземних мов.

Мовленнєвий жанр інструкції визначається як тип текстів, метою яких є надання вказівок відносно реалізації певної дії. До жанру інструкції Л. Рехтін відносить тексти типу «інструкція», «посібник з експлуатації», «правила»,

«пам'ятка» [2:21]. Виділення мовленнєвого жанру інструкції передбачає також наявність ситуації інструктажу та відповідної мовленнєвої дії. План змісту текстів може варіювати, тому виділення окремих текстів у жанр інструкції доцільно здійснювати на підставі аналізу мети тексту, яка передбачає надання інструкції.

С. Канащук було виділено особливості текстів жанру інструкції в аспектах форми і структури, функціонально-стилістичної специфіки та комунікативних особливостей [1].

За **формою** інструкції можуть мати вигляд традиційних друкованих текстів, а також набувати новітніх електронних форм, як-то: елементів програмного забезпечення, електронних текстів, медіаматеріалів тощо. Традиційно, **структурні** особливості інструкції включають:

- розподіл тексту на тематичні блоки (наприклад, «технічні характеристики», «початок роботи з приладом», «функції приладу» тощо);
- логічну організацію тексту для спрощення сприйняття та розуміння.

Серед **функціонально-стилістичних** характеристик можна виділити такі:

- мінімізація використання складних структур, термінів та професійного жаргону [3: 72–74];

- заміна термінологічних конструкцій метафоричними номінаціями, які зрозумілі неспеціалісту;

- зниження інформаційної навантаженості за рахунок створення термінологічних словників тощо [1: 26].

Комунікативні особливості текстів сучасних інструкцій передбачають:

- використання рекомендацій у якості основної форми комунікації (e.g. *Please see the paragraph dedicated to data transfer. For cleaning the instrument, use a soft dry cloth*);

- використання заборонних конструкцій з максимальною кількістю модальних градацій у залежності від ступеня небезпеки (e.g. *Never use a wet cloth, solvents or water. Do not bend the contacts. Avoid shaking the device, particularly in the loading mode*).

- вербальне розмежування цільової аудиторії (наприклад, вказівка «Версія для IT-спеціалістів», «Для початківців»).

У ракурсі власне **лінгвістичних** особливостей на підставі аналізу текстів інструкцій нами було виявлено наступне:

1) використання розповідних речень (в описовій частині) та імперативних речень (у спонукальній частині), наприклад:

TH230 is a powerful and easy to use laser printer.

Insert five size AA Alkaline batteries or connect the instrument via the adapter.

2) використання інфінітива:

To adjust brightness of the screen manually, go to Settings and choose Brightness option.

3) використання умовних речень:

If you hold the button pressed for 2 seconds, an audible signal is emitted.

4) використання підрядних речень часу:

Press the "Start" key until the item appears.

5) використання пасивного стану дієслова:

The menu items are listed in the following order.

6) вживання таких слів, як *first, then, before, after* для позначення послідовності дій:

First, make sure the mouse and keyboard are connected.

Unplug and then plug in the connectors.

Before starting the printing, set the proper margins in the menu.

7) використання віддієслівних іменників (*selecting, scrolling, adjusting etc*).

Важливим для навчання написання інструкцій є також врахування відмінностей між англійськими та українськими текстами цього жанру. Зіставний аналіз Л. Рехтіна [2: 163–166] російсько-англійських інструкцій, окремі результати якого вважаємо доцільним перенести і на українську мову, дозволив встановити такі відмінності:

— заміна аналітичного інфінітива на простий інфінітив або імператив (*варто перевірити — check, be sure, ensure*);

— фіксований порядок слів в англійських реченнях і нефіксований порядок слів в українській мові;

— універсальною рисою є стандартизація на рівні композиції;

— інструкція українською мовою носить більш виражений імперативний характер.

Розглянуті вище жанрові особливості текстів інструкцій мають важливе значення для виділення навичок та вмінь, граматичного та лексичного мінімумів для навчання студентів читання та письма англомовних інструкцій.

Література

1. Канащук С.А. Структурные, стилистические и коммуникативные особенности текстов дискурса инструкций на современном этапе развития / С.А. Канащук // Язык и культура. — 2011. — №4 (16). — С. 21–30.

2. Корнейко І.В. Теорія жанру: теоретичні та прикладні аспекти : [монографія] / І.В. Корнейко, О.Б. Петрова, Н.О. Попова. — Харків: Друкарня Мадрид, 2014. — 127 с.

3. Рехтин Л.В. Речевой жанр инструкции: полевая организация: дис. ... канд. фил. наук: 10.02.19 / Рехтин Лев Викторович. — Горно-Алтайск, 2005. — 192 с.

4. Dudley-Evans T. Introduction to genre analysis and ESP / T. Dudley-Evans // ELR Journal. — 1987. — 1. — p. 1–9.

5. Hopkins A., Dudley-Evans T.A. Genre-based investigation of the discussions sections in articles and dissertation / Hopkins A., Dudley-Evans T. // English for Specific Purposes. — 1988. — 7 (2). — p. 113–122.

6. Mokwa-Tarnowska I. Teaching Technical Writing in English in a Traditional Classroom Setting and in Online Courses [Електронний Ресурс] / Iwona Mokwa-Tarnowska // SPNJO Politechnika Gdanska. — p. 144–148. Режим доступу: <http://spnjo.polsl.pl/konferencja/materialy/referaty/mokwa-tarnowska.pdf>

Безкоровайна Н.О., старший викладач
Лещенко Л.П., старший викладач
кафедри іноземних мов і міжкультурної комунікації МЕіМ;
Шамхалова Н.А., старший викладач
кафедри іноземних мов ФЕФ
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

КОНЦЕПТУАЛЬНІ НАПРЯМКИ КРОСКУЛЬТУРНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Анотація. У статті йдеться про кроскультурний аспект у міжнародному менеджменті, акцентується увага на національній культурі, світовій, кроскультурному менеджменті. З'ясовується значення та роль кроскультурного менеджменту.

Ключові слова: культура, кроскультурний менеджмент, міжнародна діяльність.

Abstract. The article refers to the original crosscultural aspect in international management, focuses on the national culture, global, cross cultural management. It turns out the role and importance of cross cultural management.

Key words: culture, original crosscultural management, international activity.

Національна ділова культура суттєво впливає на різні аспекти життєдіяльності організації — на підходи до керівництва і ставлення до влади, стиль ведення переговорів, сприйняття та виконання законів, планування, форми і методи здійснення контролю, особисті та групові стосунки людей і т.ін. Велика кількість національних ділових культур, відкритість ринків, глобалізаційні тенденції в світовій економіці викликають необхідність різноаспектного дослідження та врахування в практичній діяльності кроскультурної специфіки ведення бізнесу.

Під національною культурою ми розуміємо стійку сукупність цінностей, переконань, норм, традицій та стереотипів, прийнятих у даній країні і засвоєних особистістю. Герт Хофстеде, один із найавторитетніших фахівців в галузі кроскультурного менеджменту, охарактеризував культуру як процес колективного програмування розуму, який відрізняє членів однієї групи людей від іншої. Основним елементом у цьому процесі є система цінностей, яка є своєрідним «хребтом» культури. «Джерела програмування розуму кожної людини створюються соціальним середовищем, в якому вона виховується та набуває життєвого досвіду. Це програмування розпочинається в сім'ї, продовжується на вулиці, в школі, компанії друзів, на роботі», — говорить Хофстеде.

Культура — багатоаспектне явище. Вона має декілька рівнів і обумовлює психологію, свідомість і поведінку людини. Знання систем цінностей, поведінкових моделей і стереотипів, розуміння національних та інтернаціональних особливостей поведінки людей у різних країнах суттєво підвищують ефективність управління, дають можливість досягти взаєморозуміння під час ділових зустрічей та переговорів, вирішити конфліктні ситуації та запобігти виникненню нових.

Саме тому управління фірмою, яке відбувається на межі двох і більше різних культур, викликає значний інтерес і серед науковців, і серед практиків та виділяється сьогодні в окрему галузь міжнародного менеджменту —

кроскультурний менеджмент.

Кроскультурний менеджмент — це управління відносинами, що виникають на межі національних і організаційних культур, дослідження причин міжкультурних конфліктів та їх нейтралізація, з'ясування і використання при управлінні організацією закономірностей поведінки, властивих національній діловій культурі.

Ефективний кроскультурний менеджмент означає спільне з представниками інших культур ведення бізнесу, засноване на визнанні та повазі кроскультурних відмінностей та формуванні спільної корпоративної системи цінностей, які б сприймалися і визнавалися кожним членом багатонаціонального колективу. Мова йде про формування специфічної корпоративної культури, яка б виникала та базі національних ділових культур, гармонійно поєднувала в собі окремі аспекти культури кожної нації, але не повторювала повністю жодної з них.

Культурна обумовленість досягається через вплив культури на людину на різних рівнях: сім'ї, соціальної групи, географічного регіону, професійного та національного оточення. Результатом впливу є формування національного характеру та менталітету, які визначають специфічність систем організації та управління бізнесом у тій чи іншій країні.

Культура — системна, різнопланова категорія, яка включає в себе економічну, правову, політичну, ділову та інші види (підсистеми) культури. Предметом кроскультурного та міжнародного менеджменту є передусім ділова культура. Ділова культура — це система формальних та неформальних правил і норм поведінки, звичаїв, традицій, індивідуальних та групових інтересів, особливостей поведінки працівників, стилю керівництва і т.ін. в організаційних структурах різних рівнів. Національна ділова культура включає норми та традиції ділової етики, нормативи й правила ділового етикету і протоколу. Вона завжди відображає норми, цінності та правила, властиві даній національній культурі.

Адже люди, які належать до різних культур, можуть працювати в одній організації, мати спільну кінцеву мету, але різні погляди на способи, методи і взаємодію в ході її досягнення. Тому поведінка одних здається неправильною, нераціональною для інших. Завдання міжнародних менеджерів полягає саме в тому, щоб сприяти успішному спілкуванню: визначати пріоритети, раціональні підходи, керувати поведінкою працівників і спрямовувати її відповідно до основних принципів міжнародного співробітництва. Менеджери повинні забезпечити чітку взаємодію всіх структурних підрозділів, філій, людей у кожній робочій групі і між ними, налагодити взаємодію із зовнішніми організаціями, інфраструктурою. Крім того, вони мають сприяти виконанню планів не тільки в рамках окремо взятих ринків, а й в глобальному економічному просторі.

В умовах взаємодії, взаємопроникнення різних ринків менеджмент має бути чутливим до зіткнення, взаємодії і взаємопроникнення різних культур. З розширенням міжнародної діяльності та впливу на зарубіжних ринках в різних сферах діяльності компанії суттєво зростає кількість нових клієнтів і партнерів. Нагальними стають два завдання:

1. Зрозуміти культурні відмінності між «нами» і «ними» та форми їх прояву.

2. Виявити подібні риси між культурами і намагатись використувати їх для досягнення власного успіху.

Отже, зрозуміло, що успіх на нових ринках багато в чому залежить від культурної пристосованості фірми, її працівників: терпимості, гнучкості, уміння цінувати переконання інших. Якщо цього дотримуватись, то очевидно, що успішні ідеї можуть бути застосовані до міжнародної практики і будуть ефективнішими.

Як відомо, перші дослідження взаємодії національних ділових культур базувалися на індивідуальних спостереженнях та досвіді бізнесменів-практиків і консультантів з міжнародних питань і часто формулювалися у вигляді правил ведення міжнародного бізнесу:

1. Поганих культур не буває! Бувають просто різні культури.

2. У міжнародному бізнесі продавець повинен підлаштовуватися під культуру та традиції покупця.

3. Приїжджі, гості повинні пристосовуватися до місцевої культури, традицій та звичаїв.

4. Не можна протиставляти і порівнювати місцеву культуру та культуру власної країни.

5. Не можна засуджувати іншу культуру, глузувати з її проявів.

6. Ніколи не слід припиняти спостерігати і навчатися.

7. Необхідно бути максимально терплячим з партнером і терпимим до нього.

С. Робінсон виділяє три основні підходи до визначення ролі культурного фактора в міжнародному бізнесі і відповідно до них — концептуальні напрями кроскультурних досліджень:

1. Універсалістський підхід — базується на тому, що всі люди більш-менш однакові, базові процеси спільні для всіх. Культура визначає тільки те, як вони проявляться, якої наберуть форми. Тому всі культури також у своїй основі однакові і не можуть суттєво впливати на ефективність ведення бізнесу. Універсалістський підхід акцентує увагу на спільних, подібних рисах управлінської діяльності в різних країнах.

2. Економіко-кластерний підхід — визнає відмінності національних культур, але не визнає важливості їх урахування при веденні міжнародного бізнесу. Пояснює наявність спільних рис та відмінностей в національних системах менеджменту досягнутим рівнем економічного розвитку. Вважається, що менеджери міжнародних компаній повинні аналізувати в першу чергу економічні, а не культурні особливості ведення бізнесу в різних країнах.

3. Культурно-кластерний підхід — базується на визнанні багатогранного впливу національної культури на менеджмент і бізнес, необхідності урахування цього впливу і використання переваг між-культурної взаємодії для підвищення ефективності міжнародної діяльності компанії. Усі ці підходи збагачують наше розуміння процесів управління в кроскультурному контексті. Взагалі, кроскультурний менеджмент має більшою мірою не приділяти увагу окремо відмінностям різних країн, а будувати на цих розбіжностях спільну роботу. Тобто, необхідно ефективно використувати культурно обумовлені знання для

побудови механізму кроскультурного менеджменту як спільної мультинаціональної діяльності:

- комбінація різних знань за допомогою інтерактивної трансляції (ІТ) — інтеграції учасників у процесі роботи в мультикультурних групах для розроблення спільного підходу до розуміння та вирішення проблеми. ІТ сприяє перенесенню знань, цінностей та досвіду та їх інтеграції у виробничий процес;

- процесуальна компетентність — дозволяє дотримуватись рівності у вивченні спільних проблем і допомагає спільному використанню знань, передаванню досвіду, стимулюванню групового навчання;

- сприяння формування ефективних кроскультурних технологій — спільні бізнес мова і комунікативні мережі;

- створення і підтримка партнерської взаємодії.

Кроскультурний менеджмент поділяють на:

- Дослідження проблем на глобальному і транснаціональному рівні у зв'язку з розширеним проникнення національних компаній на ринки інших країн.

- Розробку теорій і типології корпоративних культур, пов'язаних із процесом міжнародного поділу праці.

- Трактат різноманітності культурних особливостей і взаємодії культур. Перетворення традиційних концепцій управління персоналом в якісно нові концептуальні підходи. Управління людськими ресурсами з урахуванням міжнародних відмінностей.

Кроскультурний менеджмент є складовою частиною системи управління світовими ресурсами, завдяки якій забезпечуються розробки технологій навчання продуктивному впровадженню бізнесу з ціллю запобігання міжкультурних конфліктів.

Література

1. Калиберда Л.П. Кросс-культурный менеджмент и формирование культурной компетенции студентов/Л.П. Калиберда // Вісник Київського інституту бізнесу та технологій. — Київ: КІБІТ, 2006, Вип. 1 (4)'2006. — С. 51–54.

2. Петрушенко Ю.М., Голець Т.А. Когнітивна концепція кроскультурного менеджменту / Вісник СумДУ. Серія Економіка. — №1, 2008. — С. 120–128.

3. Приятельчук, О.А. Еволюція та теоретико-методологічне становлення кроскультурного менеджменту / О.А. Приятельчук // Зовнішня торгівля: право та економіка. — 2006. — №4. — С. 131–134.

4. <http://www.mim.kiev.ua/press/news/2009/1593/>

Бобрівник С.Л., старший викладач

Теплюк І.А., старший викладач

Гайдученко С.В., викладач

кафедри іноземних мов і міжкультурної комунікації

ДВНЗ «Київський Національний Економічний Університет імені Вадима Гетьмана»

ВИКОРИСТАННЯ ПРАКТИЧНИХ КРЕАТИВНИХ ТЕХНІК ПЕРЕКЛАДУ АНГЛОМОВНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Анотація. У статті визначається зміст поняття креативних технік перекладу англomовної економічної літератури як особливої риси творчості перекладача. Розглянуто основні характеристики скопос-теорії і пресупозицій, що мають певний вплив на вибір технік перекладу певного економічного тексту.

Ключові слова: креативний переклад, скопос-теорія, пресупозиції, макро- і мікростратегії, техніки перекладу, філологічний і комунікативний переклад.

Abstract. The article deals with the notion of creative techniques in translation of English economic literature as a special feature of translator's creativity. The main features of skopos-theory and presuppositions that have a certain impact on the choice of techniques in the translation of a certain economic text are analysed.

Key words: creative translation, skopos theory, presuppositions, macro- and microstrategies, translator's tools, overt translation and covert translation.

У контексті глобалізації і стрімкого розвитку міжкультурної комунікації переклад, як один з інструментів спілкування, відіграє далеко не останню роль. Переклад визначають як заміщення текстового матеріалу однієї мови на еквівалентний текстовий матеріал іншої мови. Утім, професійні перекладачі не згодні з тим, що переклад — це лише процес заміщення певного тексту. Переклад, на їх думку, є багатоцільовим процесом, спрямованим на різні аудиторії. Тобто, один і той же текст з різними акцентами за змістом може мати різні переклади.

Питання полягає в тому, чи готові перекладачі скористатися нагодою «підключити» свої креативні здібності в процес перекладу. В. Карабан виокремлює десять основних рекомендацій щодо аспектів перекладу:

1) переклад повинен здійснюватись лише на основі слів, затверджених державними стандартами;

2) варто враховувати галузеві особливості, які належать певному слову;

3) використовувати власний еквівалент під час перекладу можна лише тоді, коли його немає у словниках, при цьому слід використовувати довідкову літературу, або ж проконсультуватися у спеціаліста, якщо йдеться про науково-технічну, професійну галузі; принаймні, його можна перекласти описовим шляхом;

4) кожен термін повинен мати конкретне значення, синоніми у тексті перекладу є небажаними та недопустимими;

5) якщо після перекладу в тексті оригіналу було знайдено помилку, пов'язану з написанням слова, перекладач зобов'язаний дати правильний переклад у виносці, попередньо вказавши на помилку;

б) чужі для мови перекладу лексичні одиниці повинні залишатися в перекладі й записуватися в дужках;

7) усі латинські вирази залишаються такими, як і були, і не перекладаються;

8) перекладач не може за власним бажанням скорочувати слова;

9) номенклатури залишаються в оригіналі;

10) усі одиниці фізичних величин, спеціальні знаки мають відповідати технічним стандартам [1].

Метою цієї статті є виявлення креативних технік перекладу, які допоможуть займатися як усним, так і письмовим перекладом, використовувати перекладацькі техніки, і визначити, наскільки творчо перекладач підходить до трансформації змісту певного матеріалу.

Існує поширена помилка, що переклад — це дуже простий процес, який не вимагає багато зусиль від перекладача. Згідно такої думки, перекладач є посередником, який одну мову «перетворює» на іншу. Однак, кваліфікований перекладач вкладає певну частку креативу в свій переклад, перетворюючи таким чином роботу над аутентичним матеріалом в творчий процес. Це саме той факт, що є доречним при перекладі спеціалізованих текстів. Ключем, за допомогою якого досвідчений перекладач вирішує найбільш поширені проблеми, є творчість.

Часто виникає дилема, на що спиратися при перекладі — на форму чи на зміст. Творчість допомагає знайти гармонійний баланс між формою та змістом, і весь процес стає більш схожим на мистецтво, ніж на науку. У той же час, переклад не повинен бути буквальним: перекладач радше передає повне значення аутентичного тексту, охоплюючи культурний контекст. У деяких мовах, наприклад, є ідіоми і прислів'я, які не знайдеш в інших мовах. Тому багато з них при перекладі «підлаштовані» під культурне інформаційне середовище мови перекладу.

Найважливішим фактором в процесі перекладу виступає теорія скопосу, або скопос-теорія (the skoros theory), що визначає функціональний підхід до даного процесу. Г. Вермеєр розвинув цю теорію, щоб визначити мету перекладу певного тексту (тексту перекладу, ТП) [2, с. 224]. Її суть полягає в тому, що незалежно від виду перекладу (усного або письмового) основна увага повинна приділятися функції як оригінального, так і цільового тексту.

Скопос-теорія спрямована на аудиторію, яка визначає вибір стратегій і методів перекладу. Відповідно, «правила теорії скопосу» [3, с. 154] чітко прописують для перекладача завдання здійснювати переклад уважно і згідно зазначеного наміру.

Ще одним важливим поняттям в теорії перекладу є пресупозиції. Згідно з дослідженнями К. Норда, пресупозиції включають всю інформацію, яку очікує (тобто передбачає) перекладач (адресант), щоб зрозуміти світогляд рецептора (адресата) [4, с. 106]. Таким чином, можна сказати, що пресупозиції є невід'ємною частиною комунікативної ситуації, в нашому випадку — тексту, відомого і адресанту, і рецептору, тобто його не потрібно виражати експліцитно. Коли перекладач працює над перекладом певного тексту, він стає рецептором тексту оригіналу (ТО) і, таким чином, занурюється в імпліцитні пресупозиції культури

першоджерела. Отже, пресупозиції з'являються вже в процесі перекладу тексту, змінюючи його на цільовий текст для нових рецепторів в цільовій культурі [4, с. 106].

Використовуються різні методи і техніки перекладу в залежності від типу тексту. Поняття типів текстів К. Райс заснувала на функціональних характеристиках текстів у культурі їх створення і на засобах відображення їх функцій при перекладі на іншу мову. Вона, у свою чергу, визначає переклад як текст, функціонально еквівалентний тексту оригіналу в певній цільовій культурі. Райс виокремлює три головні типи текстів, а саме: інформаційний, експресивний і оперативний [5, с. 72].

Мовною функцією інформаційного тексту є передача фактів. За типом висловлювання він логічний і текст перекладу спрямований на передачу довідкового змісту. Наступний тип тексту — експресивний, мовною функцією якого є вираження думки адресанта (перекладача). За типом висловлювання такий текст є естетичним, отже, текст перекладу спрямований на передачу естетичної, художньої форми. Метод перекладу даного тексту — це метод визначення, адаптація точки зору автора тексту оригіналу. І третій тип тексту — оперативний. Його мовна функція — апелятивна, тобто звернена до тексту рецептора; спрямованість тексту співпадає з мовною апелятивною функцією. Тому текст перекладу повинен виявити бажану відповідь, а метод перекладу — адаптивний, тобто мати еквівалентний вплив [5, с. 73].

Для вірного визначення, як перекладати певний текст, перекладач повинен вибрати відповідні макро- і мікстратегії, які, фактично, і є практичними креативними техніками перекладу.

Макростратегія може бути орієнтована на текст оригіналу (ТО) або на текст перекладу (ТП). А. Schjoldager [3, с. 71] пропонує використання трьох аспектів при виборі макростратегії, орієнтованої на ТО, а саме:

- орієнтир на форму і зміст ТО;
- доведення до рецептора додаткової інформації;
- філологічний переклад.

Слід зазначити, що під філологічним перекладом розуміють такий переклад, у процесі якого детально вибираються мовні засоби, які відповідають особливостям ТО з метою збереження стилістики розповіді і уникнення будь-яких, навіть незначних, змістовних змін [Словник Мультиран, *overt translation*].

Для макростратегії, орієнтованої на ТП, А. Schjoldager [3, с. 72] пропонує такі аспекти:

- фокусування на вплив цільового тексту;
- пошук балансу між головними учасниками комунікації;
- комунікативний переклад.

Комунікативний переклад побудований таким чином, щоб рецептор не відчував, що перед ним не оригінальний текст. Мета цього типу перекладу — створити максимально природний текст на мові перекладу, оминаючи нестандартні особливості тексту оригіналу. Такий переклад забезпечує

безперешкодне розуміння тексту рецептором, але текст втрачає специфічні особливості стилю автора оригіналу [Словник Мультитран, covert translation].

Таким чином, якщо перекладач робить вибір на користь форми і змісту ТО, він стає учасником комунікації, створеній автором тексту, і використовує філологічний переклад, тобто його переклад орієнтований на ТО. І, навпаки, якщо перекладач вибирає форму і зміст ТП, він стає посередником і робить вибір на користь комунікативного перекладу [3, с. 71–72].

Після вибору макростратегій перекладачу необхідно визначитися з мікростратегіями, або техніками перекладу, які діють на рівні слів, виразів і речень [3, с. 89]. Згідно з класифікацією А. Schjoldager [3, с. 92] виділено 12 мікростратегій/технік перекладу, а саме: *пряма передача* (передача інформації без змін), *калькування* (передача структури або дуже близький переклад), *буквальний переклад* (переклад слово в слово), *непрямий переклад* (переклад змісту), *додавання слова* (перетворення імпліцитної інформації на експліцитну), *перифразування* (переклад, близький до вільного), *скорочення* (переклад в короткій формі, який робить експліцитну інформацію імпліцитною), *адаптація* (створення культурологічного ефекту, повного або часткового), *доповнення* (додавання ще одного значення), *заміщення* (зміни в значенні), *вилучення* (вилучення певних елементів тексту) і *трансформація перестановки* (перенесення частини тексту/речення в інше місце в тексті/реченні).

Теорія Лофредо і Пертегелла [6, с. 9] визначає поняття творчості в перекладі. Згідно цієї теорії, творчість розглядається як спонтанний процес, безпосередньо пов'язаний з певною людиною і певною свободою, яка підтримується індивідуалістичною концепцією авторства. Концепція полягає в тому, що автор вільно виражає свою думку та почуття як усно, так і письмово. За своїми функціями і за свободою автора перекладу вищезазначені техніки перекладу можна поділити на більш і менш креативні.

Характерною рисою деяких технік є той факт, що вони не змінюють, не додають у зміст нової інформації і не замінюють лінгвістичні або семантичні значення при перекладі з орієнтацією на ТП. При такому перекладі використовують наступні техніки: *пряма передача*, *калькування*, *прямий переклад* і *непрямий переклад* [3, с. 93–99]. Такі техніки, на нашу думку, не можна вважати креативними.

Решту вісім технік перекладу, а саме: *додавання слова*, *перифразування*, *скорочення*, *адаптація*, *доповнення*, *заміщення*, *вилучення* і *трансформація перестановки*, можна віднести до креативного рівня перекладу. За рівнем креативності від найкреативнішої до менш креативної, перекладацькі техніки можна розташувати наступним чином: *заміщення*, *трансформація перестановки*, *адаптація*, *перифразування*, *додавання*, *вилучення*, *скорочення*.

Як відомо, економічні тексти за походженням є інформаційними, і переклад матеріалу повинен бути чітким, структурованим і логічним. Але великий вплив на переклад мають пресупозиції і реалії культури першоджерела. Тому ключем до успішного перекладу економічного тексту вважається вдале поєднання як

філологічного, так і комунікативного типів перекладу з метою збереження аутентичної економічної лексики в цільовому тексті перекладу.

У даній статті розглядаються деякі креативні техніки перекладу, а саме: трансформація перестановки, перефразування, заміщення і додавання.

Трансформація перестановки, на нашу думку, може вважатися найчастіше вживаною перекладацькою технікою. Під час використання перестановки професійний перекладач змінює порядок розташування мовних елементів тексту оригіналу (ТО), а саме: слів, словосполучень, частин складного речення, або навіть самостійні речення. Використання даної граматичної трансформації обумовлено низкою причин. По-перше, зважаємо на граматичні відмінності ТО та ТП, розбіжності в їх будові, наборі їх форм, конструкцій та граматичних категорій. На цих розбіжностях наголошує В. Карабан, приводячи приклад того, як в українській мові група підмета може міститися після групи присудка, у той час як в англійській мові порядок слів в реченні є більш фіксованим. В такому випадку перебудова речення при перекладі буде необхідною.

One of the major issues facing the American public in the late 20th century had to do with growth. — З економічним зростанням пов'язане одне з найважливіших питань, що стоять перед американським суспільством на порозі третього тисячоліття.

У даному прикладі ми можемо спостерігати класичну трансформацію перестановки, тобто перебудову речення таким чином, щоб група присудка йшла після групи підмета: *one of the major issues* в ТО є підметом, у той час як в ТП *одне з найважливіших питань* трансформується в додаток. Подібні варіанти використання перестановки є доволі розповсюдженими через вищезазначені причини. Але не менш цікавим в перекладацькій діяльності є креативний підхід до цього виду трансформацій, а саме використання перестановки у випадках, які не вважаються обов'язковими до вживання даних граматичних трансформацій. Одним з таких випадків може бути зміна порядку слідування частин складного речення (головного і підрядного).

When monopoly supplants competition, sellers can influence, or "rig", the market in terms of their own self-interests and to the detriment of society as a whole. — Продавці можуть впливати на ринок або маніпулювати на ринку цінами заради власної вигоди та на збиток суспільства в цілому, у випадку коли монополія заступає на місце конкуренції.

На даному прикладі ми прослідковуємо зміну послідовності підрядного і головного речення при перекладі, хоча дана трансформація не може вважатися необхідною, а скоріше вона обумовлена творчим підходом перекладача до перекладу.

До використання перестановки в якості креативної техніки перекладу, на нашу думку, належать ті випадки, коли переклад вимагає емоційного забарвлення або підкреслення (виділення) того або іншого члена речення.

In the United States, about three-fourths of all payments are made by check. — Майже три чверті усіх виплат у Сполучених Штатах здійснюються за чеками.

Автор даного перекладу за допомогою трансформації перестановки зміг вдало привернути увагу до кількості виплат в США. Поставивши фразу *майже три чверті усіх виплат* на початок речення, перекладач підкреслює таку важливу економічну реалію, робить її «більш помітною» для читача.

Креативна техніка перекладу перефразування використовується в таких випадках, коли необхідно залучити додаткові засоби вираження сенсу ТО мовними засобами ТП, які стилістично поліпшують структуру і повідомлення ТО. Перефразування спрямоване на збереження основного змісту ТО, але в такий спосіб перекладач дає зрозуміти, наскільки він переосмислив ТО, який не можна перекласти іншими засобами ТП. Так, при перекладі потребують уваги фразеологічні вирази, які не можна перекласти буквально.

Isn't the sign of a good central bank its willingness to turn a deaf ear to calls for monetary expansion, whatever the circumstances? — Чи не є ознакою хорошого центрального банку його готовність не зважати на зростання грошової маси за будь-яких обставин?

У наданому прикладі буквальный переклад підкресленого виразу *to turn a deaf ear to* був би недоречним і таким, що спотворює зміст повідомлення. Перефразування інколи використовують з іншими техніками перекладу в одному реченні. У нашому прикладі фраза *calls for* була не перекладена, щоб не завантажувати зміст тексту (перекладацька техніка вилучення).

Наступний термін взятий з новин CNN, США: *Gulf Arab politicians* — *політики арабських країн Перської затоки*. Фраза англійською лаконічна, потребує розширення і перекладається методом інверсії з «розшифруванням» *Arab* і *Gulf*. Перефразування можна вважати скоріше стилістичною технікою перекладу, ніж граматичною.

Наступна перекладацька трансформація заміщення [7, с. 36] відноситься до граматичних трансформацій. При перекладі перебудова речення може бути частковою, якщо замінюються другорядні члени речення, або повною, якщо відбувається заміна головних членів речення.

Different economic spheres. — *Різні галузі економіки.*

В українській мові звичним сполученням є *галузі економіки*, а не *економічні галузі*, тому в наведеному прикладі прикметник замінюється іменником.

Особливо часто необхідно вдаватися до заміни при перекладі складних прикметників, які складаються з дієприкметника минулого часу і якого-небудь визначального слова, наприклад:

Our youth is air-minded. — *Наша молодь цікавиться авіацією.*

Hard-dressed economy. — *Економіка в тяжкому становищі.*

У наведених прикладах складні прикметники *air-minded* і *hard-dressed* замінюються дієсловами. У подібних випадках необхідно застосовувати пояснювальний переклад за допомогою навіть цілих речень.

Не менш поширеною перекладацькою трансформацією є додавання слова. Як відомо, смисл кожного тексту складається з експліцитної (безпосередньо вираженої) та імпліцитної (не вираженої в поверховій структурі) частин. З використанням додавання певні фрагменти імпліцитного смислу оригіналу

переходять в експліцитну частину тексту перекладу. Мова не йдеться про зміни смислу оригіналу через додавання до його загального смислу. Дана лексична трансформація полягає у введенні в переклад лексичних елементів, що відсутні в оригіналі, з метою правильної передачі смислу речення оригіналу та дотримання мовленнєвих і мовних норм, які існують в культурі мови перекладу [1, с. 308]. Наприклад:

Goods and services of a quality and price to compete with others. — *Товари та послуги достатньої якості та за конкурентноспроможною ціною* (додавання прикметників).

More than a few toppled into bankruptsy, and some became insolvent. — *Багато людей зазнали банкрутства або стали неплатоспроможними* (додавання іменника).

The investment is made when sales volumes and market knowledge have grown sufficiently. — *Капіталовкладення робиться, коли обсяг продажу істотно зростає, та накопичується достатньо відомостей про стан ринку* (додавання частини речення).

У наведених прикладах виділені слова відсутні в експліцитній структурі оригіналу, але їхній зміст імпліцитно присутній в тексті.

При перекладі певних складних слів іноді доводиться вводити додаткові лексичні елементи з метою дотримання норм мови перекладу та забезпечення більшої вмотивованості та зрозумілості перекладених слів, наприклад: *public services* — *послуги, що входять до компетенції державних установ*; *average* — *середня величина*; *major industries* — *базові галузі господарства*; *capital goods* — *товари виробничого призначення*.

Додавання слів у багатьох випадках диктується застосуванням описового перекладу:

There has been a large increase in the number of people in part-time jobs. — *Значно зросла кількість людей, зайнятих на місцях неповний робочий день*.

Like a limited company, a public corporation is a legal entity. — *На зразок компанії з обмеженою відповідальністю, державна корпорація є юридичною особою*.

Як ми побачили, трансформація додавання потребує належного знання мови перекладу та певної креативності перекладача при застосуванні її норм.

Отже, доцільно буде зазначити, що використання креативних технік при перекладі є досить розповсюдженим явищем як серед професійних перекладачів, так і серед тих, хто тільки починає знайомитися з аспектами перекладознавства. Дані техніки можуть виступати в якості обов'язкового перекладацького елементу. Але існують не поодинокі випадки, коли перекладач може «захопитися» використанням цих технік у процесі перекладу, що призводить до спотворення змісту. Тому, на нашу думку, виконуючи переклад, зокрема, економічних текстів необхідно перш за все пам'ятати, що адекватність і чітка передача змісту є головними показниками успішної роботи перекладача.

Таким чином, перекладач повинен бути помірним у використанні креативного підходу та його основним завданням є знайти вдалий баланс

використання усіх перекладацьких технік, що є необхідними під час його роботи. Саме професійні якості перекладача та його вміння знаходити «золоту середину» у використанні існуючих технік вважаються показником для створення вдалого перекладу. Коли йдеться про креативність, то окрім вищезазначених причин і випадків використання перекладацьких технік, існує велика кількість факторів, які напряму залежать від автора перекладу, його світосприйняття, логічності висловлювання думки, та навіть естетичного смаку.

Література

1. Карабан В.І. Переклад англійської наукової і технічної літератури. Граматичні труднощі, лексичні, термінологічні та жанрово-стилістичні проблеми / В.І. Карабан. — Вінниця: Нова книга, 2004. — 576 с.
2. Теорія і практика перекладу. (М. Полюжин, Н. Максимчук, Л. Омельченко). — К.: УМК ВО, 1991. — 96 с.
3. Loffredo, Eugenia & Manuela Perteghella and contributors (2006). Translation and Creativity: Perspectives on Creative Writing and Translation Studies. London/New York: Continuum.
4. Nord, Christiane (2005). Text analysis in translation. Theory, methodology, and didactic application of a model for Translation-Oriented Textual Analysis. Second edition. Amsterdam/New York: Rodopi.
5. Reiss, K. Vermeer, H.J. Grundlegung einer allgemeinen Translationstheorie. Tübingen, 1984.
6. Schjoldager, Anne (2008). Understanding Translation. Aarhus: Academica.
7. Vermeer, Hans J. (2000) Skopos and commission in translational action in Venuti, Lawrence (ed) The translation studies reader. Routledge.

Borowska A.
University of Warsaw

IS THERE ANY DOMINANT CULTURE IN GLOBAL AERONAUTICAL SETTINGS?

***Abstract.** This article investigates the existence of dominant culture in global aeronautical settings. The author presents the nature of aeronautical communication and classifies its users into two main groups: native and non-native speakers of English. Traditionally, presented high-risk aviation environment is devoid of any cultural models to follow. However, the author demonstrates how a human factor may modify prescribed rules and points to the real-life examples of dominant culture observed in aeronautical communication. The article hopes to contribute to intercultural aeronautical communication as well as multiculturalism.*

***Key words:** dominant culture, aeronautical communication, Aeronautical English, multicultural communication.*

1. Introduction

Without proper communication, air travel would constitute one of the most high-

risk environments today. International aeronautical communication takes place between pilots and air traffic controllers, but also between pilots of different aircraft or pilots and ground services, and makes aircraft reach its destination smoothly. Otherwise, it would not be possible to instruct, advise or support a pilot. Moreover, it works both ways as pilots can also inform controllers about various non-standard occurrences or even point to potential problems. The rules of such communication are standardised around the world so as to enable all aviation professionals to follow the regulations and consequently avoid miscomprehension. Firstly, there are general aeronautical rules [1], such as air traffic rules [1], aerodrome operations, personnel licensing. Secondly, there are those that refer to language, such as using Aeronautical English (traditionally also called Aviation English) which has been the official language for aviation since 1951 (introduced by the International Civil Aviation Organization — ICAO).

According to the ICAO *Standards and Recommended Practices* (SARPs), each ICAO state is required to establish a safety program to achieve an acceptable level of safety in aviation operations because only common safety rules constitute the backbone of the aviation safety system:

They provide for a uniform level of requirements for operators, manufacturers and aviation personnel, thus facilitating the flow of products, persons and services in the internal market, and allowing for mutual recognition of safety certificates, reducing the administrative burden and workload for the national authorities and the industry [2].

Although ICAO regulatory documents indicate English as the language of global aviation, they do not indicate any particular model which aeronautical communication participants may follow. All the operational personnel is supposed to be familiar with first of all, standard phraseology [3] — a strictly prescribed code for routine situations, based on English, for all stages of flight, and ‘plain English’ for non-routine occurrences. The only overall recommendation that the ICAO provides for pilots and controllers is to be straightforward and construct clear utterances so as to be easily understood:

Plain language in aeronautical radiotelephony communications means the spontaneous, creative and non-coded use of a given natural language, although constrained by the functions and topics (aviation and non-aviation) that are required by aeronautical radiotelephony communications, as well as by specific safety-critical requirements for intelligibility, directness, appropriacy, non-ambiguity and concision.

(ICAO Doc. 9835 2010: 3.3.14)

Thus, pilots and air traffic controllers are required to be able to communicate proficiently using both ICAO standard phraseology and ‘plain English’ (ICAO 2010) that is also called in literature Plain Aviation English (Bieswanger 2016) and Plain Aeronautical English (Borowska 2017). This fact constitutes an important factor for multicultural aeronautical communication.

2. Aeronautical English context

Generally speaking, Aeronautical English users may be divided into two groups:

1 Annex 2 to the Convention on International Civil Aviation: *Rules of the Air* (ICAO 2005).

2 https://ec.europa.eu/transport/modes/air/safety/safety-rules_en

3 For linguistic description of standard phraseology, see Borowska (2017).

non-native speakers of English who constitute a great majority of users in aeronautical settings, and native speakers of English. Contrary to general assumptions (e.g. native speakers of English do not have to learn any rules of standard phraseology or plain English), both groups have to study coded phraseology as well as be able to express themselves in Plain Aeronautical English. This fact has been also noted by Estival (2016: 51):

It is a specific code with conventions outside of 'natural' English, which needs to be learned on its own terms. ... there are two types of evidence to support this observation. First, NESs⁴ do not understand AE⁵ when they are exposed to it without training. Everyone hearing radiotelephony (R/T) communications for the first time, even when being told what is happening, will comment that they cannot understand most of what is being said and it does takes a certain amount of time for student pilots to get used to it.

(Estival 2016: 51)

Moreover, the ICAO requirements emphasise that «The burden of improving radiotelephony communications should be shared by native and non-native speakers» (ICAO 2010 Doc. 9835). Therefore, the fact that the Aeronautical English is based on natural English does not mean that native speakers of English are released from 'learning' it.

Globalisation gave rise to multicultural aviation context, in which different nationalities and cultures come into contact. As suggested above, the norms of aeronautical interaction are considerably different from those of everyday conversations as they are highly regulated, with precise rules about who can speak, and what they can say, and how they can say it (cf. Conley and O'Barr 1990). In civil aviation today, cross-cultural contact is the norm rather than the exception. In such a global context, cultural interfaces are a daily reality (Merritt and Maurino 2004):

The safety case surrounding cultural interfaces in aviation seeks to broaden the horizon even further, showing how members of one culture can incur confusion, misunderstanding, and misapplication when encountering members or artifacts of another culture.

(Merritt and Maurino 2004: 149)

According to Merritt and Maurino (2004), as soon as we encounter members or artifacts from another culture, these cultural efficiencies are challenged and the opposite occurs. The world becomes less predictable, more uncertain, and requires more mental effort.

Consequently, such multicultural environment has also led to communication difficulties which should be solved on a regular basis by aeronautical communication participants. On the one hand, global aeronautical communication does not follow any cultural model, but only its prescribed technical rules, so aeronautical settings by definition are not dominated by any culture. On the other hand, there is also a human factor involved in the aeronautical communication process. The fact that it is the

4 Native English Speakers.

5 AE refers here to Aeronautical English.

English language spoken in the airspace seems to cause hierarchical relations at times. Thus, in order to examine the way in which such culturally and linguistically diverse participants interact with one another and what sort of barriers to effective communication the participants face when performing their professional tasks, we should investigate if there are any examples of dominant culture in international aeronautical settings.

3. A dominant culture

According to *A Dictionary of Sociology* (1998), a *dominant culture* is one that is able, through economic or political power, to impose its values, language, and ways of behaving on a subordinate culture or cultures. This may be achieved through legal or political suppression of other sets of values and patterns of behaviour, or by monopolising the media of communication. Furthermore, a dominant culture is also perceived as the prominent cultural group in an area that is not influenced by other cultures that may come to the country or region. In the United States, for example, cultures that immigrate to the country pick up the dominant American culture (Sorrells 2013). A similar phenomenon may be observed during aeronautical communication.

As it is still the type of English used, a number of native speakers may think minority groups that follow their own culturally expected norms of interaction behave inappropriately. For example, a conversational silence is valued differently by different cultural groups. Another example (see below) shows that when a native English controller is pushing a non-native English pilot to answer his question, the pilot may be reluctant to say anything as he/she regards the controller as being rude. The American controller, on the other hand, expects the pilot to provide answers without any hesitation (cf. Eades 2007). Multicultural communication is especially challenging when members of minority groups are not familiar with the discourse practices of the dominant culture as well as have limited proficiency in the majority language (cf. Hafner 2012: 527). As a matter of fact, when non-native speakers of English communicate with one another, they do not need the assistance of a native speaker. Now these are native speakers who should understand the fact that they use a global language, not their mother tongue (i.e. natural English), and they should also adapt to a new situation because they are no longer on top with their accents and communication techniques (Borowska 2016).

Aside from linguistic matters, communication with limited proficiency individuals can be complicated because they adhere to different underlying cultural values (Hafner 2012: 528). According to Hall's concept (1959, 1966, 1976, 1983) of high-context and low-context cultures, the cultures are based on different assumptions. Therefore, when practitioners of those two different systems come into contact, some challenges may arise (cf. Hafner 2012: 530) as communication style refers to ways of expressing oneself. In a high context culture, people tend to speak one after another in a linear way, so the speaker is seldom interrupted. Moreover, communication involves more of the information in the physical context or internalised in the person; greater confidence is placed in the nonverbal aspects of communication than the verbal aspects (Hall 1976). In a low context culture, meanings are explicitly stated through language. People communicating usually expect explanations when something remains unclear. As Hall (1976) explains, most information is expected to be in the transmitted message in order

to make up for what is missing in the context. Furthermore, those who talk a lot, especially in their own language and in their own environment, have the best conditions to have power, so they may easily become the representatives of dominant culture, as in the following example:

Exchange (1)

Controller (native speaker of English): ETD503, where you park?

Pilot: Bravo 23, sir.

Controller: Not taxiway, the letter! [shouting]

Pilot: Oh, negative sir, we are on 22R holding short of Foxtrot.

Controller: What taxiway do you enter the ramp?! [shouting]

Pilot: OK, so we just exit the runway and we're holding short of Foxtrot on 22R.

Controller: You are not listening to what I'm asking you. What taxiway do you enter the ramp?

Pilot: I'm not on the ramp yet, sir.

Controller ATCO: What taxiway do you enter the ramp? Tell me. What letter? [commanding manner]

Pilot: OK, we can enter at Kilo for Etihad 503.

Controller ATCO: That's what I need get out of you, we talked 6 times. Straight ahead and hold short of Hotel, sir.

Further instructions follow

Pilot: Next time I would like you to be polite with me. Thank you.

(www.liveatc.net: JFK, 2014)

In the example above, an American controller is a representative of a low-context culture, whilst a pilot is a representative of a high-context culture. The American controller uses informal language and manifests he has power by shouting at the pilot, whilst a pilot performs his duties according to his perception of interpersonal professional communication, although he is irritated by the controller's attitude. Moreover, a unique dialect (here strong American accent) is hardly ever understood by non-native speakers, especially those of an operational level (ICAO level 4) in communication (Borowska 2016). Finally, the pilot gives his opinion about controller's behaviour in a very polite manner.

People in the dominant group [culture], due to nationality, do not need to understand the viewpoint of subordinated groups and often have a vested interest in not understanding the positions of subordinated others in order to maintain their own dominance (Sorrells 2013). Therefore, in aeronautical settings, Americans are often blamed of ethnocentrism, i.e. their way of thinking and acting in the given context is superior to others. There are communication patterns that are understood to be 'typical' of American controllers, e.g. the use of slang, chatty style, informal expressions and ironic comments. The dominant culture of a society also establishes its mainstream social customs. The following exchanges (2) and (3) are examples of pilot's assimilation to a dominant culture:

Exchange (2)

Pilot: Can you find somebody to park us here?

Controller (native speaker of English): No, I can't, 'cause I'm the ground

controller sir. I can barely get you to the ramp.

Pilot: Haha Sorry! Wrong frequency!

(www.liveatc.net: JFK)

The pilot does not consider controller's behaviour as improper. Moreover, he is also sorry for his mistake. Assimilation is hardly ever possible among temporary visitors engaged in relatively short-term cross-cultural adaptation experiences. One needs to know how a given cultural aspect functions in order to assimilate more easily.

Exchange (3)

Pilot: Ground, hello, Turkish2!

Controller (native speaker of English): Turkish2, are you ready for taxi, or just saying 'hi'?

Pilot: Yes, we're ready for taxi, Turkish2.

(www.liveatc.net: JFK)

The pilot follows American controller's (a representative of dominant culture here) attitude and also deviates from standard phraseology. Such behaviour is caused by the cultural patterns of the dominant group which become the norm in the given context. Therefore, we can say that culture influences how we use the language.

The globalised context of aviation makes ethnocentric approach extremely problematic. The assumption that one's own group is superior to others, one's language better, can result in conflict and discrimination (Sorrells 2013), as in exchange (1) and exchange (4):

Exchange (4)

Controller (native speaker of English): Why do you have to push on to Alpha, with all that room in the alleyway?

Pilot: [silence]

Controller: I don't know. Forget it, just push back on Alpha, I know it's a tough question.

(www.liveatc.net: JFK)

In exchange (4), the controller seems not to be interested in the pilot's answer as he does not wait for such answer.

The role of Aeronautical English communication is, *inter alia*, to remove potential language and cultural barriers and place a non-native speaker of English in a position as similar as possible to that of a native speaker of English. This analysis shows that such aim is not always achieved. Although people would not be deprived of culture, they may be equipped with a cross-cultural awareness. All the participants of aeronautical communication should be aware of the possible problems their linguistic behaviour may raise during interaction with interlocutors of different culture. Non-native speakers of English' target language may be highly influenced by the syntax, semantics and pronunciation of their own mother tongue. Therefore, there may exist a discrepancy between a performance of those engaged in a conversation and what a native speaker expects a conversation to sound like. Such awareness can often reinforce communication, reduce coordination time between a pilot and controller and help to solve operational problems (Borowska 2016). Both sides should be trained how to resolve challenges of intercultural communication because an effective communication

strategy begins with the understanding that the sender and the receiver of the message are from different cultures and backgrounds. Moreover, the aim of such training should be ‘an intercultural speaker’ of aeronautical communication.

Therefore, aeronautical communication calls for intercultural speakers who are characterised by «sensitivity towards other people and cultures coupled with self-reflexivity» (Wilkinson 2012). Moreover, this type of speaker is not bound to specific cultures or languages, but is competent in mediating across borders (ibid: 296). More investigations of intercultural discourse could help to better understand the types of interactions, interlocutors’ speech act behaviour in these situations, the nature of intercultural misunderstandings and negotiation strategies, if any, employed by discourse participants in order to repair and build relationships (Jackson 2012: 460).

4. Conclusion

Traditionally, there is no prescribed dominant culture in aeronautical settings. However, real-life examples show the opposite. In some circles, the fact that English has been chosen as a language for aviation presupposes the interpretation that native speakers of English, though in great minority in aeronautical settings, are an example of dominant culture. To this end, they impose on their non-native interlocutors the way they use their language as well as the cultural context.

Hopefully, aeronautical settings are full of intercultural speakers who not only ‘communicate’, but also ‘mediate’ across linguistic and cultural boundaries. In other words, intercultural speakers possess linguistic and cultural knowledge and awareness and also interpreting and negotiating skills. Therefore, they not only act on behalf of themselves and their interlocutor(s), but also on behalf of the larger sociocultural groupings to which they belong (Wilkinson 2012: 297).

References

1. A Dictionary of Sociology (1998) Oxford University Press.
2. Bieswanger, M. (2016) ‘Aviation English: Two distinct specialised registers?’, in C. Schubert and C. Sanchez-Stockhammer (eds) *Variational Text Linguistics Revisiting Register in English*, De Gruyter, p. 67–86.
3. Borowska, A. (2016) ‘Do Expert Speakers Need to Practice a Language?’, in A. Borowska and A. Enright (eds) *Changing Perspectives on Aviation English Training*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Instytutu Komunikacji Specjalistycznej i Interkulturowej, Uniwersytet Warszawski, p. 61–72.
4. Borowska, A. (2017) *Avialinguistics. The Study of Language for Aviation Purposes*, Frankfurt am Main: Peter Lang (in print).
5. Conley, J.M. and O’Barr, W.M. (1990) *Rules versus Relationships: the Ethnography of Legal Discourse*, Chicago, IL: University of Chicago Press.
6. Eades, D. (2007) ‘Aboriginal English in the criminal justice system’, in G. Leitner and I. Malcolm (eds) *The Habitat of Australia’s Aboriginal Language: Past, Present and Future*, Berlin: Mouton de Gruyter, p. 299–326.
7. Estival, D. (2016) ‘Aviation English: A linguistic description’, in D. Estival, C. Farris, and B. Molesworth, *Aviation English: a Lingua Franca for Pilots and Air*

- Traffic Controllers, Abingdon, Oxon; New York, NY: Routledge, p. 22–53.
8. Hafner, C. A. (2012) ‘Legal contexts’, in J. Jackson (ed.) Routledge Handbook of Language and Intercultural Communication, London and New York: Routledge Taylor & Francis Group, p. 523–536.
 9. Hall, E. (1959) The Silent Language. New York: Doubleday.
 10. Hall, E. (1966) The Hidden Dimension. New York: Doubleday.
 11. Hall, E. (1976) Beyond Culture. New York: Doubleday.
 12. Hall, E. (1983) The Dance of Life: The Other Dimension of Time. New York: Doubleday.
 13. ICAO (2010) Doc. 9835. Manual on the Implementation of ICAO Language Proficiency Requirements, 2nd edition, Montreal: ICAO.
 14. Jackson, J. (2012) ‘Education abroad’, in J. Jackson (ed.) Routledge Handbook of Language and Intercultural Communication, London and New York: Routledge Taylor & Francis Group, p. 449–463.
 15. Merritt, A. and Maurino, D. (2004) ‘Cross-cultural Factors in Aviation Safety’, Advances in Human Performance and Cognitive Engineering Research, Elsevier Ltd., Vol. 4: 147–181.
 16. Nishimura, S., Nevgi, A. and Tella, S. (2008) ‘Communication Style and Cultural Features in High/Low Context Communication Cultures: A Case Study of Finland, Japan and India’, pp. 783–796. (Retrieved from <http://www.helsinki.fi/~tella/nishimuranevgitella299.pdf> on 05.02.2017).
 17. Sorrells, K. (2013) Intercultural Communication: Globalization and Social Justice, Sage Publications.
 18. Wilkinson, J. (2012) ‘The intercultural speaker and the acquisition of intercultural/global competence’, in J. Jackson (ed.) Routledge Handbook of Language and Intercultural Communication, London and New York: Routledge Taylor & Francis Group, p. 296–309.
 19. www.liveatc.net

Драб Н.Л.

доцент кафедри іноземних мов і міжкультурної комунікації

Костюк Т.О.

викладач кафедри іноземних мов і міжкультурної комунікації

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

СПЕЦИФІКА УСНОЇ ДІЛОВОЇ ПРЕЗЕНТАЦІЇ НА УРОКАХ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ ЯК ІНСТРУМЕНТУ ЗАКРІПЛЕННЯ ЗНАНЬ У СТУДЕНТІВ ВНЗ УКРАЇНИ

***Анотація.** У даній статті розглядається усна ділова презентація під час уроків англійської мови як важливий елемент впливу на закріплення знань студентами та формування їх власного стилю мовлення в іноземній мові. Визначаються критерії, яких має дотримуватися студент під час презентації, а також надаються рекомендації щодо вибору її тематики.*

***Ключові слова:** ділова презентація, вивчення англійської мови, іноземне ділове мовлення, ділова англійська.*

***Abstract.** This article analyzes business presentation at English lessons as an important part of the lesson with the aim of strengthening knowledge and forming their own style of speaking. The authors determine the criteria which students must follow while making the presentation. The article also gives recommendations concerning the choice of topics for business presentations.*

***Key words:** business presentation, learning English, speaking foreign languages, business English.*

У сучасних умовах головним завданням викладача залишається не лише передача знань, а ще й контроль за їх закріпленням у студентів та сприяння їхньому вільному володінню матеріалом. До того ж, в умовах глобалізації опанування англійської мови є впливовим елементом у становленні студента як майбутнього фахівця. Ділова презентація є надзвичайно важливою складовою для закріплення знань, отриманих студентами вищих навчальних закладів у процесі їх навчання. За рахунок того, що даний вид презентації характеризується використанням офіційно-ділової лексики, різноманітних сталих висловів та синтаксичних конструкцій, вона сприяє осмисленню студентами специфіки іноземної мови та допомагає визначитися із їх власним стилем під час спілкування англійською.

Цінність ділової презентації у процесі закріплення знань та формування стилю мовлення обґрунтовується певними психологічними чинниками. Такі дослідники в галузі психології, як Ахутіна, Сагач, Юніна та інші, визначають, що на мовленнєву діяльність людини дуже сильно впливають визначені межі такої діяльності. Тут йдеться про те, що визначення стилю презентації автоматично визначає спосіб висловлювання того, хто її проводить. Згідно з цим при отриманні завдання студент орієнтується на ділове мовлення, і його специфіка впливатиме на подальший стиль висловлювання студента іноземною мовою. До того ж, потреба у професійному спілкуванні є основою ділового мовлення, і таким чином впливає на комунікативний намір, метою якого є передача та підтвердження інформації. Тобто отримання завдання в даних межах спонукає студента до якісного його виконання.

Для того, щоб у процесі ділової презентації студент отримав максимальну користь, необхідно дотримуватися основних принципів, а саме: точності та детальності викладу матеріалу, офіційного (неособистого) характеру, логічності та аргументованості. За умов виконання даних вимог до презентації студент точно оволодіє інформацією, що пов'язано з оформленням та структуризацією усіх вмінь та навичок того, хто презентує. Крім того, дотримання вказаних правил можливе, лише якщо ним використовується спеціальна термінологія, а також особливі граматичні конструкції (використання дієслів у третій особі, часте вживання інфінітивів, надання переваги складним реченням тощо). Щодо характеристик ділової презентації, то дослідники Коломієць (1994), Литньова (1993) визначають такі фактори, як зверненість, ініціативність, тематичність, модальність, єдність внутрішньої структури спілкування через професійну зумовленість.

Важливим є проведення студентами презентації перед аудиторією, що якісно впливає на формування їх комунікативних якостей, а також зменшує страх перед

майбутнім професійним життям, де проведення ділових зустрічей (часто англійською) є невід'ємною складовою. Саме тому, при визначенні теми презентації важливо орієнтуватися на специфіку спеціальності навчання. Таким чином, для студентів-економістів корисною буде підготовка презентацій на тему актуальних економічних досліджень, що дозволяє закріпити у пам'яті не тільки професійну лексику, а ще й знання, здобуті на лекціях з інших предметів.

Проведена презентація повинна закріплюватися подальшою дискусією, адже це фаза, на якій студент може отримати зворотній зв'язок, зрозуміти вплив на аудиторію. Саме зацікавленість з боку слухачів спонукає до подальшого вивчення предмету, а також зменшує потенційний страх перед усним спілкуванням англійською. Але при цьому мовчання як прояв відсутності інтересу чи довіри до того, хто виступає, може навпаки збільшити його подальший страх перед публічними виступами. Саме тому викладач повинен стимулювати обговорення за рахунок додаткових запитань.

Як зазначалося вище, максимальна ефективність презентації під час навчання визначається правильним дотриманням умов ділового мовлення. До цього слід також віднести візуальну підтримку під час мовлення (роздатковий матеріал, комп'ютерна презентація). Крім того, важливим є і розуміння лінгвістичних особливостей усної ділової презентації, тобто її зовнішні ознаки, що проявляються на лексичному, граматичному та фонетичному рівнях. До комунікативних типів монологічного висловлювання під час ділового мовлення можна віднести наступні: опис або повідомлення про події (інформативна складова), переконання та спонукання до дії чи висловлювання з метою запобігання дії (складова впливу). Розрізняють також емоційні та модальні висловлювання. Також можна виділити розповідь, опис, переказ, відображення, характеристику, переконання та роздум. Вони реалізуються через такі функції, як пізнавальна, експресивна, регулятивна та контактостановлювальна. Якщо до зазначених характеристик додати особливості моделювання, то видається можливим розіграти реальні життєві ситуації в процесі навчання. Саме тому проведення презентації на особливо актуальні теми максимально занурює у реалії ділового життя. Організація навчальної діяльності відбувається через вирішення комунікативних завдань, що вмотивовані тематичністю мовленнєвого матеріалу та спрямовані на досягнення мети та напряду усного спілкування іноземною мовою.

Незважаючи на всі вказані особливості ділової презентації, слід зазначити, що ділове мовлення не забороняє використання абстрактних понять, хоча й не так часто, як у писемній формі. Через притаманний презентації характер спілкування спостерігається спрощеність мовних конструкцій (словосполучень, яким властива певна граматична та лексична побудова) та використання так званих мовленнєвих штампів. Це спрощення дозволяє презентатору швидко та з мінімальною напругою формулювати висловлювання. Таким чином, студент може вільно обирати словосполучення для власного виступу, незважаючи на зазначені рамки. Водночас, дані спрощення мають обов'язково компенсуватися відповідною інтонацією, що передає зміст ділового стилю. Тобто в процесі виступу

практикуються комунікативні навички презентатора.

Обов'язковою вимогою до презентації є і правильність мовлення, що пов'язана з відсутністю граматичних та лексичних помилок. Таким чином, процес підготовки до презентації має включати ретельний розгляд тексту, аналіз всіх можливих помилок з акцентом на граматиці. Завдяки цьому відбувається не тільки засвоєння відповідних фахових термінів іноземною мовою, а ще й граматичних конструкцій. Незважаючи на те, що норми усного мовлення не є такими обмеженими, як у писемній формі, грубі помилки не є допустимими. Це пов'язано з тим, що помилки під час виступу заважають сприйняттю інформації аудиторією, виникають сумніви у змісті всієї презентації. Саме тому викладач має чітко формулювати вимоги до завдання, пояснюючи можливі наслідки його невиконання.

Слід звернути увагу і на вживання слів у контексті виступу. Важливим є правильне використання конструкцій, що не спотворює їх значення, адже це може вплинути на зміст презентації в цілому. Виконуючи цю вимогу, студент має звернутися до тлумачних словників, що також допоможе запам'ятати певні слова, адже в процесі пошуку активізується процес вивчення, отримується мотивація до нього. Мовленнєва недостатність під час ділової презентації та стилістичні помилки відбуваються також через неправильний вибір синонімів або ж взагалі їх уникання, що призводить до постійних повторів. Саме тому важливим є і збагачення мовлення студента через пошук максимальної кількості слів для використання під час виступу. Цей процес також включає в себе вивчення словників, звернення уваги на словник синонімів та антонімів. Таким чином, наступною вимогою до виступу студента має бути якомога багатше мовлення, заборона на часті повтори.

Важливо зосередитися і на лаконічності виступу. Здатність стисло обґрунтувати думку та швидко її донести яскраво демонструє рівень володіння інформацією. Необхідно уникати непотрібної деталізації та беззмістовних висловів. Оскільки ми зосереджуємося на діловій презентації, то потрібно враховувати закони бізнесу, де кожна хвилина має важливе значення. Таким чином, потрібно вказувати конкретний час презентації у вимогах до неї. У межах навчального процесу оптимальна тривалість виступу 15 хвилин, плюс час на обговорення. Якщо обговорення триває приблизно стільки ж, скільки ж і презентація, то можна говорити про його успішність. Дискусія, що зайняла менше 10 хвилин, показує слабку зацікавленість слухачів. У випадку, якщо час на запитання перевищує 20 хвилин, можна припустити невдалу презентацію, що хоч і зацікавила своєю тематикою, але не змогла виправдати очікування аудиторії.

Незважаючи на необхідність вживання специфічних термінів під час офіційного мовлення, важливо зробити презентацію доступною, орієнтуючись на рівень обізнаності слухачів. Таким чином, за умови проведення заняття з аудиторією студентів, напрямки навчання яких відрізняються, потрібно зосередити увагу презентатора на максимальному тлумаченні можливих фахових висловів, адже метою даного завдання є не тільки закріплення знань того, хто виступає, а також і слухачів. Якщо присутні матимуть складнощі із розумінням

інформації, то можлива втрата зацікавленості та ігнорування певної частини виступу. Допомогти може зосередження на особливо складних моментах тематики, використання аргументації на базі прикладів, проведення аналогій. Водночас, приклади мають бути лаконічними, щоб не спростити загальний стиль презентації.

Отже, нами були розглянуті основні принципи та вимоги ділової презентації, що проводиться студентами на заняттях з англійської мови. Було виявлено, що за умов правильної підготовки до виступу студент має можливість збільшити власний обсяг знань, закріпити інформацію, отриману від викладача на заняттях з іноземної мови. Процес виступу включає в себе використання широкого спектру граматичних та фонетичних особливостей англійської мови, а застосування комунікативних навичок презентатора, логічна побудова доповіді породжують зацікавленість слухачів та сприяють засвоєнню інформації аудиторією.

Література

1. Програма з англійської мови для професійного спілкування / [Бакаєва Г.Є., Борисенко О.А., Зуєнок І.І. та ін.]. — К.: Ленвіт, 2005 — 119 с.
2. Westhoff G. Content design and methodology of seminars, workshops and congresses / G. Westhoff, A. Drougas. — Strasbourg: European Centre for Modern Languages, Council of Europe Publishing, 2002. — 49 p.

Завідонова Н.І.

старший викладач

кафедри іноземних мов факультету маркетингу

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

ВДОСКОНАЛЕННЯ НАВИЧОК АКАДЕМІЧНОЇ ПИСЕМНОСТІ, ЯК ЗАПОРУКА УСПІХУ СТУДЕНТІВ В МАЙБУТНІЙ ПРОФЕСІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

***Анотація.** Розглядаються проблеми навчання академічної писемності та шляхи їх вирішення. Аналізується структура та вимоги до різних типів письмових робіт. Наголошується на значенні навичок академічної писемності у майбутній професійній діяльності студентів.*

***Ключові слова:** мовленнєва діяльність; практичне, академічне та креативне письмо; реферат, есе, сканування тексту, аргументативне есе, технологічне есе, офіційний діловий стиль, офіційна переписка, службовий документ.*

***Abstract.** The article researches the problems of teaching academic writing and shows the ways to solve them. It also analyzes the structure and the main requirements to different types of writing. The article stresses that the skills of academic writing have a great impact on the future professional activity of the students.*

***Key words:** language activity; practical, academic and creative writing; abstract, essay, scanning the text, argumentative essay, technological essay, official business style, official correspondence, in-house document.*

Наша держава переживає часи незворотного процесу інтегрування в глобальний світ. Це відображається в усіх сферах життєдіяльності суспільства. Розширюються зовнішні, політичні, економічні, культурні зв'язки. Беззаперечно це впливає на розширення особистих контактів усіх учасників процесу глобалізації. Збільшуються обсяги письмових контактів через сучасні засоби спілкування, як то електронна пошта, Viber, WhatsApp, Skype та інші. При розробці програм вивчення іноземних мов у вищих навчальних закладах варто брати до уваги той факт, що поряд з розвитком умінь та навичок усної мовленнєвої діяльності, існує й потреба в оволодінні письмом. Важливість та актуальність проблеми писемного мовлення розглядається в роботах вітчизняних та зарубіжних вчених таких як Н.К. Скляренко, С.В. Литвин, С.П. Кожушко, V. Evans, D. Byrne та багато інших.

У робочих програмах викладання фахової іноземної мови на кафедрі іноземних мов факультету маркетингу велику увагу приділяють вдосконаленню навичок академічної писемності.

Проаналізувавши письмові роботи студентів нашої кафедри, можна виділити наступні проблеми:

1. Відсутність умінь чітко визначити мету наукового повідомлення.
2. Недотримання стилю академічного письма.
3. Наявність граматичних помилок та проблем з пунктуацією.
4. Недостатній або перевищений обсяг викладення.
5. Відсутність, або обмежена кількість вставних слів і фраз, які допомагають вибудувати логічну послідовність інформації.
6. Відсутність ілюстративного матеріалу для верифікації викладеного матеріалу, або обґрунтування думки.
7. Неправильне оформлення письмової роботи, та деякі інші.

Для вирішення вищезгаданих проблем, розглянемо основні типи писемних робіт, деякі деталі оформлення робіт, технології підготовки до їх написання тощо.

Отже, найбільш популярними видами писемної діяльності є практичне, академічне та креативне письмо. До практичного письма входять: конспекти, реферати, курсові роботи, дипломні роботи, анотації, ділові листи, контракти, ділові угоди та інше. Це ті види робіт, які мають практичне застосування у повсякденному процесі навчання студента та в його майбутній професійній діяльності.

Написання ділових листів, контрактів та угод, інших видів документів творів та есе, можна віднести до жанру академічного письма. Воно не лише має практичне застосування, але розвиває творчий потенціал студента.

Креативне письмо — це написання іноземною мовою оповідань, новел, віршів, п'єс, які базуються на власних відчуттях, досвіді, чи уяві.

Аналіз певних деталей кожного з вищезгаданих видів письма дає змогу вдосконалити методологічні підходи до навчання цього виду мовленнєвої діяльності.

Є три основних види стислого письмово викладення тексту. Це анотації, конспекти та реферати. Якщо в конспекті студент просто занотовує прослухане,

чи прочитане, то написання реферату вимагає аналізу різноманітних джерел інформації з наступними висновками. Реферувати — від латинської *refferere* — доповідати, повідомляти. Реферати розрізняються за повнотою викладення (інформативні та індикативні), за кількістю реферованих первинних документів (монографічні та оглядові), та за читацьким призначенням (загальні та спеціалізовані). Процес реферування включає наступні етапи — аналітико-синтетична переробка первинних документів, вилучення необхідної інформації та складання вторинного документу, а саме реферату. Реферат складається з трьох частин: вступ (зазначення проблематики), опис (суттєві положення тексту) та висновок (аналіз деяких питань та висновок до роботи). Робота над рефератом значно буде полегшена, якщо студенти отримують від викладача чітку інструкцію з послідовними кроками підготовки та написання цієї роботи.

Анотація — це передача коротких відомостей про друкований твір. Написання анотації має прикладний характер, оскільки, як розповідають студенти, або випускники анотація — це одне із завдань під час проходження інтерв'ю при наймі на роботу. Дається текст мовою оригіналу і в стислий час необхідно передати короткі відомості про прочитане. Отже, задача викладача — відпрацювати до автоматизму як стиль написання, структуру, лексичний матеріал, типовий для цього виду письма. Структура анотації, як і реферату, складається зі вступу, основної описової частини, та висновку. Дуже важливу роль відіграють сполучні фрази, що поєднують абзаци в логічній послідовності. Чітко встановлюється ліміт слів — 100-250. Підготовка до написання анотації включає наступні кроки:

1. *Skimming the text* — ознайомлення з текстом для отримання інформації про написане.

2. *Skanning the text* — повторне читання тексту з виділенням певних деталей, основної думки, аналізом лексичного матеріалу.

3. Аналіз прочитаного та складання підсумкових умовиводів.

4. Викладення матеріалу у вигляді стислої характеристики.

Написання анотації є однією з найважливіших навичок письмового мовлення. Оволодіння технологією її написання необхідне для студентів, спеціалістів і науковців усіх рівнів, оскільки грамотно укладена анотація важлива у таких випадках: 1) під час упорядкування курсової роботи (виконуючи курсову роботу, студент опановує основи методики наукового дослідження, але результати мають бути не тільки оформлені належним чином, демонструючи творчі можливості); 2) для подання заяви на гранти, стипендії у закордонних організаціях на навчання, участь у молодіжних програмах, акціях, форумах, конференціях (рішення про прийняття чи відхилення заяви приймається на основі короткого опису науково-дослідної діяльності або соціально орієнтованого проекту, що претендує на грант, стипендію тощо); 3) під час подання статей для друку, нездатність правильно скласти анотацію свого проекту справляє враження відсутності у студента, претендента на грант, стипендію чіткого уявлення про мету і шляхи реалізації майбутнього проекту. Грамотно укладена анотація суттєво допомагає студентам і на початку роботи над курсовим проектом, бо дозволяє

швидко ознайомитися з результатами вже написаних робіт за поданою темою і у подальшому допомагає обрати науковий напрямок.

Написання курсової та дипломної роботи заслуговує особливої уваги. Цей процес вимагає тривалої попередньої підготовки. Студенти мають набути та застосувати навички самостійної наукової діяльності. Зазвичай профілюючі кафедри пропонують відповідну тематику курсових робіт на вибір згідно з науковими інтересами студентів. Керівник курсової роботи надає детальні інструкції щодо структури, розміру та основних вимог до оформлення курсової роботи. Після вибору теми, відбираються джерела інформації, які потім відображаються в бібліографії. Після ретельного аналізу першоджерел, необхідно спочатку класифікувати, далі систематизувати інформацію, та сформулювати висновки. В курсовій роботі, на відміну від реферату чи анотації, від студента вимагають аргументовано, з посиланнями на захисників чи опонентів певних ідей, викласти та захистити своє бачення проблеми. Саме це вміння відстоювати свою точку зору має велике значення у майбутній професійній діяльності.

У роботі над дипломним проектом, студент набуває навичок науково-дослідницької діяльності. Не завжди дипломна робота може стати науковим відкриттям, але вона може розширити, висвітлити певні проблеми з досвіду попередників. Структура диплому включає в себе вступ, в якому висвітлюється історія питання та завдання дослідження, основна частина, яка описує процес та результати дослідження, та заключна частина, яка формулює висновки та перспективи визначеної теми. Дипломний проект оформлюється згідно з загальноприйнятими вимогами, беручи до уваги лексико-граматичну складову, пунктуацію, посилання на першоджерела та цитати і т.д. Грамотна і правильно оформлена наукова робота підвищує як рівень доведення наукової інформації до адресатів, так і культуру сучасного писемного академічного мовлення.

Есе — невеликий за обсягом прозовий твір, що має довільну композицію і висловлює індивідуальні думки та враження з конкретного приводу чи питання і не претендує на вичерпне і визначальне трактування теми.

На відміну від реферату, який адресується будь-якому слухачеві есе — це ближче до репліки, що адресується підготовленому слухачу. Тобто людині, яка вже має уяву, про що йде мова. Власне, така «адресність» дозволяє автору есе зосередити увагу на розкритті нового змісту, а не нагромаджувати різними службовими деталями викладення матеріалу в письмовому форматі.

Найбільш популярними есе є аргументативні (argumentative), які відстоюють певну точку зору на задану тему, та технологічні (technological), які описують певні технологічні досягнення та доводять їх важливість. Структура есе складається з 3-4 параграфів (1 — вступ, 2-3 — аргументоване відстоювання свого погляду на проблему, 4 — висновок). Мова чітка, без надто складних граматичних конструкцій, сленгу та ідіом. Доцільно використовувати сполучні фрази та відповідний до заданої тематики лексичний матеріал. Кількість слів лімітовано — 200-250.

Вступ висвітлює загальний підхід до теми, містить проблемне завдання і відповідь на поставлене питання. Автор есе не описує все, що йому відомо в

обсязі заданої теми, а лише те, що буде творчою відповіддю на поставлене питання у заданій темі. Упродовж усього есе необхідно підкреслювати зв'язок поданих фактів з тезою. Основна частина есе вибудовується з метою переконання читача. Для цього автор есе має використати вагомі аргументи. Спочатку варто викласти головні ідеї та факти, які підтверджуватимуть приклади до цих ідей. Есе має містити озвучену кінцівку. Вдалим варіантом завершення есе вважається використання афоризмів і цитат.

Особливо важливими в майбутній професійній діяльності студентів є розвиток навичок ділового листування та складання певних видів документів.

Необхідно розвивати в студентах культуру письмового мовлення та адміністративний діловий етикет. У правилах мовного етикету у службовій документації існує ряд понять. *Офіційний діловий стиль* мови функціонує та реалізується в правовій, дипломатичній та адміністративній суспільній діяльності. *Службовий документ*, певний вид документу, який використовується в сфері управління суспільством на різних адміністративних рівнях. *Офіційна переписка*, тобто обмін офіційними листами від імені особи чи організації.

Специфіка службового спілкування через засоби письмової комунікації полягає в тому, що взаємодія адресанта та адресата відбувається дистанційно, без безпосереднього контакту, коли можна пояснити свою точку зору. Тому такий вид комунікації потребує особливі вимоги для викладення тексту згідно із загально визнаними стандартами, до чітко визначених акцентів, ясності, лаконічності та інформативності. Фахівці з проблем культури ділового мовлення радять наступне при складанні ділового листа: 1) вибирати правильну форму звертання (залежно від рангу, статусу, ступеню формальності, звання адресата, і т.д.); 2) дуже важливо вибрати вступну фразу листа, яка пояснює мету написання; 3) в основній частині листа не розглядати більш ніж одну проблему; 4) завершувати листи вказуючи на подальші наміри та, якщо доречно, подякою за співпрацю, порозуміння, допомогу, і т.д. Бездоганно складений лист додає до іміджу організації та сприяє досягненню успіху у спільній справі.

Зразки адміністративно — управлінських документів, їх структура та оформлення закріплені державними стандартами. Більшість з них складаються за встановленою формою на готових бланках. До них ми відносимо накази, постанови, контракти, анкети, тощо. Не зважаючи на це, слід притримуватись певних мовних стандартів, характерних для мовного етикету офіційно-ділового стилю: 1) використовувати термінологію зрозумілу в певному професійному середовищі; 2) використовувати штампи та кліше, але уникати формулювань не прийнятних в офіційно — діловому стилі мови; 3) використовувати лексику притаманну канцелярському стилю. Бажано слідувати новим мовним тенденціям, та змінювати застарілі слова та звороти на більш сучасні.

Розвиток інформаційних технологій сприяє активізації навчально-пізнавальної роботі студентів, розвитку їх навичок та умінь в основних видах мовленнєвої діяльності. Розробкою і впровадженням у навчальний процес нових інформаційних технологій активно займаються такі дослідники як Полат Е.С., Дмитреєва Е.И., Новиков С.У., Полілову Т.А., Цветкова Л.А. і т.д. Використання

інформаційних технологій у формуванні комунікативних умінь передбачає врахування особливостей спілкування з використанням новітніх технологій. Отже перед викладачами стоїть задача ознайомлення студентів з типологією віртуальних текстів, врахування лінгвістичних особливостей кожного типу, та відпрацювання типових структур та шаблонів.

До віртуальних текстів Інтернету можна віднести наступне: електронні листи, чати, реклама; електронні версії книг, журналів, газет; форуми і т.д. Кожен з цих видів текстів мають свою специфіку. Методика підготовки до їх написання має включати певні етапи. По-перше, вивчення зразків віртуального етикету. Далі, вивчення основних символів та аббревіатур, що використовуються у віртуальному світі. І нарешті, аналіз на відпрацювання синтаксичних особливостей віртуального письма.

Найбільш позитивними чинниками у використанні інформаційних технологій у формуванні іншомовних комунікативних умінь є їх інформативність та вагома роль у підвищенні рівня мотивації. Використовуючи інформаційні технології та інтегруючи їх у навчальний процес, можна більш ефективно вирішувати цілий ряд дидактичних завдань, удосконалюючи вміння писемного мовлення, індивідуально письмово готуючи відповідь партнерам, готуючи реферати, у написанні творів, есе і т.д.

Підбиваючи підсумки, можна наголосити на наступному: правильно написана, грамотно оформлена письмова робота студента, демонструє навички культури сучасного писемного наукового мовлення, підвищує рівень доведення наукової інформації, сприяє покращенню його особистого іміджу як потенційного робітника.

Література

1. Андрійко І.А. Зарубіжні методичні концепції навчання іншомовного писемного мовлення та їх застосування в українському ВНЗ / І.А. Андрійко // Іноземні мови. — 2001. — №3. — С. 22–25.
2. Захарова И.Г. Информационные технологии в образовании: Учебное пособие для студентов высших педагогических учебных заведений. — М.: Академия, 2003. — 192 с.
3. Колкер Я.М. Практическая методика обучения иностранному языку / Я.М. Колкер. — М., 2000. — 285 с.
4. V. Evans Successful Writing Proficiency/ Express Publishing/ 2000.

Капустіна О.В.

доцент кафедри іноземних мов і міжкультурної комунікації

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»;

Фесенко І.Л.

магістрант НАУ

ПРОБЛЕМИ ПЕРЕКЛАДУ ТИТУЛЬНИХ НАЗВ

***Анотація.** У статті розглянуто проблеми перекладу титульних назв. На прикладі назв кінофільмів проведено аналіз прийомів і трансформацій, що вживаються при їх перекладі. Визначається функція заголовку фільму, його вплив на потенційного глядача та підкреслюється необхідність збереження цього впливу при перекладі.*

У статті розглянуто сучасну дефініцію терміна «фільм», основні проблеми перекладу назв кінофільмів, функцію заголовку фільму та його вплив на потенційних глядачів. Також нами був проведений аналіз перекладацьких прийомів і трансформацій, що вживають перекладачі під час перекладу заголовків.

***Ключові слова:** титульна назва, перекладацька трансформація, перекладацький метод, дефініція терміна.*

***Abstract.** The article presents the problems of titles translation. Translation methods and transformations of film titles used by translators are considered as an example. The role of a film title and its impact on the potential audience are studied. The necessity of preserving this impact in translation is underlined.*

Modern definition of the term «film», the main problems of film titles translation, the role of a film title and its impact on the potential audience are studied in the article. We have also analyzed translation methods and transformations used by translators.

***Key words:** Film, film title, translation transformation, translation method, term definition.*

Під титульною назвою ми розуміємо будь-яку назву, яку автор (або колектив авторів) дає своєму творінню. Це може бути назва наукового трактату, назва роману, назва фільму, назва періодичного видання, назва моделі автомобіля і т.п. Як правило, в назві намагаються в максимально стислій формі відобразити суть творіння, тому її переклад на іншу мову вимагає крім знання іноземної мови, також знання та розуміння мовних та культурних традицій носіїв мови з якої робиться переклад. У нашій статті ми обмежимося розглядом особливостей перекладу лише однієї підмножини титульних назв, а саме назви фільмів. Але багато з того, про що йтиметься в статті, може бути легко перенесені на інші випадки.

Сучасна дефініція терміна «фільм» є досить широкою. Фільми створюють із різною метою, вони можуть мати розважальний, навчальний, просвітницький та інший характер. Фільми є продуктом культурної діяльності. Вони створені певними народами і відображають особливості культур. Фільми є впливовим засобом передавання цінностей, ідей та інформації.

Переклад кінофільмів — дуже важлива галузь творчого і комерційного перекладу. Більшість фільмів, що вироблені за кордоном, для виходу в кінопрокат України повинні бути перекладені українською мовою. Сучасний перекладач у сфері кіноіндустрії повинен уміти перекладати фільми будь-якого жанру, адже інтерес до фільмів, знятих за кордоном, ніколи не зникне. Візуальні елементи

фільму не потребують перекладу, даючи йому універсальну владу комунікації. Особливої уваги в перекладацькому плані потребують назви кінофільмів. Назва фільму відіграє важливу роль у розумінні жанру фільму, встановлює зв'язок між назвою та змістом, привертає увагу потенційного глядача своєю оригінальністю. На початку ХХ сторіччя назви фільмів нагадували заголовки газет.

Кінорежисери, знімаючи кіно, вагалися стосовно того, чи фільм має розповідати життєві історії і, таким чином, назва мала б стати метонімією реальності, чи сюжет фільму має бути вигаданим і метафоричним, а назва, — як у романі. У першому випадку фільм має бути чимось на кшталт візуального репортажу, подібного до газетного, і з відповідною назвою [1].

Заголовок — це спосіб дати глядачеві можливість із першого погляду зорієнтуватися, чи треба дивитися цей фільм, чи ні. Виходячи з цього, для заголовку має бути характерна точність вираження сенсу фільму, тобто ясність і простота форми, він повинен бути зрозумілий кожному. Привертаючи увагу глядачів, будь-який заголовок фільму повинен легко сприйматися, читатися без труднощів [4].

Заголовок одночасно виконує наступні функції:

- 1) сигнальну (привертає увагу читача);
- 2) інформативну (дає уявлення про фільм);
- 3) змістовну (передає основну тему або ідею) — обумовлює зв'язок заголовка з усім змістом фільму [4].

Крім того, заголовок налаштовує аудиторію на певну емоційну тональність. Усі варіанти перекладу назв того чи іншого фільму стають частиною рецензій цього фільму. Крім того, перекладена назва виконує важливу функцію реклами, може своєрідно реалізовувати функцію експресивності та емоційності.

Переклад назви фільму — це окрема перекладацька проблема, яка спричиняє появу суперечок стосовно того, яку стратегію обрати для адекватного перекладу. Варто зазначити, що назва фільму виконує функцію стиснення змісту всього фільму в коротку фразу, яка повинна надати потенційному глядачеві необхідну інформацію стосовно жанрової специфіки кінострічки та її змісту. Тож перекладач повинен враховувати ці аспекти, що вимагає від нього певних екстралінгвістичних знань.

При перекладі назв фільмів застосовують певні прийоми і трансформації [3].

Перший з прийомів — калькування, або пряма передача назви фільму (дослівний переклад). Наведемо приклади:

«*The Adaptation*» — «Адаптація» (2004), «*Address Unknown*» — «Адреса невідома» (2001), «*Escape Plan*» — «План втечі» (2013), «*3 Days to Kill*» — «Три дні на вбивство» (2014), «*Dear John*» — «Любий Джоне», «*Wrath of the Titans*» — «Гнів Титанів», «*Supernatural*» — «Надприродне».

Другим перекладацьким прийомом є транслітерація (відтворення за літерами) і транскрипція (відтворення за звуками) власних назв. У такий спосіб перекладені такі назви фільмів: «*Avatar*» — «Аватар», «*Avalon*» — «Авалон», «*Pearl Harbor*» — «Перл Харбор», «*John Carter*» — «Джон Картер», «*Gladiator*» — «Гладіатор».

Третім способом перекладу є трансформація назви. Це робиться з

урахуванням екстралінгвістичних чинників для того, щоб глядачі могли зрозуміти культурні елементи і вони не виявилися для них чужими. Така трансформація полягає в залученні певних смислових об'єктів, які мають відношення до сюжету фільму. Ми помітили застосування таких трансформацій у перекладі назв фільмів: додавання, вилучення, заміна. Цей метод вимагає від перекладача високого рівня кроскультурної компетенції [5].

Наведемо приклади застосування трансформації додавання лексичних одиниць при перекладі назви кінофільму. *«The Grinch»* — *«Грінч, викрадач Різдва»*. Як бачимо, при перекладі було додане ціле словосполучення, яке охарактеризовує те, що це саме різдвяний фільм.

Відзначаємо випадки, коли окремі фрази доповнюються до оригінальної назви, щоб фільм користувався великим успіхом у прокаті. Класичний приклад: *«17 Again»* — *«Татові знову 17»*. Це американська кінокомедія режисера Бетта Стірса про спробу виправити помилки молодості. Основна його ідея — перевтілення, коли герой, прокинувшись вранці, став іншою людиною. У назві було додано слово «тато», що надало назві фільму точніший зміст.

Наступний приклад стосується стратегії вилучення лексичної одиниці: *«Three Burials of Melquiades Estrada»* — *«Три могили»*. Це випущення виправдане тим, що через ім'я Мельхіадес Естрада назва стала б дуже важкою для сприйняття українським глядачем. Якщо для англомовного глядача власна назва є цілком зрозумілою, то для відчизняного глядача іноземне ім'я ні про що не говорить та лише ускладнює сприйняття назви.

Ще один прийом, яким користуються українські перекладачі — це заміна назви фільмів. *«The Cinderella Man»* — *«Нокдаун»*. Жанр цього фільму – драма, екшн. Це історія про чоловіка, який під час Великої депресії починає займатися боксом, щоб заробити гроші на життя. З'ясовується, що у Бреддока є справжній спортивний талант, який підносить його до вершин слави. А минуле бідняка стало приводом для появи його прізвиська – Попелюшка. Однак українські перекладачі не змогли поставити слово Попелюшка в чоловічому роді, тому їм довелося відмовитися від перекладу і знайти контекстуальну заміну – «Нокдаун».

Іноколи причиною заміни є неможливість передачі внутрішньої форми англомовної назви, як у такому випадку: *«Hachi: A Dog's Tale»* — *«Хатіко: Найкращий друг»*. Наведений приклад яскраво ілюструє необхідність застосування трансформації заміни. Адже дослівний переклад: *«Хатіко: казка про собаку»* чи *«Хатіко: розповідь про собаку»* звучить не досить доречно, оскільки фільм знятий за реальними подіями. Переклад *«Розповідь про собаку»* — теж не є вдалим варіантом, така назва навряд чи зацікавила б глядача, бо вона є занадто загальною.

Доцільно звернути увагу на назву фантастичного двосерійного фільму *«Dark Kingdom: The Dragon King»* — *«Кільце Нібелунгів»*. Фільм заснований на середньовічній німецькій епічній поемі *«Пісня про Нібелунгів»*. Ця поема і послужила українському перекладу фільму. Дослівний переклад фільму *«Темне Королівство: Король Дракону»*. Але ця назва не несе лексичного значення і не дає глядачеві жодної підказки про зміст фільму і потенційні очікування від фільму.

Проведений аналіз способів перекладу назв фільмів засвідчує, що на вибір певної стратегії перекладу впливає низка причин. Але ми вважаємо, що рівенькроскультурної комунікативної компетенції перекладачавідіграє головну роль у правильному виборі перекладацької стратегії з урахуванням найбільш підходящих до певних ситуацій реалій, оскільки переклад щільно пов'язаний з переосмисленням явищ і подій. Завдяки адекватному перекладу різномовні культури не тільки перестають бути відчуженим, а й розширюють горизонти власних культур.

Література

1. Антропова А.В. Названия американских, английских и российских кинофильмов: сопоставительная характеристика и проблемы перевода: автореф. дис. ... канд. филол. наук: спец. 10.02.20 — «Сравнительно-историческое, типологическое и сопоставительное языкознание» [Электронный ресурс]. — С. 6. Режим доступа: <http://www.dissercat.com/content/nazvaniya-amerikanskikh-angliiskikh-i-rossiiskikh-kinofilmov-sopostavitelnaya-kharakteristik#ixzz3YRkJ79dm>
2. Богачова Н.А. Комплексні лексико-граматичні трансформації при перекладі найменувань британських кінофільмів [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://dspace.onu.edu.ua:8080/bitstream/123456789/886/1/4_conf_skalkina_390-394%2B.pdf
3. Коваленко А.М. Заголовок англомовного журнального мікротексту-повідомлення: структура, семантика, прагматика (на матеріалі тижневика Newsweek): автореф. дис. ... канд. філол. наук: спец. 10.02.04 — «Германські мови» [Електронний ресурс]. — С. 10. Режим доступу: <http://dissers.com.ua/contents/p-2/3696.html>
4. Подымова Ю.Н. Названия фильмов в структурно-семантическом и функционально-прагматическом аспектах: автореф. дис. ... канд. филол. наук: спец. 10.02.01 — «Русский язык» [Электронный ресурс]. — С. 6. Режим доступа: <http://www.dissercat.com/content/nazvaniya-filmov-v-strukturno-semanticheskom-i-funktsionalno-pragmaticheskom-aspektakh>
5. Шевченко О.Л. Формування кроскультурної комунікативної компетенції у процесі підготовки фахівців-міжнародників. Збірник матеріалів наук.-метод. Конференції, КНЕУ. 21.02.2012, С. 263–265. від 21.02.2012.

МОВНІ ФОРМИ ҐЕНДЕРНИХ СТЕРЕОТИПІВ УКРАЇНЦІВ У МОДЕЛІ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

***Анотація.** У статті розглянуто проблему функціонування гендерних стереотипів у мові українського етносу в контексті міжкультурної комунікації. З'ясовано зміст поняття «гендерний стереотип». Описано мовні моделі репрезентації фемінного та маскулінного образів, поширених у козацьких народних піснях. Встановлено закономірності відтворення гендерних стереотипів у символічній площині. Проаналізовано особливості мовної організації текстів із огляду на їх жанрову специфіку. Визначено та обґрунтовано поведінкові моделі чоловіка та жінки, сконструйовані народною уявою.*

***Ключові слова:** гендер, стереотип, фемінність, маскуліність, мовна модель.*

***Abstract.** The article deals with gender stereotype functioning in Ukrainian language in the context of intercultural communication. The meaning of «gender stereotype» is studied. The language models of representation of masculine and feminine images are described, which were spread in Cossack folk songs. The peculiarities of the texts language were analyzed. The regulations of gender stereotypes representation are shown in its symbolic area.*

***Key words:** gender, stereotype, female, male, language model.*

Сучасне суспільство характеризується інформаційністю, масштаби якої сягають світового рівня. Інтеграційні взаємодії провокують комунікативні ситуації, у результаті чого інтелектуальний простір окремого народу розширюється, генеруючи у свідомості лакуни, де сформовано понятійне ядро, що постійно поповнюється знаннями про окремі нації, особливості їх культур, політики, соціальних устроїв, феноменів, навичок і законів спілкування тощо.

Перетин інформаційних потоків в умовах глобалізації передбачає не лише обмін інтелектуальними артефактами, а й кваліфіковану взаємодію представників різних націй. Це означає, що знань із граматики тої чи тої мови недостатньо, аби міжкультурну комунікацію можна було вважати успішною. Необхідно враховувати етичні норми, закріплені народом, естетичні цінності, духовні орієнтири. Досить важливим є й розуміння гендерної політики в межах патріархального / матріархального соціуму.

Як відомо, лінгвістичні системи існують у постійному взаємовпливі з особистістю. Тому мова фіксує в собі не лише поняття та елементи їх рецепції, а й міжстатеві стосунки, тим самим закріплюючи в масовій свідомості окремої нації уявлення про гендерні стереотипи.

Поняття про «гендерний стереотип» і, відповідно, «гендерну теорію» неодноразово ставали об'єктами наукового аналізу. Перші дослідження, присвячені студіюванню соціостаті, належать соціологам (Г. Рубін, Р. Колінз, Дж. Хубер, А. Девіс, Е. Кеслер-Херіс, Т. де Лауретіс, М. Меснер) та психологам (Р. Столлер, М. Мід). А вже на початку XXI століття мовні репрезентанти фемінного і маскулінного «Я» зацікавили й слов'янських лінгвістів: Л. Ставицька, Г. Нецименко, А. Нелюба, І. Бондаревська, Т. Василевська, Є. Ільїн, В. Шилов,

Н. Грицяк, О. Кісь, А. Кириліна, О. Горошко, Т. Космеда, О. Фоменко, Л. Дяченко, А. Найда, Н. Григорів, О. Зубарев, Г. Бабаш, І. Буяр, А. Архангельська, А. Жовтопис, В. Калько та ін.

Фемінний і маскулінний стереотипи — динамічні структури, що модифікуються паралельно із соціумом. Із метою покращення якості міжкультурної комунікації, зумовленої глобалізацією суспільства, вважаємо актуальним дослідження чоловічих та жіночих образів, які є продуктом колективної свідомості нації, особливості їх вираження в народних текстах на рівні мови.

Отже, мета дослідження полягає в аналізі та інтерпретації чоловічих і жіночих образів за їх формальними та семантичними показниками, які репрезентовані в українських народних піснях. Оскільки сучасний національний простір є явищем патріархальним, доречно розглядати ті фольклорні зразки, які б засвідчували становлення домінантної чоловічої позиції. Серед таких — козацькі пісні, що репрезентують автентичні уявлення про маскулінний та фемінний стереотипи.

Виразником локальної колективної свідомості на українському ґрунті є козацтво. Його організація повністю збігається з твердженням З. Фрейда щодо масових соціальних формацій: «Одухотворена маса — це тимчасовий організм, що складається з різнорідних елементів, які поєдналися на певний час так само, як з'єднуються клітини, що є складовими живого тіла і, таким чином, утворюють нову істоту, наділену конкретними якостями» [5]. Згідно з логікою психоаналітика, в індивідів, які утворюють таке суспільне об'єднання, з'являється «рід колективної душі», що змушує їх мислити, діяти та відчувати в межах спільної психології. Відповідно й уявлення про себе та протилежну стать не збігаються з усталеними загальнонародними стереотипами.

Оскільки виразником чоловічого «Я» в козацьких піснях може бути образ виключно маскулінний, закономірно, що незмінним героєм у таких текстах є «козак», «запорожець». Номінації, ужиті на їх позначення, як правило, увиразнюються пейоративним суфіксом **-еньк-**: «*Чотири тисячі на берег виходжає; / Та все козаченьки молодії*» [4; 93], «*Ой чи ж бо ви, козаченьки, / Ізбезумилися / Що в степу край дороги / Спать положилися*» [4; 97].

Незважаючи на те, що образ козака є домінантним, він позбавлений надмірної описовості. У межах семантичного поля лексеми фіксується низка ад'єктивних характеристик особи, яка номінується: «Козак — вільна озброєна людина; уродженець колишніх військових областей; парубок, юнак; відважний, завзятий, хоробрий чоловік» [1, Т. 2; 495]. Таку значеннєву навантаженість слова можна пояснити його етимологією: «... тур. *kozak* «козак» — вільна незалежна людина; шукач пригод, бродяга» [1, Т. 2; 495]. Як бачимо, семантика відповідає інтегрованій лексичній одиниці. Отже, первинно змодельована внутрішня форма не потребує додаткової характеристики.

Засвідчено, що твердження про відсутність будь-яких характеристик чоловічого прототипу є неправомірним. Адже поруч із лексемою на позначення маскуліного «Я» досить часто вживається ад'єктив «молодий»: «*Ой підю я з туги*

на Вкраїну, — / *І там же я, молод, не загину*» [4; 64], «*Та до воза вони походжають, до молодого козаченька*» [4; 75].

Значно рідше фіксуються елементи портретної характеристики. Як правило, такі описові конструкції творяться за моделлю **прикметник + іменник** і не виходять за межі характеристики рис обличчя (очі, брови, зачіска): «*Доведеться, мамо, / В степу ночувати, / чорненькими кучерями / Степи устеляти*» [4; 63], «*Ой то ж того козаченька, що чорнії брови*» [4; 71]. Прикметно, що кольоратив «чорний» не має будь-якого замітника, що свідчить про примітивність опису героя.

Надзвичайно поширеними в фольклорних козацьких текстах є розлогі синтаксичні структури, що додають відтінкове значення загальному образу. Твориться воно за посередництвом використання **понять для номінування алкогольних напоїв (мед, вино, горілка)**, а також **лексем на позначення їх вживання (пити, впиватися, гуляти, гудіти)**: «*На тім світі не дадуть горівки / Ані пива, ані меду, ні вина, / Смоли трошки та тії дощівки, — / Пиймо ж, браття, пиймо все до дна!*» [4; 110]; «*Гей, запив козак, запив, ой та запив, загулявся...*» [4; 118], «*Впився козак, впився, — впився, зажурився*» [4; 124], «*Вони ж вино п'ють, / Ой п'ють та гудуть*» [2; 117].

Доцільно зазначити, що, незважаючи на значну кількість згадок про схильність українського козацтва до алкоголю, загальне враження не спотворюється його негативною рецепцією. Навпаки, масова свідомість плекає образ дотепного гультіпаки.

З іпостассю веселого гультя нерозривно поєднана «маска» неперевершеного коханця, що репрезентується **дієсловами «любити», «бажати»**: «*Заслаб козак, заслаб молод, / Либонь умирає, / ой він собі перед смертю / Дівчину бажає*» [4; 172], «*За чий ж ви гроші пили, / І циганочок любили?*» [2; 48]. Однак зазвичай герой не стільки цікавиться жінками, скільки уславлює себе, його дії, як правило, спрямовані на пізнання тілесності.

Окрема частина фольклорних текстів є свідченням надмірно емоційних реакцій українського жіноцтва на особу козака, який називає себе **прямими номінаціями** — на зразок «**коханець**»: «*Ломить вона білі руки / З мізинного пальця... / Світ ісходжу, та не знайду / Такого коханця!*» [4; 173], «*Ой хоч ламай, хоч не ламай / Мізинного пальця, — / Як не було, той не буде / Над мене коханця!*» [4; 172].

Ймовірно, більшість тогочасних жінок дійсно виявляли фанатичну зацікавленість до січовиків, адже їх узагальнений образ був вимірним, романтизованим. Тому стереотип, сформований фемінною свідомістю, інтегрувався і в козацькі тексти, але отримав іншу інтерпретацію, згідно з якою чоловік володів харизмою, але, здебільшого, ігнорував дівочі почуття. Свідченням цього є жіночі, а зрідка й чоловічі партії у фольклорних текстах, де зафіксовано **лексеми «зрада», «зрадник», «зрадити»**: «*Ой і зрада, карі очі, зрада: / Чому в тебе, милий, / Не вся щира правда?*» [4; 74], «*По чім же ти та й спостерегла, / Що ти мене, мила, / Зрадником назвала*» [4; 74].

Козацькі пісні передбачають творення художнього образу за посередництвом

фольклорного *символу* як культурного коду, що таїть у собі національну ідею і вимагає тлумачення свого первинного іманентного змісту.

В українській національній традиції провідне місце належить серцю, що виражає філософію кордоцентризму, згідно з якою *cordos* — центр тілесності індивідуума, місце існування людської душі. Ця міфологема здатна до формальних трансформацій, проте вони не впливають на категорію її змісту.

Доцільно акцентувати на тому, що лексема «**серце**», зазвичай, вживається як **інтимне звертання** до близької, як правило, коханої людини. Тому замість імені або вказівки на стать зафіксовано одиничний символ. Гендерна ж диференціація відбувається за рахунок його мовного оточення (прикметників, або попередніх згадок про персонажа): «*Ой уставай, моє **серце**, / Ще й ти молоденький*» [4; 182], «*Встань, козаче, годі спати, / Бо йдуть турки коня брати <...> / Тебе заб'ють, моє **серце!***» [2; 56].

Іноколи художні тексти констатують пряму вказівку на об'єкт поетизації. У такому випадку використано **прикладкову модель: іменник** (номінація статі з асоціативною вказівкою на вік) + **концепт «серце»**: «*Ой рада б я, рада, **серце-козаче**, / Та до тебе приступити*» [4; 121], «*Тікай, тікай, **серце-дівчино**, / Ти на той бік зо мною!*» [4; 122].

В окремих випадках міфологема «серце» — це ще й символ національної ідентифікації, свободи й сили колективного духу, що текстуально оформлений у вживанні мовної одиниці незалежно від вказівок на гендерну приналежність особи: «*А ще **серце** козацькеє / Не боїться турків*» [4; 198].

Отже, концепт «серце» репрезентовано в козацьких народних піснях у трьох основних варіантах. Власне останній вирізняє такі тексти з-поміж інших фольклорних творів, у яких він відсутній, або позначений інертністю.

Не менший інтерес становить рослинна символіка, що в уяві пересічного українця диференціюються за гендерним критерієм. У контексті козацьких пісень цей стереотипний розподіл руйнується. До низки чоловічих символів переходять «**калина**» та «**мак**»: «*В чистім полі висока могила, / А на могилі — червона **калина**, — / Мати сина в службу спорядила*» [4; 62], «*<...> по городах **маки** цвітуть, / Та то ж не **маки**, то й **козаки**, / То **козаки** у Крим ідуть*» [4; 62].

Більшість словників фіксує лексему «калина» як символічне бачення жінки, матері, проте іноді ця міфологема ототожнюється з «... нескореністю та стійкістю українського козацтва, незрадливою світлою пам'яттю, єдністю нації; потягу до своїх традицій, звичаїв» [3; 72].

Дотичним до такого трактування є образ маку, що традиційно сприймається як ознака дівочої вроди і водночас пов'язується з хтонічними істотами, смертю, безневинно пролитою кров'ю Ісуса Христа. Зважаючи на релігійність козацтва та його здатність до міфологізації довкілля, можна стверджувати, що рослинний образ є результатом синтезу різних систем світобачення в межах колективної свідомості патріархальної суспільної формації.

Щодо узагальненого образу *козака*, який твориться асоціативно (за посередництвом символу), доцільно зауважити, що тваринні міфологеми не вирізняються оригінальністю та варіативністю. Зазвичай, маскулінне «Я»

репрезентується іменниками «орел» та «сокіл»: «Якби, мати, я сокіл, / я б до тебе прилетів!» [4; 57], «Ой ви, орли, ви, соколи, / Занесіть мя в чисте поле» [4; 80], «Підборкали яничари / Орлят України» [2; 25].

Міфологемна структура здатна до формальних варіацій. До них належить порівняльна модель **іменник/займенник**, що відповідає необхідним критеріям граматичної норми, **сполучник «як»** та вже **наявний символ** (птах, рідше елемент конструкції, рослина): «Я сьогодні щось дуже сумую, / Про козацьку долю згадав, / Ще й про славу свою не забуду, / Що колись я, як сокіл літав» [2; 29], «Гей, попереду кошовий, / Гей, як той орел степовий» [2; 38].

Зважаючи на виразність репрезентації маскулітного «Я», доцільно зауважити, що жіноцтво в козацьких текстах представлено значно примітивніше. Серед фемінних назв особлива увага відводиться лише образу матері (формально закріпленій синонімами «ненька», «матка»), хоча побіжно згадуються дівчина / жінка (у значенні дружина), у поодиноких випадках сестра як форма протиставлення іменника «брат».

Вибір протилежної статі маскулітного «Я» майже завжди незмінний. Іпостасі жінки-матері, порадики, друга і навіть дружини реалізуються в одному фемінному прототипі. Можливо, це пов'язано зі сталою концепцією матриархальної спрямованості української народної поезії, на основі якої сформувалися козацькі пісні як вторинна, більш пізня стадія піснетворчості.

У колективній свідомості козацтва жінка мислиться як страдниця. Тому з лексемами на позначення фемінності вжито **дієслова** на зразок «**журитися**», «**ридати**», «**плакати**», сталі конструкції з тотожною семантикою, **іменники «сльози», «плач**»: «Під явором мати плаче, / Мати плаче і ридає, / Свого сина дожидає» [4; 157], «Не плач, не плач, Марусенько, / Не плач, не журися, / Та за свого миленького / Богу помолися!» [2; 43]. Такий первісно маскулітний погляд на суть жіночого «Я» зрештою закоренився не лише в козацьких текстах, а й стереотипізувався в національній етносвідомості.

Козак, що розуміється як персонаж протилежний узагальненому жіночому образу, репрезентується складнішою семантичною моделлю, адже синтезує журливу настроєвість, незадоволеність світом із розбишацькою й оптимістичною натурою. Свого часу Д. Яворницький зазначив: «В основі характеру козака була завжди двоїстість: то він дуже веселий, жартівливий і компанійський, а то засмучений, мовчазний, похмурий і неприступний» [6; 240].

Отже, комплексне порівняння маскулітного і фемінного образів, інтерпретованих у народних піснях запорожців, свідчить про їх нерівноправність. «Я» чоловіка, уособленням якого є козак, масштабно розгортається як у семантичному полі, так і у формальній площині. Жіноче Его залишається майже не ідентифікованим і виконує функцію своєрідного засобу увиразнення та ствердження патріархальності суспільного ладу XV-XVIII ст. Загальне фемінне страдництво в єдності з деякою похмурістю визначають меланхолійність не лише кінця героїчної доби, а й колективної свідомості, у межах якої відбувається кодування гендерних стереотипів.

Література

1. Етимологічний словник української мови в 7 томах / За ред. О.С. Мельничука. — К.: Наукова думка, 1982. — 2013.
2. Козацькі пісні. Українські народні пісні / Упор. Н. Полякова. — К.: Музична Україна, 1991. — 150 с.
3. Словник символів / За заг. ред. О.І. Потапенка, М.К. Дмитренка. — К., 1997. — 178 с.
4. Українські народні пісні. Пісні суспільно-побутові / Упор. О.М. Хмилевська — К.: «Музична Україна», 1967. — 735 с.
5. Фрейд З. Психологія мас і аналіз людського «Я» / З. Фрейд [Електронний ресурс] / Режим доступу: bookz.ru/authors/zigmund-freid/massova_989.html
6. Яворницький Д.І. Історія запорозьких козаків / Д.І. Яворницький. — К.: Наукова думка, 1990. — Т. 1. — 592 с.

Лобецька І.М.

старший викладач кафедри іноземних мов і міжкультурної комунікації

Драб Н.Л.

кандидат педагогічних наук

доцент кафедри іноземних мов і міжкультурної комунікації

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

ОСОБЛИВОСТІ ВЖИВАННЯ ЕВФЕМІЗМІВ В АНГЛІЙСЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ МОВАХ

***Анотація.** У статті розглянуто проблему функціонування соціальних евфемізмів у сучасних англійській та українській мовах. На прикладі евфемізмів однієї тематичної групи — економіки та бізнесу — проаналізовано способи евфемізації, розглянуто етичні аспекти евфемістичних найменувань.*

***Ключові слова:** евфемізми, соціальні евфемізми, евфемізація.*

***Abstract.** An attempt of comparative analysis of social euphemisms in the Ukrainian and English languages is made. Common features and dissimilarities of business euphemisms of both languages are revealed.*

***Key words:** euphemisms, social euphemisms, euphemisation.*

Евфемізми — це заміна будь-якого недозволеного чи небажаного слова, виразу більш коректним, щоб уникнути прямого найменування всього того, що здатне викликати негативні відчуття, як у мовця, так і у співбесідника, а також з метою маскування певних фактів дійсності. Із цього визначення випливають основні цілі комунікації, що обумовлюють евфемізацію мовлення:

1. Основне завдання, якого дотримується мовець при використанні евфемізмів в соціальних та міжособистісних стосунках, — прагнення уникнути комунікативних конфліктів і не створювати у співрозмовника відчуття комунікативного дискомфорту. Інакше кажучи, це евфемізми, продиктовані почуттям делікатності та політичної коректності.

2. Більш специфічною (у соціальному сенсі) є інша мета евфемізації:

завуальованість, камуфляж суті справи.

Найбільш вичерпну лексико-семантичну класифікацію евфемізмів склав Л.П. Крисін. Він розподілив сфери функціонування евфемізмів на особисті, що стосуються життя особистості мовця, адресата та третіх осіб, і соціальні, що стосуються взаємин людини з іншими людьми, суспільством, владою:

1. Особисті:

- деякі фізіологічні процеси та стани;
- певні частини тіла, пов'язані з «тілесним низом»;
- стосунки між статями;
- хвороби та смерть.

2. Соціальні:

- дипломатія;
- репресивні дії влади;
- державні та військові таємниці;
- діяльність армії, розвідки, поліції та інших органів влади;
- сфера розподілу та обслуговування;
- стосунки між різними національними та соціальними групами;
- деякі види професій.

Отже, особисті та соціальні евфемізми можуть включати в себе різноманітні тематичні групи, що входять в дану сферу функціонування евфемізмів.

У різних мовах у різні часи продуктивними стають ті чи інші тематичні групи евфемізмів. Так, в англійській мові, наприклад, на відміну від української, традиційно численна група замінних найменувань, пов'язаних з іменем Бога та Ісуса Христа. Замість слів God, Jesus, Christ, Lord можуть вживатись їхні багаточисленні евфемістичні варіанти: God-Dad, Gar, Gawd, Gord, Gott, Gosh, Gol, Godfrey, gum, gub, gorra, Goshen...; Jesus — chee, cheesy, chiz, jacks, jaises, jees, jeepers, jim, jing, jingo, jink...; Christ — cracky, creation, Chris, cricket, cricky, cringe, stripes...; Lord — Law, Lawd, Laws, Lordy, Lorsy, Lawks... У наведених варіантах чітко прослідковується такий прийом створення евфемізмів як звукова аналогія. Слід відмітити, що звукова аналогія інтенсивно використовується в англійській, німецькій, італійській мовах, але в меншій мірі в українській.

Динамічні соціально-економічні зміни в сучасному суспільстві сприяють тому, що найбільш продуктивними в багатьох сучасних мовах стали соціальні евфемізми і, насамперед, тематичні групи евфемізмів, що пов'язані з економікою та бізнесом.

Евфемізми цієї тематичної групи розглянемо сьогодні. Матеріалом дослідження послужили англійські евфемізми в сфері бізнесу та економіки, представлені в словниках евфемізмів англійської мови, виданих у Великій Британії та США, а також англійські евфемізми групи, що зафіксовані в різних друкованих виданнях останніх десятиліть.

Так, в українському економічному дискурсі останнім часом з'явилося багато замінних найменувань для позначення економічної кризи — *зростання без розвитку, призупинка розвитку, затухання зростання, нульові темпи зростання*; і позначення негативних явищ, що пов'язані з кризою, — *лібералізація цін* (замість

підвищення цін), проблеми з ліквідністю (замість нестачі коштів), оптимізація кадрів (замість звільнення), соціальна допомога (замість допомога для бідних), нижній прошарок піраміди покупців (замість бідні).

Кризи в економіці проявляються, насамперед, у банкрутстві компанії та в безробітті. Ці явища в англійській діловій сфері піддаються стійкій евфемізації.

Способи створення англійських евфемізмів тематичної підгрупи «банкрутство» досить різноманітні. По-перше, при заміні прямого найменування широко використовуються метафори: *take a bath* (прийняти ванну), чи американський евфемізм *fall out of bed* (впасти з ліжка) — замість *мати великі фінансові проблеми*; *close its doors* (закрити двері); *fold* (згорнутись), *take a haircut* (зробити стрижку), *wash out* (змити) — замість *збанкрутіти*.

Як евфемізми можливе використання технічних термінів: *over-gear* (увімкнути прискорену передачу: *gearing* — термін для позначення співвідношення активів та зобов'язань компанії) — замість *неплатоспроможність*; *hammer* (вдарити молотком: удар молотка на біржі закликає присутніх до тиші перед офіційним оголошенням) — замість *збанкрутіти*.

В якості продуктивного способу утворення заміних найменувань української мови виступають іноземні запозичення, насамперед, з англійської мови. Лексеми іншомовного походження часто замінюють небажане слово, оскільки їхнє значення не викликає негативної конотації. Але евфемізми можуть запозичатись в українську мову і в інших формах:

1) у формі кальки (поелементного перекладу українською мовою англійського евфемізму зі збереженням його значення), наприклад, *період негативного економічного зростання* — *a period of negative economic growth* (замість *економічна криза/an economic crisis*).

2) у формі варваризмів (іноземних слів та виразів, що не повністю засвоїлись мовою і сприймаються як порушення загальноприйнятої мовної норми), наприклад, *флуктуація* — *fluctuation* (замість *нестабільність*), *адикція* — *addiction* (замість *залежність*), *рейдер* — *raider* (замість *загарбник*), *депопуляція* — *depopulation* (замість *вимирання*).

Аналіз сучасних соціальних евфемізмів показує, що серед мотивів евфемії частіше за все зустрічається бажання замаскувати неприємну правду і, таким чином, ввести в оману слухачів чи читачів. В американській пресі використання евфемізмів економічного дискурсу отримало іронічну назву «creative economic semantics». Прикладом такої «творчості» може служити заміна в мові економістів і політиків непопулярного терміну «*tax increases*» (збільшення податків) на невинний «*revenue enhancement*» (збільшення податкових надходжень в бюджет) та «*closing loopholes*» (закриття лазівок для мінімізації податкового тягаря).

Поява в мові економістів та фінансистів великої кількості евфемістичних метафор, що пом'якшують та вуалюють прямі найменування непристойних, нечесних операцій, стало ознакою нашого часу — часу фінансових та економічних потрясінь.

Підтасовку цифр у звітах стало можливим завуалювати при допомозі

англійських евфемізмів *adjust figures* (скоректувати цифри) або *massage figures* (масажувати цифри).

Найчастіше використовується прикметник *creative* (творчий) у словосполученні *creative accounting, creative booking* (творча фінансова звітність, творча бухгалтерія), що з недавніх пір замінив недвозначний *dishonest* (нечесний). В українському економічному дискурсі з'явився схожий евфемізм «*творчий підхід до укладання фінансової звітності*». *Підправити, провести косметичну операцію*, без сумніву, звучить не так різко, як пряме найменування «*сфальсифікувати звітність*».

Таке негативне явище в економіці, як падіння курсу валют або девальвація (*devaluation*) пом'якшується англійським евфемізмом *exchange rate adjustment* (курсове коректування), *currency adjustment* (валютне коректування). Евфемістичне словосполучення *technical adjustment* (технічне коректування) використовується для пом'якшення найменувань негативних процесів на біржі: падіння біржових котувань. У цьому випадку намагаються пояснити ситуацію технічною проблемою пов'язаною з формальною біржовою операцією, а не більш глибокими негативними тенденціями.

Наскільки етичне вживання подібних евфемізмів, можна судити на прикладі широковживаних у контексті масових скорочень таких евфемістичних найменувань, як *реорганізація та оптимізація компанії*.

Коли компанія характеризує звільнення значної кількості співробітників як *реорганізацію або оптимізацію*, причому, вона не має наміру признавати скорочення своїх розмірів як гравця на ринку в інших аспектах, окрім числа співробітників, і визнавати, що проведені зміни безстрокові, це не що інше, як спроба навмисно ввести своїх співробітників в оману.

«*Реорганізація компанії*» є свідоме рішення скоротити розміри компанії включаючи об'єм виробництва, долю ринку та дохід. «*Оптимізація*» розмірів компанії передбачає, що чисельність співробітників компанії була надто велика, компанія виробляла надто багато, її доля ринку була надто великою, а прибутки занадто високі.

У дійсності більша частина звільнень відбувається від прагнення менеджменту скоротити короткострокові витрати, різко збільшити квартальні доходи і не відображає рішення виробляти менше, відмовитись від долі ринку та зростання компанії.

Отже, використання даних евфемізмів при оголошенні масових звільнень неминуче дезінформує робітників та порушує їхнє право на отримання повної інформації. Вживання бізнес-евфемізмів в цілому неминуче ставить питання правомірності в етичності подібних замінних найменувань.

Література

1. Никитина И.Н. Эвфемизмы как объект исследования в британской и американской лингвистике // Вопросы филологии. — М., 2008. — № 2(29). — С. 111–114.

2. Крысин Л.П. Эвфемизмы в современной русской речи // Русский язык конца XX столетия (1985-1995). — М.: Языки русской культуры, 2000. — С. 384–407.
3. Allan K. & Burridge K. Forbidden words. Taboo and Censoring of Language. — Cambridge University Press, 2006.
4. Auto J. Wobbly Bits and Other Euphemisms. — A & C London, 2007.
5. Bowe H., Martin K. Communication across Cultures. Mutual Understanding in a Global World. — Cambridge University Press, 2007.
6. Enright D.J. Fair of Speech: The Uses of Euphemism. — Oxford University Press, 1985.
7. Enright D.J. In Other Words. The Meanings and Memoirs of Euphemisms. — Michael O'Mara Books Ltd., London, 2005.
8. Holder R.W. A Dictionary of Euphemisms. How not to Say What You Mean. — Oxford University Press Inc., New York, 2003.
9. Rowson H.A. Dictionary of Euphemisms and Other Doubletalk. — New York, 2002.
10. Warren B. What Euphemisms Tell Us about the Interpretation of Words. // Studia Linguistica. — 1992, 46/2, pp. 128–165.

Мельник Г.М.

старший викладач

кафедри іноземних мов і міжкультурної комунікації

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

МОДЕЛЬ ПОБУДОВИ ТРЕТЬОЇ КУЛЬТУРИ ЯК ОДИН З ПРИКЛАДІВ РЕАЛІЗАЦІЇ СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ ФОРМУВАННЯ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ У ГАЛУЗІ МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІКИ ТА БІЗНЕСУ

***Анотація.** У статті розглянуто модель формування третьої культури як посередницького когнітивного простору між учасниками міжкультурної комунікації. Обґрунтовується актуальність даної моделі для реалізації сучасних тенденцій формування міжкультурної компетентності майбутніх фахівців у галузі міжнародної економіки та бізнесу. Детально проаналізовано ряд основних характеристик моделі побудови третьої культури та принципи, реалізація яких в рамках культури дозволяє будувати третю культуру. Зроблено відповідні висновки за результатами роботи.*

***Ключові слова:** третя культура, формування третьої культури, модель формування третьої культури, міжкультурна комунікація, міжкультурна компетентність, кроскультурні відносини, діалог культур.*

***Abstract.** The article considers the third-culture building model as the mediatorial, cognitive space between the parties involved in intercultural communication. The relevance of the model for implementing current trends to build intercultural competence of future specialists in international economics and business is grounded. A number of key characteristics of the third-culture building model and the principles, the implementation of which within the culture allows building a third culture, are analyzed in detail. Conclusions based on the research results are drawn.*

***Key words:** the third culture, third culture building, the third-culture building model, cross-cultural communication, cross-cultural competence, cross-cultural relations, intercultural dialogue.*

В умовах інтернаціоналізації виробництва та глобалізації ринків, коли успішне комерційне співробітництво виходить за межі національних кордонів і вимагає ефективної інтеграції, надзвичайно важливою стає проблема міжнаціонального взаєморозуміння. «Спілкування на стику культур — національних, ділових, корпоративних — стало об'єктивним середовищем і умовою існування міжнародного бізнесу» [1]. Зрозуміло, що в нових соціальних і культурних умовах дуже широко проявляються обумовлені різними стереотипами мислення відмінності в комунікативних моделях поведінки і стилях управління ділових партнерів — від ледь помітних до непримиримих протиріч, а іноді і відкритого протистояння. Прагнення не помічати подібні відмінності, вважаючи їх випадковими, або, як відбувається набагато частіше, пояснювати їх професійною некомпетентністю і діловою короткозорістю партнера — реакція природна в монокультурному середовищі, але контрпродуктивна в умовах глобалізації [2; 3]. Звідси виникає необхідність розуміти сучасний стан і тенденції розвитку міжкультурної ділової комунікації; володіти основами кроскультурних відносин в менеджменті, принципами та методами організації ділової комунікації; розуміти причини успіху і невдач міжнародних бізнес проектів; розуміти природу міжкультурних конфліктів у сучасному бізнесі, виявляти ефективні механізми вирішення конфліктних ситуацій і способи їх прогнозування; розпізнавати причини культурного шоку і знаходити шляхи його подолання; формувати вміння враховувати культурні відмінності при підготовці і проведенні міжнародних зустрічей з діловими партнерами; аналізувати і проектувати міжособистісні і групові комунікації в полікультурному середовищі; усвідомлювати особливості своєї національної культури, її унікальний код, оскільки здатність розуміти себе, свої власні принципи, цінності та мотиви поведінки, на думку Фенса Тромпенаарса, дозволяє краще розуміти інших [3, с. 2].

Отже, володіння правилами ефективної кроскультурної комунікації, її стратегіями і тактиками, розробка технологій управління, які будуть успішно діяти в різних культурах і допомагатимуть уникати міжкультурних конфліктів, має принципове значення для успішності комунікативної поведінки не тільки майбутніх фахівців з міжнародної економіки а й діючих керівників підприємств, бізнесменів і фахівців в галузі управління. Цього можна досягти лише через призму компетентнісного підходу, який передбачає формування у індивіда знань, умінь та навиків, необхідних для успішної реалізації певних професійних та особистісних цілей або побудови моделі ефективної взаємодії з індивідами, що належать до інших культур.

Одним із прикладів такої моделі, який активно впроваджується в практичній міжкультурній комунікації, є модель побудови третьої культури (The Third-Culture Building Model). Термін був введений соціологами Джоном і Рут Усिम (John and Ruth Useem), після того як в 1950-х роках вони провели кілька років зі своїми дітьми в Індії. Вони були впевнені, що «коли люди спілкуються в різних суспільствах, займаються спільною справою, то вони створюють загальну культуру» [4, с. 31], яка стає містком між національною культурою індивідуума та культурою, в якій індивідум в даний час живе або працює. Граен, Вакабаяші і

Хуей стверджують, що в своїй спробі подолати розбіжності між двома культурами третя культура веде до компромісу між різними культурними практиками. Слід згадати Фреда Л. Касміра, який зробив особливий теоретичний внесок у вивчення кроскультурної комунікації. Він бачив суттєві недоліки міжкультурних комунікаційних моделей 1960-х і початку 1970-х років. Дані моделі фокусувались на зборі та тестуванні культурних відмінностей з метою створення повного списку культурних відносин, поведінки та норм, що неминуче призводило до неточних узагальнень про нації і народності і не охоплювало весь спектр типів міжкультурних ситуацій спілкування. Вважаючи, що наука повинна зосереджуватись на реально пережитих міжкультурних комунікаційних процесах а не на гіпотетичних ситуаціях, Фред Л. Касмір запропонував створити «нову, ситуативну модель для істотно іншої ситуації, створеної взаємодією всіх учасників. Це зможе запобігти прийняттю необґрунтованого і спокусливого висновку про те, що ми знайшли основні правила спільної гри, замість того, щоб отримати якесь обмежене, конкретне уявлення» [5, с. 250]. При цьому він відкидає можливість побудови кроскультурних відносин на основі домінування, переважання психологічної напруженості, вважаючи необхідним пошук спільного підходу, який неминуче призведе до формування «третьої культури» [6, с. 424]. Сформована таким чином третя культура стає загальною для всіх учасників; когнітивний простір включає в себе елементи обох культур, але залишається окремим і відмінним. Модель побудови третьої культури це відхилення від прийняття інших культурних традицій або адаптація, тобто зміна своїх культурних звичаїв, щоб краще відповідати звичаям іншої культури. Здійснити це можна тільки тоді, коли «учасники беруть участь в активному, скоординованому, взаємовигідному процесі побудови відносин» [7, с. 31], і коли всі учасники, обговорюючи цілі, стандарти, та методи, в кінцевому підсумку досягають взаєморозуміння і задоволення.

Давайте розглянемо ряд необхідних кроків для учасників комунікації, які передбачає дана модель побудови третьої культури, а саме: встановлення контакту з партнером комунікації; визнання взаємної потреби у співпраці; збір інформації один про одного; розуміння того, як свої власні погляди, потреби, цінності, етика та стандарти можуть бути інтегровані з поглядами, потребами, цінностями, етикою та стандартами партнера по комунікації; обговорення, розробка, тестування і модифікація своїх підходів; зведення всього цього разом; і, зрештою, повторне обговорення зв'язків і відносин з партнером [7; 8].

Слід також виділити ряд основних характеристик моделі побудови третьої культури.

- Побудова третьої культури це органічна «від низу до верху», «творча та інноваційна діяльність», в якій учасники трансформують свої ресурси (когнітивні рамки і переконання) з метою створення нового інтерактивного середовища (третьої культури) для кожного (нового) сценарію в реальному житті, в якому беруться до уваги особливості, вплив, можливості, обмеження, тощо тієї чи іншої ситуації [9, с. 484].

- Мета побудови третьої культури допомогти людям працювати разом, розуміти один одного, інтерпретувати поведінку один одного, а також встановити загальну платформу для спілкування. До того ж, учасники повинні бути уважними до будь-яких змін, які можуть статися [6].

- В основі побудови третьої культури лежить егалітарний підхід — підхід до розподілу благ у суспільстві, згідно з яким найбільш справедливим буде розподіл, коли всі блага поділені порівну між усіма індивідами. Побудова третьої культури передбачає рівноправне спілкування учасників, які повинні колективно сприяти «клімату піклування, турботи і взаємної поваги, а не конфронтації, яка базується на системі переконань, що передбачає підпорядкування одних і домінування інших» [10, с. 233]. Дихотомія (від грец. *διχотоμία* — поділ обсягу поняття на два видові поняття, що суперечать одне одному) доповідач — слухач замінюється інтерактивним, взаємовигідним творчим процесом.

- Побудова третьої культури вимагає самопізнання і знання свого партнера по спілкуванню. «Готовність учасників спочатку зрозуміти себе, своє власне оточення, потреби, або навіть відсутність обізнаності та наївність вимагає свого роду зближення», оскільки учасники виявляють і обговорюють найкращі шляхи співпраці [5, с. 252].

- Побудова третьої культури є одночасно і свідомо і спланована. Вона не відбувається випадково. Фред Л. Касмір визначає свідомість як розробку взаємоприйнятних, непримусових структур, організацій, систем цінностей, артефактів та інших аспектів культури як з часом сплановані в сфері комунікації зусилля всіх тих, хто бере участь в створенні основи для майбутньої довіри, поваги і важливої взаємодії [10, с. 7]. Без взаємного зусилля всіх сторін процесу не можна створити третю культуру. «Це не означає, що від усіх учасників вимагається внесок, який довільно визначається як однаковий. Навпаки, слід визначити норми, взаємно визначені потребами сторін» [10, с. 233].

- Для моделі побудови третьої культури важливо те, що культура розглядається як процес, а не як статичний об'єкт. В такому середовищі люди часто здатні обґрунтувати та модифікувати культурні моделі поведінки, або скасувати існуючі культурні моделі чи системи. Таким чином, вони ініціюють спільний підхід до вирішення проблем і можуть уникнути проблем, конфліктів і критичних моментів. З часом цей процес триває між тими, чиє фізичне, емоційне або інтелектуальне виживання поставлено на карту [11, с. 111].

- Модель побудови третьої культури — це орієнтована на майбутнє модель спілкування, яка передбачає можливості для учасників, включаючи потенціал створювати, змінювати, будувати і зберігати позитивні результати, або змінювати свої рамки [6; 7].

- Її мета полягає в тому, щоб побачити всі засоби, які продукують відносно довготривалі результати, що взаємодоповнюють один одного і максимально задовільняють всі сторони комунікації.

- Побудова третьої культури забирає час. Це не швидке рішення для будь-якого міжкультурного сценарію, оскільки вимагає повільного та спланованого обдумування, пошуку інформації, інновацій та практики всіх його учасників.

Поки триває міжкультурний контакт, продовжується і процес побудови третьої культури.

Оже, вцілому дана модель передбачає, що учасники процесу міжкультурної комунікації повинні та можуть будувати третю культуру за рахунок спільних переговорів щодо своїх культурних відмінностей.

Давайте також зупинимось на принципах, реалізація яких в рамках культури дозволяє будувати третю культуру. Це єдність у різноманітті, інтеграція, когнітивна та комунікативна різноманітність. Принцип єдності в різноманітті (Фрідріх Ратцель) пов'язаний з вирішенням питання управління культурним розмаїттям. Цей принцип відображає базову тенденцію, необхідність уникнення уніфікації, з одного боку, і фрагментації, з іншого. Вирішити дилему «фрагментація — уніфікація» можна шляхом інтеграції. При цьому мова йде не про односторонню інтеграцію, а про процес, який можна було б точніше назвати двосторонньою або білатеральною інтеграцією, тобто, взаємним пристосуванням до норм, які забезпечують основу для рівноправної взаємодії представників різних культур з урахуванням потенціалу кожного. Використання принципу когнітивної різноманітності (термін «когнітивна різноманітність» був детально описаний С. Пейджем [12]) допоможе уникнути конфліктів та на відміну від «різноманітності ідентичностей» призведе до зростання інновацій. Принцип комунікативної різноманітності може здійснюватися (як не парадоксально) за допомогою тимчасового призупинення відмінностей, пов'язаних з соціальною ідентичністю. К. Матоба виділяє три головних компетенції, що відображають сутність даного принципу: 1) усвідомлення соціального конструювання «культурних відмінностей» і вміння запобігати їхньому впливу; 2) вміння розпізнавати і оцінювати когнітивні відмінності, які приховуються за відмінностями ідентичностей; 3) здатність знаходити і створювати «функціональну взаємодію» між когнітивними відмінностями учасників, що може сприяти стабільності саморегулюючої інтегративної організаційної системи [13].

Виходячи з вище сказаного, можна зробити висновок, що складна і багаторівнева структура культури, яка визначає різноманітність її функцій в кожному суспільстві вимагає ділового спілкування, а саме встановлення і розвитку контактів між рівноправними партнерами, що породжується потребами спільної діяльності. Чим різноманітніше «культурне поле» ведення бізнесу, тим гостріше виявляються кроскультурні відмінності, вищі ризики та комунікативні бар'єри. Звідси більші вимоги ставляться до кроскультурної компетентності менеджерів. Таким чином, готовність і здатність до ділового іншомовного спілкування — це професійно значуща якість фахівців галузі міжнародної економіки та менеджменту, що забезпечує встановлення із закордонним партнером відносин паритетного співробітництва та пошук конструктивного вирішення проблем. Формування такої готовності і здатності (кроскультурна компетентність) до практичної кроскультурної комунікації досягається використанням різних інтерактивних і медійних технологій. Одним з інноваційних напрямків практичної міжкультурної комунікації є формування третьої культури. Така модель побудови третьої культури є унікальною «золотою

серединою», що здатна унеможливити використання статусу сили, статі, національності, раси як засобу маніпулювання в процесі міжкультурного спілкування; та сприятиме не тільки досягненню бажаних для всіх учасників цілей, але й спільній розробці стандартів і методів для досягнення цих цілей. Крім того, розвиток технологій, які забезпечують комп'ютерно опосередковану комунікацію через асинхронні дискусії надають унікальні можливості для створення третьої культури в онлайн-просторі. Проте необхідно пам'ятати, що модель побудови третьої культури створюється не миттєво, а протягом певного періоду часу взаємодії учасників кроскультурної комунікації, оскільки тільки безперервний діалог культур сприяє створенню взаємоприйнятних цінностей.

Література

1. Casmir, F.L. A multicultural Perspective of Human Communication / F.L. Casmir (Ed.) // Intercultural and International Communication. Washington, DC.: University Press of America, 1978. pp. 241–257.
2. Casmir, F.L. Building Communication Theories: Socio/Cultural Approach. Hillsdale, NJ:Lawrence Erlbaum Associates, 1994.
3. Casmir, F.L. Ethics, Culture, and Communication: An Application of the Third Culture Building Model to International and Intercultural Communication / F.L. Casmir (Ed.) // Ethics in Intercultural Communication. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1997b. pp. 89–118.
4. Casmir, F.L. Foundations for the Study of Intercultural Communication Based on a Third-Culture Building Model // International Journal of Intercultural Relations. 1999. №23(1). pp. 91–116.
5. Casmir, F.L. Introduction: Culture, Communication, and Education // Communication Education. 1991. Vol. 40. pp. 228–234.
6. Casmir, F.L. & Muir-Packman H. Learning from the Euro Disney Experience: A Case Study in International/Intercultural Communication. Gazette: The International Journal for Communication Studies. 1999. №61(6). pp. 473–489.
7. Casmir, F.L. Third-Culture Building: A paradigm Shift for International and Intercultural Communication / S. A. Deetz (Ed.) // Communication Yearbook. Newbury Park: CA: Sage, 1993. Vol. 16. pp. 407–457.
8. Hofstede, G. & Hofstede G.J. Cultures and Organizations. Software of the Mind (2nd ed). New York: McGraw-Hill, 2005.
9. Hooker, John N. Cultural Differences in Business Communication. Carnegie Mellon University: Tepper School of Business, 2008. URL: RL: <http://ba.gsia.cmu.edu/jnh/businesscommunication>
10. Matoba K. Glocal Dialogue – Transformation through Transcultural Communication. Retrieved from URL. http://www.idm-diversity.org/eng/infothek_matoba_glocaldialogue.html
11. Page Scott E. How the Power of Diversity Creates Better Groups, Firms, Schools and Societies. Princeton, 2007.
12. Trompenaars, F., Hampden-Turner Ch. Riding the Waves of Culture. London:

Nicholas Brealey Publishing, 1997.

13. Useem, J., Donoghue, J. D., & Useem R. H. Men in the Middle of the Third Culture: The Roles of American and Non-Western People in Cross-Cultural Administration // Human Organization, 1963. №22(3). pp. 169–179.

Нежива О. М.

кандидат філософських наук, старший викладач

кафедри сучасних європейських мов

Київський національний торговельно-економічний університет

МІЖКУЛЬТУРНА КОМУНІКАЦІЯ ЯК ОДИН ІЗ КРОКІВ УСПІШНОЇ ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

***Анотація.** У статті автор розглядає міжкультурну комунікацію як один із кроків успішної професійної діяльності майбутніх фахівців та показує основні чинники, що мали вагомим значення при цьому. Також автор аналізує особливості мови та володіння і знання іноземної мови в сучасному світі, що безпосередньо пов'язано із культурою кожного народу.*

***Ключові слова:** міжкультурна комунікація, мова, культура, професійне спілкування.*

Якісне володіння іноземною мовою в період інтеграції України в Європейське та світове співтовариство сприяє поширенню ділових зв'язків та контактів, надає можливість вивчати та ефективно використовувати іноземний досвід, користуватися сучасними інформаційними технологіями, брати участь у міжнародних конференціях, семінарах та конгресах, проходити стажування в іноземних державах з метою вдосконалення фахової підготовки, проводити письмовий обмін діловою інформацією тощо. Але найголовнішим центром цього є міжкультурна комунікація.

Адже міжкультурна комунікація — це спілкування, що відбувається в умовах, які так відрізняються від культурно обумовлених традицій у комунікативній компетенції її учасників, що ці відмінності суттєво впливають на успіх чи невдачу комунікативної події. Комунікативна компетенція визначається як використання знань символічних систем та правил їх функціонування, а також принципів комунікативної взаємодії, що використовуються під час спілкування. Міжкультурна комунікація характеризується тим, що її учасники під час прямого контакту використовують спеціальні мовні варіанти та дискурсивні стратегії, що відрізняються від тих, якими вони користуються для спілкування всередині своєї власної культури. Інколи міжкультурну комунікацію називають ще крос-культурною, оскільки вона описує явища перехресного, взаємного спілкування представників різних культур [3].

Таким чином, мова в міжкультурній комунікації стає ваговою рушійною силою, тому що вона є основним елементом культури та її інструментом, і дійсністю нашого духу та образом культури, яка є ознакою національної ментальності. Адже кожна нація має свою родзинку в культурі, що передає її через мову. З цього приводу український письменник Панас Мирний відзначив, що найбільше і найдорожче добро в кожного народу — це його мова, ота

схованка його духу, його багата скарбниця. Відтак мова віддзеркалює ключові особливості людської особистості та всього національно-культурного народу. Позаяк кожен носій мови є і носієм культури, бо люди бачать світ по-різному, крізь призму своєї рідної мови.

Також потрібно відзначити, що знання мови іншого народу — це суттєвий складник міжкультурної комунікації і найперший крок до налагодження успішного спілкування між представниками різних націй і культур, а також у різних професійних сферах. Нетактовне для певної культури звертання до людини через незнання мовних особливостей може унеможливити спілкування ще до його початку. Необізнаність у системі метафоричних і символічних значень призводить до різнобою тлумачень та мовних порівнянь, на які так багаті мовні картини світу. Помилкове вживання міжмовних омонімів спричинює непорозуміння, комічні ситуації, а часом навіть конфлікти [4].

При цьому такі поняття, як знати і володіти мовою іншої спільноти, не означають те саме. Адже володіти іноземною мовою означає, що мовець вільно спілкується, мислить і розуміє її як носій цієї мови. А ось знання мови — це вже цілком усвідомлене сприйняття мови як скарбниці певних знань про людину і світ, які закарбовані в лексиці, фразеології, граматиці, інших способах мовного вираження [4]. Таким чином, у цій ситуації на допомогу приходить міжкультурна комунікація, тому що завданням міжкультурної комунікації є формування міжкультурної компетентності, необхідних знань про різні народи та культури з метою уникнення міжетнічних і міжкультурних конфліктів та встановлення комфортних умов спілкування в різних сферах та життєвих ситуаціях [4].

Крім того, міжкультурна комунікація, у якій через мовлення взаємодіють культури і мови, базується на двох типах поведінки. Універсальна поведінка, спільна для всіх культур, базується на біологічній спадковості людини, яка передається від покоління до покоління. Крім того, різним етнічним групам притаманна специфічна поведінка (*parochial behavior*), яка формується під впливом соціального і фізичного оточення. Специфічні моделі поведінки формують специфічну культуру, яку можна визначити як «менталітет (система цінностей, ідей, звичаїв), тобто, сукупність конвенцій, які керують соціальними відносинами» [5; 35].

Слід відзначити, що міжкультурна комунікація складається із вербального та невербального компонентів. Крім того, важливу роль у міжособистісному спілкуванні відіграють вербальні компоненти, які є основними носіями значень повідомлень. Водночас деякі науковці відзначають, що частка невербальних сигналів у міжособистісному спілкуванні становить від 60% до 80% [2; 58–59], що доводить важливість вивчення елементів інших семіотичних систем. При взаємодії культур можуть виникати ненавмисні перешкоди в процесі комунікації і конфлікти, спричинені відмінностями вербальних і невербальних кодів у носіїв різних культур [4].

Крім того, культура професійного спілкування характеризується рівнем розвитку комунікативних знань і вмінь та дозволяє здійснювати міжсуб'єктну взаємодію, спрямовану на ефективне виконання професійних обов'язків. Але при

цьому відіграє важливу роль ділове спілкування, а саме його етика. Адже етика ділового спілкування базується на таких правилах і нормах поведінки партнерів, які сприяють розитковій співпраці. Передусім йдеться про зміцнення взаємодовіри, постійне інформування партнера щодо своїх намірів і дій, запобігання обману та невиконанню взятих зобов'язань. У деяких зарубіжних корпораціях і фірмах розроблено кодекси честі для службовців. Доведено, що бізнес, який має моральну основу, є вигіднішим і прогресивнішим [1].

Отже, професійне спілкування формується в умовах конкретної діяльності, а тому певною мірою вбирає в себе її особливості, є важливою її частиною, засобом цієї діяльності. У професійній культурі спілкування можна виокремити загальні норми спілкування, що зумовлюються характером суспільного ладу і ґрунтуються на здобутках минулого і сучасного. Водночас ця культура має індивідуальний характер і проявляється у способах спілкування, що їх обирає суб'єкт у певних ділових ситуаціях щодо конкретних людей.

Таким чином, успішні фахівці в різних сферах професійної діяльності повинні бути в змозі збалансувати організаційні цілі із зовнішніми глобальними викликами, оскільки організації та компанії стають все більш взаємопов'язаними із роллю лідерів в управлінні глобальними командами, що набуває все більшого значення. Під час ділових поїздок у різні країни спеціаліст повинен враховувати різні культурні нюанси — і це є однією з ключових навичок для успішних фахівців. При цьому це визначається як культурний інтелект, тобто здатність взаємодіяти з іншими людьми з різних культур, бути інформованим про інші культурні цінності, відносини, поведінку й переконання. Незалежно від географічного розташування фахівці повинні мати можливість спілкуватися через кордони з метою створення конкурентних переваг і досягнення результатів.

Література

1. Галицька М.М. Мовленнєвий етикет як елемент культури іншомовного спілкування менеджерів туризму / М.М. Галицька // Іноземні мови в навчальних закладах. Науково-методичний журнал. — 2004. — №3. — С. 134–140.
2. М'язова І.Ю. Особливості тлумачення поняття «міжкультурна комунікація» / І.Ю. М'язова // Філософські проблеми гуманітарних наук. — 2006. — №8. — С. 108–113.
3. Манакін В.М. Мова і міжкультурна комунікація / В.М. Манакін. — К.: ЦУЛ, 2012. — 288 с.
4. Мишланова С.Л. Межкультурная парадигма и перспективы межкультурной коммуникации /С.Л. Мишланова, Т.М. Пермякова // Стереотипность и творчество в тексте. Межвуз. сб. науч. тр. — Пермь, 2005. — С. 340–350.
5. Спільна історія. Діалог культур: навч. посіб. / П. Вербицька, Н. Голосова, В. Дяків та ін.; [ред.: О. Міхеєва, О. Ковалевська]; Всеукр. асоц. викл. історії та сусп. дисциплін «Нова доба». — Львів: ЗУКЦ, 2013. — 256 с.

CREATION OF ARTIFICIAL LANGUAGE SURROUNDING

Анотація. У статті розглядається проблема мотивації сучасних студентів у процесі вивчення іноземних мов. Пропонується використання штучного мовного середовища як засобу полегшення мотиваційного та навчального процесів. У статті наводяться методи створення штучного мовного середовища, які можуть бути використані на будь-якому етапі викладання іноземної мови.

Ключові слова: мотивація, штучне мовне середовище, іноземні мови.

Abstract. The article deals with the problem of modern students' motivation during foreign languages studies. Creation of the artificial language surrounding is offered as a productive mean of facilitating motivational and educational processes. The article is illustrated with the methods of creation of the artificial language surrounding that may be used at any stage of teaching foreign languages.

Key words: motivation, artificial language surrounding, foreign languages.

Students' motivation is decreasing constantly, but the demands to students are increasing constantly. There is well-known Terrell H. Bell's phrase: «There are three things to remember about education. The first one is motivation. The second one is motivation. The third one is motivation».

Ways of increasing students' motivation is one of the matters of interest of modern pedagogy and methodology. Numbers of scientific works deal with this problem [3; 4; 6; 9].

The one may face with the different definition of the term «motivation to learn». E.g., H. Marshall determines motivation to learn as «the meaningfulness, value, and benefits of academic tasks to the learner — regardless of whether or not they are intrinsically interesting» [5, p. 239]. Motivation to learn is defined by C. Ames as long-term, quality involvement in learning and commitment to the process of learning [1, p. 410]. Thus, there is no one approach to understanding this term. The definition given by D. Schunk, P. Pintrich, J. Meecethat seems to be to be the most acceptable. It is as following: «Motivation is the process whereby goal-directed activity is instigated and sustained» [8, p. 19].

Creation of artificial language surrounding may be used as a productive mean of facilitating motivational and educational processes during foreign language studies.

The great influence of language surrounding on the forming and language skills improving is well-known [2]. The language surrounding is usually determined as a kind of communicative space, which communication is realized in [10, p. 356].

While using the artificial language surrounding students' goals and means exchange their places. The language competence is no more an aim, it becomes a mean of achieving communicative targets, for expressing one's own position. Artificial language surrounding may be created with modelling of every day communicative situations or holding different types of events that mean to involve students into active participation.

Methods of artificial language surrounding creation:

— Role-playing games.

A role-playing is a game in which players assume the roles of characters in a fictional setting. Players take responsibility for acting out these roles within a narrative, either through literal acting or through a process of structured decision-making or character development [7]. Modelling everyday conversational situations has a positive effect on process of studying foreign languages. During role-playing games students get ready to the situations they may face in real life. It is an easy and productive task. E.g. students may be offered to participate in really ordinary situations (asking about the route if one got lost; dealing with people on the bus stops, shops, etc.), that would get students familiar with speech etiquette of the foreign country and give some tips of how to behave in some particular situations. Role-playing of extraordinary situations may be used as the introduction part to other types of activities. E.g. situation in a bus, when there are two couples, a man of one couple is sitting and a woman of the second one is sitting, the participants should discuss the positions of their characters. Also a role-playing game may be the part of a brainstorm or discussion. E.g. during the discussion students might not be able to choose their position, but have to support some position because of their parts. Role-playing is also useful for brainstorming. Some of the participants may have the part to cheer up the team, others may criticize everything and so on.

— Discussions.

That's obvious that discussions have positive influence on speaking and mental activity actualization, but it's either a common situation, when a tutor's part is just to offer the topic and let students speak. In such a case no productive effect may be observed. Students should be involved into discussion step by step without their own understanding what they are encouraged to do. Otherwise the discussion turns to be such a «free speaker». Problematic specific questions should be put on the table. E.g. for the discussion of family issues the following activities were chosen. For the acquaintance students were asked to enumerate people who are precious for them. It was predictable, that family members would be in students' lists. So it was the introduction of the class topic. Then there was a task to define what a family is (and it the first step towards the discussion, because most of people have different vision, what should be included in this notion). Task to share home duties between a man and woman is another exercise that involves student into active participation in the discussion. The ways of family conflicts resolution was the summarizing stage of this discussion. Students were asked to participate in the role-playing game. The rules of the game were as following. The wife hasn't cooked dinner and the husband hasn't got the salary. The way students represent their parts is the way they would act in the real life conflict. Students' presentations were discussed at the end. So the discussion was supported not only by questions, but also by involving into different kinds of activities that stimulate debates.

— Games.

Board games and ordinary games are very productive methods that may be used to create artificial language surrounding during foreign language classes. E.g. the using of

the game «Mafia» is well-known. This game stimulates not only speaking activity, but mental one as well. This is a salon team psychological role-playing game with a detective story, which simulates fighting informed members of the organized minority against the unorganized majority.

— Involving into performances.

Involving students into different types of creative activities have a positive influence not only on emotional and motivational spheres, but on cognitive sphere as well. Producing videos, theatric performances, organizing cultural events students face unfamiliar situations and have to use the language that they study in a new way. In this case the language becomes just the mean of achieving the result. But to get the desirable result students still need to use the language.

So artificial language surrounding is an effective mean of improving students' motivational and educational spheres. The improving is achieved because of dipping into conversational situations, that stimulate speaking activity, and events, that require both speaking and production of some actions.

References

1. Ames C.A. Motivation: What Teachers Need to Know / C.A. Ames – Teachers College Record 91(3) — 1990. – 409–421 p.
2. Dörnyei Z., Schmidt R. Motivation and Second Language Acquisition / Z. Dörnyei, R. Schmidt — Natl Foreign Lg Resource Ctr — 2001. — 499 p.
3. Eccles J.S., Wigfield A., Midgley C., Reuman D., Iver D.M., Feldlaufer F. Negative Effects of Traditional Middle Schools on Students' Motivation / J.S. Eccles, A. Wigfield, C. Midgley, D. Reuman, D.M. Iver, F. Feldlaufer // The Elementary School Journal – 1993. — no. 5. — P. 553–574.
4. Emmons R.A. The psychology of ultimate concerns: Motivation and spirituality in personality / R.A. Emmons – New York, NY, US: Guilford Press — 1999. — 230 p.
5. Marshall H.H. Motivational Strategies of Three Fifth-Grade Teachers / H.H. Marshall // The Elementary School Journal — 1987. — P. 135–150.
6. Rathunde K., Csikszentmihalyi M. Middle School Students' Motivation and Quality of Experience: A Comparison of Montessori and Traditional School Environments / K. Rathunde, M. Csikszentmihalyi // American Journal of Education — 2005. — no. 3. — P. 341–371.
7. Role-playing game [Electronic resource] // Wikipedia — Access mode: https://en.wikipedia.org/wiki/Role-playing_game
8. Schunk D.H., Pintrich P.R., Meece J. Motivation in Education: Theory, Research, and Applications / D.H. Schunk, P.R. Pintrich, J. Meece — 2008. — 247 p.
9. Stipek D.J. Motivation To Learn: From Theory to Practice / Stipek D.J. — ERIC — 1993. — 292p.
10. Словарь лингвистических терминов: Изд. 5-е, испр-е и дополн. — Назрань: Изд-во «Пилигрим». — 2010. — 487 с.

Печенікова Л.М.

викладач кафедри української мови та літератури

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

СОЦІОЛІНГВІСТИЧНИЙ АСПЕКТ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Анотація. У статті проаналізовано соціолінгвістичні компетенції комуніканта в аспекті міжкультурної комунікації, розглянуто крос-культурні тенденції та підходи, визначено комунікативні помилки та фактори, які впливають на успішну та ефективну взаємодію.

Ключові слова: соціолінгвістичний аспект, міжкультурна комунікація, культура, крос-культура, бізнес-культура.

Abstract. In the article analysis the problem of intercultural communicate, cross-cultural tendentious, describe the communicative mistake and factors which define on the and successful and effective interaction.

Key words: sociolinguistic aspect, intercultural communication, cultural, cross-cultural, business cultural.

У сучасних реаліях життя формування соціолінгвістичної компетенції набуває все більшого значення, оскільки для здійснення успішного міжкультурного спілкування важливими є не тільки знання іноземної мови, але і національно-культурної специфіки мовної поведінки, соціально-культурних норм, домінуючих особливостей комунікації, національних систем ввічливості, зокрема прояв толерантності до іншого способу життя, поведінки, ідей та вірувань.

Соціолінгвістична компетенція має розгалужену структуру та окреслює соціальні умови використання мови: норми спілкування між представниками різних поколінь, статей, соціальних груп, етикетні формули, мовне оформлення певних ритуалів, які характерні в даному суспільстві. Так, В. фон Гумбольдт писав, що «вивчення мови відкриває для нас, крім власного його використання, ще й аналогію між людиною, світом взагалі і кожною нацією, яке виражається у мові» [3; с. 80].

Проблеми в галузі соціолінгвістики досліджували Л. Виготський, В. Виноградов, В. Жирмунський, Є. Поливанов, Р. Шор, Н. Мечковська, Л. Крисін, М. Панов, В. Звегінцев, Е. Сепір, Т. Фрінгс, В. Матезіус, Б. Гавранек, У. Аммон та інші науковці. Особливу увагу в контексті міжкультурної та міжособистісної комунікації вони звертали на міжнаціональні (міжетнічні) відносини, які вирізняються низкою факторів і параметрів, але мають один найбільш релевантний — конфлікт.

Одинадцятитомний «Словник української мови» розкриває термін «конфлікт» як 1) «зіткнення протилежних інтересів, думок, поглядів; серйозні розбіжності; гостра суперечка; 2) ускладнення в міжнародних відносинах, що може призвести до збройної сутички; 3) суперечність, сутичка, покладена в основу сюжету художнього твору» [6; с. 274]. На нашу думку, конфлікт — один із елементів міжособистісної (міжгрупової) взаємодії, однак в аспекті міжетнічного чи міжнаціонального конфліктів домінуючими стають поняття етнос і нація.

Більшість науковців схиляються до думки, що люди в процесі спілкування

сприймають один одного крізь призму власної культури і стандартів, тобто з позицій етноцентризму. На цьому рівні існує позиція природності і правильності «своєї» культури та неприродності і не прийняття «чужої» комунікативної культури співрозмовника; вважати звичаї своєї групи як універсальні; розглядати свої власні норми і цінності абсолютно вірними [5; с. 54; 4; с. 181].

Незнання національно-культурної специфіки поведінки призводить до комунікативних невдач, негативних оцінок ситуації, а також появи етнічних стереотипів, які виникають на ґрунті обмеженого досвіду та інформації [1; с. 128]. Етнічні стереотипи породжують очікування щодо представників іншої культури в процесі комунікації чи певній ситуації, вони можуть відображати деякі реальності, але загалом не тотожні ні з національним характером, ні з репрезентацією світобачення цього народу.

У результаті розширення міжкультурних контактів особливо важливим завданням є пізнання інших етнічних культур, розуміння подібностей і відмінностей власної та «чужої» культури, «подолання як етнічного нігілізму, так і власного етноцентризму» [5; с. 56].

Дослідник Л. Виготський підкреслює, що «культура створює особливі форми поведінки, вона видозмінює діяльність психічних функцій людини» [2; с. 45]. Саме тому основною причиною відмінностей у вербальному і невербальному спілкуванні визначають тип культури, до якої належать співрозмовники, оскільки історичний досвід нації закріплюється в традиціях, звичаях, нормах поведінки, звичках людей тощо. Так, А. Фліер зауважує, що система соціальних норм є квінтесенцією культури, породжуваної в процесі накопичення та акумуляції соціального досвіду [8; с. 39].

Сучасні вчені у крос-культурному аналізі бізнес-культур країн Західної Європи, Сполучених Штатів Америки, Японії та інших країн застосовують культурологічний підхід, який базується на антитезі між ієрархічно-формальними та егалітарно-неформальними, стриманими і експресивними, поліхромними і монохромними, контактними і дистантними культурами. Так, знаковим для ієрархічно-формальних культур є соціальний статус людини, тобто діє принцип субординації, а для егалітарно-неформальних — принцип професіоналізму особистості.

Важливим аспектом у міжкультурному спілкуванні є відмінності щодо меж допустимої емоційності: експресивній культурі ділових стосунків властива підвищена емоційність (регіони Середземномор'я, Південна Америка, частково США, Канада, Австралія, Східна Європа, Африка), а стриманій культурі — раціональні способи взаємодії (країни Східної та Південної Азії, Північна Європа, Німеччина, Велика Британія, Японія). У своїх наукових пошуках Р. Гестеланд підкреслює, що в європейському культурному регіоні простежується закономірність: 1) чим експресивніша культура, тим більше комунікація співрозмовників насичена невербальними засобами спілкування і така культура є контактною; 2) чим жорсткіші вимоги в блокуванні емоцій, тим вищий рівень комунікативного самоконтролю як на вербальному, так і на невербальному рівнях і дистантності.

Залежно від фактору часу бізнес-культури поділяються на монохромні та поліхромні. Представники монохромних бізнес-культур пунктуальні, вимогливі до структури та порядку проведення ділових переговорів, оскільки дуже цінують фактор часу. Поліхромні культури вирізняються гнучкістю щодо питання часу та пунктуальності. Представники цієї культури на ділових зустрічах можуть вирішувати заздалегідь незаплановані питання.

У системі кроскультурного спілкування також визначають індивідуалістичну і колективістську культури. У першому випадку типовим для культури є автономія особистості, повага до її прав і свобод, у другому — зорієнтованість на збереження, постійне відтворення національних традицій, звичаїв і норм.

Носії західноєвропейських індивідуалістичних культур зосереджені на конкретно інформації, а не на способі її донесення; вирізняються логічним і вмотивованим мисленням, лаконічним мовленням. Представники колективістських культур (Схід Азія) у процесі спілкування звертають увагу не тільки на інформацію повідомлення, але і на форму її презентації.

У міжкультурному просторі взаємовідносин вагоме значення має ставлення мовця до елементів проксеміки: представники експресивних (контактних) культур не звертають особливу увагу на особистісний простір співрозмовника і часто порушують його (наприклад, перервати монолог партнера), що є недопустимим для стриманих (дистантних) культур.

Важливим аспектом мовного етикету в міжкультурному спілкуванні є комунікативні табу — заборона розмовляти на деякі теми чи вживати певні вислови тощо.

Кожна нація має свої уявлення та світобачення про культуру міжособистісних стосунків, стандарти поведінки та спілкування (привітання, звертання, знайомство, дрес-код тощо), однак у міжкультурному аспекті ділове спілкування зорієнтоване на фундаментальні міжнародні морально-етичні стандарти комунікативної поведінки: толерантність, повагу, тактовність, пунктуальність, чемність тощо.

Таким чином, можна стверджувати, що обізнаність мовця з особливостями інших культур, їх національними звичаями і традиціями, специфікою національних бізнес-культур, сприяє толерантному ставленню до поведінки представників різних культур і забезпечує результативність комунікативної взаємодії.

Література

1. Андреева Г.М. Социальная психология. — М.: Аспект Пресс, 2000. — 376 с.
2. Выготский Л.С. Развитие высших психических функций. М.: Изд-во АПН РСФСР, 1960. — 349 с.
3. Гумбольдт В. О различии строения человеческих языков и его влияния на духовное развитие человеческого рода // Хрестоматия по истории языкознания XIX-XX веков / сост. В. А. Звегинцев. М.: Учпедгиз, 1956. — 426 с.

4. Крысько В.Г. Этнопсихология и межнациональные отношения. — М.: Издат-во «Экзамен», 2002. — 448 с.
5. Парсонс Т. Социальные системы // Вопросы социальной теории. 2008. — Том 2. Вып 1(2). — 34 с.
6. Силяева Е.Г. Формирование культуры общения в полиэтнической среде // Межкультурная коммуникация и перевод. Материалы межвузовской конференции. — М.: МОСУ, 2002. — С. 53–58.
7. Словник української мови: в 11 томах. — Том 4, 1973. — С. 274.
8. Флиер Ф.Я. Культурология для культурологов. М.: Академический Проект, 2000. — 496 с.

УДК 81'42

Сініцина Н.М.

старший викладач кафедри іноземних мов і міжкультурної комунікації

Капустіна О.В.

доцент, кандидат педагогічних наук

доцент кафедри іноземних мов і міжкультурної комунікації

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

РОЛЬ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ В СУЧАСНОМУ ДІЛОВОМУ ДИСКУРСІ

***Анотація.** Стаття присвячена висвітленню ролі та місця фразеологізмів, або ідіоматичних виразів, в діловому дискурсі сучасних засобів масової інформації, їх класифікації та аналізу функціонування. Пояснюється їх важливість як невід'ємних елементів мови, які потрібно вивчати та вміти інтерпретувати. Надається аналіз ролі ідіоматичних виразів, зміст яких не пов'язаний безпосередньо з економікою, для вираження основних ідей економічної статті.*

***Ключові слова:** фразеологізми, ідіоми, метафоричний, прагматичні елементи, контекст, транспарентний.*

***Abstract.** The article is devoted to highlighting the role and importance of phraseological, or idiomatic, expressions, in the business discourse of the contemporary mass media, their classification and functioning. The article explains their importance as indispensable elements of the language which users must memorise and comprehend. The article analyses the role of idioms unrelated to economics in expressing the main ideas of an economic article.*

***Key words:** phraseology, idioms, metaphorical, pragmatic elements, context, transparent.*

Відомо, що в кожній мові відображена культура народу і, вивчаючи іноземну мову, ми деякою мірою вбираємо в себе ті культурні цінності, що є надбанням народу, який вживає цю мову. Це особливо стосується ідіом та прислів'їв. Вони, з одного боку, є унікальним надбанням культури та мови кожного народу, а з іншого, вони — носії метафоричних образів, зрозумілих представникам різних народів та культур, хоча способи втілення цих образів відрізняються. Ця доступність на понятійному рівні пояснюється тим, що мова є універсальним засобом спілкування людей, і людський мозок однаково чиним сприймає дійсність та здатен сприймати метафоричну мову [1]. Одним з доказів цього є те, що в різних мовах існують ідіоми та прислів'я, які висловлюють аналогічні ідеї

різними засобами, згідно з історичними та культурними особливостями народів та країн. Цікаве дослідження здійснив лінгвіст Тейланіо Дірі, який порівняв деякі англійські ідіоми та прислів'я з фразеологізмами та прислів'ями однієї з народностей Нігерії і виявив значну схожість в їх смислового наповненні [2].

Мовознавці вважають, що ті, хто намагається опанувати іноземну мову, починають розуміти культуру народу, що спілкується цією мовою, не тільки як інформацію про різних людей та їх поведінку, а також як контекстуальні виміри, які люди використовують для обміну думками під час спілкування та за допомогою яких вони розуміють їх соціальний світ [3]. Очевидно, можна вважати фразеологізми та прислів'я складовою цього контекстуального виміру, отже дослідження свідчать, що сталі вирази (*formulaic chunks*) складають від однієї третини до половини мов [4].

Виходячи з того, що сталі вирази — невід'ємний та широко вживаний шар будь-якої мови, люди, що вивчають мову, завжди стикаються з труднощами їх розуміння, перекладу та засвоєння, але це такий захоплюючий та навіть загадковий аспект мови, що його варто вивчати та аналізувати.

Існує багато класифікацій сталих виразів, або фразеологічних одиниць. Згідно з підручником Н.М. Раєвської [5] їх можна розподілити на категорії за значенням (семантична класифікація), за походженням (етимологічна), за їх граматичними функціями (граматична) або морфологічною структурою. За змістом та структурою вона пропонує розподілити їх на три категорії: стандартизовані словосполучення, де одиниці зберігають свою семантичну незалежність, але мають обмеження на утворення словосполучень (*to make fun, to make a mistake, to offer resistance, to offer an apology*), фразеологічні єдності, значення яких не є сумою значень їх компонентів, але базується на них (*to fall ill, to take place, to be in full swing*) та фразеологічні зрощення, значення яких не можна вивести зі значень їх компонентів (*to cry for the moon* — вимагати неможливого, *to beat the wind* — марно витратити енергію), відмічаючи, що між цими групами не завжди можна провести чітку межу. З цією класифікацією частково співпадають категорії ідіом, які були названі транспарентними, напівтранспарентними та нетранспарентними за легкістю розуміння їх змісту [6].

А. Маккай [7] виділив дві основні категорії ідіом, які назвав «encoding», про зміст яких можна здогадатися на основі значення їх складових, та «decoding», які не піддаються такому аналізу, а Ч. Фернандо [8] запропонувала розподілення ідіом на «pure», «semi-idioms» та «literal», які (у зворотному порядку) можна асоціювати з класифікацією, описаною Н.М. Раєвською.

Існують категоризації ідіом за сферою діяльності, у якій вони вживаються, таких, як бізнес, банківська справа, політика, спорт та інші, а також ті, що базуються на ключовому слові (кольорі, назві тварини, часових відносин, тощо). Такі класифікації полегшують вивчення фразеологізмів цілеспрямовано, що конче необхідно, наприклад, в економічному університеті. Можна стверджувати, що вивчення професійної мови економіки та бізнесу неможливо без засвоєння таких стандартизованих одиниць, як *to open an account, to take out a loan, to pay in cash, bad debts, to make money*, значення яких досить прозоре, фразеологічних єдностей

з менш прозорим змістом: *to be in the black/red, a sleeping partner, the golden share, the grey market, to buy a pig in a poke*, які мають метафоричний зміст, а також фразеологічних зрощень з непрозорим значенням, що базується на історичних алузіях, казкових сюжетах чи певних економічних ситуаціях: *the white knight* (компанія чи людина, яка рятує іншу компанію від небажаного поглинання), *the black knight* (компанія, що загрожує небажаним варіантом поглинання), *a cash cow* (успішний бізнес, який не потребує додаткових інвестицій), *bean counters* (неофіційна та досить неповажна назва бухгалтерів), *round tripping* (можливість отримання прибутку за допомогою використання банківського овердрафту на грошовому ринку, що не влаштовує банк).

В. Мідер, американський лінгвіст, який займається вивченням прислів'їв, розглядає ідіоми як традиційні форми, що співвідносяться з прислів'ями, зазначаючи, що ідіоми традиційні та метафоричні, як і прислів'я, та вживаються частіше [9].

Слід відзначити, що в текстах англомовних засобів інформації, у тому числі в журналі *The Economist*, газеті *The Financial Times* широко вживаються фразеологізми, що не мають безпосереднього відношення до економіки або бізнесу. Вони є невід'ємною складовою стилю сучасних мас медіа. Згідно з думкою Л. Казакової, автора, яка займається аналізом стилю мас медіа, метафора, різні види іронії та прийоми інтерконтекстуальності характерні не тільки для художньої літератури, а й для сучасного публіцистичного стилю. Зокрема, вона розглядає проблему декодування заголовочних комплексів для їх кращого перекладу з англійської мови, а також для розуміння тексту, до якого вони належать [10].

Очевидно, у відношенні медійного дискурсу, що містить ідіоматичні вирази, також можна говорити про декодування, або, скоріше, про інтерпретацію тексту з урахуванням емоційного фону, або підтексту, що створюється за допомогою таких виразних засобів, які можуть вживатися як у заголовках, так і в основному тексті.

Як приклад тексту, насиченого ідіоматичними виразами, розглянемо статтю, опубліковану в журналі «*The Economist*» 12 січня 2017 року під рубрикою *Schumpeter* [11]. Стаття присвячена ситуації, в якій опиняються закордонні фірми, які працюють в США. Заголовок одразу визначає тональність всього тексту: «*America Leaves Foreign Firms Out in the Cold*». Він побудований на ідіоматичному виразі, що означає «третирувати когось, залишати за бортом, пошити в дурні». У підзаголовку надається роз'яснення того, чому закордонні бізнесмени (*are souring*), тобто все менш задоволені своїм перебуванням в США. Цілий вибух ідіом сконцентрований на початку статті: деякі керівники відбігали ноги (*fall head over heels*) в гонитві за американськими споживачами. Дональд Трамп пророкує їм повне розчарування (*promises to give foreign firms a rude awakening*), між тим багато іноземних компаній уже втратили своє захоплення Америкою (*fell out of love with it*).

Далі вживаються інші фразеологізми, що стосуються теми любовної гри та особистих стосунків, для зображення пригод та нещастя фірм різних країн в

США: якщо один учасник гри не здобув перемоги (*if one affair ends in tears*) інший вже готовий діяти (*there is a new paramour in the wings* — ідіоматичний вираз з театральної сфери, — дослівно — ще один герой-коханець очікує за лаштунками). У тексті статті є також інші ідіоми та метафори з того ж тематичного ряду, що характеризують дії іноземних компаній по відношенню до США: бути під впливом любовної отрути (*to get the love bug*), втратити фінансову цнотливість (*to lose one's financial virginity*), деякі інші: попрямувати за океан (*to rush across the pond*), на рідній землі (*on their home turf*), військове керівництво (*brass hats*).

Слово «*tryst*», що означає зустріч тайних коханців та належить до книжково-літературного стилю, зустрічається з епітетом «*doomed*» (приречений на провал) для зображення боротьби конкуруючих фірм, поряд з лексемою зниженого, або розмовного, стилю — «*gutsy*» — могутній, потужний, що в поєднанні зі словом «*triumph*» створює іронічний ефект, тому що тріумф не здійснився. Стаття, що аналізується, також відзначається вживанням дескриптивних емоційних епітетів, не дуже характерних для економічних текстів «*dazzling technology, insufferable lawyers, besotted tycoons, souring romance, onerous new rules, disappointed hopes*». Останнє з перелічених вище словосполучень автор визначає як точну метафору, що описує ситуацію в США, з якою стикаються іноземні фірми. Ефект такої характеристики підсилюється епітетом «*subscale*» (незначний) та словом «*weaklings*» (слабкі істоти) по відношенню до цих фірм.

Окрім цілої низки фразеологізмів та емоційних суб'єктивних думок стаття містить об'єктивну інформацію, висловлену за допомогою професійних фінансових термінів, що підтверджує думки автора. Стаття закінчується реченням, стиль якого відповідає імпліцитному лейтмотиву автора — мотиву близьких особистих відносин: «*If you can't find love change your appearance*», тобто компанії закликають до зміни тактики та методів роботи. Слід зазначити, що назва тексту, що наводилася на початку тез, відноситься до електронного варіанту, а друкований варіант статті з'явився з заголовком «*They've Lost That Loving Feeling*».

Автор статті, відстоюючи свою думку, наводить конкретні цифри, факти та назви компаній, але, окрім впливу на інтелектуальну сферу, він також торкається емоційної сфери та почуття гумору читача, висловивши своє особисте відношення до подій, що відбуваються. Він створює, значною мірою за допомогою ідіоматичних виразів, підтекст, у якому ототожнює відносини між країнами та компаніями з особистими відносинами між людьми. Зокрема, через увесь текст проходить тема любові та почуття прихильності, використання якої створює саркастичний ефект та підсилює враження, що виникає під впливом цифр та фактів. Ідіоми, які в досить великій концентрації розсипані у статті, виступають як прагматичні елементи, які, при відсутності відкритої критики, висловлюють негативне ставлення автора до ситуації, що склалася. Контраст між лейтмотивом любові та жорстокою реальністю сприймається як гірка іронія, завдяки інтерконтекстуальній взаємодії всіх складових статті.

На завершення слід відмітити, що небагато публікацій до такої міри насичені фразеологічними виразами, як стаття, що аналізується. Однак вона є ілюстрацією тенденцій, які не можна ігнорувати.

Література

1. 10. Казакова Л. Н. Декодирование и перевод заголовочных комплексов в современных mass media / Л. Н. Казакова // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. — 2016. — №21. — С. 106–110.
2. Раєвська Н. М. English Lexicology / Н. М. Раєвська. — К. :Вища школа, 1971. — 335 с.
3. Fernando, C. Idioms and Idiomacity. / Chitra Fernando. — Oxford University Press, 1996. — p. 265.
4. Lakoff George. Metaphors we live by. / George Lakoff, Mark Johnson. — Chicago: University of Chicago Press, 1980. — 191 p.
5. Leah Claudia. Idioms — Grammaticality and Figurativeness / Claudia Leah // The Round Table. — 2014. — №21 — P. 1–11.
6. Makkai, A. Idiom Structure in English. / Adam Makkai. — The Hague: Mouton, 1972. — 371 p.
7. Mieder Wolfgang. Proverbs speak louder than words: folk wisdom in art, culture, folklore, history, literature and mass media. / Wolfgang Mieder — New York: P. Lang, 2008. — 357 p.
8. Scarino A. Assessing Intercultural Capability in Learning Languages: A Renewed Understanding of Language, Culture, Learning, and the Nature of Assessment. / Angela Scarino // The Modern Language Journal. — 2010. — Vol. 94(2). — P. 324–329.
9. Schumpeter: America Leaves Foreign Firms Out in the Cold. // The Economist. — Jan 12th 2017.
10. Teilanyo Diri I. Unity in Diversity: A Comparative Study of Selected Idioms in Nembe (Nigeria) and English. / Diri I. Teilanyo // Intercultural Communication Studies. — 2014. — Vol. 23 — Issue 2. — P. 124–140.
11. Yağiz Oktay, Izadpanah Siros. Language, Culture, Idioms, and Their Relationship with the Foreign Language. / Oktay Yağiz, Siros Izadpanah // Journal of Language Teaching and Research. — 2013. — Vol. 4. — No.5. — P. 953–957.

Томіліна Ю.М.
викладач англійської мови
Університетського коледжу
Київського університету імені Бориса Грінченка

МОДЕЛЮВАННЯ ЗАВДАНЬ З АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ ЗАСОБАМИ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Анотація. У статті розкрито підходи до використання інформаційних технологій у навчанні студентів коледжу. Показано доцільність застосування інформаційних ресурсів у різних формах навчальної роботи. Наголошено на поєднанні моделей роботи для успішного опанування навчальним матеріалом та його контролю.

Ключові слова: форми роботи, модель, навчальна робота, мережа, англійська мова.

Abstract. The article deals with approaches to the use of information technology in teaching college students. The expediency of the use information resources in different forms of educational work was shown. Emphasized the combination of models for successful mastery of educational material and control.

Key words: forms of work, model, academic work, net, English.

Постановка проблеми. В умовах глобалізації суспільства важливим є володіння інформацією, здатність обмінюватися нею, самостійно набувати знання, уміння й навички. Це зумовлює необхідність перебудови всієї системи освіти, змінює освітні запити щодо підготовки й розвитку сучасного спеціаліста. Проблему впровадження інформаційно-комунікаційних технологій у навчальний процес, як засвідчує аналіз та дослідження сучасної науково-методичної літератури, присвячена низка праць українських учених (В. Андрієвська, Н. Олефіренко, І. Аносов, Н. Бичкова, М. Жалдак, М.Згуровський, В. Кухаренко, Н. Морзе, С. Раков та ін.).

Однак, незважаючи на значний внесок у теорію і практику мовної освіти та широту охопленої проблематики, існують розбіжності у підходах до процесу навчання, зокрема потребують трансформації форми і методи та засоби навчання з урахуванням індивідуальних можливостей, інтересів та запитів майбутніх фахівців іноземної мови в умовах коледжу.

Мета розвідки — розкрити підходи до моделювання навчальних завдань з англійської мови засобами новітніх мережевих технологій. Завдання статті — показати поєднання форм роботи у навчанні англійської мови засобами ІКТ.

Аналіз останніх джерел. У період глобалізації інформаційного середовища важливим є питання доступності учасників навчального процесу до змісту матеріалу з іноземної мови, контролю умінь і навичок. Нині відбувається накопичення досвіду, пошук шляхів підвищення якості навчання і нових форм використання ІКТ у різних навчальних процесах. На думку В. Жалдака, впровадження ІКТ, зокрема використання комп'ютерних навчальних програм на заняттях, доречно проводити трьома етапами [4, с. 24—25]. Існує твердження, що використання технологій сприяє удосконаленню навичок самостійної роботи студентів в інформаційних базах даних, мережі Інтернет, робить процес навчання цікавим та змістовним, підвищує активність студентів відео- та аудіоінформацією

[8].

Вважаємо вагомими здобутки Л. Бичкової про важливість використання технічних засобів для контролю знань [3, с. 13]. Дослідниця наголошує на використанні музичних періодів під час занять або поетичних уривків, на зразок: «перед переглядом відеофільму «Лондон» подати музичний вступ, а під час перегляду фільму доцільно прослухати відомий вірш О. Уальда «Симфонія у жовтих нотах» («*Symphony in Yellow*») [3, с. 10–11].

Цінним для нашого дослідження є групування інформаційних джерел, запропоноване дослідницею О. Зубченко [21], що ґрунтується на аналізі інформаційних джерел агенції *Becta* та *NGFL*, на чотири категорії за такими характеристиками: 1) за типом мережі: локальні мережі, Інтранет та Інтернет; 2) за типом надання освітніх ресурсів: суспільний та національний, грі для навчання; 3) за використанням ресурсів мережі: електронна пошта, веб-сайти, відеоконференція; 4) за типом (стандартом) підключення: *ISDN*, *Broadband*, бездротова комп'ютерна мережа (бездротовий Інтернет). Так, *локальні мережі* об'єднують комп'ютери та інше електронне обладнання і дають можливість швидко обмінюватися інформацією та спільно застосовувати мережеві ресурси в межах певної території [6, с. 70].

Виклад основного матеріалу дослідження. Навчання іноземної мови засобами ІКТ сприяє розвитку не тільки умінь і навичок усного і письмового мовлення, навичок читання та аудіювання, але й формуванню інформаційних умінь студентів, на зразок: 1) користуватися програмою розпізнання мовлення: введення відповідей за допомогою мікрофона; 2) брати участь в інтерактивних діалогах із комп'ютером; 3) читати графіки візуалізації мовлення (вимови); 4) працювати з анімаційними роликами, які демонструють артикуляцію звуків; 5) планувати заняття за допомогою комп'ютера; 6) діагностувати, корегувати, оцінювати свої знання за допомогою комп'ютера; 7) користуватися *SmartStat* — технологією, яка допомагає визначити готовність до іспитів тощо.

Зауважимо, що контроль розуміння на слух із вибором варіанту відповіді може відбуватися тільки в друкованих вправах. Адже оперативна пам'ять індивіда недостатня для утримання трьох-чотирьох можливих варіантів відповіді, тим більше порядку їх слідування один за одним. Тому до завдань, які доцільно використовувати із залученням комп'ютера, є вправи на вибір із декількох варіантів тверджень, вставляння необхідних мовних одиниць у друкований варіант тексту із пропусками, поєднування. Окрім того, для ефективного навчання студентів засобами відеофонограми величезне значення має сприймання ними інформації одночасно слуховими і зоровими каналами.

Використання ІКТ на заняттях з іноземної мови можна систематизувати за такими критеріями, як-от: 1) за діапазоном застосування: на неспеціалізоване (для викладання всіх або кількох навчальних дисциплін) та спеціалізоване (для викладання конкретної навчальної дисципліни). Зокрема для викладання англійської мови може застосовуватись як неспеціалізоване, так і спеціалізоване програмне забезпечення. Прикладом застосування неспеціалізованого програмного забезпечення може бути створення презентацій у програмі *Power*

Point, текстових документів з використанням текстового редактора *Word*. Зразком застосування спеціалізованого програмного забезпечення є використання *CD* дисків до підручника для прослуховування матеріалу, використання електронного словника *ABBYY Lingua*, у якому, окрім безпосереднього перекладу слова, пропонується переглянути приклади його вживання. Популярність програм пояснюється легкістю оволодіння навичками роботи, можливістю використання різноманітних матеріалів залежно від рівня знань. Так, *довідкове програмне забезпечення* — це наявність мультимедійного змісту, спеціальних навігаційних механізмів та відсутність попередньо визначеного шляху ознайомлення з інформацією, тобто можливість опрацьовувати її у будь-якій необхідній послідовності, а також включення певних видів навчальної діяльності (систем запитань-відповідей, інтерактивних елементів для закріплення знань). Навчальне програмне забезпечення — це діяльнісно зорієнтовані програми, що включають різновекторні системи запитань та відповідей, спрямованих на формування та вдосконалення цілої низки вмінь та навичок. Тренувальне програмне забезпечення — це програми для вдосконалення знань, умінь та навичок, що характеризуються одночасною наявністю значних блоків навчальної інформації та механізмів перевірки засвоєння знань.

Застосування освітнього програмного забезпечення за діапазоном застосування: неспеціалізоване (створення презентацій у *Power Point*, на зразок, створити презентацію у *Power Point* на тему «*Seasons*»); використання текстового редактора *Word* для створення різножанрових текстів, на зразок: використовуючи текстовий редактор *Word* напишіть есе на тему «*My favourite season*»); спеціалізоване (використання *CD* дисків до підручників, на зразок: прослухайте діалог та дайте відповіді на запитання); використання електронного словника *ABBYY Lingua*, на зразок: перекладіть текст, використовуючи електронний словник *ABBYY Lingua*).

За контентом освітній матеріал групуємо на довідковий та навчальний: словники (*Longman Dictionary (CD)*); граматичні довідники (*Round-up (CD)*); країнознавчі матеріали (*Unknown Great Britain (CD)*; *English Grammar Online*; *British Council*; *BBC Learning English*; *Lingua Leo*).

Таким чином, за допомогою освітнього програмного забезпечення з англійської мови у студентів формуються вміння й навички спілкуватися та взаємодіяти при обговоренні планів дій та способів виконання, слухати, коментувати, ставити запитання, використовувати мову для представлення ролей та досвіду, формувати послідовність ідей, почуттів, подій, мислення.

Серед спеціальних умінь і навичок формуються вміння проводити дослідження та експерименти з текстами творів різних жанрів. Також використовувати знання граматики, орфографії, пунктуації для написання творчих робіт. Для цього усі комп'ютери Університетського коледжу об'єднані в єдину мережу за допомогою серверу, доступ до якої є лише в будівлі коледжу. Така побудова мережі має суттєві переваги. На сервері можуть зберігатися практичні завдання до занять, мультимедійні заняття, архіви студентських робіт, що забезпечує зміст навчання англійської мови та форми проведення спільних

навчальних проєктів, обмін повідомленнями.

Однак, більш зручним для роботи викладача і студентів є Інтранет і глобальна мережа Інтернет: є доступними для проведення спільних проєктів, віртуального спілкування, створення дискусійних груп за інтересами і потребами, виконання тестових завдань в мережі Університету *Moodle*. Глобальна мережа Інтернет надає студентам можливість застосувати глобальну мережу Інтернет для створення бази даних навчальних ресурсів, пошук інформації. Електронна пошта (*E-mail*) виступає середовищем для обговорень та переговорів, що дає студентам можливість використовувати електронну пошту в навчанні англійської мови: може бути обмін текстовими файлами, зображеннями, надсилання виконаних завдань викладачеві. Веб-сайт реалізує віртуальне представництво освітнього закладу в Інтернеті, його використання робить доступним студента коледжу до корисних ресурсів: словників, художньої літератури, країнознавчих матеріалів, підручників та онлайн-курсів. Відеоконференція є середовищем обміну аудіо- та відеоматеріалами, різними типами файлів, що надає можливість за допомогою спеціального обладнання двом або більше особам спілкуватися одночасно в режимі реального часу, на зразок: спілкування з носіями мови, участь у дискусіях.

Отже, застосування ІКТ для навчання англійської мови забезпечує вільний доступ викладачів та студентів до навчальних ресурсів, дає змогу працювати над спільними завданнями та знайомитися з різними культурами для вивчення англійської мови. Таким чином, ІКТ в навчанні іноземної мови докорінно змінюють організаційно-методичну структуру заняття, стимулюють викладача до використання найбільш прогресивних і раціональних форм і методів навчання. ІКТ у комплексі з іншими методами активного навчання підвищують процес сприйняття й обробки студентами навчальної інформації.

Подаємо моделі завдань для використання на практичних заняттях з англійської мови.

Lesson 1. Topic: Working life.

Aims:

- Expanding students' vocabulary;
- Improving students' reading skills;
- Developing their speaking skills;
- Practising listening for specific information.

Students should know: types of jobs and what they involve.

Students should be able: to talk about different jobs.

Start by asking students what jobs they have done/would like to do. Ask students to look at the pictures on the Smart board and say what jobs they can see. Drill for pronunciation. Students listen to the recording and repeat the words after the recorder.

Tell the students to look at the sentences and work out the meanings of the words in bold from the context. Students find definitions of the words in bold using the online ABBYY Lingua translator.

Task 1

- 1) It's very **competitive**. It's difficult to find a good job.
- 2) It's very **well-paid**. He gets £60,000 a year as well as bonus at the end of the

year.

3) It's quite **rewarding**. You really help people and that makes you feel good.

4) It's quite **insecure**. You are often self-employed or have a temporary contract and it's quite badly-paid.

5) You didn't have any **responsibility**. Once your day's finished, you don't have to worry about anything.

6) You need to be quite **creative**. You have to think of a lot of new ideas and new ways of doing things.

7) It's very **stressful**. You're under a lot of time pressure.

8) It's **physically demanding**. You have to be strong and fit.

9) It's very **varied**. You get to do lots of different things.

10) There's a lot of **paperwork** — writing reports, filling in forms, things like that.

Ask students to choose any three jobs from the pictures they have downloaded from the Internet on their mobile phones and describe them using adjectives from the bold. Students make up sentences and exchange them with the help

Tell students they are going to listen to a recording of a conversation between Ivan and Amanda about jobs. Give them a few seconds to read the questions on the Smart board and note down the answers as they listen to the recorder.

Students look at the sentences on the Smart board and try to guess the correct word from memory or prior knowledge. Students do an exercise individually and then exchange their copy-books, *play the recording and check the answers*.

Ask students to use the Internet and choose any job and describe it in as much detail as they can. Students' partner has to guess it.

Література

1. Андрієвська В.М., Олефіренко Н.В. Інформаційні технології і засоби навчання. [Електронний ресурс]: — 2010. — №2 (16). — Режим доступу: <http://www.ime.edu-ua.net/em.html>.

2. Аносов І.П. Людина в Інтернет-технологічному освітньому процесі: до постановки проблеми // Педагогіка і психологія формувань творчої особистості: проблеми і пошуки. Збірник наукових праць. — Київ-Запоріжжя, 2002. — Вип. 24. — С. 33—139.

3. Бичкова Н. Основи використання відеофонограми та фонограми для навчання іноземних мов. — К.: Віпол, 1999. — Частина I. — 107 с.

4. Жалдак М. Комп'ютерно-орієнтовані системи навчання / М. Жалдак // Науковий часопис. — К.: НПУ ім. М. Драгоманова. 2005. — №9. — С. 3—14.

5. Жалдак М.І., Морзе Н.В., Рамський Ю.С. Двадцять років становлення і розвитку методичної системи навчання інформатики в школі та в педагогічному університеті // Комп'ютер у школі та сім'ї. — 2005. — №5. — С. 12—20.

6. Зубченко О.С. Характеристика сучасних мережених педагогічних технологій / О. Зубченко // Зміст і технології шкільної освіти: Матеріали звітної конференції інституту педагогіки АПН України. — К.: Пед. думка, 2006. — Ч. I. — С. 35.

7. Морзе Н.В. Основи інформаційно-комунікаційних технологій: навч. посіб. для студ. ВНЗ. — К.: Видавнича група ВНУ — 2008. — 350 с.

8. Харченко Ю.Ю. Використання ІКТ на уроках іноземної мови [Електронний ресурс]. — Режим доступу до статті: http://englishgerman75zp.blogspot.com/p/blog-page_9.html

9. Blamire R. Being on-line / Roger Blamire // Information technologies in schools: reasons and strategies for investment [Symposium Jurnal (Latvia) 8-10 July 1999]. — Council of Europe Publishing, 2000. — P. 59–73.

Чезганов С.А.

старший викладач

кафедри української мови та літератури

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

ЛІНГВОКУЛЬТУРНІ КОМПЕТЕНЦІЇ ЯК АКТУАЛЬНА СКЛАДОВА У МОДЕЛІ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ ІНОЗЕМНИХ СТУДЕНТІВ-ЕКОНОМІСТІВ

Анотація. У статті розглянуто актуальні проблеми викладання української мови як іноземної, зокрема впровадження у навчальний процес моделі, яка базується на виокремленні лінгвокультурної компоненти як засобу полегшення адаптації іноземних учнів до нового для них мовнокультурного середовища. З метою оптимізації навчального процесу пропонується впровадження методичних прийомів, які враховують спільне («універсальне») і специфічне для носіїв різних мов у механізмі породження і сприйняття ними української мови.

Ключові слова: лінгвокультурні компетенції, лінгвокультурна компонента, лінгвокультурний концепт, лінгвокультурема.

Сьогодні вирізняється мінливістю, складністю і насиченістю інформативного простору, у якому до суто професійних знань слід додавати інші знання і навички. Викладачі-мовники, розробляючи модель підготовки іноземних студентів, мають ретельно вивчити питання про те, що є спільним і специфічним для носіїв різних мов у механізмі породження і сприйняття української мови. Слід враховувати, що іноземні учні сприймають нову дійсність через призму своєї національної культури, в якій мовна складова посідає значне місце. Формування світогляду, зокрема загальнокультурного і мовного досвіду відбувається з перших дитячих кроків через специфічну фіксацію комплексу нових знань учнів про об'єкти дійсності, про зв'язки між ними, про закономірності цих стосунків. Втім, особливості національної культури не виключають існування універсальних загальнолюдських культур, серед яких чільне місце посідають лінгвокультурні компетенції. На нашу думку, саме на «універсальність» або спільність у світосприйнятті, пов'язану з єдиною для всього людства об'єктивною реальністю, викладачі-мовники повинні спиратись на початковому етапі викладання української мови іноземним учням. Такий підхід не тільки полегшує адаптацію студентів у новому мовнокультурному середовищі, але є необхідним і достатнім до поступового переходу до професійної підготовки засобами нової мови.

У подальшій роботі більше уваги слід приділити специфічним аспектам нової культури і розпочати системну роботу над формуванням лінгвокультурних компетенцій як важливої складової комунікації. У цьому контексті можна навести думку професора А.О. Білецького, який вважав, що «зміна мови — у розумінні заміни однієї мови іншою — рівноцінна зміні культури» [1, 16]. Таким чином, неможливо ігнорувати культуру народу, мову якого вивчаєш, оскільки мова є однією з найважливіших складових цієї культури.

В останні десятиріччя дослідники все частіше звертають увагу на важливість виокремлення лінгвокультурної компоненти як у теоретичному, так і у практичному аспекті. При цьому переважна більшість лінгводидактів роблять акцент на тому, що лінгвокультурологічні одиниці є результатом специфічної компресії так званих «фонових» знань і являють собою вербальні знаки національної культури. Ці слова-знаки або символи дослідники називають по-різному, але спільним у визначенні таких одиниць є те, що вони конденсують в собі певну інформацію про національну культуру. Нам до вподоби термін «лінгвокультурема», запропонований В.Г. Костомаровим і Н.Д. Бурвіковою, оскільки в ньому досить точно і концентровано відбито сутність цього феномену, що належить водночас мові і культурі. Якщо звернутись до української культури у пошуках таких символів, то можна згадати такі слова як «писанка», «рушник», «козак», «майдан» та інші.

Цікавими, на нашу думку, виглядають наукові розвідки американських дослідників, серед яких вирізняються роботи Р. Ладо. Так, він вважає, що при вивченні чужої мови слід якомога глибше зануритись у культуру носія цієї мови з метою оволодіти системою понять народу. Важливим є те, що спосіб життя цього народу, як переконливо доводить дослідник, можливо розкласти на окремі акти поведінки, які є унікальними для певної культури і самі складаються з таких елементів, як виконавець, дія, об'єкт, місце, час тощо. Дослідник підкреслює, що науковість подібного підходу підтверджується можливістю дескриптивного аналізу.

У своїй практиці ми достатньо ефективно застосовуємо прийоми, які є елементами теорії фреймів. Низка дидактичних прийомів стала основою для розробки нового інструментарію крос-культурної комунікації. Поступово теорія фреймів починає застосовуватися у лінгводидактиці, виходячи за межі когнітивної психології і лінгвістики саме у тій частині, яка пов'язана з семантикою тексту і сценарними конструктами. На наш погляд, фреймова побудова заняття з мови виглядає досить перспективною з огляду на застосування інших методичних прийомів, запозичених зі світу бізнес-технологій («мозковий штурм», «кейси»).

Викладачі-практики, намагаючись оптимізувати навчальний процес, зробити його більш цікавим і результативним, все частіше звертаються до суміжних лінгвістичних дисциплін, серед яких виокремлюються ті, що зорієнтовані на культуру народу, мову якого вивчається. У своїй практиці ми особливу увагу приділяємо лінгвокультурології, яка оперує таким важливим для мовної прагматики поняттям, як концептосфера. Мовне відображення концептосфери

називають мовною картиною світу. Основною одиницею концептосфери є лінгвокультурний концепт — явище дійсності, планом змісту якого є вся сукупність знань про об'єкт, а планом мовного вираження — сукупність вербальних і позавербальних засобів, що номінують цей об'єкт. Лінгвокультурний концепт належить до понятійного апарату лінгвокультурології, але у той самий час він є дуже близьким до «лінгвокультуреми» як поняття лінгводидактики. Нас цікавить насамперед те спільне, що можна використовувати у практиці викладання мови. З метою актуалізації у свідомості носія того чи іншого концепту можна використовувати як вербальні, так і позавербальні засоби. Наприклад, концепт «гроші» можна реалізувати низкою лексем: фінанси, капітал, золотий телець тощо. Утім, можна вдатися до жестикуляції за допомогою пальців. Тут дуже легко можна потрапити у «культурологічну» пастку, оскільки не всі лексеми і жести будуть зрозумілими носієві іншої мовної культури. Тим цікавішим для викладача буде цей лінгвокультурологічний виклик, який спонукатиме до пошуків вирішення складних завдань. Готуючи розробки уроків, викладач має враховувати культуру (у тому числі мовну) своїх учнів, концентруючи більше уваги на актуалізації українських лінгвоконцептів.

Література

1. Белецкий А.А. Язык и культура. // Структурная и математическая лингвистика. — 1978. — Вып. 6.

УДК 811.161.2'243

Черемська О.С.

кандидат філологічних наук, професор

завідувач кафедри українознавства і мовної підготовки іноземних громадян

Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця

ЗАСТОСУВАННЯ ФУНКЦІОНАЛЬНО-КОМУНІКАТИВНОГО ПІДХОДУ ДО НАВЧАННЯ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ ЯК ІНОЗЕМНОЇ У НОВОМУ ПІДРУЧНИКУ ДЛЯ ПОЛЬСЬКИХ СТУДЕНТІВ- УКРАЇНІСТІВ

***Анотація.** У статті акцентовано увагу на лінгводидактичних проектах кафедри україністики Познанського університету імені Адама Міцкевича; розглянуто структуру та способи презентації матеріалу в новому підручнику української мови для польських студентів-україністів; проаналізовано сутність функціонально-комунікативного підходу як основного принципу мовного навчання іноземних студентів та особливості його реалізації в рецензованому підручнику.*

***Ключові слова:** лінгводидактичні праці, функціонально-комунікативний підхід; мовленнєва, комунікативна, культурологічна компетенції; теми комунікації, форми активізації мовленнєвої та комунікативної діяльності.*

***Abstract.** The article focuses on linguodidactic projects of department of Adam Mickiewicz University in Poznań; The structure and methods of presentation of the material in the new Ukrainian language textbook for students of Polish-Ukrainian Studies has been considered; The essence of*

functional-communicative approach as a basic principle of language teaching foreign students.

Key words: *linguodidactic work, functional and communicative approach; speech, communication, cultural competence; themes of communication, forms of speech activation and communication activities.*

Із здобуттям Україною незалежності перед вищою школою постають нові завдання: популяризація української мови, підвищення її престижу, а через мову — і культурних цінностей України у світі. «Проблема опису статусу і функцій української мови в світовому освітньому просторі, на переконання Т. Космеди, потребує відповідних напрацювань, розробок, узагальнень. Адже попит на українську мову поза територією України — це одне з найактуальніших питань української соціолінгвістики» [1, с. 119]. Такий стан справ зобов'язує до ґрунтовної різноаспектної україноцентричної діяльності: створення кафедр україністики, упровадження спеціальності «Українська філологія» рівня «бакалавр» і подальше відкриття магістратури зі вказаної спеціальності, підготовка аспірантів і докторантів з україністики, активне провадження науково-організаційної роботи (проведення конференцій, видання фахового часопису, реалізація лінгводидактичних проєктів). Усі ці завдання самовіддано здійснено й успішно втілено на кафедрі україністики Познанського університету імені Адама Міцкевича, яку очолює доктор філологічних наук, професор Тетяна Анатоліївна Космеда.

Вагомий науково-теоретичний доробок кафедри та її керівника сприяв створенню оригінальних лінгводидактичних праць. Зауважимо, що впродовж останніх п'яти років під керівництвом та за активної участі проф. Т. Космеди звершено чотири лінгводидактичні проєкти, два з яких — міжнародні, реалізовані в межах Угоди між Університетом Адама Міцкевича і Львівським національним університетом ім. І. Франка. Це, зокрема, «Підручник з української мови (для польських студентів-україністів першого року навчання: рівень A1-A1+)», заг. ред. проф. Т. Космеди (Poznań, 2015), що крім текстової частини, містить компакт-диск із записами текстів для аудіювання до кожної розробленої теми, теоретичний матеріал, завдання до текстів, діалогів і вправ репрезентовані двома мовами, а також «Практичний курс української мови (для польських студентів-україністів другого року навчання: рівень A2-B1)», за заг. ред. проф. Т. Космеди (Познань — Львів, 2016), із доданим компакт-диском, на якому презентовано тексти до кожної з восьми тем.

Обидва підручники репрезентовано в повноколірній палітрі, вони містять систему різноаспектних ілюстрацій та інших яскравих засобів візуалізації. Головною особливістю видань є функціонально-комунікативний підхід, що ґрунтується на зануренні в мовленнєву ситуацію повсякдення й розглядає мовні одиниці як інструмент творення думки. Вдало підібраний і презентований матеріал спрямований на формування мовної, мовленнєвої, комунікативної та культурологічної компетенцій іноземних студентів.

Підручник «Практичний курс української мови (для польських студентів-україністів другого року навчання: рівень A2-B1)» (Познань-Львів, 2016),

створений колективом авторів, провідних науковців, репрезентантів двох держав — України та Польщі, є оригінальним міжнародним проектом й успішним доробком українсько-польської співпраці [3]. Цільовий адресат підручника — студенти другого курсу, які навчаються на відділенні української філології насамперед у польських вищих навчальних закладах відповідно до навчальної програми, розробленої кафедрою україністики УАМ.

На сьогодні апробовано чимало концепцій викладання мовних дисциплін: комунікативний принцип навчання мови, що його реалізують мовознавці й лінгводидакти Л. Барановська, Л. Головата, А. Загнітко, Л. Ляхоцька, Т. Космеда, Т. Рукас, Д. Шапран, Ю. Юкало, Я. Януш; культурологічний (значною мірою презентований відповідним добром матеріалу) — О. Біляєв, Н. Голуб, Т. Груба, Г. Дідук-Ступ'як, В. Дороз, В. Кононенко, О. Кучерук, Л. Мацько, О. Муромцева, Л. Паламар, М. Пентилюк, Г. Онкович, О. Онуфрієнко, В. Ужченко; компетентністний — М. Вашуленко, В. Мельничайко, М. Пентилюк, В. Плахотник.

Оптимальним засобом у викладанні іноземної мови вчені вважають функціонально-комунікативний принцип, що є «тим основним методом, що допомагає засвоїти мову як засіб спілкування на основі практичного застосування мовного матеріалу, розширення і поглиблення пізнавальних здібностей студентів» [2; 12], оскільки «він передбачає доцільне використання мови, що вивчається, вибір прийомів, способів подання матеріалу і зміст» [2; 27]. Відповідно до функціонально-комунікативного підходу мовну форму розглядають крізь призму її ролі, функції, яку ця форма виконує під час вираження думки мовця.

Викладання дисципліни «Українська мова як іноземна» в рецензованому підручнику зорієнтоване власне на функціонально-комунікативний і культурологічний підходи. Уміле застосування цих підходів сприяє формуванню відповідних компетенцій мовної особистості — мовної, мовленнєвої, комунікативної й культурологічної. Мовна компетенція передбачає засвоєння студентом основ науки про мову, знання її системи, володіння способами й навичками якісної діяльності з вивченим мовним матеріалом. Мовленнєва компетенція — розуміння студентами чужих і створення власних висловлювань відповідно до мети, завдань та ситуації спілкування, комунікативна — вироблення в них умінь і навичок успішної комунікації [4], культурологічна — сукупність знань про культуру в широкому та вузькому значенні слова, які забезпечують формування цілісної картини світу, дають змогу визначити місце людини у світі та способи зміни світу з урахуванням здобутих знань

Підручник вирізняє з-поміж інших орієнтація на досягнення сучасної науково-методичної думки. У цьому виданні застосовано новітні принципи презентації матеріалу: 1) комунікативне спрямування; 2) зорієнтованість на суб'єкт навчання 3) країнознавче та культурологічне спрямування; 4) відображення у мовному матеріалі змін у мові, що простежуються останнім часом; 5) висвітлення проблем сучасного світу; 6) зорієнтованість на подолання наявних стереотипів стосовно представників будь-якої національності; 7) наявність додаткового матеріалу, зокрема аудіокасети, 8) оригінальна й цікава

система вправ, покликана сформувати всі види мовленнєвої діяльності (аудіювання, читання, мовлення, письмо).

Структуру підручника узгоджено з Навчальною програмою, укладеною кафедрою україністики та навчальними планами для студентів україністики університету імені Адама Міцкевича в Познані. У ньому реалізовано основний принцип навчання мови, що визначається специфікою її комунікативної функції і сприяє ознайомленню іноземних студентів із різними типами і формами мовленнєвої комунікації. Цій меті в рецензованому виданні підпорядковано весь процес навчання мови. Відповідно навчальний матеріал презентовано за тематичним принципом, дібрано й уміло розроблено актуальні теми комунікації: тема 1. **Послуги**; тема 2. **Здоров'я**; тема 3. **Географія та природне середовище**; тема 4. **Клімат. Охорона довкілля**; тема 5. **Держава**; тема 6. **Туризм**; тема 7. **Народна творчість**; тема 8. **Релігія**.

У кожній темі в рубриці *вимова* зосереджено увагу на формуванні орфоепічних компетентностей, зокрема, щодо складних випадків української орфоепії в зіставленні з відповідними польськими звуками, наприклад, [л] [л'], позиційних чергувань голосних і приголосних в українській мові, специфіці вимови префіксів *роз-*, *без-*, *з-*, *від-* тощо.

У рубриці *комунікація* представлено діалоги й тексти, підібрані з актуальних джерел з урахуванням стилістичних особливостей мови, зокрема й живого українського мовлення, вправи для формування перекладацької компетентності. Варто наголосити, що відтворюючи в основному концепцію, реалізовану в підручнику для першого курсу, укладачі додали рубрики «Невербальна комунікація» та «Перекладознавча практика».

У рубриці *граматика* розміщено теоретичний матеріал з актуальних граматичних тем: творення іменників за допомогою суфіксів, творення якісних і присвійних прикметників, ступені порівняння якісних прикметників, відмінювання присвійних та вказівних займенників, дієслово тощо, презентований стисло, доступно, дохідливо.

Орфографічні компетентності покликана сформувати рубрика *орфографія*. У системі цих підрозділів актуалізовано складні випадки написання: подвоєння та подовження приголосних, уживання та правопис великої літери, правопис дієслівних форм, прикметникових і дієприкметникових суфіксів і под. Для полегшення засвоєння інформації використано таблиці, схеми, рисунки.

Перевага підручника в тому, що в ньому відповідно до комунікативної проблематики кожної теми презентовано корисні й цікаві діалоги й тексти, підібрані з актуальних джерел (Інтернет, живе мовлення, кращі зразки українського красного письменства) з урахуванням функціонально-стильового принципу. Усі тексти мають українознавче спрямування, високий естетичний потенціал, що створює основу для різноаспектної міжкультурної комунікації.

Ефективність якості освіти вимагає нових підходів, що характеризуються використанням інтерактивних методів, які забезпечують зворотний потік інформації: викладач ↔ студент або студент ↔ викладач незалежно від форми заняття та виду робіт (опрацювання теоретичного матеріалу, виконання

практичних завдань, самостійної роботи). З цією метою до кожної теми запропоновано систему засобів актуалізації лінгвістичних відомостей: **Запам'ятайте! Запам'ятайте і застосуйте! Увага: полісемія! Увага: міжмовні омоніми! Зауважте: синоніми! Зауважте!** (представлено теоретичні відомості в сучасному потрактуванні) і под. Розроблено доступні й оригінальні види активізації різних форм мовленнєвої та комунікативної діяльності; окремі завдання для формування навичок, компетентностей та контролю рівня самостійно здобутих знань: післятекстові запитання для самодіагностики, практичні вправи й різнопланові завдання, міжмовні словникові паралелі, тематичний словник. До вправ дібрано теоретичний матеріал і корисний лексико-семантичний коментар.

У прикінцевій частині підручника запропоновано вичерпний перелік дидактичних матеріалів з української мови для іноземних студентів, наукова література з української мови; словники, довідники і розмовники; художні, публіцистичні та епістолярні тексти; електронні джерела, а також перелік інформаційного матеріалу.

Підручник має сучасний дизайн і відповідає вимогам до засобів навчання, має обов'язкові елементи початкової та середньої інтерактивності, у цьому виданні вдало поєднана текстова, графічна, ілюстративна інформація.

Адаптивність підручника поєднано із сучасною вимогою персоналізації процесу навчання. Матеріал чітко структурований, дотриманий єдиний стиль створення видання та система зрозумілих позначок, що робить його зручним у користуванні.

За структурою й логікою викладу матеріалу підручник відповідає сучасним вимогам щодо формування інноваційного світогляду іноземних студентів і творчого розв'язання мовних питань. Видання є цілком новаторським і актуальним. Його необхідність обґрунтована також тим, що на сьогодні відсутня навчально-методична література з української мови для іноземних студентів. Підручник апробовано в практиці викладання кафедри україністики УАМ упродовж 3 років денної форми навчання. Набутий досвід дав змогу відповідально підійти до створення цього підручника. Навчальне видання забезпечує оптимальні умови для опрацювання програмового матеріалу з української мови іноземними студентами, сприяє формуванню українознавчого світогляду й може бути використане у вищих навчальних закладах вищої школи України та поза її межами.

Література

1. Космеда Т. Становлення та поступ познанської україністики (1991-2016 рр.) / Т. Космеда // Граматичні студії. — Випуск 2. — С. 119–128.
2. Паламар Л.М. Функціонально-комунікативний принцип формування мовної особистості: автореф. дис. ... д-ра пед. наук: 13.00.02 «Теорія і методика навчання: українська мова» /Л.М. Паламар. — К., 1997. — 45 с.
3. Практичний курс української мови (для польських студентів-україністів

другого року навчання: рівень А2-В1), заг. ред. і передмова проф. Тетяни Космеда; укладачі: Тетяна Космеда, Ірина Кочан, Рішард Капідура, Тетяна Осіпова, Марта Четирба: підручник / Ун-т ім. Адама Міцкевича в Познані, ЛНУ ім. І. Франка. — Львів; Познань: Вид-во Львівської політехніки, 2016. — 404 с. (із компакт-диском)

4. Черемська О.С. Формування мовної і комунікативної компетенцій мовної особистості у вищій школі / О.С. Черемська // Вища школа. — 2010. — №12. — С. 63–72.

Чуркіна О.В.

старший викладач

кафедри іноземних мов та міжкультурної комунікації

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

CROSS-CULTURAL APPROACH IN MODERN FOREIGN LANGUAGE EDUCATION

Анотація. Стаття розкриває сутність таких понять, як «культура», «крос-культура», «крос-культурна компетентність». Визначені основні складові крос-культурної компетентності та її значення в сучасній системі вищої освіти.

Ключові слова: культура, крос-культура, крос-культурна компетентність, діалог культур, сучасна вища освіта.

Abstract. The article deals with cross-cultural competence. It describes the main components of cross-cultural competence and its importance in the system of higher education.

Key words: culture, cross-culture, cross-cultural competence, dialogue of cultures, modern higher education.

Our epoch, characterized by the processes of global world association forming, is sure to conduce to making new priorities and values, co-operation and internationalization oriented. These values are inculcated in all spheres of vital social functions of man. But, their display is especially actual in the field of education, on which great expectations are placed, as young generation should be brought up in the spirit of democracy and dialogism.

Changes in public, political and economic life of Ukraine during the last decade caused transformations in different social spheres, including the system of higher education. Internationalization of all spheres of public life, expansion of international contacts and collaboration set before the Ukrainian higher school the task of educating competitive specialists. However, to meet these demands, it is necessary for them to have cross-cultural competence.

Problem statement. The search of new approaches to the problem of language and culture in ethnopsychological and linguadidactical researches is dictated by the necessity of mutual understanding of achievements in the course of dialogues of cultures. For those, who study foreign languages, sociocultural education becomes the key to the way of living of the countries, the language of which they study, to the life styles of their people, to the riches of their culture and to their national cultural legacy. It is clear that

the reality, perceived by a man in the process of his activity and communication, is represented in his consciousness, and the world picture changes from one culture to another. So in order to have adequate communication, it is necessary to master the basic elements of knowledge about the language and culture of the country, which appear to be known to all native speakers of the language.

Analysis of publications. There are a lot of approaches to the definition of «cross-cultural competence». It is necessary to notice that there are a few terms and approaches, based on the concept «culture». The analysis of scientific literature confirms that such terms, as «cross-cultural», «intercultural», «transcultural», «multicultural» and «ethnocultural» in most European countries are identical [1, c. 30–35].

The term «cross-culture» came to us in XIX century. As a concept «cross-culture» is wider, than «intercultural communication». It does not only call to understanding and studying the native language culture, not only helps communicate with the native speakers of other languages. It also enriches the language culture. The concept of cross-culture is considered to be one of the determining elements of modern outlook. However, it is only possible to speak about cross-cultural co-operation in such a case when the participants of this co-operation not only refer to their own traditions, customs, ideas and ways of behaviour, but also simultaneously *acquaint with* rules and norms of the native speakers of other languages.

In her research, T. Poshtareva determines ethnocultural competence as individual attributes, expressed in the objective conceptions complex and knowledge about this or that ethnic culture, realized by means of abilities, skills and models of behaviour, which help effective inter-ethnic mutual understanding and co-operation. If the national-psychological features of students, the socio-cultural context, in which they grew and developed, the originality of the region or the environment, where the educational establishment is situated, are not taken into account, the problem of forming the personality, able to function effectively in the **multicultural** environment, cannot be settled positively [2, c. 47].

A. Kupavskaya defines ethnocultural competence as *constellation* of knowledge, ideas of other cultures, realized through skills, models of behaviour, which provide effective co-operation with the representatives of these cultures, and underlines that the term «cross-cultural competence» is widespread in foreign literature [3, c. 26].

T. Lisicyna is of the opinion that cross-cultural competence is «understanding of distinctions, respect of each other, ability to live with peoples of other cultures, languages, religions» [4, c. 50].

As to T. Zhukova cross-cultural competence is the sphere of communicative activity of personality, which is perceived as natural. In her opinion the criteria of cross-cultural competence are cross-cultural knowledge (*constellation* of knowledge of cultural artefacts, understanding of the necessity and observance of models of behaviour of the representatives of the natives or other cultures or subcultures); cultural identity (the result of cultural identification, i.e. correlations and equations with cultural norms and standards of behaviour); normative identity (knowledge, understanding and acceptance of social norms) [5, c. 19].

According to I. Kratko the concept of «cross-cultural competence» is more frequently used in marketing, than in pedagogics. Cross-cultural competence is the ability to determine marketing possibilities in the context of national culture. There are a lot of examples of such mistakes in the world practice. All of them took place because of lack of competence in the questions of cultural distinctions or cross-cultural incompetence of marketologists [6, c. 146].

The main idea of E. Hall and his followers was the confession of the thesis about the necessity of teaching the culture of communication with other peoples, as, if the culture can be studied, the gained knowledge can be taught. So, it was not only offered to do cross-cultural communication the subject of scientific researches, but also to treat it as the theme of independent educational course. This thesis is perceived as one of those basic moments, which appeared to be in the basis of linguadidactic study of cross-cultural problems. In Hall's opinion, the main objective of studying the problems of cross-cultural communication study is the study of practical needs of representatives of different cultures for their successful communication with each other [7, c. 12].

Thus, summarizing different approaches to the definition of «cross-cultural competence», it is possible to conclude that its basic structural components are methods of reacting in situations of intercultural co-operation, cross-cultural literacy, types of ethnic identity, valued sphere, verbal and non-verbal communications, religion, customs and traditions and so on.

They refer to the constituents of cross-cultural competence *acquisition* of the riches of the world and national traditions, values of the past in its connection with the present, forming of the integral picture of the world and historical consciousness [8, c. 201].

It is known that effective cross-cultural communication is improbable if the participants of the communication have no cross-cultural competence. The native speaker, possessing a cross-cultural competence, owns the followings skills and abilities:

- knowledge of the variety of ideas and types of activity, *peculiar* to different human societies in the whole world;
- awareness of these ideas and types of activity correlation;
- understanding how these ideas and types of activity of the own culture can be considered by the other, more objective point of view;
- ability to understand and interpret models of behaviour, different from their own manners, adequate culture which is studied, and effective participation in it with the purpose of communication development [9, c. 96]. As P. Sysoev states, the forming and development of cross-cultural competence reflects the certain stages of cultural self-determination of personality in the process of intercultural communication:
 - the stage of ethnocentrism («evaluation judgements «good» or «bad» as to the studied culture»);
 - the stage of cultural self-determination (determining one's position «in the spectrum of cultures, realizing oneself as a cultural object»);
 - the stage of the dialogue of cultures (students are ready 1) to «put themselves in the place of others 2) to display their initiative while establishing intercultural contacts

3) to forecast and recognize socio-cultural gaps, which lead to misunderstanding, creating false stereotypes, incorrect interpretation of facts of culture, intercultural conflicts 4) to take the responsibility for the removal of various intercultural misunderstanding 5) to act as valuable representatives of the national culture 6) to self-study and function independently in the multicultural world») [10, c. 14].

Thus, polyculture, increasing in the world, predetermines the tasks of higher education to bring-up specialists, who can cope successfully with ambiguous working problems and co-operate with colleagues and clients, who belong to different cultures. Graduates, possessing cross-cultural competence, will be able to work in modern society and be instrumental in effective functioning of their employers.

The idea of the dialogue of cultures, lying in the basis of cross-cultural orientation of teaching, appears to be more peculiarities oriented. Maintaining a dialogue is not only the ability to speak, but also the ability to listen and to ask questions.

Among the major characteristics of cross-cultural approach one should mention:

- a dialogue of cultures in its historical and modern context;
- the selection not only cognitive, but also moral value of knowledge;
- the necessity of interdisciplinary approach to the realization of this concept of teaching.

From the position of the dialogue culture always deals with correlation of «it is own» and «somebody else's» one. And lack of «unique», homogeneous culture and the presence of «different» coexisting, complementary and enriching each other ones is revealed, when foreign culture penetrates.

Taking into account the initial culture of students, it is possible to solve such questions as connection of teaching practice with students' needs, realization of teaching culture.

The *presentation* of culturological knowledge on the basis of dominant description of the home country culture (as was done in foreign language textbooks in the 80s), is one-sided. It only gives preference to the description of different aspects of culture of the countries the language of which is studied. The introduction of culturological comparative analysis helps overcome difficulties, caused by the insufficient knowledge of realities of foreign culture. The process of mastering a foreign language appears to be carried over in the conditions of the student's culture, under which they understand the concrete environment, and also the system of teaching as the result of certain cultural traditions. A student as the subject of one culture is *intruded* into another one. All this helps realize the principle of «activity in culture» as the bases of the theory of speech activity and thesis about comparison as the main property of semantic perception and sense expression.

The basic principles, on which modern conception of teaching a foreign language is built not only as means of communication but also as means of adopting the culture, can be the followings:

- knowledge of culture of the country, the language of which is studied, is instrumental in its more exact and deep understanding;
- it is necessary to publish a lot of various special literature, including language dictionaries of national cultures;

- cross-cultural approach promotes interest of students, that is resulted in the effectiveness of mastering the teaching material to a great extent. It is well known that one can more easily learn the material that can be useful in life. The possibilities of language study are inexhaustible;

- language material must be used at all stages of teaching a foreign language because knowledge of realities helps better understand the facts of the studied language. G. Laser, the French scientist, states that «whatever a textbook or teaching method is, the information about culture makes the basic riches of the education» [11, с. 68].

A teacher must not be limited by the narrow language aims. Without addressing to the phenomenon of culture the language study is impoverished and taken to mastering phonetic and grammar phenomena. Of course, it is necessary to pay a lot of attention to mastering mainly speech mechanisms and training speech patterns, but a teacher must not forget a gold rule: there is no need to learn speaking, if there is nothing to say. Cross-cultural communication supposes analytical approach to the process of foreign culture study, its comparison with the culture of the home country.

The dialogue of cultures is considered to be a necessary element of teaching a foreign language. As this process can never be independent of teaching the culture it serves, interpenetration is inevitable. It is possible to understand one's own culture better through the perception and understanding the culture of others.

Having analyzed the facts mentioned above, it is possible to say that the desire to provide students with real possibilities of communication in the language they study and open access to enormous cultural riches of other peoples with its help, proves the necessity of wide use of cross-cultural approach in the educational process. This approach also allows teachers to use wider materials of cognitive character. It is instrumental in the increase of communicative motivation, because such materials contain a large reserve of its forming. Therefore, it is necessary to include them, but in the needed amount, in the curriculum of educational institutions.

The contents of language education considers a complex process, which is not limited by the mastering of the system of language and certain minimum of knowledge about the culture of the country. Its usage supposes *keeping* a special complex of knowledge (not only about the language and culture, but also about the process of cross-cultural communication), forming special skills and abilities of cross-cultural communication, **appreciation** of companions and the process of communication.

REFERENCES

1. Жукова Т.В. Проблемы кросс-культурной коммуникации студенческой молодежи: автореф. дис. на соискание ученой степ. канд. соц. наук: спец. 22.00.06 «Социология культуры, духовной жизни» / Т.В. Жукова. — М.: МГУ, 2009. — 19 с.

2. Кратко И.Г. Формирование кросс-культурной компетенции в сфере маркетинговых коммуникаций — залог успеха и предостережение от ошибок при выходе на зарубежные рынки [Электронный ресурс] / И.Г. Кратко. — Режим

доступа: http://www.vedomostivuz.ru/cgi-bin/get_document.cgi/vedomosti_01-10-2006.pdf?file=2006/10/01/146_1206262821.

3. Купавская А.С. Развитие этнокультурной компетентности подростка методом социально-психологического тренинга: автореф. дис. на соискание ученой степ. канд. психол. наук: спец. 19.00.05 «Социальная психология» / А.С. Купавская; МГУ им. М.В. Ломоносова. — М., 2008. — 26 с.

4. Лапшина И.К. Поликультурность современного мира и задачи гуманитарного образования / И.К. Лапшина, Е.Ю. Рогачева, О.А. Туманова (Морохова) // Проблемы современного языкового образования: доклады и тезисы докладов на межд. науч. конф. 27—29 марта 2003 г., посвященной 40-летию факультета иностр. языков: в 2-х т. — Владимир: ВГПУ, 2003. — Том 1. — С. 201–210.

5. Ласер Ж. Реалии французской культуры на уроках французского языка / Ред. Е.М. Верещагин, В.Г. Костомаров. М., 2001, — С. 67–69.

6. Лисицына Т.Н. К вопросу формирования межкультурной компетенции при использовании метода проектов / Т. Н. Лисицына // Лингвистика и методика: современные тенденции и направления: материалы научно-практической конференции 15—16 ноября 2004 года / отв. ред. С. М. Зенкевич. — Мурманск: МГПУ, 2005. — С. 48–53.

7. Попсуй А. Умение жить, учиться и действовать. (К вопросу определения дефиниции межкультурного подхода в школьной системе обучения иностранного языка) / А. Попсуй // Иностранные языки в образовательных учреждениях. — 2008. — №1. — С. 30–35.

8. Поштарева Т.В. Формирование этнокультурной компетентности учащихся в полиэтнической образовательной среде : автореф. дис. на соискание ученой степ. докт. пед. наук: спец. 13.00.01 «Общая педагогика, история педагогики и образования» / Т.В. Поштарева ; СОГУ им. К. Л. Хетагурова. — Владикавказ, 2009. — 47 с.

9. Сысоев П.В. Культурное самоопределение обучающихся в условиях поликультурного образования / П. В. Сысоев // Иностранные языки в школе. — 2004. — № 4. — С. 14–20.

10. Hall E. T. How cultures collide // Culture, communication, and conflict: readings in intercultural relations / Ed. by G. R. Weaver. Needham Heights (MA), 1998. P. 9–16.

11. Kruchkov V. Interculturally competent?! / V. Kruchkov, I. Sheina. — M.: Logos Publishers, 2003. — 96 p.

ТРАНСФОРМАЦІЯ НАЦІОНАЛЬНИХ ПЕДАГОГІЧНИХ СТРАТЕГІЙ МОВНОЇ ПІДГОТОВКИ В ТРАЄКТОРІЇ ПРОФЕСІЙНОЇ ОСВІТИ

Андрійко І.Ф.

старший викладач кафедри німецької мови

Андрійко В.І.

старший викладач кафедри німецької мови

факультет міжнародної економіки і менеджменту

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

ФОРМУВАННЯ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ В ПИСЬМІ У СТУДЕНТІВ-ПОЧАТКІВЦІВ ЕКОНОМІЧНОГО ВНЗ

Анотація. У статті розкриваються мета і стратегії формування міжкультурної комунікативної компетенції у писемному спілкуванні німецькою мовою студентів факультету міжнародної економіки. Визначається зміст навчання і пропонується методика формування умінь у цьому виді комунікації.

Ключові слова: міжкультурна комунікація, міжкультурна комунікативна компетенція, писемне спілкування, стандарти написання текстів, ділова кореспонденція.

Abstract. The article determines the purpose and strategies of the development of cross-cultural communicative competence in written German language communication of the students of the faculty of International Economics and Management. The content of learning is defined and skills development methodology in this type of communication is proposed.

Key words: cross-cultural communication, cross-cultural communicative competence, written communication, standards of text writing, business correspondence.

Міжкультурна комунікація здійснюється в усній та писемній формах. Завдяки використанню електронної пошти, комп'ютерної мережі Інтернет, безлічі інформаційних ресурсів уміння писемного спілкування набуло неабиякої значимості у міжкультурному спілкуванні. Уміння писемного спілкування включає, з одного боку, вміння читання та розуміння текстів, а з іншого боку, вміння створювання письмових текстів у потрібних жанрах відповідно до норм (культурних стандартів) тієї лінгвокультурної спільноти, мовою якої проходить спілкування [3, с. 1]. У сфері міжнародної економіки та бізнесу — це уміння ведення ділової кореспонденції і документації іноземною мовою. Ділові листи та інші документи є не лише «обличчям» фірми, але й мають часто юридичну силу, тому важко заперечити важливість формування цього уміння у студентів факультету міжнародної економіки.

Проблему навчання писемного мовлення і писемного спілкування зокрема досліджували багато науковців. До фундаментальних робіт двох останніх десятиріч можна віднести дослідження С. Литвин, Л. Мазунової, О. Тарнопольського, Р. Portmann, В. Kast [3; 4; 7; 9]. Однак методичні питання навчання міжкультурного писемного спілкування німецькою мовою майбутніх економістів висвітлено недостатньо, якщо не брати до уваги існуючі практикуми з

навчання ділової кореспонденції [2; 10].

Викладені вище факти спонукали нас до наукової розвідки у цій галузі. **Метою** цього дослідження є визначення структурних компонентів міжкультурної компетенції у письмі, змісту навчання писемного спілкування в економічному вузі, а також розробка методики навчання писемного спілкування студентів-економістів з початковим рівнем знань німецької мови.

З точки зору теорії міжкультурної комунікації, для організації взаємодії і досягнення взаєморозуміння з одержувачем інформації відправник листа повинен володіти знаннями норм етикету, або моделями писемної мовленнєвої поведінки тієї спільноти, з представниками якої він листується [3; 6]. Оскільки ділова кореспонденція належить до офіційно-ділового, адміністративно-канцелярського стилю мовлення, який характеризується високим ступенем функціональності, стандартизації форми і мови, то знання таких соціокультурних стандартів є обов'язковим компонентом змісту навчання писемного спілкування іноземною мовою.

З іншого боку, учасники міжкультурної комунікації повинні володіти культурними стандартами власної країни, тобто знати у нашому випадку правила оформлення різних видів ділових листів українською мовою. Це допоможе їм швидше знаходити, розпізнавати і краще усвідомлювати особливості стандартів іншомовних листів. Спеціалісти з міжнародної економіки мають часто оформлювати листи двома мовами, тому вважаємо за доцільне використовувати міждисциплінарний, інтегрований або контрастивний підходи у процесі навчання іншомовного ділового листування.

Усі соціокультурні стандарти написання текстів можна поділити, на думку С. Литвин, на три групи: а) позамовні, б) мовні, в) мовленнєві стандарти [3, с. 5]. У діловій кореспонденції позамовні стандарти стосуються норм зовнішнього оформлення листа та його композиції — будови, розміщення інформації, адреси, дати, дотримання абзаців, пробілів, використання немовних позначок тощо.

Мовні стандарти — це широке використання професійної термінології, канцеляризмів, абревіатур, відсутність діалектизмів, жаргонізмів, просторічних виразів, дотримання правил орфографії і пунктуації, простий синтаксис.

Мовленнєві стандарти охоплюють усталені словесні формули, зразки мовлення, зврати, конструкції.

Згідно з навчальною програмою студенти-економісти повинні засвоїти стандарти написання і вміти складати такі види (жанри) ділових листів: «мотиваційний лист», «пошук ділових партнерів», «лист-запит», «лист-замовлення», «лист-пропозиція і реклама товару», «поставка товару», «затримка оплати товару», «лист-скарга», «рекламація щодо якості товару» та ін.

У зв'язку з цим до змісту навчання необхідно включити автентичні тексти-зразки відповідних жанрів, мовний лексико-граматичний матеріал, теми і ситуації міжкультурного писемного спілкування. Одиницею навчання у формуванні міжкультурної компетенції повинна стати *ситуація* міжкультурного спілкування, а не текст або соціокультурні стандарти написання текстів [6, с. 258].

Іншим важливим компонентом змісту навчання є психологічний компонент.

З одного боку, викладач має сформувавши у студентів позитивне ставлення до незвичних, «чужих» норм оформлення офіційного листа, а з іншого боку, студенти повинні навчитися усвідомлювати і вміти справлятися з психологічними труднощами, характерними для всіх ситуацій писемного мовлення. До них належать односторонній характер мовлення, відсутність співрозмовника, спільної ситуації спілкування, зворотного зв'язку і екстралінгвістичних засобів. Це вимагає від людини, що пише, максимальної вербалізації змісту, розгорнутості, повноти висловлювання і обов'язкової мовної нормативності: зв'язності, граматичної і стилістичної правильності, вживання мовних засобів міжфразового зв'язку [5, с. 194–196].

На основі визначеного змісту навчання ми розробили методикку навчання писемного спілкування. Формування вмінь міжкультурного писемного спілкування має відбуватись у три етапи: 1) етап розвитку вмінь читання, аналізу іншомовних текстів-зразків, їх порівняння з україномовними зразками і формування навичок позамовних стандартів написання текстів; 2) етап формування навичок і первинних умінь використання позамовних, мовних і мовленнєвих стандартів написання тексту за зразком / за аналогією; 3) етап формування та розвитку вмінь створення власних письмових текстів з опорою на комунікативну ситуацію.

На першому етапі студенти виконують рецептивні вправи на читання, розуміння, впізнавання; на другому — рецептивно-репродуктивні вправи на розпізнавання та вживання мовних і мовленнєвих кліше, на реконструкцію текстів, на логічне розміщення блоків інформації, на написання деяких частин листа; на третьому етапі — продуктивні вправи на створення певних жанрів листів.

На старших курсах, коли навчання набуває професійно-орієнтованого характеру і студенти вже володіють достатніми економічними знаннями, мають рівень володіння мовою B1 і вище та активно засвоюють німецьку фахову термінологію, доцільно навчати ділового писемного мовлення у рамках спецкурсу «Ділова кореспонденція німецькою мовою» [2].

На початковому ж ступені вивчення німецької мови навчання писемного мовлення інтегровано у практику усного мовлення. Воно «прив'язане» до загальних тем спілкування, але орієнтоване, тим не менш, на потреби майбутньої професії. Так, наприклад, під час вивчення теми «Знайомство» студенти вчать писати візитні картки із зазначенням прізвища, професії (посади), фірми; у темі «Їжа» — запрошення бізнес-партнера на обід; у темі «Житло» — подяку на запрошення колеги на новосілля; у темі «Робочий день» — відмову на запрошення на конференцію; лист-вибачення за відсутність на роботі; у темі «Подорожі» — замовлення номера у готелі та ін. Студенти-початківці вчать писати особисті листи (*persönliche Briefe*) і деякі офіційні листи (*halformelle und formelle Briefe*).

Мета початкового етапу — сформувавши базові, основні уміння писемного спілкування, необхідні для написання як особистих, так і ділових листів:

- урахувувати статус адресата листа і, відповідно, обирати стиль написання листа (формальний, напівформальний, неформальний);

- оформлювати лист з урахуванням стандартів, прийнятих у культурі носіїв мови, що вивчається (розташування адреси, вітання, закінчення, підпис);
- розрізняти цілі написання листів, писати різні комунікативні види листів відповідно до цих цілей (запрошення, подяка, прохання та ін.);
- зв'язно викладати і правильно структурувати зміст листа;
- коректно оформлювати лист (лексика, граматики, орфографія, пунктуація).

У зв'язку з цим особливу увагу студентів 1-2 курсів слід звернути на оволодіння загальними стратегіями написання листа німецькою мовою і сучасними стилістичними нормами листування, прийнятими у німецькомовній спільноті.

До **стратегій** писемного спілкування належить, по-перше, організація самого процесу написання листа у три етапи: 1) етап планування (визначення теми листа (Що?), комунікативного наміру (Чому? Навіщо?), адресата (Кому?)); 2) етап реалізації задуму (складання плану, вибір мовних засобів, написання); 3) етап перевірки написаного та виправлення помилок.

По-друге, урахування психологічних критеріїв — критерію зрозумілості та критерію ввічливого тону – для досягнення комунікативної мети і адекватного сприйняття одержувачем [1, с. 8–10].

Розглянемо ці критерії більш детально, оскільки саме вони складають сутність психологічного компоненту змісту міжкультурної компетенції у письмі, проте часто ігноруються викладачами і студентами у навчальному процесі.

Зрозумілість листа, тобто ясність викладення думки, залежить, з точки зору німецьких психологів Р. Тауша, І. Лангера та Ф. Шульца фон Туна, від чотирьох факторів: а) простоти висловлювання; б) організації висловлювання; в) стислості / лаконічності висловлювання; г) додаткових стимулів впливу на адресата [8, с. 10].

Для досягнення **простоти висловлювання** німецькою мовою, автори словника «Duden» дають такі поради:

- використовуйте лише загальновідомі, однозначні й короткі слова та вирази;
- відмовтеся від модних слів, непотрібних іншомовних слів чи скорочень;
- використовуйте спеціальну, вузько вживану термінологію лише тоді, коли ваш адресат володіє нею і може її зрозуміти;
- замість іменників, важких субстантивованих частин мови — характерних ознак номінального стилю — вживайте дієслова, де це можливо.

Для правильної **організації й легкого зорового сприймання** вашого листа

- розбивайте текст листа на смислові блоки;
- виділяйте нові абзаци відступом або пропусками (нова думка — новий абзац);
- використовуйте для довгих відрізків тексту підзаголовки або розподільні позначки;

• будуйте і членуйте речення зрозуміло, легко для сприйняття;

• логічно поєднуйте речення між собою.

Для досягнення **стислості** висловлювання

- звертайте увагу на довжину речень;
- формулюйте короткі і чіткі речення;

- концентруйтеся на найважливішому;
- уникайте порожніх фраз, зайвих і пишномовних формулювань.

З метою **впливу** на читача і справлення позитивного враження на нього

- звертайтеся особисто до одержувача;
- пишіть в активному граматичному стані;
- формулюйте речення ввічливо і коректно відповідно до статусу адресата і ваших стосунків;
- наводьте приклади або ілюстрації, необхідні для кращого розуміння вашого задуму;
- звертайте особливу увагу на правопис і зовнішнє оформлення листа.

Щоб показати своє **ввічливе ставлення** до адресата, вимогливо ставтеся до всіх маленьких, але дуже важливих деталей листування німецькою мовою:

- коректно пишіть адресу та ім'я одержувача як на конверті, так і у самому листі;
- дату написання листа;
- вітання або звертання на початку і формулу прощання на завершенні листа;
- дотримуйтеся правил німецького правопису: написання слів з маленької та великої літери, разом і окремо, з «ß» чи «ss»;
- не забувайте ставити крапки, знаки запитання або оклику наприкінці речення і коми всередині для виокремлення головних та підрядних речень, довгих інфінітивних зворотів;
- пишіть охайно і розбірливо;
- дотримуйтеся розмірів шрифту і полів;
- пишіть по суті, по-діловому, незалежно від вашого ставлення до адресата, не впадайте у пишномовність, уникайте іронічних, повчальних або образливих чи зневажливих виразів [8, с. 12].

Сучасні **стилістичні норми** листування німецькою мовою стосуються різних можливостей звернення до адресата, вживання займенників *wir* та *ich*, написання займенників *du* та *ihr* з великої та малої літери, виділення головного у реченні, використання вступних речень-преамбул, умовного способу, активного та пасивного стану, експресивно-конотативних підстилів мовлення (високий, нейтральний, розмовний, фамільярний, грубий, вульгарний), часток і модальних слів, словосполучень з дієсловами (Verben in Streckformen), номінальних словосполучень (Genitivattribute), скорочень та ін. На жаль, рамки статті не дозволяють нам детально описати ці стилістичні норми. Вони є предметом розгляду спеціально підготовлених посібників [1; 2; 10].

Таким чином, формування міжкультурної компетенції у письмі у студентів-економістів передбачає засвоєння ними позамовних, мовних і мовленнєвих стандартів писемного спілкування (у нашому випадку німецькою мовою), стратегій іншомовного листування, які базуються на цих стандартах, і виконання достатньої кількості рецептивних, рецептивно-репродуктивних і продуктивних вправ на ситуативній основі у різних жанрах текстів приватної і ділової кореспонденції.

Література

1. Андрійко І.Ф. Листуємося німецькою: Навч. посіб. / І.Ф. Андрійко, М.П. Хмеленок. — Ніжин: НДУ ім. М. Гоголя, 2012. — 85 с.
2. Гавриш О.О. Ділова кореспонденція німецькою мовою: практикум / О.О. Гавриш. — К.: КНЕУ, 2014. — 262 с.
3. Литвин С.В. Навчання учнів старшої загальноосвітньої школи писемного спілкування англійською мовою. — Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня канд. пед. наук за спеціальністю 13.00.02 — теорія та методика навчання: германські мови. — К.: КНЛУ, 2002. — 20 с.
4. Мазунова Л.К. Письмо как способ и средство сохранения фенотипа «человек культурный». — М.: Наука, 2006. — 304 с.
5. Методика навчання іноземних мов у загальноосвітніх навчальних закладах: підручник / Л.С. Панова, І.Ф. Андрійко, С.В. Тезікова та ін. — К.: ВЦ «Академія», 2010. — 328 с.
6. Методика формування міжкультурної іншомовної комунікативної компетенції: Курс лекцій: [навч.-метод. посібник для студ. мовних спец. осв.-кваліф. рівня «магістр»] / Бігич О.Б., Бориско Н.Ф. Борецька Г.Е. та ін. / за ред. С.Ю. Ніколаєвої. — К.: Ленвіт, 2011. — 344 с.
7. Тарнопольський О.Б., Кожушко С.П. Методика навчання студентів вищих навчальних закладів письма англійською мовою / О.Б. Тарнопольський, С.П. Кожушко. — Вінниця: Нова Книга, 2008. — 288 с.
8. Duden. Briefe und E-Mails gut und richtig schreiben /Bearbeitet von der Dudenredaktion. — Mannheim: Bibliographisches Institut AG, 2010. — 608 S.
9. Kast, Bernd. Fertigkeit Schreiben. Fernstudieneinheit 12. — München: Langenscheidt Verlag, 1999. — 232 S.
10. Seiffert, Christian. Schreiben in Alltag und Beruf. Intensivtrainer A2/B1. — Berlin und München: Langenscheidt KG, 2009. — 80 S.

Бедько І.В.

викладач кафедри української мови та літератури

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

МІЖКУЛЬТУРНА КОМПЕТЕНЦІЯ ЯК НЕОБХІДНА УМОВА РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ У НАВЧАННІ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ ЯК ІНОЗЕМНОЇ

***Анотація.** Стаття присвячена характеристиці процесу міжкультурної комунікації, що представляє собою «зіткнення» мов і культур. Розглядаються питання інноваційних процесів навчання, дається характеристика сучасних інтерактивних, мультимедійних та інтенсивних технологій.*

***Ключові слова:** комунікація, культура, національна мова, стереотип, цінності, комунікативна компетенція, інтерактивні, ігрові, мультимедійні технології і методи навчання.*

***Abstract.** The article is devoted to the characterization of the process of intercultural*

communication, which is a «clash» of cultures and languages. The author considered the intensification of educational process, described contemporary interactive, multimedia and intensive technologies.

Key words: *communication, culture, national language, stereotype, values, communicative competence, elements of education, intensification of education, interactive, role play and multimedia methods and technologies of education.*

На сучасному етапі розвитку глобальної інформаційної, наукової, технічної й освітньої взаємодії, інтеграції України у світовий та європейський простір, коли повсюдно виникають численні культурологічні зв'язки, неминуче відбувається перерозподіл цінностей, орієнтирів і мотивацій площина перетину культур різних народів збільшується за рахунок появи спільного освітньо-культурного простору. Іноземна мова стала сприйматися як один з найважливіших інструментів за допомогою якого люди можуть опанувати культурою країни досліджуваної мови як невід'ємної частини єдиної світової культури. Це істотно вплинуло на інтеграцію української мови в світове співтовариство.

У зв'язку з цим одним з найбільш важливих напрямків реформування освіти сьогодні виступає розвиток не тільки іншомовної комунікативної, а й міжкультурної комунікативної компетентності студентів, що передбачає розробку інноваційних педагогічних основ даного процесу, адекватних тенденціям розвитку міжнародного співтовариства [9, с. 44].

Міжкультурна комунікативна компетенція стає однією з обов'язкових якостей, необхідних студенту немовного вузу. «Саме міжкультурна комунікативна компетенція створює основу для професійної мобільності, підготовки до швидко мінливих умов життя, прилучає фахівця до стандартів світових досягнень, збільшує можливості професійної самореалізації на основі комунікативності та толерантності» [9, с. 35].

Останнім часом дослідження міжкультурного виміру переважно проводяться в філологічній сфері (С. Тер-Мінасова, 2000; О. Леонтович, 2003; М. Трошина, 2010), методиці викладання іноземних мов (Г. Єлізарова, 2005; В. Сафонова, 1991; П. Сисоєв, 1999; І. Халєєва, 1989), соціології (В. Кочетков, 2000), культурології (А. Грушевицька, В. Попков, В. Садохін, 2005).

Міжкультурна комунікація – це процес вербального і невербального спілкування між носіями різних мов і культур. Людина, як правило, формується тією культурою, у якій вона росте і формується як мовна особистість. У рамках власної культури складається своє бачення світу, способу життя, менталітету тощо. Коли людина вступає в комунікацію з носіями іншої культури, то починає усвідомлювати, що існують і інші способи мовного виразу думок, форм переживання, поведінки, які не узгоджуються зі звичними, тому сприймаються як незрозумілі і дивні.

Ясно, що іноземцю потрібно добре знати культуру народу, щоб користуватися мовою, що вивчається, як засобом спілкування. Вступаючи в комунікацію з представниками чужої мови, іноземні студенти «повинні володіти системою правил мовної поведінки, мовним етикетом, який є невід'ємною частиною культурного спілкування. Володіння мовним етикетом породжує довіру

і повагу, дозволяє відчувати себе впевнено й невимушено. Іноземні студенти повинні не просто розуміти мовне висловлення, а й вони повинні осмислити, що хоче сказати його партнер по комунікації, яку інформацію той хоче повідомити, сенс висловленого» [2].

Кожна культура формується відповідно до своїх базових ознак, одним з яких є мова. Мова — це не тільки система знаків, але також історично сформована форма культури народу.

Українська мова складалась протягом багатьох століть. Потреби культурного розвитку стали двигуном розвитку мови, і мова відбила й зберегла історію культурного життя нації, у тому числі ті її етапи, які вже пішли в минуле. Завдяки цьому мова є для народу унікальним засобом збереження національної самобутності. Таким чином, міжкультурна комунікація включає в себе взаємодію культур, а не тільки мов. Культура мови є важливою частиною національної культури в цілому. Саме тому питання про культуру мови у викладанні української мови як іноземної є досить актуальним, а в даний час воно набуває все більшого значення. У процесі навчання українській мові як іноземній перед викладачем стоять два завдання: з одного боку, навчити іноземних студентів правильній вимові, інтонації, вживання слів і форм, побудови речень і словосполучень, домогтися автоматизму в правильному вживанні мовних одиниць, що особливо важливо на початковому етапі навчання; з іншого боку, навчити правильної побудови письмових та усних текстів, використання мовних засобів в повній відповідності з їх стилістичним і лінгвокраїнознавчим статусом української мови, з мовною поведінкою носіїв сучасної літературної мови. Ці два завдання взаємозв'язані і нероздільні, оскільки студенти не тільки отримують знання, а й набувають навички комунікативної діяльності українською мовою.

Мовна компетенція передбачає володіння культурою української мови. Іноземні студенти, що приїхали в чужу країну, повинні не тільки вивчити мову, а й долучитися до національних цінностей, зрозуміти основні особливості національного характеру, особливості сприйняття світу українців. Вивчаючи українську мову, іноземці знайомляться з життям нашої країни, кращими досягненнями в галузі літератури, мистецтва, науки і техніки, з інтелектуальною і емоційною насиченістю мовного життя суспільства.

При засвоєнні української мови іноземні учні користуються вміннями і навичками, виробленими на базі рідної мови, тому необхідно звертати увагу на характер взаємозв'язків рідної мови студентів й української мови. Ступінь спорідненості мов обумовлює специфіку інтерференції, а ступінь контактів створює передумови для лексичних запозичень, граматичних і вимовних впливів.

Викладачеві української мови як іноземної слід усвідомлювати, що в іноземних учнів уже сформовані уявлення про свій народ і інші народи. Тому важливо навчити їх бачити відмінності між культурами, вловлювати особливості іншої культури, долати стереотипи.

Іноземні студенти, які вивчають українську мову, повинні навчитися розуміти, чому люди іншої культури надходять певним чином в кожній конкретній ситуації. В умовах сучасного навчання, коли в одній навчальній групі

навчаються представники різних країн, що володіють специфічними особливостями національного характеру і мислення, питання про міжкультурну комунікацію набуває особливого значення. Культурне розмаїття передбачає міжкультурне взаємозбагачення. Скорочення міжкультурної дистанції, виховання готовності адаптуватися до іншої поведінки представників іншого народу створить можливість вироблення оптимальної стратегії співпраці на занятті.. Таким чином, «одна з цілей навчання іноземних студентів українській мові — ліквідація «комунікативного пробілу», який з кожним уроком повинен все зменшуватись. Чим більше знань про чужу культуру, тим менша вірогідність появи комунікативних невдач в спілкуванні з носіями мови в майбутньому» [9, с. 79]. Оволодіти міжкультурними знаннями допоможуть іноземцям лінгвокраєзнавчі та культурологічні коментарі, словники, тексти, аудіовізуальні засоби, що дають уявлення про культурні паралелі тощо.

Для вивчення комунікативних можливостей студентів необхідні пошуки нових технологій навчання в активізації мовленнєвої діяльності. Використання нових технологій в системі навчання є необхідною умовою інтелектуального і творчого розвитку студентів. До нових технологій відносяться мультимедійні комплекси та інтерактивне навчання із застосуванням ігрових технологій.

Мультимедійні технології — це сукупність сучасних засобів аудіо-, теле-, візуальних і віртуальних комунікацій, що використовуються в процесі планування, організації різних видів діяльності та управління ними [1]. Інтерактивне навчання — це перш за все діалогове навчання, в ході якого здійснюється взаємодія викладача і його учня. В основі концепції цієї технології передбачається розуміння соціальної взаємодії людей в міжособистісній комунікації, найважливішою особливістю якої визнається здатність людини набувати роль іншого, уявляти, як його сприймає партнер по спілкуванню [1]. Суть інтерактивного навчання полягає в тому, що навчальний процес потрібно організувати таким чином, що практично всі учні повинні бути залученими в процес пізнання. В інтерактивному середовищі вони мають можливість розуміти і рефлексувати з приводу того, що вони вивчаються, пізнають, роблять, знають і думають.

Інтерактивне навчання направлене на формування комунікативної компетенції українською мовою. Ефективними засобами навчання можуть бути карти, слайди, фільми, комп'ютерна симуляція (це максимально наближена до реальності імітація процесів управління і прийняття рішень), рольові (ділові) ігри, проектна методика. При навчанні студентів з використанням мультимедіа слід пам'ятати про потенційні проблеми. Звичайний перегляд фільму або його фрагмента не досягає поставленої викладачем мети. Слід добре підбирати як відеоматеріал, так і спосіб його подання аудиторії. Довжина сюжету — найважливіший компонент мультимедійних технологій. Короткі сюжети і презентації (до 4 хв), як показує досвід, володіють необхідним обсягом інформації. Розвиток технологій мультимедіа і використання мультимедійних продуктів значно розширюють можливості подачі навчального матеріалу. Як результат, підвищується інтерес до досліджуваного матеріалу, поліпшується

якість його засвоєння, а також стає набагато простіше і легше отримати доступ до необхідної інформації (використання електронних словників, навчальних програм, електронних підручників тощо). Система мультимедійних уроків підтвердила повну спроможність, продемонструвавши хороший рівень розвитку навичок аудіювання і говоріння, корекції навичок читання і письма з засвоєнням предметної, соціокультурної і міжкультурної інформації, інтерактивні технології роблять різноманітними форми і методи навчання, що надають навчальному процесу новий якісний рівень [2]. Іншими словами, мультимедіа — це сукупність засобів, що відображають інформацію в зоровому і звуковому вигляді. Використання сучасної техніки дозволяє поєднувати традиційні форми методи навчання й передові технології. При виборі технології слід покладатися на такі принципи побудови курсу: 1) комунікативний принцип навчання; 2) лінгвостатистичний аналіз української мови; 3) якість представленого навчального матеріалу: інформативність, наочність, поєднання системності з комунікативною спрямованістю в пред'явленні і закріпленні мовного матеріалу; 4) системність в підборі вправ [3]. При плануванні навчального процесу в основі лежить теза про природний взаємозв'язок різних видів мовленнєвої діяльності в процесі навчання. Ця природна взаємодія має місце в тому випадку, якщо вона за своїми існуючими психологічними характеристиками відповідає процесам реального мовного спілкування [4].

Дійсно, візуальні засоби навчання полегшують сприйняття лексико-граматичного матеріалу. Звернення до мультимедійних та інтерактивних технологій навчання пояснюється тим, що з їх допомогою можна враховувати індивідуальні особливості учнів: пам'ять, темперамент, логічні здібності. Головна перевага таких технологій, як, наприклад, Power Point, полягає в тому, що ретельно відбирається текстовий і ілюстративний матеріал. Це важливо для будь-якого аспекту української мови як іноземної. Успішне, ефективне засвоєння можливо тільки при опорі на ілюстративний і демонстраційний відеоматеріал. Презентація мовного матеріалу паралельно із зоровими образами викликає інтерес до вивчення теми, збагачує знання про культуру країни мови, що вивчається. У презентаціях представлені різні види вправ, які формують і закріплюють навички розмовної мови на рівні значення і на рівні смислу. Візуальний ряд, що супроводжується діалогами, ілюструє мовні ситуації. На екран виводяться тексти (що відповідають тематиці кожного уроку), що мають країнознавчу значимість. Презентація мовних зразків виконана з опорою на зорову і слухову наочність.

Таким чином, можна стверджувати, що використання інноваційних технологій підвищує успішність і розвиток комунікативної компетенції іноземних студентів. Однак для формування деяких мовних компетенцій, наприклад для введення і відпрацювання нового граматичного матеріалу, не слід нехтувати традиційними видами роботи (підручник, дошка, дидактичний матеріал).

Міжкультурну комунікацію ми повинні трактувати як технологію навчання, в якій постійно зберігаються основні параметри спілкування: висока мотивація, цілеспрямованість, особиста зацікавленість, взаємодія учнів [2]. У процесі

використання ефективних технологій навчання всі перераховані функції формуються на високому рівні розуміння. Більш того, без впливу на них з боку викладача вони мертві і оживають лише при взаємодії з функціями викладача, реалізованими в процесі педагогічного керівництва освітнім процесом. Таким чином, викладач-професіонал розуміє, що на занятті перед ним не об'єкт, а рівноправний партнер процесу навчання, і тому він повинен володіти численними і різноманітними технологіями комунікативної освіти. У цьому закладено творчість викладача і проявляється нестандартний підхід до організації навчального процесу. Розглянуті сучасні педагогічні технології розширюють можливості навчання, сприяють формуванню комунікативної компетенції, підсилюють мотивацію студентів і оптимізують навчальний процес.

Застосування мультимедійних та інтерактивних технологій навчання української мови як іноземної робить практичне заняття привабливим і посправжньому сучасним. Можна зробити висновок, що така організація навчальної діяльності відіграє велику роль у розвитку комунікативної компетенції іноземних студентів, сприяє розвитку їх мовних можливостей, розвиває інтерес до української мови та культури.

Література

1. Біляєв О.М. Методика вивчення української мови / О.М. Біляєв. — К., 1987. — С. 54–63.
2. Грушевицька Т. Г. Основи міжкультурної комунікації / Т.Г. Грушевицька. — М.: МГУ, 2003. — 219 с.
3. Дичківська І.М. Інноваційні педагогічні технології / І.М. Дичківська. — К.: Академвидав, 2004. — 352 с.
4. Інтерактивні технології навчання /авт.-упор. І.І.Дівакова. — Тернопіль, 2009. — С. 23–27.
5. Качалов Н.А. Методична організація комплексу вправ з розвитку умінь говоріння та писемного мовлення // Вісник Томського держ. пед. ун-ту, 2013. — Вип. 7. — С. 146.
6. Кочан І.М. Контрольні завдання з методики викладання української мови /І.М.Кочан — Львів:Видавничий центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2002. — 59 с.
7. Кашкін В.Б. Основи теорії комунікації /В.Б. Кашкін. — Мінськ, 2007. — 284 с.
8. Лазарєва О.А. Школа Осипова./ О.А. Лазарєва. — М., 2011. — С. 115.
9. Пассов Є.І. Концепція комунікативної іншомовної освіти: методичний посібник для русистів. / Є.І.Пассов. — М., 2007. — С. 145.
10. Петрова Н.С. Відеофільми в практиці викладання РКІ і нові технології // Російська мова: історичні долі і сучасність: міжнародний конгрес 13.03-16.03.2001 р.: праці та матеріали. — М., 2001. — 109 с.
11. Сидоренко В.Х. Теоретичні та технологічні основи професійно-педагогічного спілкування: методичні рекомендації / В.Х. Сидоренко. — К.: НПУ імені М.П. Драгоманова, 2007. — 50 с.

Дмитренко О.П.

кандидат філологічних наук, доцент

доцент кафедри німецької мови факультету МЕІМ

ДВНЗ «Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана»

МОДЕЛІ КОМУНІКАТИВНИХ ПРОЦЕСІВ НА БАЗІ НІМЕЦЬКОЇ МОВИ

***Анотація.** У статті порушується питання комунікації як складного смислового аспекту соціальної взаємодії людей у суспільстві, описуються найважливіші моделі комунікації, їх структури та специфіка.*

***Abstract.** The author considers the communication as a complicated aspect of social interaction of people in the society, describes and gives analysis of the most important models of communication, their structures and specificity.*

Метою даного пошуку є розкрити та продемонструвати складність феномену комунікації, розглянути та проаналізувати наявні у науковій літературі моделі комунікації та використовувати їх у процесі навчання успішному спілкуванню.

Актуальність даного пошуку викликана бурхливим розвитком комунікативної лінгвістики, її теоретичними та практичними завданнями, свідомим ставленням носіїв мови до своєї комунікативної діяльності, вмінням чути, сприймати, аналізувати та досягати комунікативної мети в процесі спілкування.

Огляд публікацій, у яких порушується дана проблема.

Комунікація виникла у людському суспільстві як потреба індивіда передати іншому індивіду інформацію, необхідну для спільної дії. Первинними комунікативними засобами були невербальні знаки — найпростіші жести, схвальна чи несхвальна міміка обличчя. Правильне розуміння цих знаків було можливим лише у їх стійкій співвіднесеності. З плином часу *homo habilis* «людина вміла» навчилася передавати інформацію вербальними засобами (за допомогою слів, виразів, речень, текстів), набувши статусу *homo loquens* «людини, що говорить». Комунікація є одним із найважливіших складників життя людини, одним з особливих типів людської діяльності поряд з мисленневою, трудовою, ігровою, завдяки яким «... людина виокремилася зі світу, що її оточує, і піднялася над ним завдяки мисленнєвій і мовленнєвій діяльності, спілкуванню за допомогою виняткової знакової системи — природної мови» [1, с. 31]. Комунікація як цілеспрямоване спілкування людей поступово розширювала свої можливості та функції, додавши до процесу спілкування технічні, інформаційні, пошукові, трансляційні засоби, нові комунікативні елементи. Процес комунікації розвивається, трансформується та вдосконалюється разом з суспільством. Постійно змінюється та зростає об'єм інформації, зростає кількість повідомлень, що передаються та отримуються, виникають нові канали зв'язку. З появою мережі Інтернету у сучасному світі швидко розвивається технічний та технологічний аспекти комунікації. Поступово складається світова система обміну інформації, відбувається глобалізація комунікативних каналів. Трансформації такого плану

торкаються всіх сфер суспільного життя індивіда та суспільства в цілому. Комунікація як найактивніша форма розумової життєдіяльності людей змінює свої форми, засоби, методи та характер. Незмінною при цьому залишається сутність самої комунікації як обміну думками чи інформацією, встановлення чи відновлення контактів між людьми та досягнення взаєморозуміння між ними. Дослідники розглядають комунікацію у широкому та вузькому сенсі. У широкому розумінні комунікація охоплює обмін інформацією між людьми, канали засобів передавання та отримання інформації, при яких задіяні «машини, прилади, штучний інтелект, комп'ютерні мережі і програми, культурні знаки, космічні реалії» [4, с. 8]. У вузькому розумінні комунікація є основним способом спілкування людей та найактивнішою формою людської життєдіяльності.

Виклад основного матеріалу. Складність та багатоаспектність комунікації, її інтегрованість у всі сфери життя значно ускладнює її вивчення як наукової та практичної галузі знань. У літературі не існує єдиного підходу до вивчення комунікації, неточно визначено й сам термін «комунікація». Так, наприклад, німецькі дослідники розглядають комунікацію як «...акцію спілкування за допомогою мовних і немовних знаків, з метою передати інформацію незалежно від способу та намірів комунікантів [7], як «...процес передачі та сприйняття думок, інформації та повідомлень» [9], як «обмін чи передавання інформації між двома системами» [12, с. 192], як «обмін повідомленнями між двома індивідами, які містять інформацію, що виражає емоційність актантів, їх потреби, інтереси, оцінювання, переконання, які зазнають змін чи трансформацій. Комунікація є важливим фактором соціального співіснування, життєвим нервом будь-якої дії» [10].

Українські вчені під комунікацією розуміють як «...цілеспрямований процес інформаційного обміну між двома і більше сутностями за допомогою певної семіотичної системи» [6, с. 40], як «...модус існування явищ мови (поряд з мовою та мовленням): спілкування за допомогою вербальних і невербальних засобів із метою передавання та одержання інформації [4, с. 274], як «...смісловий та ідеально-змістовний аспект соціальної взаємодії; обмін інформацією в різноманітних процесах спілкування» [1, с. 33]. Щодо визначення сутності процесу комунікації у науковій літературі існує два підходи: а) *механістичний*, який розглядає комунікацію як односкерований процес кодування та передавання інформації від адресанта до адресата та б) *діяльністний*, за яким комунікацію розглядають як спільну діяльність усіх учасників (комунікантів), під час якої формується спільний (до певної межі) погляд на об'єкти і дії з ним. Щодо розуміння поняття комунікація дослідники виокремлюють два основних підходи до її розуміння, а саме: *процесно-інформаційний* та *семіотичний* підходи [2]. Семіотичний підхід акцентує увагу на знаках і знакових системах і визначає знаковий аспект комунікації та активно досліджує комунікативні процеси. Особливістю семіотичного аспекту комунікації є адекватне сприйняття мовного знаку, розуміння його змісту, особливостей його поєднання з іншими одиницями мовного коду та правильне використання його у процесі мовлення.

Про проблеми комунікації сьогодні говорять і пишуть дослідники різних

наук, а сам термін комунікація став терміном у понятійному апараті соціально-гуманітарних наук. Комунікація має надскладну організацію, обумовлену мовами з їх різними будовами та правилами, людським суспільством та його нормами, правилами мовленнєвої поведінки, соціальними, індивідуальними лінгвістичними та екстралінгвістичними чинниками, національними особливостями учасників комунікації. Проте без наявності її основних складників, а саме: а) адресанта; б) адресата; в) самого повідомлення; г) каналу комунікації; д) комунікативного (інформаційного) шуму; е) фільтрів; є) зворотного зв'язку; ж) контексту; з) ситуації, комунікація неможлива. Ф. Бацевич зазначає, що в усіх типах спілкування діють певні нежорсткі правила, тенденції, відшліфовані століттями певним соціумом та вводить поняття «комунікативні закони». «У процесі комунікації, як і в системі мови діють певні закони, пов'язані із закономірностями процесу комунікації, психологічними особливостями учасників комунікації, їх соціальними ролями» [1, с. 42]. Комунікативні закони з плином часу можуть змінюватися, вдосконалюватися та мають національну специфіку. Ці закони діють у будь-яких типах масового, публічного, групового та міжособистісного спілкування, тому їх вважають об'єктивними законами комунікації. Доречно назвати деякі з цих законів, як от:

- закон дзеркального розвитку спілкування (співрозмовники автоматично, підсвідомо імітують стиль один одного);
- закон залежності ефективності спілкування від комунікативних зусиль (ефективність спілкування прямо пропорційна комунікативним зусиллям);
- закон прогресивного зростання нетерпіння слухачів (чим довше говорить мовець, тим не уважніші й нетерплячі слухачі);
- закон зниження рівня інтелекту аудиторії зі збільшенням її чисельності (чим більшою є кількість слухачів, тим нижчим є середній інтелектуальний рівень аудиторії);
- закон комунікативного самозбереження (мовець намагається зберегти досягнутої ним комунікативної рівноваги);
- закон ритму спілкування (співвідношення говоріння та мовчання; людина говорить менше, ніж мовчить);
- закон мовленнєвого самовпливу (словесне втілення певної думки дає змогу мовцю остаточно впевнитися та утвердитися в ній);
- закон довіри до зрозумілих висловлювань (простіше, лаконічне висловлювання розуміють краще і більше йому вірять);
- закон протягування критики (чим більше мовець вирізняється серед інших, тим більше про нього говорять та критикують його);
- закон самовиникнення інформації (інформація породжується у формі чуток);
- закон модифікації нестандартної комунікативної поведінки комунікантів (у разі порушення комунікативних норм одним співбесідником, інший змушує його змінити свою поведінку);
- закон спотворення інформації (у процесі передавання інформація спотворюється);

- закон емоційної афіліації (комуніканти можуть потрапити у однаковий емоційний стан);
- закон мовленнєвого посилення емоцій (словесна констатація емоції посилює її в півтора-два рази, наприклад у пропаганді, під час медитацій);
- закон мовленнєвого поглинання;
- закон емоційного пригнічування логіки (емоційний стан мовця впливає на логічність та аргументованість мовлення).

Знання наведених комунікативних законів та вміння ними користуватися чи протистояти їм є важливою складовою комунікативної компетенції кожної людини.

В основі міжособистісної комунікації можуть бути різні мотиви, цілі та завдання для її учасників. Визначальним для цього виду комунікації є передача чи отримання тої чи іншої інформації, спонукання партнера до дії, намір вплинути на нього чи, навіть, змінити його погляди та думки, викликати співчуття чи емоційну підтримку. Для розкриття сутності та механізмів комунікації дослідники застосовують методи моделювання. Модель комунікації вчені розуміють як схему, що «відтворює основні елементи та функціональні характеристики комунікативних процесів» [6, с. 286; 1, с. 349].

Специфіка кожної моделі обумовлена належністю її автора до тієї чи іншої наукової школи чи певної галузі науки. Комунікацію досліджують психологи, соціологи, антропологи, економісти, лінгвісти, математики, інжиніринги тощо. У кожного дослідника складається своє уявлення про процес комунікації, з позицій якого вони й розробляють свої моделі. Моделі комунікації структуруються на різноманітних основах: соціологічних, психологічних, семіотичних. Так Г. Почепцов виокремлює літературні, театральні, герменевтичні, фольклорні, культурологічні, прагматичні, нарративні, текстові, філософські, ігрові, антропологічні, речові, деконструктивістські, постдеконструктивістські, математичні, кібернетичні, розвідувальні, конфліктологічні та інші моделі спілкування [5]. Моделі можна структурувати за функціями, змістом, формою, цілями та завданнями. Відповідно до завдань певної дисципліни, моделюються специфічні для предмета даної науки складові комунікації. У рамках однієї науки можуть існувати різні завдання, тоді моделі комунікації повинні охоплювати різні типи комунікації чи такі, що акцентують своєрідність інтенції комунікатора: поінформувати, навчити, спонукати до вивчення, дати настанову, пораду, переконати, перевірити, прийняти рішення, змінити погляди, думку. Досвід переконує, що найзагальніші та універсальні моделі комунікації є некорисними для виконання практичних завдань.

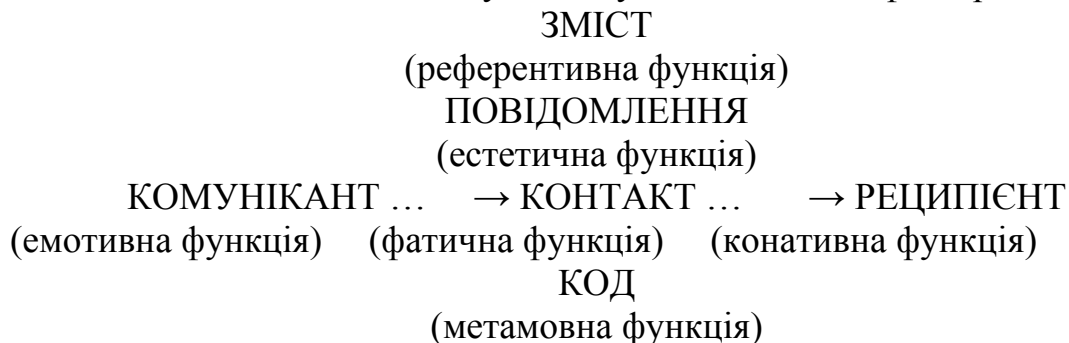
Основною моделлю комунікації довгий час вважалася модель «оратор → промова → аудиторія» давньогрецького філософа IV століття до н. е. Аристотеля. Кінцева мета моделі Аристотеля була в тому, щоб людина почула повідомлення, проголошене оратором. Головною запорукою успіху комунікації за цією моделлю було відмінне володіння ораторським мистецтвом. Елементи моделі комунікації Аристотеля відтворюються і в сучасних моделях комунікації, оскільки грецька традиція мистецтва риторики залишалася практично незмінною аж до XX

століття. Тільки з бурхливим розвитком масових комунікацій за допомогою радіо, кіно, телебачення та потребами пропаганди класична модель Аристотеля була трансформована та зазнала змін. Одним з перших, хто досліджував питання сучасної комунікації був американський політолог Гаральд-Дуайт Лассуел. Його модель базувалася на досвіді ведення пропаганди у армійських підрозділах під час другої світової війни. Модель Г.-Д. Лассуела була визнана у науковому світі та стала головною парадигмою у вивченні комунікації. Проте ця модель не відображала всього спектру комунікативних функцій. За моделлю Г.-Д. Лассуела комунікація розгортається від мотиву чи причини мовлення до ефекту, який отримав адресат. Ця модель комунікації отримала назву лінійної чи трансмісійної моделі. Процес комунікації за моделлю Г.-Д. Лассуела складається з наступних етапів: а) джерело інформації, тобто, особа, яка розпочала комунікацію; б) сама інформація, тобто, що говорить дана особа? в) спосіб передачі інформації — за допомогою якого каналу передається інформація? г) одержувач інформації — кому спрямоване повідомлення? г) ефект комунікації — з яким наміром чи який результат очікується? Комунікація за цією моделлю вважається успішною, якщо адресат отримав повідомлення. Адресат, якому спрямована інформація, є, отже, пасивним учасником процесу комунікації, «об'єктом навмисного впливу» [6, с. 41]. Прикладом лінійної моделі комунікації можуть слугувати засоби масової інформації, політичні, філософські, економічні дебати, суперечки, ділова кореспонденція тощо. Наприклад, лист-підтвердження замовлення: *Sehr geehrter Herr von Schulze, wir danken Ihnen für Auftrag über Schreibautomaten und bestätigen hiermit, dass wir gemäss unseren allgemeinen Verkaufsbedingungen liefern können...*

Отже, недоліком моделі Г.-Д. Лассуела є відсутність взаємодії адресанта й адресата за допомогою вербальних і невербальних засобів мовного коду.

Лінійна модель комунікації має багато варіантів, запропонованих іншими вченими-дослідниками, як от: Річард Бреддок, Клод-Елвуд Шеннон, Юрій Лотман, Роман Якобсон та ін. Американський мовознавець Р. Якобсон запропонував видозмінену лінійну модель комунікації для функціонального дослідження окремих мовленнєвих актів та комунікативних подій. Його модель була лінгвістичною інтерпретацією ідей американського математика та інженера-електроніка К. Шеннона для потреб лінгвістики. Модель Р. Якобсона базується на відомій Аристотелівській лінійній основі: адресант (оратор) → повідомлення (промова) → адресат (аудиторія). Ця модель має форму трикутника, третьою його точкою є контекст. Дослідник наголошує на тому, що повідомлення повинно співвідноситися з тим чи іншим контекстом. До трикутника додаються також контакт (фізичний канал та психологічний зв'язок між адресантом та адресатом) та код (загальна, однакова для адресанта й адресата система значень, які формують повідомлення). Комунікація за моделлю Р. Якобсона починається з встановлення конституційних факторів, котрі забезпечують можливість її протікання. Потім моделюються функції, які акт комунікації виконує стосовно кожного факту, а саме: а) емотивну; б) референтну або позначувальну; в) конативну або впливову; г) поетичну; г) фатичну (контактовстановлювану); та д) металінгвістичною Адресант формує повідомлення засобами мовного коду у

межах певного контексту чи певної тематики, встановлює контакт з адресатом та відсилає йому своє повідомлення. При найсприятливішому перебігові комунікації за даною моделлю спрацьовують усі її чинники, «однак на практиці на чільне місце спілкування може виходити один із складників комунікації» [1, с. 54]. Нижче подається модель мовної комунікації у вигляді шести факторів.



Деякі дослідники вважали цю модель комунікації надто абстрактною, такою, що не охоплює всіх видів комунікацій, що відбуваються в культурі. Проте вона широко використовується в лінгвістиці як для аналізу функцій мови в цілому, так й для аналізу окремих мовних одиниць. Ця модель комунікації бере до уваги не лише мову комунікації, а й самого користувача мовою.

Наступною моделлю семіотичної лінії комунікації є модель Ю. Лотмана, який зазначав, що «в механіці культури комунікація відбувається щонайменше по двох каналах, які мають цілком різне облаштування» [3, с. 163]. Згідно до цього твердження Ю. Лотман виокремлює дві моделі комунікації, а саме: а) «Я — Він» та «Я — Я». Перша модель «Я — Він» є схематичним відбитком моделі комунікації Р. Якобсона, а модель «Я — Я» є автокомунікацією, якій дослідник надає великого значення та розрізняє два її підтипи: *мнемонічний* та *інвенційний*. Мнемонічний тип комунікації є комунікацією самого з собою з метою збереження тої чи іншої інформації. Сюди відносимо записи про визначні події в сім'ї, нагадування зробити щось негайно та обов'язково (написати статтю до визначеного терміну), зателефонувати комусь, зустрітися з кимось, записи рецептів приготування страв і таке ін. Інвенційний тип комунікації є комунікацією самого з собою з метою збільшити, змінити, трансформувати, удосконалити наявну інформацію. Сюди відносимо роздуми на березі моря під плюскіт хвиль, роздуми під час прогулянок в парку тощо.

Шумова модель комунікації К.-Е. Шенонна та У. Уівера доповнює лінійну модель таким елементом як шум. Шумова модель передбачає телефонічну комунікацію, тобто «...враховує передусім технічний бік проблеми» [1, с. 53]. На заваді комунікації за цією моделлю стає так званий комунікативний шум, спричинений зовнішніми та внутрішніми чинниками. Розрізняють перешкоди технічного плану (неполадки в приймачі чи каналі) та перешкоди семантичного плану, викликані спотворенням значень мовних знаків при сприйнятті змісту повідомлення, психологічним та фізіологічним станом, комунікативною грамотністю та поведінкою реципієнта).

Моделі, що передбачають активність та зворотній зв'язок усіх учасників процесу спілкування, які відтворюють комунікацію як ланцюг дискретних

(переривчастих) актів за допомогою вербальних і невербальних засобів мовного коду, отримали назву *інтераційних моделей*. Моделі цього плану розглядають комунікацію як низку дискретних актів, що мають початок та кінець. Основним актантом у даному типі комунікації є відправник повідомлення, від якого залежить реакція отримувача інформації. Недоліком інтерактивної моделі є недостатність диференціації каналів комунікації, неналежним чином враховані психологічні, соціальні, освітні чинники, що впливають на перебіг комунікації.

До інтеракційних моделей дослідники відносять також й *культурологічну модель* М. Бахтіна, основними ідеями якої є діалогічність та карнавалізація. Комунікацію вчений розглядав як мовну творчість, як породження нових смислів, що виникають у результаті активної взаємодії комунікантів. Необхідною умовою будь-якого висловлювання М. Бахтін вважав: а) його зверненість, адресованість, тобто, наявність та взаємозалежність адресата від адресанта або навпаки; б) залежність висловлювання від контексту, часу та місця (ідея хронотопу). Однак, як зазначає українська дослідниця О. Яшенкова, інтеракційні моделі «...недостатньо диференціюють канали, медіуми комунікації, не враховують психологічних, соціальних, культурних та інших чинників, які можуть впливати на перебіг комунікації» [6, с. 42].

Наступною моделлю комунікації є *транзакційна модель*. Ця модель демонструє процес одночасного відправлення та отримання повідомлень комунікантами, які залежать один від одного, «залишаючись при цьому неповторними особистостями» [1, с. 55]. Особа здатна отримати та відразу декодувати повідомлення іншої особи, прореагувати на нього, а та в свою чергу також декодує повідомлення та реагує на нього. Транзакційна модель розглядає комунікацію як процес, в якому комуніканти постійно взаємодіють один з одним, формують та висловлюють своє ставлення до почутого та реагують на нього. Висловлювання та ставлення до почутого залежать від соціально-історичного досвіду комунікантів.

Найпоширенішими серед транзакційних моделей комунікації є модель німецького вченого В. Шрамма, американських дослідників Т. Гембл і М. Гембла (*колова модель*) та модель комунікації Френка Денса. В. Шрамм розглядає комунікацію як «...постійну інформаційну, психологічну, емоційну налаштованість комунікантів один на одного» [1, с. 56]. У процесі комунікації відправник і одержувач не міняються своїми місцями, а виконують свої функції одночасно.

Свою модель Т. Гембл і М. Гембл представляють як коловий процес, в якому обидва комуніканти у рівній мірі відповідають за відправлення та отримання інформації, характер взаємодії комунікантів залежить від контексту комунікації. Автори цієї моделі наголошують на можливості виникнення перешкод, спричинених каналами передавання інформації чи самим контекстом інформації.

Свою модель комунікації Френк Денс зображає у вигляді спіралі, яка символізує розвиток комунікації індивіда з моменту його народження. Поведінка комуніканта в кожний конкретний момент залежить від набутого ним раніше досвіду і впливає на майбутні його комунікативні дії. Це твердження торкається

двох і більше актантів комунікаційного акту. Місця перетину спіралей комунікантів демонструють наявність контакту між ними, тобто, тут відбувається процес відправлення та отримання повідомлень. Символічні спіралі комунікації можуть перетинатися постійно або ж декілька разів за весь період життя.

Соціально-психологічна (інтераціоналістська) модель комунікації Т. Ньюкомбо передбачає динаміку змін у процесі комунікації. Дана модель ураховує стосунки як між самими комунікантами, так і їх ставлення до об'єкта розмови. При співпадінні ставлення між співрозмовниками один до одного, співпадатимуть також і їх ставлення до об'єкта розмови, і, навпаки, у разі не співпадіння ставлень один до одного, не співпадатиме їх ставлення до об'єкта розмови. Ситуація, коли співпадають ставлення співрозмовників один до одного та відсутнє співпадіння ставлень до об'єкта розмови, вважається неможливою. Загальною тенденцією цієї моделі комунікації є потяг, стремління до симетрії.

Заслуговує на увагу також й розгляд універсальної комунікативної моделі «чотирьох вух» німецького психолога Фрідемана Шульца фон Туна [11]. Психологія комунікації Ф. Туна ґрунтується на ідеях К. Бюлера, П. Вацлавіка, К. Роджерса, А. Адлера. Головною цінністю моделі «чотирьох вух» є пояснення прихованих проблем комунікації, що викликають непорозуміння між комунікантами та спричиняють конфліктні ситуації. Кожен з комунікантів сприймає інформацію одним з чотирьох каналів, чує її одним із чотирьох вух, тобто будь-яка інформація інтерпретується на чотирьох рівнях. Ми розуміємо інформацію на: а) об'єктивному чи функціональному рівні, тобто, про що я інформую тебе (Sachebene); б) рівні саморозкриття, тобто, інформація про того, хто говорить (Selbstoffenbarung); в) емоційному рівні, тобто, ставлення між мовцями (Beziehung); г) рівні звернення, заклику, тобто, що я хочу від тебе (Appell). Висловлювання на об'єктивному рівні повинні бути доступними, чітко та лаконічно сформованими. Кожного разу, коли ми говоримо, ми повідомляємо також й про себе. На третьому рівні, почавши розмову мовець, дає зрозуміти своєму співбесіднику, як він ставиться до нього. Сигнали посиляються імпліцитно, але отримувач реагує на них чутливо. І заклику може бути виражений відкрито та скрито (через сльози, у чеканні, що співбесідник здогадається про проблему сам). Ці чотири рівні Ш. фон Тун подає як квадрат, кожна з сторін якого відповідає чотирьом рівням повідомлення. Оскільки відправник на цих чотирьох рівнях висловлюється (чотирьома ротами), а отримувач інформації сприймає її чотирьома різними способами (чотирьома вухами), стає зрозумілим, чому виникають саме тут непорозуміння. Повідомлення є зрозумілим, коли відправлені сигнали транспортують рівнозначне повідомлення. Розглянемо та проаналізуємо типову ситуацію з позицій комунікативного квадрата «чотири роти» керівника проекту, термін здачі якого неупинно наближається. Один із співробітників, Потапенко, що мав підвести проект до завершення, раптово захворів і не може виконати свою роботу до кінця. Керівник проекту заходить у відділ і повідомляє: «Потапенко захворів! А у нас термін здачі проекту завтра!». Розкладемо дане повідомлення керівника на рівні. I-й рівень: Потапенка немає і хто виконає його роботу (схвильовано та обурено). II-й рівень: керівник незадоволений,

схвильований та обурений тим, що Потапенко захворів, бо він на нього розраховував. III-й рівень: керівник дає іншим співробітникам зрозуміти, що вони машини, які повинні безмовно та покірливо виконувати всі його накази. Отже, керівник посилає інформацію двох типів: а) що він думає про своїх підлеглих; б) які відношення існують між ним та його співробітниками; в) його ставлення до Потапенка, як він міг захворіти, не довівши свою роботу до кінця. IV-й рівень: внутрішній голос керівника: Хто буде терміново виконувати роботу Потапенка?

А тепер проаналізуємо, яким чином сприйняли члени колективу повідомлення свого керівника за технікою комунікативного квадрата «чотири вуха» співробітника. На рівні фактів (I-й рівень): Потапенка не буде. Розділимо його роботу на всіх. На рівні саморозкриття (II-й рівень): з прикрістю та незадоволено: «Значить, захворів. Планували закінчити сьогодні. Я собі не дозволив би захворіти!». На рівні відношень (III-й рівень): «Цей Потапенко завжди хворіє, коли повно роботи! А тепер ми повинні зробити ще й його роботу! Замінили б його на молодого та здорового!». На рівні заклику чи звернення (IV-й рівень): «Я не буду робити його роботу! У мене й своєї достатньо!»

Нагальним для керівника у даній ситуації є питання: що відбувається? чому співробітники так реагують? як змінити ситуацію? У залежності від того чи зможе керівник правильно розпізнати сигнали своїх співробітників, зрозуміти, яким «вухом» вони сприйняли його повідомлення, він може обтяжити ситуацію, уможливити переростання її у конфлікт, або виправити її та попередити ескалацію конфлікту, знайшовши певні слова. Вважаю, що в цій ситуації доречними та дієвими були б наступні слова: «Шановні колеги, я прекрасно розумію, що ви зараз відчуваєте, оскільки кожен з вас самовіддано та творчо виконує певну частину проекту, який повинен сьогодні бути зданим. Ви всі маєте роботи вдосталь. Я бачу та ціную це. Але ситуація склалася так, що відсутній Потапенко, і ми разом повинні виконати його роботу, розділивши її між усіма членами нашої команди, включаючи й мене. Ми команда, у нас є загальна ціль й ми подолаємо всі форс-мажорні обставини та досягнемо своєї мети». Я певна, що ці слова здатні усунути агресію, поламати стіни непорозуміння та породити взаємодію та цілеспрямованість команди чи колективу. Модель комунікації Ш. фон Туна допомагає прояснити, проаналізувати, зрозуміти та позитивно вплинути на ситуацію. Ця модель розкриває та пояснює глибинні, найпотаємніші сутності комунікативних процесів, що відбуваються між двома особами, чи особою та колективом.

Висновки. Практика комунікативного моделювання не закінчується на наведених вище моделях. Проте розглянуті комунікативні моделі уможливають не тільки систематизацію та упорядкування знань про комунікацію, але й виокремлюють одну з найважливіших характеристик комунікації — тісний зв'язок комунікації з інформацією. Велика кількість моделей комунікативного процесу, видова та змістовна їх різноманітність, міждисциплінарність комунікації вимагає напрацювання єдиного підходу до вивчення питань комунікації. Конструктивне вирішення методологічних завдань, побудова моделей комунікативного акту, розуміння механізмів передачі інформації, виявлення

структури комунікативного простору відкриває горизонти подальших наукових досліджень.

Література

1. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики / Ф.С. Бацевич. — К.: ВЦ «Академія», 2012. — 375 с.
2. Гавра Д.П. Основы теории коммуникации. 1-е изд. / Д.П. Гавра. — СПб.: Питер, 2011. — 288 с.
3. Лотман Ю.М. Лекции по структурной поэтике // Ю.М. Лотман и Тартуско-Московская семиотическая школа. — М.: Гнозис, 1994. — 560 с.
4. Манакін В.М. Мова і міжкультурна комунікація: навч. посіб. / В.М. Манакін. — К.: ВЦ «Академія», 2012. — 288 с.
5. Поцепцов Г.Г. Теорія комунікації / Г.Г. Поцепцов — К.: ВЦ «Київський університет», 1999. — 308 с.
6. Яшенкова О.В. Основи теорії мовної комунікації: навч. посіб. / О.В. Яшенкова. — К.: ВЦ «Академія», 2010. — 312 с.
7. Grosse E. (1976) Text und Kommunikation. Eine linguistische Einführung in die Funktionen der Texte. Kohlhammer, Stuttgart, Berlin, Köhln, Mainz.
8. Kumbier, D. Schulz von Thun, F. (2006): Interkulturelle Kommunikation aus kommunikations-psychologischer Perspektive. In: Interkulturelle Kommunikation: Methoden, Modelle, Beispiele. — S. 9—27.
9. Martin, Hans-Jürgen (2001): Rechtschreibung und Rechtschreibreform. Einfaches Kommunikationsmodell. <http://www.schriftdeutsch.de/orth-li2.htm>
10. Rundnagel, Regine (2000): Definition von Kommunikation. http://141.90.2.11/ergo-online/ergo_frame1.html
11. Thun, F. Schulz (1981): Miteinander reden: Störungen und Klärungen. Psychologie der zwischenmenschlichen Kommunikation. Rowohlt, Reinbek.
12. Welte, Werner (1995): Sprache, Sprachwissen und Sprachwissenschaft: Eine Einführung. Frankfurt am Main: Berlin; New York; Paris; Wien: Lang.

Деяк М.Ю.

викладач кафедри іноземних мов фінансово-економічного факультету

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

ШЛЯХИ ТА МЕТОДИ ЗАПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НАВЧАННЯ СТУДЕНТІВ-ЕКОНОМІСТІВ ФАХОВОЇ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ У КОНТЕКСТІ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ ФАХІВЦІВ

Анотація. Забезпечення конкурентоспроможності українських економістів потребує вільного опанування ними фахової іноземної мови. Викладання економічної англійської у ВНЗ відбувається із застосуванням інноваційних методів інтерактивного навчання, студент-

центрованого навчання, використання Інтернет-платформ, ділових ігор та проєктивних методик. У статті визначено основні види, форми та методи запровадження інноваційних технологій, принципи навчання. Автором описані основні переваги та недоліки запровадження інноваційних методів.

Ключові слова: економісти, фахова англійська мова, інноваційні методи, студентоцентризм, інтерактивні методи, проєкти, взаємодія.

Abstract. *Teaching economical students so that they could be successfully employed at the world labour market requires for knowledge of the professional English. Teaching economical English includes the most up-to-date interactive teaching methods, student-centered learning, using the Internet platform, roleplays and project methods. The article defines basic kinds, forms and methods of the newest, innovation educational technologies. The author describes main advantages and disadvantages of the up-to-date methods.*

Key words: *economical students, professionally aimed English, the innovation methods, student-centered education, interactive methods, projects, interaction.*

Постановка проблеми. Знання іноземної мови, зокрема англійської, є однією із вимог ОКК до фахівця, які забезпечують його конкурентоспроможність не тільки на українському, але й на світовому ринку праці. Високий попит на економічні спеціальності вимагає від студентів економічних спеціальностей досконалого знання якнайменш однієї (англійської) фахової іноземної мови або й двох мов. Завданням ВНЗ є забезпечити вивчення студентом іноземної мови на такому рівні, аби по закінченню навчання він міг одразу вільно спілкуватися на професійні теми за кордоном. Це зумовлює необхідність навчання студентів за новими технологіями, запровадження студент-центрованого навчання, інтерактивності викладання, новітніх Інтернет-технологій, навчання за останніми методиками, що і є темою нашого дослідження — *шляхи та методи запровадження інноваційних технологій навчання студентів-економістів фахової англійської мови у контексті підвищення конкурентоспроможності українських фахівців.*

Мета дослідження — визначити поняття «інноваційних технологій» у навчанні студентів-економістів фахової англійської мови, проаналізувавши педагогічні джерела та власний досвід автора, визначити основні форми, види, методи навчання за даними технологіями, практично обґрунтувати доцільність новітніх методів, а також порівняти новітні запропоновані методи з традиційними та обрати оптимальне поєднання методик для досягнення високого рівня знань студентів.

Аналіз літератури. В Україні інноваційна діяльність зумовлена проєктом Концепції державної інноваційної політики (1997) та Положенням «Про порядок здійснення інноваційної діяльності у системі освіти» (1999) [2]. Проблему фахового навчання студентів економічних спеціальностей досліджували численні вітчизняні педагоги: С. Бондар [1], Н. Сура [6], О. Тарнопольський [7]. Власне новітні методики були досліджені О. Тарнопольським [7], О. Огурцовою [5], Є. Мірошніченко [4], І. Орішин [3] та іншими. Поняття «інноваційні технології навчання» визначається як «оригінальні, новаторські засоби навчання для вирішення нових завдань у підготовці фахівців» [5]. Переважна більшість авторів пристає до думки, що система вищої освіти економістів потребує змін, і власне

навчання фахової англійської мови повинно включати інноваційні тенденції. Так, О. Тарнопольський пропонує оптимізувати вивчення англійської мови, застосовуючи наскрізну гру в бізнес [7], О. Огурцова — шляхом занурення в англійське середовище [5], Є Мірошніченко — шляхом створення портфелю кейсів з дисципліни [4]. Р. Гришкова вважає головною метою вивчення англійської мови міжкультурну взаємодію та пропонує вивчати фахову мову шляхом повної комунікативної взаємодії [2]. І. Оришин підтримує інтерактивність методик викладання та пропонує акцентувати зміст навчання саме на діалогічному мовленні студентів [3]. Н. Сура вважає, що комп'ютерні технології зумовлюють не лише активізацію пізнавальної діяльності студентів, але і сприяють напрацюванню фахових навичок студентів при вивченні філологічної дисципліни [6]. Також актуальним є питання вивчення іноземних мов он-лайн, із застосуванням мережі Інтернет, або створення власної університетської освітньої мережі із обмеженим доступом, створення соціальної групи, яка б відповідала студентській групі, або відповідна взаємодія викладача зі студентами в рамках роботи групи. Отже, в цілому, більшість авторів цілком позитивно сприймає інноваційні методи викладання та розробляє методику їх застосування при навчанні студентів. Аналіз літератури не виявив негативних відгуків щодо інноваційних методів при навчанні студентів-економістів.

Виклад основного матеріалу. Навчання студентів-економістів фахової англійської мови включає наступні елементи: навчання фахової лексики з граматичними особливостями побудови фраз та відповідно монологічного та діалогічного говоріння, навчання фахового письма, навчання аудіювання. Навчання фахової англійської мови потребує певної бази зі спеціальності рідною мовою, відтак, необхідні відповідність тем, які студенти вивчають на заняттях англійської мови, темам, які вже були вивчені ними на економічних дисциплінах. Інноваційність навчання економічної англійської зумовлена високими стандартами професійної освіти. Однією з інновацій є імпліцитна персоналізація, коли студенти вивчають професійну лексику, застосовуючи її у непрофесійному спілкуванні [1]. У цілому, мінімально студенти повинні опанувати 1500-2000 лексичних одиниць для можливості професійного спілкування іноземною мовою. Ці ЛО включають як терміни, семантика яких відтворюється в українській мові (які звучать майже однаково як українською, так і англійською, і відтак є легшими для запам'ятовування), так і терміни, семантика яких є докорінно відмінною від української. Для швидшого опанування власне лексики пропонується інтегроване вивчення термінології із застосуванням інтерактивних технологій та активізації пізнавальної діяльності студентів. Інноваційні технології включають метод проектів, метод кейсів, ділову імітацію, Інтернет-навчання для покращення навчання фахових предметів, зокрема економічної англійської.

Аналіз публікацій та особистий досвід автора дозволив визначити наступні засади запровадження інноваційних технологій навчання економічної англійської студентів-економістів:

1. Форма навчання — групова, робота в малих групах, індивідуальна робота зі студентами. Груповою роботою є виклад нового матеріалу (із застосуванням

інтерактиву), лекція, бесіда, дискусія, загальногруповий проект. Так, викладач вводить нові ЛО з економічної теми, обговорюючи їх з усією групою, спонукаючи всіх членів групи до роботи. Можлива співпраця між декількома академічними групами, конкуренція за оцінки, проведення конкурсів та змагань, якнайменш — змагання за рейтинговий бал за тему (конкуренція між «бізнес-командами»). Робота в малих групах (3-5 осіб) вважається оптимальним видом роботи, так як викладач має достатньо часу, аби приділити кожному. Так, викладач при вивченні лексичної теми може розділити академічну групу на декілька підгруп та дати їм завдання (підготувати доповідь, провести дослідження, підготувати завдання, презентацію з теми) та відповідно порівняти отримані результати. Розподіл групи на підгрупи можливий за інтересами чи за підрівнями знань. При індивідуальній роботі кожний студент отримує власне завдання, яке опрацьовує. Цікавим є варіант асиміляції індивідуальної та роботи у малих групах, коли кожний студент отримує власне завдання, але загальна презентація створеного відбувається у малій підгрупі.

2. Вид навчання — демократичне, студент-центроване навчання. Класична модель навчання «викладач-студент», у якій викладач повністю керує навчальним процесом, була змінена студент-центрованою моделлю, де все навчання підпорядковується вимогам студентів. Дана модель є відносно новою для України, та вимагає академічної зрілості від студентів, зокрема її важко запроваджувати на перших курсах, коли колишні підлітки з несформованим «я-уявленням» не можуть визначити, вивчення яких тем є пріоритетним, а яких — ні. Але загальна тенденція вивчення певної тематики повинна бути зумовленою потребами студентів, що особливо яскраво може проявлятися при навчанні магістрів та аспірантів. Окрім цього, демократичне студент-центроване навчання готує майбутніх економістів до взаємодії в команді, групі.

3. Оптимальні інноваційні методи навчання — використання Інтернет-платформи для вивчення економічної англійської, робота з економічними телеканалами, ведення власного економічного блогу студентами, проведення конференцій з економічної тематики, відтворення міжнародних економічних конференцій, проведення дискусій та диспутів, проведення ділових ігор, бізнес-економічних ігор, проведення дослідження та презентація результатів дослідження, присвяченого економіці, в межах загального проекту. Новітні методи представляють навчання через дію, студенти вивчають практичні аспекти економічних явищ англійською мовою та отримують навички вирішення фахових ситуацій. Ведення чату, присвяченого останнім економічним подіям (наприклад, коливанню курсу валюти, англійською мовою), сприяє активізації пізнавальної діяльності.

Методи інноваційного навчання можливо структурувати на наступні категорії: структурно-логічні технології (брейн-ринг, конференція), інтеграційні технології (підготовка міжпредметного проекту), професійно-ділові технології (кейси, ділова гра), тренінгові технології (економічний тренінг) та інформаційно-комп'ютерні технології (використання соціальних мереж для вивчення економіки англійською).

Власне проектна робота є інноваційним методом, який нещодавно почали використовувати у ВНЗ. Сутність проектного методу полягає в тому, що згідно з визначеною тематикою мікро- чи макроекономіки студенти досліджують конкретну тему. Це може бути статистичне дослідження, порівняльна характеристика, аналіз літературних джерел, виявлення загальних тенденцій та закономірностей, складання власного бізнес-плану тощо. Наприкінці роботи студенти презентують результати проектної роботи у письмовому чи усному вигляді англійською мовою. Проектна робота охоплює як індивідуальну роботу, коли кожний студент отримує власне завдання, так і роботу у малих підгрупах, коли результати роботи презентує визначений сектор. Окрім вищезазначених методів, велике значення має робота з автентичними текстами фахового економічного спрямування англійською мовою, що включає роботу з друкованими виданнями, роботу в Інтернеті, роботу з телеканалами та відеороликами провідних економічних компаній. Викладання економічної англійської носіями мови-фахівцями в галузі порушує питання необхідності залучення іноземних викладачів до роботи в українських ВНЗ або ж тривалого стажування вітчизняних викладачів за кордоном.

Спираючись на аналіз літератури та особистий досвід, автором було визначено наступні принципи запровадження інноваційних методів навчання економічної англійської: принцип комунікативності; принцип доступності інформації; принцип систематичності навчання; принцип індивідуального підходу до студентів; принцип рівності оцінювання; принцип активності студентів; принципи наочності та ґрунтовності; принцип зв'язку з іншими фаховими дисциплінами. Щодо критеріїв оцінювання ефективності інноваційних методів викладання економічної англійської, варто зазначити наступні критерії: критерій новизни (коли метод не є старішим за 20 років), критерій оптимальності (коли використаний метод є оптимальним за зазначених умов), та власне критерій високої результативності, що зумовлений високою академічною успішністю студентів внаслідок запровадження методу. Основними перевагами запровадження новітніх, інноваційних методів навчання є розвиток творчої особистості та навчання студентів новим моделям поведінки, в тому числі при професійній взаємодії, а також активізація пізнавальної діяльності, розвиток мислення та пам'яті, утворення стійких асоціативних зв'язків, навчання соціальній взаємодії та роботі в команді, виявлення лідерських якостей. Інноваційні технології внаслідок їх нестандартності сприяють активізації пізнавальної діяльності студентів, покращенню результатів навчання. Інтерактивність інноваційних методів зумовлює розвиток монологічного та діалогічного мовлення студентів. Навчання іноземної мови вимагає інтерактивності та активної участі у проведенні брейн-рингів, круглих столів, інтерактивних ігор, моделюванні економічних форумів, засіданні менеджерів та економістів.

Основними недоліками запровадження новітніх, інноваційних методів навчання є психологічна неготовність та опір запровадженню технологій як з боку викладачів, так і студентів. Викладачі ВНЗ, які звикли працювати за традиційною

авторитарною методикою, не сприймають новітні методи, партнерську взаємодію студента та викладача, також часто виникають труднощі у зв'язку з необхідністю для викладачів навчатися роботі з технічними засобами, Інтернетом, роботі в соціальних мережах, які через власні психологічні бар'єри викладачі не сприймають, відтак, повністю гальмують роботу. Студенти, особливо з периферії, які звикли до авторитарного викладання у школі, опираються партнерській моделі взаємодії, так як не хочуть брати відповідальність та самостійно приймати рішення. Також потрібно зазначити, що всі перелічені інтерактивні методи потребують певної лінгвістичної бази у студентів, адже проведення інтерактивних занять у групах елементарного рівня, де студенти погано читають та мають лексичний запас в 200-300 слів, ускладнює запровадження технологій.

Висновки. Забезпечення конкурентоспроможності українських економістів у світі зумовлює необхідність вивчення ними англійської мови. Навчання англійської мови із використанням новітніх методів викладання (проективної методики, методу кейсів, інтерактивних методів, методу повного занурення, застосування Інтернет-технологій та соціальних мереж, комп'ютерне навчання) сприяє активізації пізнавальної діяльності студентів та покращенню успішності. Форми роботи при запровадженні новітніх методів – фронтальна, групова, індивідуальна. Вид навчання — демократичне, студент-центроване навчання. Принципи даного навчання — доступність, системність, рівне оцінювання, наочність та ґрунтовність. Вважаємо за доцільне проведення емпіричного дослідження ефективності застосування новітніх методів порівняно з класичним навчанням протягом 2 років.

Література

1. Боднар С.В. Навчання студентів економічних спеціальностей професійно орієнтованому англійськомовному спілкуванню засобами проективної методики / С.В. Боднар // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету, 2011. — №3. — С. 81–84.
2. Гришкова Р.О. Англійськомовна підготовка студентів нефілологічних спеціальностей до міжкультурної взаємодії / Р.О. Гришкова // Наукові праці ЧДУ імені Петра Могили. Серія: Педагогіка. — 2009. — Випуск 95. — Том 108. — С. 129–134.
3. Мірошніченко Е.В. Навчання професійної лексики студентів-економістів під час усномовленнєвого спілкування в непрофесійних сферах комунікації / Е.В. Мірошніченко // Автореф. дис. канд. пед. наук: К., 1996. — 23 с.
4. Огурцова О.Л. Навчання майбутніх економістів ділової англійської мови з використанням інтернет-ресурсу. / О.Л. Огурцова // Автореферат дис. на здобуття ступеня канд. педагогічних наук, спец. 13.00.02 — теорія та методика навчання: германські мови. Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата педагогічних наук, К.: КПІ, 2012.
5. Оришин І.С., Цубова О.Л. Навчання студентів-економістів діалогічному англійському мовленню / І.С. Оришин, О.Л. Цубова // Електронне джерело, режим

доступу: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/22881/1/57-389-393.pdf>

6. Сура Н.А. Навчання студентів університету професійно орієнтованому на спілкування іноземною мовою /Н.А. Сура// — Луганськ: Вид-во Східноукраїнського НУ ім. В. Даля, 2008. — 126 с.

7. Тарнопольський О.Б. Ділові проекти (Business projects): підруч. [для студентів вищих закладів освіти та факультетів економічного профілю. Книга для студента та робочий зошит] / О.Б. Тарнопольський, С.П. Кожушко та інші // — К.: ІНКОС, 2002. — 280 с.

Дьолог О.С.

кандидат філологічних наук, доцент

доцент кафедри українознавства і мовної підготовки іноземних громадян

Харківський національний економічний університет імені С. Кузнеця

ОСОБИСТІСНО-ОРІЄНТОВАНИЙ ПІДХІД ДО НАВЧАННЯ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ ЯК ІНОЗЕМНОЇ У МЕЖАХ НОВИХ НАВЧАЛЬНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

***Анотація.** Стаття присвячена питанню особистісно-орієнтованого підходу до навчання української мови як іноземної. Розглядаються основні підходи, пов'язані з особистісно-орієнтованою технологією навчання української мови іноземних студентів. Даються положення, у яких сформульовані головні ідеї педагогіки співробітництва. Особистісно-орієнтований підхід розглядається як одна з категорій інноваційних технологій навчання.*

***Ключові слова:** особистісно-орієнтований підхід, методика навчання, українська мова як іноземна, інноваційні технології навчання, педагогіка співробітництва.*

***Abstract.** This article is about personality oriented studies of study of Ukrainian language as a foreign language. Will be considered the main ways of personality oriented studies of Ukrainian language for foreign students. Will be added information about main ideas of pedagogy of cooperation. Personality oriented studies is taken as one of category of innovations technologies of study.*

***Key words:** personality oriented studies, methodology of studying, Ukrainian language as a foreign language, innovations technologies of study, pedagogy of cooperation.*

Сучасна освіта є однією із найбільш змінних сфер діяльності людини. Проте ці зміни неможливі без інновацій, без нових інформаційних і освітніх технологій. Тенденції вдосконалення системи професійної підготовки майбутніх фахівців у вищому навчальному закладі пов'язані, перш за все, з використанням інноваційних освітніх технологій (ігрових, комунікаційних, інформаційних тощо), які дозволяють забезпечити професійний вибір операційного впливу у процесі взаємодії викладача і студента з метою максимального розвитку особистості як суб'єкта, що гармонійно поєднує свободу особистісного прояву і соціально-культурні цінності та норми.

Сьогодні існує чимало методик, спрямованих на всебічний розвиток особистості, проте чи не найпопулярнішою є технологія особистісно-орієнтованого навчання. Розробка теорії такого навчання розпочалася наприкінці ХХ століття. На сьогодні найбільш відомими є розробки у цій галузі

Є. Бондаревської, В. Серикова, І. Якиманської, М. Кузнецова, Є. Шиянова та ін. Серед вітчизняних науковців варто відзначити роботи І. Беха, Н. Бібік, М. Гузика, В. Рибалка, О. Савченко.

У рамках особистісно-орієнтованої моделі освіта визначається як умова розвитку особистості, коли в активній, різносторонній діяльності відбувається її становлення і розвиток в усій різноманітності здібностей.

Проте проблема особистісно-орієнтованого підходу до навчання української мови як іноземної висвітлена ще недостатньо. Незважаючи на накопичений значний досвід навчання іноземних студентів у вищих навчальних закладах, проблеми індивідуалізації в навчанні української мови як іноземної досі не втратили своєї актуальності. Усе ще продовжуються суперечки між теоретиками та практиками викладання української мови як іноземної щодо організації навчального процесу, мотиваційної готовності до вивчення лінгвокультурологічних особливостей української мови, інтернаціоналізації або мононаціоналізації груп, термінів заїзду, навчального середовища тощо. Тому представлена стаття присвячена саме проблемі особистісно-орієнтованого підходу до вивчення української мови іноземними студентами.

Серед основних підходів, пов'язаних з особистісно-орієнтованою технологією навчання мови (у нашому випадку української), превалюють два основних:

— перший — орієнтований на врахування психологічних особливостей іноземного студента, який знаходиться в середовищі носіїв мови, що вивчається;

— другий — орієнтований на суто лінгвістичні особливості української мови, з ігноруванням (повним або частковим) психологічних особливостей [1; с. 69].

Крім того, слід зазначити, що в теорії та практиці сучасної педагогічної науки ще й досі не існує єдиної класифікації особистісно-орієнтованих педагогічних технологій навчання української мови як іноземної, незважаючи на те, що її реалізація в навчальному процесі дозволяє іноземним студентам проявляти більш усвідомлений підхід до вивчення лінгвокультурологічних особливостей мови. А це, у свою чергу, підвищує їх мотиваційну готовність до вивчення української мови як іноземної, яка є інструментом для оволодіння майбутньою спеціальністю.

Головними завданнями особистісно-орієнтованого навчання є:

— розкриття індивідуальних пізнавальних можливостей кожного студента;

— розвиток індивідуальних пізнавальних здібностей студентів;

— допомога студентові у самопізнанні, самоактуалізації, самореалізації, самовизначенні;

— формування у студента культури життєдіяльності.

Специфіка української мови полягає в тому, що вона є не лише предметом і об'єктом вивчення, але й засобом навчання. Саме тому націленість на практичне — писемне та усне — володіння мовою, на здатність користуватися різноманітною спеціальною літературною мовою, що вивчається, а не тільки на знання мови як лінгвістичного феномену, присутні в сучасних програмах з

української мови як іноземної і присутні у потребах самих студентів [2; с. 89].

Майбутній спеціаліст повинен не тільки володіти навичками мовної діяльності у сфері побутової комунікації, але й мати уявлення про норми офіційно-ділового усного та писемного мовлення, уміти працювати з україномовною літературою з фаху, володіти основною термінологією спеціальності, знати українські еквіваленти основних слів і словосполучень професійного мовлення, а також володіти основами реферування та анотування спеціальної літератури.

Використання нових технологій у викладанні української мови для іноземних студентів є одним із найважливіших аспектів удосконалення й оптимізації навчального процесу, збагачення арсеналу методичних засобів і прийомів.

Сьогодні в педагогічній літературі вже не дискутується питання щодо використання в навчальному процесі такого підходу. Він є офіційно визнаним і йому надається перевага в середовищі викладачів української мови як іноземної. Головним в особистісно-орієнтованому процесі є оволодіння українською мовою як іноземною, тобто максимальне врахування особистісних здібностей та інтересів студентів, а не сам процес викладання [2; с. 89].

Виходячи із завдань, які є визначальними для даної педагогічної технології, можна зробити висновок про те, що такими є:

— максимальне виявлення, оцінювання, використання, «окультурення» індивідуального (суб'єктного) досвіду студента з опорою на його життєвий досвід (урахування особливостей освітньої системи та рівня знань іноземного студента, його національних і культурологічних особливостей);

— максимальна допомога іноземному студенту в «пізнаванні» себе, у самовизначенні та самореалізації, а не у формуванні певних якостей (нав'язування йому значущості культурних і релігійних цінностей країни навчання, переорієнтація цілей навчання — з професійної підготовки на вивчення української мови як такої);

— формування в іноземного студента культури життєдіяльності в умовах країни мови навчання (правові та побутові особливості), яка дає можливість продуктивно будувати своє життя, що особливо важко на початковому етапі навчання, тобто формування культури життєдіяльності.

Окремі вимоги при навчанні іноземних студентів висуваються до дидактичної складової навчального процесу:

— диференціація мовної складності та лексичної надмірності в презентації навчального матеріалу;

— навчальний матеріал повинен забезпечувати виявлення змісту суб'єктного досвіду іноземного студента, включаючи досвід його «домашнього» навчання;

— виклад знань у підручнику не тільки повинен бути спрямований на розширення їх обсягу, структурування, інтегрування, узагальнення предметного змісту, але й максимально адаптований під мовні можливості іноземного студента;

— у процесі навчання необхідний постійний облік та сумісність суб'єктного досвіду іноземного студента з науковим змістом презентованих знань;

— конструювання та організація навчального матеріалу, який дає можливість іноземному студенту вибирати його зміст, вид та форму при виконанні завдань, вирішенні завдань тощо з урахуванням їх практичної значущості для країни (регіону), з якої він приїхав на навчання.

Виходячи зі сказаного, можна зробити висновок про те, що особистісно-орієнтована педагогічна технологія навчання іноземних студентів української мови як іноземної — це технологія, що забезпечує не тільки розвиток, але й саморозвиток іноземного студента, виходячи з його особистісних особливостей (країна, культура, віросповідання тощо). У центрі уваги викладача української мови як іноземної є високомотивована особистість, яка прагне до оволодіння майбутньою спеціальністю через українську мову, що само по собі вже створює умови для співпраці викладача зі студентом.

Отже, особистісно-орієнтована технологія в процесі навчання українській мові як іноземній характеризується антропоцентричною (національні та культурні особливості іноземного студента), гуманістичною та психотерапевтичною спрямованістю (знайомство з особливостями країни навчання й емпатія, особливо це актуально на початковому етапі навчання).

У рамках особистісно-орієнтованих технологій навчання української мови як іноземної самостійними напрямками виділяються такі технології:

— гуманно-особистісні технології — відрізняються, перш за все, своєю гуманістичною сутністю і психотерапевтичною спрямованістю на підтримку особистості іноземного студента, допомагають йому (дана технологія відкидає примусовість у будь-якій формі його проявів, їй властива висока педагогічна емпатія);

— технології співпраці викладача української мови як іноземної і студента-іноземця реалізуються через різні форми співпраці (як аудиторні, так і позааудиторні) та досягаються за допомогою спільного вироблення змісту та форми занять [3; с. 6].

Технології співпраці, стосовно викладання української мови як іноземної, є одним із дуже перспективних напрямків. Це пов'язано, насамперед, з тим, що, на відміну від традиційних технологій, іноземний студент виступає як суб'єкт навчальної діяльності, а сама навчальна діяльність перетворюється на суб'єкт-суб'єктну діяльність, у якій обидва учасники навчального процесу (іноземний студент та викладач мови) однаково зацікавлені в кінцевому результаті партнерства.

Головні ідеї педагогіки співробітництва сформульовані у таких положеннях:

1. Ідея важкої мети. Необхідно ставити перед іноземними студентами досить складні завдання, підкреслюючи їхню виняткову складність і вселяючи впевненість у тому, що мета буде досягнута, а тема добре засвоєна. Наприклад, на початковому етапі навчання можна давати творчі завдання (написати твір про свою країну, батьків, культуру тощо). Складність полягає в обмеженому лексичному запасі, що змушує активно користуватися словником, тим самим збільшуючи словниковий запас студентів.

2. Ідея опори. Являє собою певний набір ключових слів або інших опорних

сигналів, що показують логіку матеріалу у вигляді компактної образної опорної схеми, яка спрощує розуміння навчального матеріалу і його запам'ятовування, виключаючи можливість і необхідність зазубрювання (особливо ефективно у роботі з науково-популярними текстами).

3. Ідея вільного вибору, що полягає в пропозиції великої кількості завдань для того, щоб студенти самостійно вибирали для виконання будь-які з них і в будь-якій кількості. Свобода вибору — це найкоротший шлях до ефективного розвитку творчої думки.

4. Ідея великих блоків. Навчальний матеріал з української мови як іноземної групується у великі блоки (окремі теми), завдяки чому можна збільшити обсяг навчального матеріалу і встановити логічні зв'язки між навчальними блоками.

5. Ідея діалогічних роздумів. Процес вивчення нової лексики пропонується у формі діалогу викладача зі студентами.

Особистісно-орієнтований підхід передбачає:

— використання завдань від власне мовних до умовно-мовних, а потім до власне комунікативних;

— читання тексту повинно бути організоване як основа для виходу в реальний акт комунікації, повинно налаштовувати студентів на активне самовираження в мовленні.

Одним із методів навчання українській мові як іноземній є розвиток у студентів навичок аналітико-синтетичної обробки інформації. Під цим розуміються творчі процеси, що включають осмислення, аналіз та оцінку змісту оригінального тексту для отримання необхідної інформації.

Відповідно до психофізичних особливостей студентів завдання повинні містити ряд питань:

— трансформаційні питання, котрі підводять студентів до самостійних висновків щодо смислового змісту частини тексту, до співвіднесення нової інформації з уже знайомою;

— інтерпретаційні питання, котрі розкривають зв'язки між ідеями, фактами і життєвими цінностями, заданими у тексті, допомагають студентам краще зрозуміти події, представлені у тексті;

— питання для аналізу, котрі дають можливість студентам під час читання глибше дослідити проблеми логіки, причини подій, представлених у тексті, поділити події на окремі складові;

— питання для синтезу, котрі дають можливість використовувати власні знання і досвід для вирішення поставленої проблеми;

— оцінні питання, котрі дають можливість розкрити ціннісні орієнтири, життєві принципи;

— питання прогнозованого характеру, котрі дають можливість визначити мету читання.

Отже, наведена класифікація дозволяє стверджувати, що різні типи питань спрямовані на отримання різних компетенцій і співвідносяться з особистісно-орієнтованим підходом до навчання. Останній полягає, з одного боку, у підкресленні індивідуальному підході до смислу тексту (питання спрямовані на

вираження студентом особистої точки зору), з іншого — різноманітність типів завдань дає можливість кожному студенту обрати власний шлях для подолання бар'єру у вивченні іншої мови й іншої культури.

Таким чином, виходячи із зазначеного вище, можна зробити висновок про те, що особистісно-орієнтований підхід до процесу навчання української мови як іноземної сьогодні є одним з найбільш актуальних для практики навчання іноземних студентів і потребує подальшого ретельного дослідження.

Література

1. Бурак М. Дотримання дидактичних і методичних принципів у сучасному підручнику з української мови як іноземної /М. Бурак // Теорія і практика викладання української мови як іноземної: зб. наук. праць. — Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2014. — Вип. 9. — С. 68–75.

2. Дьолог О. Інноваційний підхід до викладання курсу «Українська мова як іноземна» //Проблеми и перспективы языковой подготовки иностранных студентов: материалы X Международной научно-практической конференции (1-2 октября 2015 г.). — Харьков: ХНАДУ, 2015. — С. 87–91.

3. Клоконосова Л. Актуальні проблеми викладання української мови як іноземної у ВНЗ України / Л. Клоконосова, О. Ничипорук, Н. Ядвіжина // Науково-методичні проблеми мовної підготовки іноземних студентів: матеріали VII Міжнародної науково-практичної конференції, м. Київ, 17-18 квітня 2014 р., Національний авіаційний університет / За заг. ред. М. М. Бондарчук, І. В. Жогіної. — К.: НАУ, 2014. — С. 61–63.

УДК 519.22/.25:81'27

Гавриш О.О.

кандидат філологічних наук

доцент кафедри німецької мови

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ МОВНИХ КОНТАКТІВ

Анотація. У статті розглядається найбільш поширені методи дослідження мовних контактів на сучасному етапі, зокрема лінгвогеографічний, соціолінгвістичний та психолінгвістичний методи, методи математичної статистики та нейропсихології. Висвітлюються проблеми на шляху дослідження мовних зв'язків внаслідок міграційних процесів та інтерференції мовних явищ, діалектальних розбіжностей, соціального статусу, мовної поведінки суб'єктів комунікації та вказується на необхідність всебічного розгляду мовних контактів із залученням даних як лінгвістичного аналізу, так і даних суміжних дисциплін.

Ключові слова: мовні контакти, лінгвістична географія, соціолінгвістика, методи математичної статистики, психолінгвістика, нейропсихологія.

Abstract. This article explores the most widespread methods of the modern language contact research such as language geography, sociolinguistic and psycholinguistic methods as well as methods of the mathematical statistics and of neuropsychology. It analyses the problems of the language contact research that are determined by migration, linguistic interference, social status and

language behavior and emphasizes the need to explore the language contacts, on the one hand by means of the linguistic analysis, on the other hand by means of related scientific disciplines.

Key words: *language contacts, linguistic geography, sociolinguistics, methods of the mathematical statistics, psycholinguistics, neuropsychology.*

Розширення мовних контактів у сучасному світі вимагає вдосконалення методів лінгвістичних досліджень за рахунок залучення даних із суміжних наукових дисциплін, зокрема соціології, етнології, психолінгвістики, психології, статистики, комп'ютерної графіки [4, с. 40]. Доведено, що мови, які тісно контактують, можуть мати, наприклад, спільні риси в галузі звукової будови, але істотно розрізнятися на морфологічному, синтаксичному, семантичному та прагматичному рівнях чи навпаки

Одним з поширених методів вивчення ступеня мовних контактів залежно від фонетичної, граматичної та лексичної структур конкретних мов є *лінгвістична географія*, яка на підставі картографування тих чи інших явищ досліджує розповсюдження окремих лінгвістичних феноменів на певній території. Дані в галузі лінгвістичної географії збираються за допомогою усного або письмового опитування інформантів в конкретних місцевостях, записів на диктофон зразків мовлення у певних ситуаціях з подальшою статистичною обробкою отриманих результатів. Натомість, подібний підхід вимагає досконалої методики проведення експерименту, чіткої розробки кола завдань для інформантів, відтворення відповідної екстралінгвістичної ситуації, що уявляється досить проблематичним з точки зору її автентичності, а також бездоганного функціонування техніки звукозапису, інакше можуть виникнути проблеми з інтерпретацією того чи іншого лінгвістичного феномену.

Однією з проблем дослідження мовних контактів є наявність багатомовності на територіях, які підлягають дослідженню, адже через збільшення міграції люди залишають свої домівки, вивчають мову країни перебування, починають ідентифікувати себе з новою батьківщиною. Через обмеженість спілкування рідною мовою та посилений вплив нової мови мігранти часто втрачають власну мову або вона набуває нехарактерних рис. У свою чергу мова країни перебування теж функціонально «потерпає» від мови мігрантів: через запозичення з'являються нові лексичні одиниці, змінюються граматичні конструкції, модифікуються кількісні та якісні ознаки звукових сегментів у бік спрощення артикуляції, внаслідок чого виникає ціла низка нових алофонів, змінюються інтонаційні параметри мовленнєвого повідомлення. На сучасному етапі дуже важко знайти інформанта без міграційного підґрунтя, що також істотно ускладнює отримання об'єктивних результатів дослідження.

Другою проблемою є наявність діалектальних форм у мові інформанта, які істотно впливають на реалізацію мовних одиниць та їх акустичного сприйняття. Відомо, наприклад, що кодифікована німецька мова з'явилася лише у 1898, проте діалекти й надалі відіграють важливу роль на території Німеччини, надають літературній мові регіональної забарвленості [3, с. 262–263], а в Австрії та Швейцарії взагалі є формами офіційного спілкування. Крім того, на сучасному

етапі розвитку німецької мови спостерігається злиття літературної мови з розмовною незалежно від екстралінгвістичної ситуації [2, с. 263], через що виникають певні розбіжності в інтерпретації показників лінгвогеографічного аналізу.

Поряд з багатомовністю та діалектологічним підґрунтям враховується й мовна поведінка інформантів, яка є предметом *соціолінгвістики*. У даному випадку йдеться про мовну біографію суб'єктів комунікації, їхню освіту, положення у суспільстві, матеріальне становище, використання літературної чи розмовної мови у професійному житті та у приватній сфері, типи особистості та риси характеру, їх ставлення одне до одного, екстралінгвістичну ситуацію. З цією метою, поряд із заповненням анкет та проведенням інтерв'ю, дослідник «занурюється» у реальну комунікативну ситуацію, наприклад, відвідує батьківські збори, свята, інші масові заходи. Проте, й у даному випадку досить складно отримати об'єктивний матеріал, оскільки стороннього спостерігача носії мови часто сприймають з певним упередженням. Останнім часом для проведення соціолінгвістичного аналізу залучають самих учасників експерименту (Mitglieder der In-group) [4, с. 49], що сприяє збереженню невимушеності ситуації й максимальному прояву мовної автентичності.

До найбільш інформативного матеріалу в галузі соціолінгвістики належить спонтанне мовлення, зокрема розмови під час дозвілля та в офісі. Слід ретельно продумати теми для обговорення залежно від пріоритетів, зацікавленості, віку та соціального походження інформантів. Це можуть бути, наприклад, наступні теми: проблема біженців, дискримінація іноземців, пошуки робочого місця, навчання, відпустка, сучасний спосіб життя, партнерські відносини, суспільні або власні цінності.

Як свідчать результати досліджень, можна отримати інформативний матеріал на підставі опису картинок, хоча його можна вважати умовно спонтанним [4, с. 49]. Пропонуються, наприклад, типові зображення ландшафту місцевості, з якої походять інформанти, що дозволяє порівнювати аналогічні висловлювання й встановлювати особливості реалізації мовних одиниць різного рівня залежно від соціальної складової мовленнєвого повідомлення.

У процесі дослідження мовних контактів не втратив своєї актуальності й такий вид мовленнєвої діяльності як читання текстів художньої прози, репортажів тощо. У лінгвістичній літературі читання розглядається як кероване текстом говоріння, що корелює із сюжетом та його базовими смисловими характеристиками [1, с. 56–57]. Поряд з комунікативною функцією озвучений текст виконує й естетичну функцію, тобто може впливати не тільки на розум, а й передусім на почуття читача [2, с. 57].

Відомо, що мовлення є випадковим процесом, у зв'язку з чим його параметри розглядаються як випадкові величини. Тому для отримання об'єктивних даних у процесі дослідження мовних контактів широко застосовуються *статистичні методи* обробки матеріалу, що має на меті встановлення закономірностей реалізації того чи іншого мовного явища шляхом визначення середніх показників, квадратичних відхилень й міри його коливання залежно від конкретних ситуацій.

Для дослідження мовних контактів надзвичайно важливим являється розгляд стратегій мовної поведінки учасників комунікаційного процесу, функціонування багатомовності на когнітивному рівні під час вивчення другої мови або міжкультурного спілкування, чим займається переважно *психолінгвістика*. З метою аналізу паралельного вживання декількох мов на ментальному рівні з давніх давен активно використовується аналіз мовних помилок як на лексико-граматичному, так й на фонетичному рівнях та можливостей їх усвідомлення з боку як відправника мовленнєвого повідомлення, так і його реципієнта. Крім того, для проникнення у діяльність мозку (*die Black Box des Gehirns*) [4, с. 53] інформантам пропонується озвучувати свої думки та вести відповідний протокол, який записується на диктофон й аналізується аудиторами. Проте, як показують дослідження, зазначений метод має певні недоліки, оскільки інформанти озвучують лише важливі з їхньої точки зору думки. Тому після протоколювання думок доводиться проводити анкетування або інтерв'ю, де інформанти обгрунтовують свої рішення.

З сучасними техніками психолінгвістики тісно пов'язана *нейропсихологія*, яка досліджує процес обробки мовної інформації та її продукування у відповідних частинах мозку за допомогою вимірювання електричної активності мозкових хвиль та комп'юторної томографії. За допомогою зазначених методів можна отримати відповіді на такі питання як, наприклад, чи існують певні процеси активізації у мозку залежно від оволодіння декількома мовами на ранньому чи на пізньому етапі; чи виглядають зразки активізації у мозку при однаковому рівні володіння декількома мовами ідентично; яку роль у зазначеному процесі відіграє компетентність.

Подібне дослідження було проведене у Базельському (Швейцарія) та у Заарбрюкенському (Німеччина) університетах, під час якого інформанти мусили за допомогою внутрішнього голосу описати їхній розпорядок дня однією, другою та третьою мовами. У процесі дослідження реєструвалися та порівнювалися відповідні центри активізації в мозку [4, с. 58]. Було встановлено, що при оволодінні декількома мовами на ранньому етапі, вони розташовувалися у мозку більш компактно, ніж при вивченні мови у більш пізньому періоді. Крім того, при подальшому вивченні мов у мозку тих інформантів, хто почав вивчати мови раніше, було знайдено мережу (*Netzwerk*), до якої легше приєднувалися інші мови. Згідно з іншими дослідженнями в галузі нейропсихології, на рівень та швидкість оволодіння іншими мовами впливає не час, а ступінь компетентності інформантів [4, с. 58].

Отже, дослідження мовних контактів відбувається на сучасному етапі за багатьма напрямками й передбачає тісний зв'язок між різними науковими дисциплінами. Дані зі сфери *лінгвістичної географії* дозволяють встановити територіальний розподіл мов та діалектів й кордонів їх розповсюдження. *Соціолінгвістичні дослідження* надають уявлення про особливості вживання тих чи інших мовних параметрів залежно від рівня компетентності мовців, функціонального навантаження мовленнєвого повідомлення та інших суб'єктивних й об'єктивних чинників. Залучення методів *математичної*

статистики слугує отриманню об'єктивних результатів дослідження й виключає випадкові явища. *Психолінгвістика* вивчає мовну поведінку мовців при міжкультурному спілкуванні із залученням когнітивного аспекту багатомовності. Одним з напрямків *нейропсихологічних досліджень* є аналіз процесу обробки та продукування мовної інформації у мозку мовця.

Література

1. Стеріополо О.І. Комунікативні аспекти навчання читанню текстів різних жанрів / О.І. Стеріополо, Л.М. Коюда // Матеріали Всеукраїнської науково-методичної конференції «Мовна комунікація та методика викладання іноземних мов» 17-19 травня. — Одеса: Астропринт, 2001. — С. 56–59.
2. Шваб Л.М. Фоностилестична домінанта озвученого німецькомовного художнього тексту (експериментально-фонетичне дослідження): дис. ... канд.філол.наук: спец. 10.02.04 / Шваб Людмила Миколаївна. — К., 2016. — 206 с.
3. Pompino-Marschall B. Einführung in die Phonetik / Bernd Pompino-Marschall. — Berlin/New York: Walter de Gruyter, 2009. — 324 S.
4. Riehl C.M. Sprachkontaktforschung. Eine Einführung / Claudia Maria Riehl. — 2., überarbeitete Auflage. — Tübingen: Gunter Narr Verlag, 2009. — 234 S.

Касьянова Л.С.

старший викладач кафедри іноземних мов фінансово-економічного факультету

Овчіннікова О.І.

старший викладач кафедри іноземних мов фінансово-економічного факультету

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

«SMALL TALK» ЯК СКЛАДОВА ПРОФЕСІЙНОЇ ІНШОМОВНОЇ ПІДГОТОВКИ СТУДЕНТІВ ЕКОНОМІЧНИХ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ

Анотація. Англійський фатичний жанр світської бесіди «small talk» визначається як стійкий елемент англомовного ділового дискурсу. Розглядаються характеристики «small talk» для формування змісту навчання українськомовних студентів англійської світської бесіди як складової міжкультурного ділового спілкування. Автори приходять до висновку, що результати структурного аналізу англійського фатичного жанру світської бесіди дозволяють створити ефективну методіку навчання, що орієнтована на українськомовних студентів, майбутня професійна діяльність яких пов'язана з міжнародними діловими контактами.

Ключові слова: «small talk», англомовний діловий дискурс, фатичний жанр, професійна іншомовна підготовка, міжкультурне ділове спілкування.

Abstract. Small talk is distinguished as an indispensable component of the English business discourse. The characteristics of small talk as a genre of phatic communication are analyzed to determine the methodology of teaching Ukrainian speakers small talk as an element of cross cultural business interaction. The authors come to the conclusion that the results of the structural analysis of the phatic genre «small talk» provide means for creating effective teaching techniques aimed at Ukrainian speaking students whose future career involves cross international business cooperation.

Key words: small talk, English business discourse, phatic communication, professional linguistic competence, cross-cultural business communication.

Постановка проблеми. Незважаючи на загальноприйняті стандарти спілкування в діловому середовищі, досягнення ефективних результатів у процесі міжкультурної ділової комунікації є трудомістким завданням, оскільки вона опосередковує спільну діяльність людей, що належать різним культурним товариствам зі своїми національно-культурними нормами, традиціями спілкування та специфікою мовної поведінки. Наприклад, стійким елементом міжкультурного ділового дискурсу є англійський фатичний жанр світської бесіди (далі — «small talk»), який використовується у професійних комунікативних ситуаціях і виконує чітко визначені функції, що впливають на ефективність ділової інтеракції.

У зв'язку з цим доцільно навчати студентів, чия майбутня професійна діяльність пов'язана з міжнародними діловими контактами, «small talk» як однієї з тактик успішної реалізації ділового контакту в міжкультурному просторі.

Метою такого навчання, на наш погляд, має бути формування у студентів базових знань про специфіку даного фатичного жанру і про способи його реалізації в міжкультурній діловій комунікації.

Аналіз останніх джерел. Аналіз робіт у сфері дослідження «small talk» з позицій лінгвістики (М.-Л. Драздаускене, 1970; В.В. Дементьєва, 1999; І.А. Стерніна, 2001; Т.В. Ларіної, 2005; В.В. Феніна, 2005; С.А. Пісінзон, 2010 і ін.), психології і соціології (М. McCarthy, 2000; А. Javorsky, 2000; D. Fine, 2002; J. Coupland, 2003 і ін.) дозволив узагальнити основні характеристики цього компонента міжкультурного ділового спілкування.

Виклад основного матеріалу

1. **Основна мета** — встановлення, підтримка і розвиток контакту в діловій сфері.

2. **Специфіка жанру** — фатичний комплексний жанр, який використовує структурні елементи, властиві іншим мовним жанрам: вітання, коментар, схвалення, комплімент та ін., розташовані в певній логіко-композиційній послідовності.

3. **Ставлення «адресант-адресат»** — спілкування між особами, які володіють соціокультурними і жанровими конвенціями, що відображають правила мовної міжособистісної взаємодії, властиві англійській мовній культурі:

- зведення комунікативного впливу на партнера до мінімуму;
- коректність під час висловлення власної думки;
- дотримання рівності в процесі спілкування;
- яскраво виражена демонстративна привітність по відношенню до партнера;
- орієнтованість на форму на протипагу змісту сказаного.

4. **Характер спілкування** — нейтральний, що тяжіє до предметних тем (погода, спорт, хобі тощо).

5. **Специфіка мовної ситуації** — спілкування реалізується особами в регламентованих ситуаціях ділового спілкування (ділова бесіда, ділові переговори, ділова нарада тощо.).

6. **Комунікативні завдання** — взаємодія з партнером по спілкуванню для досягнення комунікативного комфорту і створення доброзичливої атмосфери для

подальшого ділового спілкування за допомогою використання різних мовних стратегій (встановлення контакту, заповнення паузи, розмикання контакту) і тактик (інформування, зауваження-коментарю, згоди, етикетної тактики).

7. **Тематичний зміст** — «small talk» передбачає спілкування на теми, які встановлюють контакт, однак не мають на меті обмін когнітивною інформацією. При цьому теми, обговорювані в процесі «small talk», можуть бути поділені на три основні види:

- теми найбільш загального характеру: погода;
- теми загального характеру: спорт, місце перебування (місто, країна), дорога, газетні новини тощо;
- теми особистого характеру: хобі, свята або вихідні тощо.

Універсальною темою найбільш загального характеру є обговорення погоди. Вибір теми погоди як універсальної зумовлений щонайперше нейтральним характером предмета обговорення під час встановлення мовного контакту. Зауваживши, що погода традиційно відноситься до важливої сторони повсякденного життя англійців, можна стверджувати, що дана тема є найбільш безпечною щодо збереження недоторканності особистого простору (privacy), дозволяючи тим самим нейтралізувати соціальний дискомфорт під час спілкування.

8. **Структура** — єдність питання та відповіді (діалог). В окремих випадках small talk передбачає полілог. Таким чином, в основі його структури лежать переважно подвійні єдності, серед яких найбільш поширеними є:

- питання-відповідь:

Partner A: I've never seen such a large crowd and you? Partner B: Me neither, not since I came here from Bangkok.

- повідомлення-питання:

Partner A: The first time I came to the United States was for a trade fair. We began our East Asian operations here at the 2009 Exhibition.

Partner B: Was the exhibition successful for you?

- повідомлення-повідомлення:

Partner A: Traffic is never good around here.

Partner B: I agree. It would be great if there was a train or a subway line that went through here.

До специфічних типів питань, що вживаються в «small talk», відносяться питання відкритого типу і розчленовані питання. При цьому питання відкритого типу має на увазі відповідну розгорнуту репліку, наприклад:

Partner A: How do you find the weather today?

Partner B: Well, the weather has not been very good lately. But it's usually wet here in March.

Маркерами питань відкритого типу є питальні слова: How, What, When, Where, Why.

Розділові питання — позитивні або негативні розповідні речення, до яких приєднані короткі загальні запитання, що складаються з відповідного займенника і того допоміжного або модального дієслова, яке входить до складу присудка

речення, що розповідається. У «small talk» даний тип запитань вживається з метою привернення уваги та викликання інтересу в співрозмовника, наприклад:

Partner A: Lovely weather, is not it?

Partner B: Yes, the weather is marvellous. It is rather unusual for this season to have such hot days.

З огляду на комплексність жанру «small talk», його структура містить певні етикетні мовні формули (мовні кліше), що реалізують принципи ввічливості і кооперації в процесі спілкування. Формули мовного етикету виконують фатичну функцію не безпосередньо, а в контексті англійської світської бесіди, при цьому концентрація етикетних реплік тут є значно вищою, ніж в інших ситуаціях їх використання.

Найбільшу частотність у «small talk» мають наступні кліше:

- **диктальні** — кліше, які виражають привітання (Good afternoon, Good morning, Hello); звернення (Mr Parker, Julia); перед-уявлення / знайомство (Let me introduce myself... Let me introduce my colleague... Glad to meet you...); інформування про стан справ (How are you? How is it going?); прояв інтересу в бесіді (Oh, how interesting! Really?); прощання в замикальній фазі контакту (Good bye, Pleasure to meet you, Have a nice day!);

- **оціночно-модальні** — кліше, які виражають думку (It seems to me, I believe, I think); радість (Glad to hear that, Great); захоплення (What a sweet family photo!).

9. **Лексичні особливості** — вживання фразеологічних виразів, які несуть певне функціональне навантаження, наприклад, вітання: How do you do?; стійких моделей, що заповнюються певними словами для передачі конкретного значення, наприклад, для вираження згоди: That's right; Oh yes, it's great; Sure та ін.; вживання оціночних прикметників: It's a nice time of the year; Oh, it's beautiful; Lovely weather тощо; вживання вигуків-підсилювачів: Yeah, been an awfully good week.

10. **Синтаксичні особливості** — вживання стійких суворо регламентованих і постійно відтворюваних виразів-кліше і поєднань, характерних для даного жанру. Вживання питань відкритого типу: How, When, Where та ін., а також розділених питань: Nice place, is not it ?; вживання окличних речень: What a sweet family photo!

Аналізуючи основні характеристики «small talk», необхідно зауважити, що, крім тривіальності тематичного репертуару, він характеризується соціально регламентованими правилами щодо недоречних тем (тем-табу) і неприйнятних дій (дій-табу), а також низкою обмежень і заборон структурних та лексичних властивостей, які необхідно постійно мати на увазі.

Важливо підкреслити, що питання вибору теми для «small talk» є значущим для компетентного здійснення міжкультурного мовного спілкування. Так, у процесі ведення світської бесіди з представниками англомовної культури пропонується уникати таких тем (тем-табу) [2, с. 43]:

- Північна Ірландія;
- Євросоюз і євро;
- приватне життя (власне і партнера);

- релігія;
- фінансовий стан;
- здоров'я;
- політика.

Крім вищевказаних тем, недоречних для початку ділової комунікації, потрібно уникати будь-яких питань, які претендують на розкриття особистої інформації, а також мають проблематичний або негативний характер [3, с. 87].

У процесі ведення «small talk» в міжкультурному діловому спілкуванні з мовної діяльності співрозмовників слід уникати певних дій(дій-табу) [1, с. 27]:

- комунікативного егоцентризму, який може укладатися в недружній тональності, неадекватній поведінковій реакції на висловлювання партнера, трансформації світської бесіди в бік монологу за рахунок захоплення лідерства одним із співрозмовників тощо;
- тривалих пауз, які вважаються неприпустимими в англійській культурі;
- порушень черговості реплік, що виявляється в перериванні розмови партнера по спілкуванню і «нашаруванні» початкової фрази одного співрозмовника на кінцеву фразу партнера;
- мовної граи та іронії, які можуть приносити співбесідникові незручності, пов'язані з додатковими зусиллями їх інтерпретації.

Висновки з проведеного дослідження. Наведені вище основні жанроутворювальні характеристики допомагають визначити зміст навчання українськомовних студентів «small talk» як складової міжкультурного ділового спілкування з урахуванням національно-культурної специфіки українського спілкування та розробити ефективну методику, яка сприятиме оптимізації їх професійної іншомовної підготовки.

Література

1. Дороніна М.С. Культура спілкування ділових людей: [посібник] / М.С. Дороніна. — К.: КМ Academia, 1995. — 192 с.
2. Колбіна Т.В. Формування міжкультурної комунікації майбутніх економістів: теоретично-методологічний аспект: [монографія] / Т.В. Колбіна. — Х.: ІНЖЕК, 2008. — 392 с.
3. Манакін В.М. Мова і міжкультурна комунікація: [навчальний посібник] / В.М. Манакін. — К.: ВЦ «Академія», 2012. — 288 с.
4. Семенчук Ю.О. Використання інтерактивних технологій для навчання фахової лексики студентів економічних спеціальностей // Нові технології навчання. — 2005. — Випуск 40. — С. 185–195.
5. Dray P. United Kingdom: Conversation — Part 2: Welcome topics and those to avoid // ExecutivePlanet.com, 2011 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.executiveplanet.com/index.php?title=United_Kingdom:_Conversation_-_Part_2
6. Languages for Jobs [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://ec.europa.eu/languages/documents/european-qualification_en.pdf.

Кондрук І.В.

викладач англійської мови

кафедри іноземних мов та міжкультурної комунікації

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

ФОРМУВАННЯ МОТИВАЦІЇ СТУДЕНТІВ В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА

Анотація. У статті викладено основні чинники формування мотивації студента в умовах інформаційного суспільства. Стаття подає інформацію про особливості формування зовнішньої мотивації, внутрішніх мотивів та впливу емоцій успіху-неуспіху на розвиток особистості студента у процесі навчання.

Ключові слова: інформаційне суспільство, мотивація, мотив, особистість студента.

Abstract. The article presents the main factors regarding formation of student motivation in the context of information society. The article gives information about the peculiarities of external motivation and internal motives formation as well as the impact of success-failure emotions on the student personality development in the process of education.

Key words: external motivation, internal motivation, success-failure emotions, student personality.

На сучасному етапі розвитку суспільства інформація та знання відіграють важливу роль не тільки під час професійного навчання, а й для подальшого становлення та розвитку особистості в умовах професійної діяльності. Оскільки суспільство постійно розвивається, виникла нова модель, що пов'язана зі способом оброблення та використання інформації.

Йдеться про розвиток глобальної інформаційної єдності, де важливого значення набуває інформація та знання, формування нових форм демократичного управління суспільством, структурні перетворення в кар'єрному зростанні, праці та в інших сферах суспільного життя. У зв'язку з вищезазначеним формуються нові взаємовідносини людей на економічному, соціальному та духовному рівнях. Наведене вище відноситься до поняття «інформаційне суспільство».

Інформаційне суспільство можна характеризувати за допомогою таких основних чинників:

1. Визначальним чинником суспільного життя в цілому стає наукове знання, воно витісняє ручну та механізовану працю як фактор вартості товарів та послуг. Економічні та соціальні функції капіталу переходять до інформації.

2. Рівень знань, а не власність, стає визначальним чинником соціальної диференціації. Поділ на «багатих» і «незаможних» набуває принципово нового характеру: привілейований шар утворюють інформовані, тоді як непоінформовані — це «нові бідні».

3. Інфраструктурою інформаційного суспільства є нова «інтелектуальна», а не «механічна» техніка [4, с. 184].

У зв'язку з цим розвиток мотиваційної бази майбутніх фахівців, постановка цілей, яких вони прагнуть досягти в майбутньому, суттєво впливає на якість засвоєння знань з метою здобуття професійних умінь та навичок.

Зазвичай до мотивації відносять все те, що стимулює здійснювати реальну

діяльність: загальні та конкретні життєві цілі, заради яких людина вчиться, працює, виховує дітей, захоплюється подорожами, тобто досягненню яких вона присвячує все своє життя.

Вивченню мотивації як компонента навчальної та професійної діяльності майбутніх фахівців присвячують праці такі психологи та педагоги: Є. Ільїн, А. Бугрименко, І. Красногорова, Л. Буйновська, І. Дельгас, В. Клачко, П. Скляр, Т. Алієва, М.Олейник, К. Патяєва, В. Терещенко, В. Завіна, Т. Дуткевич, Д. Стіпек, М.Х. Дембо, К.Р. Уенцел, А. Уігфілд, Г. Рейд, М. Колесник.

Проблеми мотивації студентів, майбутніх фахівців, розглядаються і в працях зарубіжних дослідників: М.Х. Дембо, К.Р. Уенцел, А. Уігфілд, Г. Рейд та ін.

Зокрема М. Дембо, визначаючи стратегії для успішного навчання у коледжі, розглядає мотивацію як внутрішні процеси, що спрямовують поведінку людини та надають їй енергію. Ці внутрішні процеси включають цілі, відчуття, очікування та переконання. Дослідник розрізняє успішного та неуспішного студента, вказуючи на те, що успішний студент знає, як мотивувати себе, а неуспішному студенту важко керувати своєю мотивацією. Щоб бути успішним у навчанні, студент повинен ставити перед собою цілі, розвивати позитивне ставлення до своїх здібностей, вміти концентруватися та розвивати свою впевненість у здатності до навчання, використовуючи різноманітні навчальні стратегії. Мотивація студентів ВНЗ складається з трьох інтерактивних компонентів:

1. Особисті та соціокультурні фактори (тобто особистісні характеристики, до яких входять особисті, сімейні, культурні цінності студентів).

2. Фактори навчального середовища, до яких відносяться навчальний досвід на різних курсах.

3. Внутрішні фактори або відчуття та переконання студентів. На думку дослідника, внутрішні фактори є ключовими у розумінні поведінки студента [5, с. 155].

Студент, мотивований на досягнення успіху в навчальній діяльності, формує цільову базу стосовно майбутньої професійної діяльності, прагнучи досягти успіху в кар'єрі.

Саме емоції успіху-неуспіху є тим універсальним механізмом, який взаємодіє з процесом регуляції діяльності та на основі набутого досвіду сповіщає індивіда про досяжність цілей та виправданість діяльності. У. Макдауголлу визначає, що функціональне призначення емоцій успіху полягає в тому, що вони підсилюють та підтримують вихідне спонукання до мети, тоді як емоції неуспіху затримують та відхиляють це спонукання [2, с. 96].

На важливості знань про емоції наголошують і інші дослідники. Захоплюючи емоції успіху-неуспіху, що виникають під час сприйняття одних умов, які були причиною радощів чи смутку в минулому, сповіщають суб'єкта про вірогідний результат діяльності до реального її завершення. Така попередня інформація про безвихідь дій в одному напрямку та про вірогідний успіх в іншому суттєво полегшує суб'єкту пошук шляху досягнення мети [3, с. 12].

Отже, велику роль має вибір методів навчання та виховання, під час яких студенти відчуватимуть емоції успіху, які сприятимуть формуванню позитивних

мотивів до навчання та подальшої професійної діяльності.

Є. Ільїн розглядає зовнішню мотивацію як зовнішній вплив на процес формування мотивації з метою стимуляції початку мотиваційного процесу або з метою втручання у вже розпочатий мотиваційний процес. Йдеться про психологічний вплив ззовні на мотиваційний процес, а не про дійсне формування мотиву сторонньою людиною. Науковець зазначає, що в процесі навчання неможливо ззовні впливати на формування мотиву, можливо лише сприяти цьому процесу, адже мотив — це складне психологічне утворення, яке повинен сформувати сам суб'єкт за допомогою особистісних утворень: захоплень та уподобань, морально-етичних принципів, особистісного спрямування та самооцінки. Відповідно ззовні формуються не мотиви, а мотиватори.

Внутрішні мотиви базуються на формуванні потреб особистості та спонукання її до пошукової активності. Вирізняють зовнішню та внутрішню пошукову активність.

Зовнішня пошукова активність здійснюється людиною в тому випадку, коли вона потрапляє у незнайому ситуацію та не володіє необхідною інформацією для прийняття рішень. Саме тому, зазнаючи впливу первинного мотиву, людина змушена зайнятися пошуком реального об'єкту, який був би спроможним задовольнити існуючу потребу.

Внутрішня пошукова активність пов'язана з розумовим перебиранням конкретних предметів задоволення потреби та умов їх отримання [1, с. 20—25].

У процесі навчання студентів в умовах розвитку інформаційного суспільства необхідно приділяти увагу особливостям становлення особистості студента. Оскільки головною цінністю інформаційного суспільства стає інформація та вища її форма — знання, то зазначене вище має безпосередній вплив на формування мотиваційної сфери студента. Отже, освіта, навчання, техніка і технології, а також способи, що дозволяють здобути знання, тісно пов'язані зі спрямуванням особистості, з її уподобаннями та захопленнями. Викладач може формувати внутрішні мотиви до навчальної діяльності, керуючись тим, що виникають нові методи, способи та форми передавання інформації.

У наш час, коли постійно зростає кількість відомостей про нові дослідження, проекти тощо, важливим стає те, як подати інформацію про них. Адже відомо, що нове буття створює нові інформаційні реалії, світогляд студентів змінюється.

У сучасних соціальних умовах у науковому співтоваристві почалося становлення нового типу презентації плодів наукової діяльності. Якщо раніше традиційною в науці була діяльність пошуку і виробництва нового знання, то в сучасному науковому світі не менш важливою стає спосіб презентації нових знань. Передавання нового наукового знання стає залежним від його попиту в процесі навчання як певного виду товару, а метою підвищення такого попиту стає презентація продуктів наукового знання студентам. І для того, щоб нові здобутки та ідеї швидше були сприйняті своїм адресатом — студентом, щоб було забезпечено їх усвідомлення та подальше використання у професійній діяльності, процес викладання повинен мати цікаву, інформаційну й переконливу форму.

Література

1. Ильин Е.П. Мотивация и мотивы: учебное пособие / Е.П. Ильин. — Санкт Петербург: Питер, 2002. — 512 с.
2. Психология эмоций. Тексты / под ред. В.К. Вилюнаса, Ю.Б. Гиппенрейтер. — Москва: Издательство Московского университета, 1984. — 288 с.
3. Тихомиров О.К., Виноградов Ю.Е. Эмоции в функции эвристик / О.К. Тихомиров, Ю.Е. Виноградов // Психологические исследования / под ред. А.Н. Леонтьева и др. — Москва: Изд-во Московского ун-та, 1969. — Вып. 1. — С. 3–24.
4. Тоффлер Э. Третья волна / Э. Тоффлер. — Москва: ООО «Издательство АСТ», 2004. — 781 с.
5. Dembo, Myron H. Motivation and learning strategies for college success: a self-management approach / Myron H. Dembo; — New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc. Publishers, 2004. — 341 p.

УДК 378.147: 371.398

Копил Г.О.

кандидат педагогічних наук

доцент кафедри німецької мови

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

ДІАЛОГІЧНЕ МОВЛЕННЯ У ПРОЦЕСІ ФОРМУВАННЯ ІНТЕРКУЛЬТУРОЛОГІЧНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ З МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІКИ

***Анотація.** У статті йде мова про роль, сутність та важливість діалогічного мовлення як одного з основних інструментів міжкультурного ділового спілкування. Завдяки тренуванню діалогічного мовлення доводиться факт формування інтеркультурологічної компетенції майбутніх фахівців із міжнародної економіки на заняттях німецької мови фахового спрямування, що по суті є складовою їх професійної компетентності. На прикладі застосування з цією метою аудіотекстів у статті представлені деякі методичні аспекти проведення інтеркультурологічно налаштованих занять.*

***Ключові слова:** діалогічне мовлення, діалог, ділове спілкування, міжкультурна (інтеркультурологічна) компетенція, міжкультурна комунікація, аудіотексти, аудіювання.*

***Abstract.** The article deals with the role, nature and importance of dialogue speech as one of the main tools of intercultural business communication. By practicing dialogue speech the fact of intercultural competence of future specialists in international economy is state don the lessons of professionally oriented German language, that is in essence, a part of their professional competence. Having the example of audio texts' application for this purpose some methodological aspects of interculturally arranged classes are presented in this article.*

***Key words:** dialogic speech, dialogue, business communication, intercultural competence, intercultural communication, audio texts, listening.*

У сучасних умовах виходу України на міжнародний ринок та прагнення вітчизняної економіки до більш ефективних міжнародних зв'язків та співпраці неабиякого значення набуває формування у фахівців із міжнародної економіки

стійких професійно важливих вмінь та навичок у міжкультурній комунікації. Сформованість вказаних навичок передбачає інтеркультурологічна компетенція (ІК), яка є важливою складовою професійної компетентності фахівців із міжнародної економіки.

Функціонально ІК для формування професійної компетентності фахівців із міжнародної економіки має подвійне значення: з одного боку, *безпосереднє* — уміння застосовувати інтеркультурологічні знання у міжкультурному діловому спілкуванні; уміння розуміти позицію співрозмовника, уявляти себе на його місці, розмовляти з ним за його правилами зі своєю метою; уміння передбачати конфліктні ситуації на інтеркультурологічному підґрунті та запобігати їм; уміння критично оцінювати свою мовленнєву та ділову поведінку, її доречність та доцільність, відповідно до ситуації; уміння налагоджувати довірливий контакт із співрозмовником, створювати атмосферу діловитості, порозуміння, компетентно та переконливо досягати поставленої мети; застосування її у процесі міжкультурного ділового спілкування та *опосередковане* — професійна компетентність збагачується завдяки отриманій інтеркультурологічній інформації, вираженої як вербально, так і невербально.

Водночас ІК збагачується досвідом спілкування та роботи із закордонними діловими партнерами у їхньому мовному середовищі та поза ним, що дає змогу не тільки краще порозумітись із зарубіжними діловими партнерами, а й впроваджувати прийнятні для нашої підприємницької культури зразки ділової поведінки.

Формування ІК — це складний процес. Важливим інструментом у цьому процесі є іноземна мова, яка є обов'язковим компонентом професійної діяльності фахівців із міжнародної економіки. Сьогодні стає очевидним, що для професійної компетентності фахівців із міжнародної економіки є недостатнім лише володіння тією чи іншою іноземною мовою. Для ефективного функціонування іноземної мови як засобу не тільки розуміння, а й порозуміння, фахівці мають оперувати мовою як соціокультурним знаряддям, зводячи непорозуміння та дистанціювання між діловими партнерами до мінімуму. Як відомо, комунікативний процес між людьми до моменту прийняття рішень по суті справи є явищем взаємодії мовних засобів — слів, зворотів, від розуміння яких залежить, власне, успіх переговорів та міжкультурного ділового спілкування. Володіння фаховою іноземною мовою стало не лише бажаною умовою успішної професійної діяльності фахівця з міжнародної економіки, а й обов'язковою. Тому сучасні фахівці у важливих перемовинах уже не покладаються на перекладачів, а компетентно встановлюють та ведуть діалог мовою ділових партнерів. Отже, для ефективного проведення перемовин та ділового спілкування важливо не лише розмовляти, а й правильно будувати і вести діалог, відповідно до правил та норм не лише ділового етикету, а й аналогічним знанням та вмінням ведення міжкультурного діалогу.

Діалогом як науковою проблемою займались багато вітчизняних та зарубіжних дослідників: І. Берман, В. Бухбіндер, І. Бім, І. Зимня, О. Леонт'єв, Ю. Пассов, Г. Рогова, В. Скалкін (ситуативно-ігрові методи розвитку ДМ), М. Жинкін, О. Леонт'єв, Б. Ломов та ін. (психологічні аспекти), Б. Бгажноков,

О. Леонт'єв, О. Шахнарович (психолінгвістика і теорія мовленнєвої діяльності), А. Алхазишвілі, В. Артемов, І. Зимня, О. Леонт'єв та ін (психологія навчання іноземних мов), Г. Андрєєва, Т. Дрідзе, Я. Коломинський, І. Кон, Б. Паригін та ін. (соціальна психологія), Г. Китайгородська, Ж. Хайдаров, S. Woosock, E. Feldbaum, C. Greenblat, E. Orbach (активні методи навчання).

Поняття «діалог» походить від грецького *dialogos* — (розмова, бесіда) і трактується як форма мовлення, ситуаційно зумовлене спілкування двох або кількох (полілог) осіб, комунікативні ролі яких інверсуються (мовець стає адресатом, а адресат перетворюється на мовця, адресатом якого є перший мовець), за умови визнання учасниками спілкування спільної мети й напряду комунікації [1]. Речення, що промовляються учасниками діалогу називаються репліками. Усі лінгвістичні дослідження розглядають діалог як предмет синтаксису, що базується на комунікативному акті. У свою чергу діалог у комунікативному акті є ефективним засобом вербальної інтеракції; спілкування відбувається вільно, у деяких випадках навіть із реалізацією власних стратегій взаємодії. Це дозволяє формувати комунікативні вміння (вербальні та невербальні), стимулює внутрішнє мовлення у комунікаторів, сприяє особистісному і психічному розвитку, удосконаленню мовленнєвого етикету та інтеркультурологічної компетенції.

Діалог — це перш за все комунікація, тобто обмін інформацією, потрібною для учасників спілкування. Для того, щоб комунікація була ефективною, потрібно знати: а) які засоби комунікації і як правильно ними користуватися в процесі спілкування; б) як подолати комунікативні бар'єри непорозуміння і зробити комунікацію успішною.

Для того, щоб майбутні фахівці з міжнародної економіки могли без труднощів вести міжкультурний діалог і вміли долати певні бар'єри між собою і діловими партнерами, вони мають прийти на фірму чи на перемовини добре підготовленими. Саме таку мету (методично і дидактично) ставить перед собою дисципліна «Іноземна мова фахового спрямування». Стержнем цієї методики є комунікативний підхід у вивченні іноземної мови, згідно якому практична мовна спрямованість є не тільки мета, але й засіб, де і те й інше діалектично взаємообумовлені. Тобто, завдяки комунікативному підходу студенти навчаються спілкуватися у спілкуванні. У таких умовах вони можуть реально відчувати та оцінити свої комунікативні можливості. У межах цього підходу заохочується групова робота та особистісна ініціатива. Комунікативний підхід використовує різні технології навчання. Студенти вживають мову в таких видах діяльності, як ігри, рольові ігри та завдання з вирішуванням проблем. Робота часто проходить у маленьких групах, де кожен студент має певний час для переговорів. Широко використовуються автентичні матеріали.

Практика показує, що діалогічне мовлення (ДМ) як вид мовленнєвої діяльності, найбільшою мірою розвиває іншомовну комунікативну компетенцію. Як і будь-який інший вид мовленнєвої діяльності, ДМ завжди *вмотивоване*. Однією з найважливіших психологічних особливостей діалогічного мовлення є його *ситуативність*. Ситуативним ДМ є тому, що часто його зміст можна

зрозуміти лише з урахуванням тієї ситуації, в якій воно здійснюється. До того ж, як зазначає Пассов, самі зовнішні обставини ситуації можуть у момент мовлення не бути наявними, проте вони є у свідомості комунікантів і обов'язково включені в неї [2].

Слід зазначити, що інтеркультурологічна компетенція стає особливо необхідною передусім в аудитивній комунікативній діяльності (сприйняття та розуміння інтеркультурологічних аспектів інформації на слух) та мовленнєвій (монологічне, діалогічне, полілогічне мовлення з урахуванням інтеркультурологічних аспектів).

Наведемо як приклад тренування діалогічного мовлення у студентів-економістів на практичних заняттях ділової німецької мови з застосуванням аудіо текстів. Із зазначеною метою студенти прослухали 5 аудіотекстів із серії аудіокасет видавництва Deutsche Welle «Deutsche im Alltag — Alltagsdeutsch», а саме: «Ein Diplomat aus Bonn», «Kommunikationsregeln»; «Auskünfte eines Steuerberaters» а також із курсу аудіокасет та CD-дисків до збірника економічних тем «Marktplatz» такі матеріали: «Fischmarkt — direkter Wettbewerb», «Kalkulation und Preisgestaltung».

Як відомо, змістовий аспект будь-якого тексту містить основні і додаткові, другорядні факти. Під основними фактами розуміють найбільш значущі компоненти змісту, що відбивають логіку подій, передають основну думку або ідею тексту, без яких повне і точне його розуміння, як правило, стає важким, або зовсім неможливим. Аудіювання з метою перевірки умінь студентів розуміти інтеркультурологічні аспекти у змісті інформації передбачає усвідомлення студентами не тільки сюжетної лінії діалогу іноземною мовою, а й передбачає адекватне розуміння звукозапису, який максимально наближений до умов мовного середовища. Водночас студенти під час цього прослуховування повинні уміти розмежовувати основну інформацію від фонові. До того ж, слід зазначити, що студенти мають виявити у змісті інтеркультурологічні аспекти мовного (граматично-мовне вираження), мовленнєвого (лексико-семантичне вираження) і інтерпретаційного (герменевтично-аналітичне вираження) матеріалу.

Далі перед нами стояло завдання перевірити уміння студентів вирізняти інтеркультурологічну інформацію у процесі говоріння, яке під час вивчення іноземних мов найчастіше здійснюється у діалогічному спілкуванні. З цією метою нами був розроблений спеціальний комплекс завдань. Так, студентам пропонувалось розробити та провести діалоги на наступні п'ять тем: «Співбесіда»; «У ресторані»; «Переговори щодо можливого партнерства»; «Прийом ділових партнерів із-за кордону»; «Переговори з приводу прийняття угоди». Темі підбирались за принципом їх практичного застосування у майбутній професійній діяльності. Сюжет розроблявся самими студентами за попереднім завданням, одним із пунктів якого було включення до змісту інформації інтеркультурологічних аспектів. На цьому етапі актуалізуються знання студентів щодо розуміння поняття «інтеркультурологічна компетенція».

З метою забезпечення індивідуального підходу до роботи група ділиться на декілька підгруп, кожна з яких складається з трьох учасників. Кожна мала група

отримує картку з окремою професійною ситуацією, яку потрібно програвати. Один із студентів виступає у ролі коментатора під час проведення вказаного завдання, інші — проводять безпосередньо діалог. Діалоги записуються на диктофон. Під час обговорення діяльності студентів у процесі діалогічного спілкування враховується наступне: кількість реплік (питань, пояснень) інтеркультурологічного змісту, вірно сформованих у мовно-мовленнєвому відношенні; кількість фраз у репліці (питанні, поясненні) інтеркультурологічного змісту, що стимулюють партнера до продовження розмови; кількість висловлювань, які характеризують прояв толерантності (запобігання конфліктних ситуацій).

Дуже цінним першоджерелом як у плані розвитку мовлення, особливо діалогічного, так і у пізнавальному плані з метою формування ІК, є аудіозаписи з діалогами. З практичної точки зору робота з цим видом інформації заслуговує на увагу ще й тому, що під час комунікації з носіями цільової мови спілкування найчастіше проходить у формі діалогу. А застосовуючи діалоги на практичних заняттях, ми розвиваємо, з одного боку, навички діалогічного мовлення, а з іншого — завдяки методично вірно побудованій системі вправ, засобів та методів, формуємо певні професійно важливі якості і компетенції.

Як ми знаємо, існує чотири виміри вербального розуміння: глобальне, тобто загальне (зміст); детальне (зміст); інтерпретаційне (напр. сказаного, чи того, що малось на увазі); розуміння мовних деталей ((нові) структури, ідіоматика, лексика) [3]. З метою якнайкращого розуміння мовлення доцільно проводити прослуховування аудіотексту щонайменше два рази. А це вимагає проведення різних типів аудіювання (перший — глобальний, другий — інтерпретаційний). Можливі два варіанти початкового прослуховування матеріалу, а саме: перше слухання без підготовки, друге — з підготовкою, тобто із застосуванням підготовчих вправ.

До вправ, які можуть виконуватися перед першим прослуховуванням відносяться: асоціограма (сигнальне слово, речення); візуальні імпульси (ілюстрації, картини, фото, відео, схеми тощо); акустичні імпульси (шум, музика, голоси); обговорення теми (попередній досвід, інтеркультурологічні знання, що виражаються рідною та іноземною мовами); перелік ключових слів (структурна схема, лексичне поле, «червона нитка через текст»); робота з картками та з реченнями; складання вірної послідовності завдань (текстів, карток); демонстрування попередніх спростованих мовленнєвих та змістових версій аудіотексту; обговорення подібного друкованого тексту зі схожої тематики, узагальнення; обговорення можливих труднощів, пов'язаних з фонетикою, діалектами певної іноземної мови.

Виконання переліченого комплексу вправ є підготовчим етапом перед аудіюванням. Метою виконання вказаного комплексу є підготовка до розуміння певної навчальної теми, мотивація студентів до її вивчення, актуалізація очікування студентів щодо вивчення теми, активізація наявних у них знань. Оскільки формування ІК передбачає наявність у студентів достатньої бази знань (меншою мірою рівень знань має бути вищий середнього), то, якщо дозволяє час,

студенти виконують вправи на перевірку знань лексики із запропонованої теми. З урахуванням рівнів знань студентів, прослуховування текстів здійснюється переважно без попереднього виконання вправ.

Під час прослуховування аудіотексту студенти повинні записувати певні матеріали з тексту (імена, числа, дати, географічні назви тощо). Після першого прослуховування вказаного аудіотексту студенти мають охарактеризувати текст, визначити, про кого йде мова і передати в загальних рисах зміст тексту. Наприклад, у одному із запропонованих текстів розповідається про наміри на даний час безробітного Уве, який бажає відкрити свою справу — рибний магазин у кафе швидкого харчування. Про цю ідею він розмовляє зі своєю дружиною Марго — бухгалтером за фахом. Він захоплює та переконує її в успіхові задуманої справи [4]. Указана інформація — це той мінімум, який студенти повинні розуміти після першого прослуховування. Для того, щоб з'ясувати, що студентам вдалось зрозуміти, викладач ставить шість класичних **W**-питань щодо «**Хто, що, коли, де, як і чому** робив?».

Якщо після відповіді на ці питання все ж виявиться, що студенти не повною мірою зрозуміли текст в обсязі, необхідному для селективного розуміння, можна провести ще одне прослуховування аудіозапису. З метою кращого розуміння аудіотексту ми ділимо всю студентську групу на дві підгрупи. (Групу доцільно ділити на стільки підгруп, скільки дійових осіб нараховується у записаному на аудіокасеті діалозі). Кожна група повинна запам'ятати або записати слова певної дійової особи. Такий підхід до навчання, з одного боку, покращує розуміння змісту діалогу, а з другого — відбувається перехід від селективного до екстенсивного розуміння тексту студентами. Зазвичай, студенти після першого прослуховування виявляють близько 10 незнайомих слів, а після другого — лише 5. Після того, як ми впевнились, що студенти засвоїли запропонований їм діалог добре, можна переходити до наступного етапу. Викладач з'ясовує при обговоренні, як студенти розуміють всі культурообумовлені моменти, що приховуються у діалозі завдяки вірно побудованій системі питань [5].

Усі питання, які ставляться перед студентами, можна поділити на три основні групи: констатація фактів (розуміння інтеркультурологічного аспекту); вираження мого ставлення до того чи іншого моменту (студент займає відповідну позицію); перспектива застосування нового досвіду на практиці. Цей список можна за бажанням викладача доповнювати чи скорочувати. Доцільно вирізнити головні особливості формулювання вказаних питань, а саме: сприяти вірному, адекватному аналізу першоджерел, забезпечувати краще розуміння цільової мови у діловій сфері. Таким чином, після другого прослуховування аудіотексту студенти повинні під час відповідей на питання проявляти інтеркультурологічну компетенцію.

На заключному етапі роботи з аудіотекстами здійснюється розвиток у майбутніх фахівців із міжнародної економіки комунікативних здібностей та мовленнєвих навичок. У зв'язку з тим, що на початкових етапах роботи студенти вже досить добре засвоїли діалог на лексичному, змістовному та контекстуальному рівнях, слід активізувати отримані ними знання на практиці. З

цією метою викладач під час проведення занять використовує рольові ігри, які актуалізують діалогічне мовлення студентів.

Студенти звертаються до діалогів двох типів: відтворення діалогу з аудіотексту, це, фактично, копія оригіналу і створення нового, який при схожій проблематичності відображав би нову ситуацію в інших умовах. Наприклад, відкриття приватного підприємства (комп'ютерної фірми чи кафе у нас в Україні). Тренування діалогу за першим типом закріплює набуті знання, за другим — розвиває мовленнєві навички, що необхідні у реальних умовах спілкування з урахуванням інтеркультурологічного аспекту.

Тренування ДМ зумовлюється однією з основних навчальних цілей вивчення іноземної мови — розуміння аудіотекстів відповідно до поданих у них реальних ситуацій і адекватно на них реагувати, сприяє формуванню умінь брати участь у спілкуванні, що в свою чергу передбачає розуміти висловлювання мовця і відповідно реагувати на них. Оволодіння діалогічним мовленням не тільки сприяє формуванню у майбутніх фахівців комунікативної компетенції, а також є важливим засобом для формування ІК. Вказане пояснюється тим, що ДМ є цінним першоджерелом мови. Водночас реалізація ДМ ґрунтується на сформованій у суб'єктів спілкування інтеркультурологічній компетенції, що в цілому позитивно впливає на формування професійної компетенції майбутніх фахівців із міжнародної економіки.

Література

1. Великий тлумачний словник сучасної української мови / уклад. і голов. ред. В.Т. Бусел. — К.; Ірпінь: Перун, 2004. — 1440 с.
2. Пассов Е.И. Коммуникативный метод обучения иноязычной речи / Е.И. Пассов. — М., 2001. — 212 с.
3. Метод контрольних питань у процесі роботи з автентичними текстами — перший крок до формування інтеркультурологічної компетенції // Збірник матеріалів науково-методичної конференції. — К.: КНЕУ, 2013. — С. 242–243. (Режим доступу: <http://ir.kneu.edu.ua:8080/handle/2010/2694>)
4. Методика викладання іноземних мов у середніх навчальних закладах. — Вид. 2-е, випр. і перероб. / За ред. С.Ю. Ніколаєвої. — К.: Ленвіт, 2002. — 328 с.
5. Marktplatz — Deutsche Sprache in der Wirtschaft // Режим доступу: http://appliftonews.ru/podcast/marktplatz_deutsche_sprache_in_der_wirtschaft_deutsch_lernen_deutsche_welle

Корнева З.М.

кандидат педагогічних наук

доцент кафедри теорії, практики та перекладу англійської мови

Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»

ПРИНЦИП УРАХУВАННЯ РІЗНИХ ВАРІАНТІВ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ У НАВЧАННІ СТУДЕНТІВ ТЕХНІЧНИХ ВНЗ

Анотація. Стаття присвячена розгляду шляхів вирішення проблеми побудови викладання англійської мови для професійних цілей навчання у немовному ВНЗ, які б забезпечували інтеграцію мовного курсу з курсами професійної підготовки. Запропонований підхід до вирішення проблеми полягає у формуванні професійних іншомовних комунікативних умінь студентів на матеріалі так званої «міжнародної англійської мови».

Ключові слова: інтеграція мовного курсу з курсами професійної підготовки, професійні іншомовні комунікативні вміння, міжнародна англійська мова.

Abstract. The paper is devoted to analyzing the ways of such ESP teaching design at non-linguistic tertiary schools which would ensure the integration of the language course with courses in professional training. The author suggests developing students' fundamental profession-oriented English communication skills on the basis of International English.

Key words: integration of the language course with courses in professional training, foreign language professional communicative skills, International English.

Постановка проблеми. Професійна діяльність, пов'язана з використанням іноземної мови, що вивчається, передбачає численні комунікативні вміння, які не пов'язані безпосередньо з конкретною спеціальністю, але важливі для виконання професійних обов'язків в умовах, коли ці обов'язки припускають міжнародні контакти на основі іншомовної комунікації. Необхідні для всіх фахівців технічного профілю іншомовні комунікативні вміння зазначеного вище виду, по суті, ідентичні. Це і слугувало об'єднанню таких фахівців в одну групу.

Наприклад, проводячи міжнародну діяльність у межах професійних обов'язків, інженерам доводиться здійснювати ділові контакти іноземною мовою по телефону, вести іншомовну ділову переписку, брати участь у ділових переговорах, спілкуватися з питань постачання обладнання і використовувати низку інших аналогічних іншомовних професійних комунікативних умінь. Володіння такими і багатьма іншими аналогічними іншомовними комунікативними вміннями дуже важливе з професійної точки зору. Проте потрібно зазначити, що вони не відображають безпосередньо зміст ні конкретної спеціальності, ні спеціалізації кожного конкретного інженера. Вони однаково обслуговують потреби будь-кого у професійному іншомовному спілкуванні.

Наведені вище вміння мають специфічну характеристику, яка потребує більш детального розгляду. У процесі англійського професійного навчання майбутніх інженерів неминує виникати питання, якого саме варіанту англійської мови слід навчати. Саме тому метою статті є розгляд наявних підходів до вирішення окресленої проблеми.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Добре відомо, що існує принаймні шість варіантів англійської мови, якою говорять її носії: британський,

американський, канадський, австралійський, новозеландський та ірландський. Проте різноманітність варіантів не обмежується лише шістьма. Слідом за В.В. Kachru та С.Л. Nelson [8] можна стверджувати про існування так званих «світових англійських» (world Englishes). В.В. Kachru [7] поділяє всі країни, де говорять англійською мовою, на три кола: внутрішнє, зовнішнє та таке, що постійно розширюється. До внутрішнього кола належать країни, де англійська існує як єдина державна мова (Великобританія, США та Австралія — 375 млн осіб). Ці країни, як відомо, усталюють мовні норми (norm providing). До зовнішнього кола належать країни, де значна кількість населення користується англійською мовою як другою мовою і де вона наділена офіційним статусом (Індія, Пакистан, Сінгапур, Нігерія, Південна Африка — практично усі колишні колонії Великої Британії, що сьогодні є членами Британської Співдружності Націй — від 350 до 450 млн.осіб). Це країни, у яких виникли власні англомовні норми (norm developing), так звані власні «англійські», як наприклад, індійська англійська, якою створюється чимало літературних творів.

Нарешті, до кола, яке постійно розширюється, входять ті країни, де англійська мова не має офіційного статусу та не використовується для внутрішньонаціонального спілкування. Проте англійською у даних країнах володіє значна частина населення. Такі країни є залежними від чинних мовних норм (norm dependent). Метою оволодіння англійською мовою у зазначених країнах є комунікація із представниками інших країн та народів, оскільки в сучасному світі саме англійська мова стала мовою міжнародного спілкування. До країн цього кола належать практично усі країни світу, окрім країн, які входять до двох попередньо згаданих кіл (понад 750 млн. осіб). Ми не можемо із упевненістю стверджувати, що у таких країнах наявні власні варіанти англійської мови, але й не можемо відхилити можливість їхнього розвитку у майбутньому. Наприклад, сьогодні більшість населення скандинавських країн, Нідерландів та Бельгії вільно володіє англійською мовою і регулярно користується нею навіть для спілкування у своїй країні.

А отже, можна з упевненістю говорити про те, що окрім шести варіантів англійської мови, якими користуються її носії, є величезна кількість варіантів, якими користуються народи, для яких англійська є лише другою мовою в країні, де вони живуть. І неможливо виключити можливості появи нових варіантів англійської мови у країнах, де нею вільно володіє або оволодіває більшість населення.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасний підхід до всіх цих варіантів полягає у тому, що ті варіанти англійської мови, які існують принаймні у межах перших двох кіл, можна використовувати для навчання у країнах кола, що постійно розширюється [13]. Такий рівний статус та рівні можливості є природними та логічними. Потрібно зазначити, що лише століття тому британська англійська вважалась взірцево правильною, а до її американського варіанту ставлення було як до мови другого гатунку. Зараз подібна ситуація здається нісенітницею, адже американський варіант сьогодні успішно бореться з британським за першість у світі, активно проникає у британську англійську, а

подекуди й домінує над нею. Зважаючи на цей приклад, ми не можемо з упевненістю стверджувати, що з часом відповідна тенденція не зачепить, скажімо, індійську англійську, адже це мова якою користується набагато більша кількість населення, аніж населення усієї Великої Британії.

Водночас визнання рівними всіх варіантів англійської мови значно ускладнює проблему вибору будь-якого з них для запровадження у навчальний процес. Проте вибір цієї роботи неминуче доводиться. У відомій монографії J. Harmer «The practice of English language teaching» [6, с. 9] стверджується, що, попри відмінні риси різних варіантів англійської мови, які в першу чергу, належать до внутрішнього кола, вони не роблять спілкування носіїв одного варіанту незрозумілим для носіїв іншого, а подібність цих варіантів є набагато більшою, ніж розбіжності між ними. Але все ж таки, такі відмінності є численними та різючими. Їхнє незнання призведе до непорозумінь у процесі комунікації.

Зазначені відмінності виникають на всіх рівнях мови: фонетичному, лексичному та граматичному. Добре відомо, наскільки в американському варіанті англійської мови суттєвими є фонетичні розбіжності з британською англійською. Наприклад, слово *herb*, у якому американці не вимовляють початковий звук, для англійця слугуватиме показником регіонального акценту, так би мовити, браку освіти. Особливо значні лексичні розбіжності можуть стати причиною непорозумінь. Ми вже згадували про ділову англійську мову та наявні розбіжності у назвах вищих управлінських посад та органів у компаніях Великої Британії та США (*Managing Director, Br. — Senior Vice-President, Am; Board of Directors, Br. — Executive Board, Am.*). Деякі з подібних відмінностей можуть просто викликати сміх. Наприклад, на позначення чоловічих штанів американці вживають слово «*pants*», відповідно, якщо американська фірма є виробником чоловічого одягу, то і в документації, і в офіційній рекламі буде вживатися саме це слово. Проте у Британців воно викличе неабияке здивування, адже в британській англійській слово «*pants*» означає елемент чоловічої спідньої білизни.

Трапляються й неабиякі культурологічні відмінності. Однією із таких лінгвосоціокультурних відмінностей є різниця у форматі британських та американських ділових листів (розміщення у листі дати, пунктуація після звертання, різниця завершальних фраз у листах). Як справедливо зазначив D. Killik [9, с. 4], попри наявність у британців, американців, ірландців та ін. народів спільної мови, вони є значною мірою розділеними культурно.

Наведені вище приклади яскраво ілюструють різницю лише у двох варіантах англійської мови — британському та американському. Якщо ж взяти до уваги всі варіанти англійської мови, то перелік таких відмінностей стане просто неосяжним. Це ще більше поглибить проблему вибору варіанту англійської мови для використання у навчальному процесі, адже такий вибір повинен обов'язково відштовхуватися від важливої обставини. Англійська мова є мовою міжнародного спілкування, *lingua franca*, а тому варіант англійської мови, який вибирається для використання у навчальному процесі, повинен бути таким, щоб забезпечити максимальну кількість міжнародних контактів. Англійську мову майбутні фахівці

вивчають не лише для спілкування з її носіями, а й для міжнародного спілкування: щоб німець міг спілкуватися із українцем, швед — із китайцем тощо.

У зазначених вище умовах виникла необхідність навчати «міжнародній англійській» (International English), тобто певній міжнародно прийнятній та визнаній, а не національній версії англійської мови [12].

Міжнародна англійська може використовуватися як носіями мови, так і неносіями у процесі крос-культурної комунікації. У вузькому сенсі, вона може функціонувати між представниками різних культур у межах однієї країни, у широкому, — між комунікантами-представниками різних культур у світовому масштабі [10].

Існує кілька термінів на позначення поняття «міжнародна англійська»:

- англійська як *lingua franca*, або міжнародна англійська [5];
- глобальна англійська [3];
- світова англійська [11];
- англійська як середовище міжкультурної комунікації [4].

Міжнародну англійську можна розглядати як певний національно-нейтральний варіант англійської мови, рівно доступний та зрозумілий як її носіям, так і неносіям, особам, які оволоділи цією мовою в незалежності від країни їхнього походження [2].

Оволодіння міжнародною англійською є доцільним і вигідним, проте для запровадження її у навчальний процес потрібні надійні лінгвістичні підстави. Такі підстави означають наявність певного кодифікованого та міжнародно визнаного варіанту англійської мови, який би визнавався будь-де як її міжнародна версія. Якщо мова міжнародного спілкування на має такого міжнародно визнаного і кодифікованого варіанту, це неминуче призводить до розвитку мов-піджинів (наприклад, *Pidgin English*). Використання мови на зразок згаданої у XXI столітті є абсолютно неприйнятним у зв'язку із наявністю неймовірно складної та диверсифікованої системи комунікації, яка сьогодні використовується людьми. Отже, якщо ми маємо бажання навчати міжнародній англійській, то її спершу треба створити, тобто кодифікувати все те, що є наявним, — це одне з основних завдань, які слід висувати перед міжнародною лінгвістичною спільнотою. Таке завдання є нагальним, проте пошук шляхів його втілення потребує немало часу, зусиль та фінансових витрат. Тому упевнено можна стверджувати, що існування міжнародної англійської виглядає сьогодні міфом, створеним на шляху вирішення проблеми щодо того, якого варіанту англійської мови навчати в країнах, які належать до кола, що постійно розширюється. Проте зазначений вище міф не може слугувати практичним рішенням, доки не з'явиться така детально розроблена та кодифікована мова.

Саме тому аж ніяк не можна ставити перед пересічними викладачами завдання навчити міжнародній англійській мові. Якби зараз таке завдання перед ними постало, то призвело б до найнегативніших та найабсурдніших результатів. Отже, наведене вище повертає нас до питання, якому саме варіанту англійської мови навчати.

Вибір цей є не таким вже й великим. По-перше, ми можемо вибирати лише з

варіантів, які належать до внутрішнього кола, тобто з таких, якими спілкуються носії мови. J. Harmer слідом за J. Svartnik, висуває аргументи на користь саме такої альтернативи, котра видається цілком природною навіть без наведення спеціальних аргументів, оскільки саме ці варіанти є найбільш прийнятними, доступними та зрозумілими більшості тих, хто володіє англійською мовою, — як його носіям, так і не носіям. Саме до викладання цих варіантів англійської мови є підготовленими переважна більшість викладачів англійської мови, окрім того, саме для них є розробленими практично всі існуючі навчальні матеріали [6, с. 9].

По-друге, серед шести варіантів англійської мови, якими говорять носії мови, вибір для навчання у країнах Східної Європи фактично обмежується тільки її двома варіантами — британським та американським. Саме вони є найбільше розповсюдженими та загальноприйнятими — такими, які взагалі можна обговорювати у зв'язку із міжнародною англійською мовою. Оволодіння саме одним із них відповідає потребам та інтересам студентів східноєвропейських країн, котрі, як показує практика, згадують, як правило, тільки ці два варіанти, відповідаючи на питання, яким би варіантом англійської мови ви хотіли б оволодіти.

Зокрема, висунута думка була підтверджена О.Б. Тарнопольським у ході проведеного ним у 2003 р. дослідження [1]. Із отриманих ним даних можна зробити висновок, що, по-перше, переважну кількість студентів приваблює вивчення лише британського або американського варіантів англійської мови, що, у свою чергу, підтверджує правильність зробленого раніше висновку щодо доцільності вибору саме між цими варіантами для побудови навчальних курсів, принаймні в умовах нашої країни. По-друге, абсолютно природним є бажання студентів та їхня потреба оволодівати обома варіантами, англійським та американським, а не вибирати між ними.

Загалом паралельне вивчення цих двох варіантів англійської мови не тільки є практично можливим, але й доцільним. Згаданий вище J. Harmer [6] вважає, що студентів просто потрібно наражати на дію різних варіантів англійської мови, особливо в процесі аудіювання та читання. Проте цього, безумовно, слід уникати на початкових етапах формування навичок та вмінь, оскільки ефективність навчання може різко знизитися через акумуляцію труднощів. Разом із тим, на просунутих етапах навчання використання обох варіантів англійської мови може принести неабияку користь, адже студентів просто необхідно підготувати до зіткнення з різними варіантами цієї мови в процесі міжнародної комунікації.

Отже, вирішенням окресленої вище проблеми є навчання двох варіантів англійської мови та англомовної культури в курсі викладання англійської мови професійного спрямування у ВНЗ. Звичайно, розробити курс на основі двох варіантів англійської мови — завдання неабиякої складності, перш за все тому, що у межах такого курсу слід чітко розмежувати, як саме два варіанти англійської мови будуть взаємодіяти.

Відтак, у ході дисертаційного дослідження, яке було здійснене автором даної статті, були сформульовані такі висновки:

- запровадження двох варіантів англійської мови у навчальний процес

повинно бути поступовим та роздільним: на початковому етапі вводиться та відпрацьовується лише один варіант, при чому така одноваріантність повинна охоплювати увесь початковий, а можливо, і передсередній етап навчання, адже використання із самого початку одночасно двох варіантів англійської мови призведе лише до надмірної плутанини. Другий варіант англійської мови доцільно вводити не раніше другого року навчання у ВТНЗ, проте на цьому етапі «новий» варіант повинен домінувати, а звертатись до «старого» потрібно якомога рідше;

- на просунутому етапі (III-V курси) допустимим та бажаним є одночасне функціонування у навчальному процесі двох варіантів англійської мови, що відповідним чином повинно бути відображеним у використанні навчальних матеріалів, розроблених на основі двох варіантів. Це нескладно реалізувати, скажімо, застосовуючи половину текстів для аудіювання з використанням британського варіанту англійської мови, а другу половину — з американським варіантом. В аналогічний спосіб можна вчинити і з текстами для читання.

В описаному О.Б. Тарнопольським дослідженні [1] зазначені, зокрема, такі особливості реалізації двох варіантів англійської мови у навчальному процесі. Ті студенти, які пройшли підготовку у межах запропонованої послідовності реалізації двох варіантів англійської мови у навчальному процесі, доволі часто змішували у говорінні обидва варіанти. В основному це стосувалося лексики. Проте автор рекомендує розглядати такий недолік як другорядний та неістотний, оскільки, по-перше, він повністю перекривався безумовною перевагою підходу: студенти не відчували жодних труднощів, пов'язаних із вживаним варіантом англійської мови при читанні та аудіюванні текстів із використанням обох варіантів. По-друге, жодного разу не відбулося змішування цих двох мовних варіантів на письмі. Такі результати були досягнуті шляхом акцентування відповідних труднощів та їхнього розмежування в навчальному процесі. По-третє, зазначені лексичні недоліки у студентів не роблять їхнє спілкування незрозумілим для носіїв будь-якого із варіантів англійської мови, тобто є абсолютно прийнятними з точки зору міжнародного спілкування.

Висновки з проведеного дослідження. Ми врахували описані особливості у межах нашого дослідження в такий спосіб: навчальний посібник *Professional Basics*, який у межах експериментального дослідження використовувався для викладання англійської мови професійного спрямування студентам першого курсу ВТНЗ, повністю укладений на основі британського варіанту англійської мови. На другому курсі студенти спеціальності «Системний аналіз» навчалися за посібником *Analytical Outlines*, який є написаним на основі американського варіанту. У той же час, посібник *Printing and Publishing Matters*, який пропонувався студентам поліграфічних спеціальностей на третьому році навчання, було створено з урахуванням особливостей двох мовних варіантів. Перспективу наступних досліджень ми вбачаємо у створенні на описаних засадах англійських професійних навчальних матеріалів для широкого кола технічних спеціальностей.

Література

1. Тарнопольський О.Б. Англійська мова в Україні: якого варіанту навчати? / Олег Борисович Тарнопольський // Іноземні мови. — 2003. — №2. — С. 3–6.
2. Cook V. Going beyond the native speaker in language teaching / Vivian Cook // TESOL Quarterly. — 1999. — No. 33. — P. 185–209.
3. Crystal D. English as a global language / David Crystal. — Cambridge: Cambridge University Press, 1997. — 212 p.
4. Cummins J. International handbook of English language teaching / J. Cummins, C. Davison. — Springer Science and Business Media, 2007. — 121 p.
5. Gnutzmann C. Lingua franca / Claus Gnutzmann // In: Byram M. (ed.). The Routledge Encyclopedia of Language Teaching and Learning. — London: Routledge, 2000. — P. 356–359.
6. Harmer J. The practice of English language teaching (3rd ed.) / Jeremy Harmer. — Harlow, Essex: Longman, 2001. — 371 p.
7. Kachru B.B. The alchemy of English: The spread, functions and models of non-native Englishes / Braj B. Kachru. — Oxford: Pergamon Institute of English, 1986. — 200 p.
8. Kachru B.B. World Englishes / B.B. Kachru, C.L.Nelson. // S.L. McKay and N.H. Hornberger (Eds.). Sociolinguistics and Second Language Teaching. — Cambridge: Cambridge University Press, 1996. — P. 71–102.
9. Killik D. Culture and capability: Crossing the divide / David Killik. — IATEFL Issues. — 1999. — No.148. — P. 4–7.
10. McKay S. International English in its sociolinguistic contexts: towards a socially sensitive EIL pedagogy / S. McKay, W.D.Bokhorst-Heng. — New York: Routledge, 2008. — 209 p.
11. Mair C. The politics of English as a world language: new horizons in postcolonial cultural studies / Christian Mair. — Amsterdam-New York: Rodopi, 2003. — 497 p.
12. Seidlhofer B. A concept of international English and related issues: from «real English» to «realistic English»? / Barbara Seidlhofer. — Language Policy Division, Council of Europe, Strasbourg, 2003. — 28 p.
13. Widdowson H.G. The ownership of English / Henry G. Widdowson // TESOL Quarterly. — 1994. — No.28. — P. 377–389.

Кривич Н.Ф.

старший викладач кафедри української мови та літератури

ДВНЗ «Київський національний економічний університету імені Вадима Гетьмана»

ПРИЙОМИ ІНТЕРАКТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ЯК ЗАСІБ ФОРМУВАННЯ КОМАНДНОЇ ВЗАЄМОДІЇ В ГРУПІ

Анотація. У статті розглянуто питання про застосування інтерактивних методів і прийомів для підвищення рівня викладення дисциплін. Серед провідних методів і прийомів

комунікативний прийом та ряд інших, які стимулюють самостійну роботу студента, розширюють світогляд, забезпечують практичну підготовку.

Ключові слова: інтерактивні технології, комунікативні комунікації, самореалізація, компетенція.

Активне використання інтерактивних методів і прийомів — це засіб досягнення доброзичливої творчої атмосфери в аудиторії, що сприяє якості засвоєння загальноосвітніх знань, активізує творчий потенціал студента, забезпечує практичну підготовку, співробітництво, дозволяє самореалізуватися. Застосування інтерактивних методів дозволяє підняти рівень викладання дисципліни на вищій щабель, навчальний процес відбувається за умови постійної взаємодії всіх студентів. Серед провідних ідей сучасного інтерактивного навчання є самореалізація творчої особистості, самовдосконалення, що потребує створення комфортних форм навчання, за яких кожен студент відчуває свою успішність та інтелектуальну спроможність вирішувати завдання в колективі.

Ключовим моментом взаємодії викладача зі студентами, їхнього змістовного діалогу як ефективного засобу інтерактивного навчання є, безумовно, комунікативна компетенція викладача, яка сприяє створенню варіантів реалізації мети, допомагає навчатися, глибоко аналізувати виробничі ситуації і прогнозувати спроби їхнього розвитку.

Для створення організації пізнавальної діяльності, позитивної атмосфери навчання та комунікації студентів використовуються багато методів і прийомів, серед яких «**мозкова атака**», тобто метод розв'язання проблеми за обмежений час.

I варіант. Закінчивши навчальний заклад, Ви в пошуках роботи за фахом. В око впало оголошення конкурсу на заміщення вакансії з Вашої спеціальності. Що Ви — спеціаліст без великого досвіду роботи — напишете в резюме в цьому разі? Чим будете доводити свою придатність під час співбесіди?

II варіант. Серед претендентів на ту саму вакантну посаду є ще дві зацікавлені особи. Що може вплинути на рішення працедавця, які чинники? Серед документів, яким він віддасть перевагу?

Не менш важливим є вміння чітко, конкретно відповідати на запитання під час співбесіди, правильно та коректно презентувати успіхи у професійній сфері. Тут стане в нагоді комунікативний тренінг.

Комунікативний метод «Американська мозаїка»

Мета: формувати вміння досконало опрацьовувати одне питання з переліку, слухати й розуміти співрозмовника, розвивати навички засвоєння інформації й правильно відтворювати її, удосконалювати мовнокомунікативну компетенцію.

Реалізується за схемою: новий матеріал поділяється на 4-5 частин, які пропонуються для опрацювання членам груп. Кожен учасник із групи досконало вивчає одне питання з переліку. Потім члени різних команд, з тим самим питанням, збираються для 5-7-хвилинного обговорення його.

Завдання: розкажіть трьома-п'ятьма реченнями про ретельно виконане завдання, студент повинен переповісти інформацію, починаючи словами: «Як я

зрозумів(ла)»; поміняйтеся ролями в парах; що легше — вивчити, говорити, слухати чи переповідати почуте?

Таким чином, комунікативний прийом (перекладання) дає змогу отримати інформацію за короткий час, окреслити своє розуміння її, відтворити комунікативні здібності.

Проект-діагностика для майбутніх фахівців «Дерево професійного зростання» стимулює самостійну роботу студента, активізує його творчу діяльність на різних етапах навчання, розширює світогляд. Таке завдання можна оформити поетапно в портфоліо в кінці кожного модуля: оформити дерево професійної ефективності та зростання, наприклад, так:

- 1) на рожевих листочках записати питання, якими ще не володіє студент;
- 2) на зелених — питання, над якими ще треба попрацювати;
- 3) на жовтих — питання, які вже можна «покласти» до скарбнички знань.

Розмістити ці листочки на своєму дереві і зробити самоаналіз. Цікаво спостерігати, як змінюються знання, уміння впродовж вивчення дисципліни, а також і кольорова гама дерева професійного зростання.

«Групування». Напишіть стрижневе слово теми (презентація, наприклад). Навколо цього поняття записуйте довільні слова та фрази, що стосуються теми, вибудовуючи асоціативне коло. Після того, як записані всі ідеї, установіть між поняттями логічні зв'язки, де це можливо. Обґрунтуйте думку.

Отже, залежність загального успіху від внеску кожного, усуває конкуренцію всередині групи, змушує її учасників слухати один одного, запам'ятовувати, доводити, враховувати різні думки і пропозиції щодо розв'язання проблеми, навчатись самому й навчати інших, логічно висловлюватися.

Лагодинський О.С.

доктор педагогічних наук, доцент

доцент кафедри іноземних мов і міжкультурної комунікації

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

КОМПОНЕНТИ ІНДИВІДУАЛЬНОГО СТИЛЮ ВИВЧЕННЯ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ СТУДЕНТІВ ВНЗ

***Анотація.** У статті подано визначення поняття індивідуальний стиль вивчення іноземної мови студентів, а також проаналізовано його важливі компоненти, які необхідно враховувати викладачам для підвищення ефективності іноземної підготовки у ВНЗ.*

***Ключові слова:** індивідуальний стиль вивчення іноземної мови; мотивація до вивчення іноземної мови; типи темпераменту; типи соціальної спрямованості; сенсорна репрезентативна система; стиль мислення; ставлення студентів до виконання завдань; мовна витривалість.*

***Abstract.** The article defines notion 'Students' Individual Foreign Language Learning Style' and analyzes its significant features which should be considered by teachers to increase the efficiency of foreign language training at Universities.*

***Key words:** foreign language learning motivation; personality temperament; students' relations with others; sensory preferences; relations with ideas; orientation to learning tasks; language tolerance.*

Постановка проблеми. Нині висуваються досить серйозні вимоги щодо володіння іноземними мовами студентами ВНЗ. Особливо затребуваною є англійська мова, яка, по суті, стає не просто мовою міжнародного спілкування, але й — другою робочою мовою у будь-якій країні світу. Забезпечити такий рівень володіння мовою в українських ВНЗ може належна іншомовна підготовка (ІІ), яка базується на принципах індивідуалізації та диференціації, тобто таких принципах організації підготовки, за яких на основі індивідуально-психологічних особливостей студентів створено оптимальні умови для реалізації їх потенційних можливостей в оволодінні фаховою іноземною мовою, вихованні активної, творчої особистості, яка здатна виконувати нестандартні завдання в складних і непередбачуваних умовах сьогодення. Таким чином, ці принципи покликані враховувати індивідуально-психологічні особливості студентів. Важливе місце тут займає врахування індивідуального стилю вивчення іноземної мови, що дає змогу викладачам якомога якісно підбирати зміст та навчальний матеріал для ІІ у ВНЗ.

Аналіз останніх джерел та публікацій. Поняття «індивідуальний стиль вивчення іноземної мови» розглядається нами в рамках сучасних педагогіко-психологічних праць. Так, численні визначення поняття «стиль» пов'язані з широким спектром характеристик індивідуальності особистості, тому до цих пір достеменно не встановлено, які саме її прояви можна вважати стильовими. Відомо, що стиль посідає проміжне місце між індивідуальністю людини та її зовнішнім середовищем. З одного боку, стиль винайшла людина, а з другого — він завжди виступає способом будь-якої діяльності чи активності, яка перетворює зовнішнє середовище (стиль малювання, письма та ін.). Така подвійність стильового феномену впливає на його формування та існування. Отож дослідники підходять до вивчення цього явища з двох аспектів: вивчаючи індивідуальність людини, яка породила стиль, або ж аналізуючи особливості тієї діяльності, у процесі якої виник стиль. Так, у зарубіжній, переважно американській, психології головний акцент робиться на особистісних детермінантах, а стиль описується через особистісні прояви поведінки, реагування, пізнавальні процеси (поняття стиль життя А. Adler [5]; риси стилю G. Allport [6]; перцептивні стилі Н. Starger [10]; теорія особистісних конструктів G. Kelly [8]; вплив стилю на навчальну діяльність [7]). Його вивчення зводиться до розуміння індивідуальних властивостей особистості. У зв'язку з цим уведено поняття когнітивний стиль, під яким розуміють індивідуальні особливості мислення, сприйняття, запам'ятовування, оцінювання, які несуть унікальний відбиток особистості подібно до її голосу, почерку, манері ходити і т. ін. Навчившись їх розшифровувати, можна отримати ключ до розуміння індивідуальності. У радянських і сучасних українських та російських психолого-педагогічних дослідженнях стиль часто описують через стійкі індивідуальні особливості виконання діяльності, детерміновані індивідуальними особливостями і властивостями особистості найрізноманітніших рівнів та специфікою діяльності, у якій він формується (діяльнісна парадигма О. Леонтьєва [2]; концепція інтегральної індивідуальності В. Мерліна [3]; типологічний підхід до аналізу

особливостей нервової системи Б. Теплова та В. Небиліцина [4]). Таким чином, стиль розуміють як інтегральний феномен взаємодії вимог діяльності та індивідуальності особистості.

Завдяки дослідженням когнітивного стилю в рамках діяльності, зокрема навчальної, уведено нове поняття — індивідуальний стиль навчальної діяльності. Аналізуючи відмінності між цими двома поняттями, О. Голубева справедливо зауважує, що індивідуальний стиль діяльності формується і проявляється всередині цієї діяльності і пов'язаний в основному з мотивацією досягнення успіху в ній, а когнітивний стиль в одній діяльності може сприяти успіху, а в інших видах бути непродуктивним» [1, с. 18–19]. Отже, когнітивний стиль є універсальним і проявляється в складі індивідуального стилю навчальної діяльності. Важливим підвидом цього стилю є *індивідуальний стиль вивчення іноземної мови* студентів ВНЗ, який не знайшов належного відображення у наукових працях та практичній діяльності.

Мета статті — дати визначення поняття індивідуальний стиль вивчення іноземної мови студентів ВНЗ та проаналізувати його основні компоненти.

Виклад основного матеріалу. Під поняттям індивідуальний стиль вивчення іноземної мови ми розуміємо систему оптимальних прийомів, які застосовують студенти, зумовлених їх індивідуально-психологічними особливостями, для успішного засвоєння іноземної мови та формування готовності до її використання у фаховій діяльності. Вважаємо, що розуміння сутності цього стилю має базуватися на таких положеннях:

- він являє собою сукупність варіантів навчальної діяльності, характерних для окремого студента, які допомагають йому долати труднощі, пов'язані із засвоєнням іноземної мови; він складається з різнорідних компонентів, які часто взаємозалежать один від одного і доповнюють один одного;
- він може змінюватися з часом, піддається впливу різноманітних чинників, серед яких визначальними є національні та андрагогічні особливості студентів;
- методики його діагностування не є досконалими;
- він не може бути кращим чи гіршим, а є лише відображенням індивідуальності кожного студента;
- кожен студент має знати особливості свого індивідуального стилю та прагнути до розширення його можливостей.

Визначено найбільш важливі компоненти індивідуального стилю вивчення іноземної мови студентами ВНЗ.

Серед них важливу роль відіграє *мотивація до вивчення іноземної мови*. Вона передбачає загальне прагнення студентів до свідомо визначеної мети, яка полягає у вивченні іноземної мови для виконання фахових завдань, навіть якщо при цьому доведеться долати різноманітні труднощі і перешкоди. Рівень мотивації залежить не лише від потреб, а й від інтересів особистості. Знання рівня мотивації студентів є одним з найважливіших передумов реалізації принципів індивідуалізації та диференціації ІІІ. Мотиваційні чинники суттєво впливають на активне формування мовленнєвих навичок і вмінь, протікання всього освітнього процесу та його успішність. Володіння іноземною мовою буде більш ефективним, якщо у

студентів сформовано внутрішню мотивацію на протигагу зовнішній, яка полягає в усвідомленні потреби володіння мовою задля успішного виконання майбутніх фахових завдань.

Іншим важливим компонентом є *тип темпераменту*. Це закономірне співвідношення стійких індивідуальних особливостей особистості студента, які характеризують різні сторони динаміки його психічної діяльності й поведінки. Властивостями темпераменту є індивідуальний темп і ритм психічних процесів, ступінь стійкості емоцій, експресивність та енергійність рухів, напруженість вольового зусилля і т. ін., що стосується всіх сторін психічної діяльності. Згідно з гіппократівською класифікацією розрізняють сангвінічний (сильний врівноважений швидкий тип нервової системи), холеричний, (сильний неврівноважений тип нервової системи), флегматичний (сильний врівноважений повільний тип нервової системи) і меланхолічний (слабкий тип нервової системи) типи темпераменту. Під час індивідуалізації та диференціації ІІ потрібно неодмінно враховувати типи темпераменту студентів як їх найбільш стійкі індивідуальні особливості, проте брати до уваги й той факт, що всі типи темпераменту частіше за все не існують у «чистому» вигляді.

Разом із типами темпераменту важливим елементом індивідуального стилю вивчення іноземної мови є *тип соціальної спрямованості*. Стандартно в психології він визначається за двома якостями особистості — екстраверсія та інтроверсія. Для екстраверсії характерною рисою є схильність до широких, різноманітних соціальних контактів (комунікабельність, товариськість, балакучість), орієнтація не на внутрішній, а зовнішній світ. Інтроверсія розглядається як протилежність екстраверсії і описується як схильність до уникнення соціальних контактів (некомунікабельність, нетовариськість), прагнення до замкненості, орієнтація не на зовнішній, а внутрішній світ почуттів, думок, образів. Усе це яскраво проявляється в ІІ.

Особливе значення як компонент індивідуального стилю оволодіння іноземною мовою має *сенсорна репрезентативна система*, в основі якої лежить розподіл на три типи студентів — візуалів, аудіалів і кінестетиків [9]. Студенти-візуали характеризуються кращим оволодінням іноземною мовою через зоровий канал, аудіали — слуховий, кінестетики — шляхом фізичного контакту з реальними предметами (об'єктами). Сенсорна репрезентативна система відображає особливості сприйняття, перероблення і розуміння іншомовної інформації.

Інший важливий компонент — стиль мислення — вказує на те, як студенти обробляють та аналізують мовний і мовленнєвий матеріал у ході ІІ. Як відомо, мислення — це психічний процес відображення дійсності, вища форма творчої активності особистості. Виділяємо такі основні стилі мислення, які є важливими для оволодіння студентами іноземною мовою: інтуїтивне та конкретне; аналітичне та синтетичне. Інтуїтивне мислення характеризується абстрактністю, здатністю студентів виконувати навчальні мовленнєво-мисленнєві завдання, швидко схоплювати загальну сутність, встановлювати власні закономірності і правила вивчення мови. Конкретне мислення студентів характеризується

послідовністю, точністю і ретельністю виконання навчальних мовленнєво-мисленнєвих завдань. Як відзначають науковці, люди з інтуїтивним мисленням «орієнтовані на майбутнє, а з конкретним — залишаються в теперішньому дні» [9, с. 214].

Аналітичне мислення студентів відзначається абстрактністю та логічністю. Студенти з таким мисленням більш схильні до самостійного вивчення іноземної мови. Вони більш ефективно виконують навчальні завдання за звичними для них правилами і зразками, приділяють велику увагу виявленню деталей. Синтетичне мислення студентів відзначається цілісністю та просторовістю. Такі студенти, як правило, не можуть довгий час зосереджуватися на одному виді навчальних завдань, віддають перевагу їх різноманіттю. Вони схильні до колективної взаємодії. Потребують заохочення з боку викладачів.

Оскільки під час ІІІ у ВНЗ всі заняття мають чітку практичну спрямованість і складаються з численних навчальних завдань, то важливим компонентом індивідуального стилю оволодіння іноземною мовою є *ставлення студентів до виконання завдань*, яке демонструє уподобання і схильності студентів до їх виконання. Так, *R.L. Oxford* відзначає відкритий і закритий типи, які вирізняються схильністю студентів до обмеження навчання з боку викладача (термінами виконання та інструкціями) та відносною незалежністю цього процесу від викладача [11, с. 185].

Необхідним компонентом індивідуального стилю оволодіння іноземною мовою є, на нашу думку, *мовна витривалість*, яка характеризується здатністю студентів долати труднощі у вивченні іноземної мови, пов'язані зі складністю системи мови та її відмінністю від рідної мови (мовною та мовленнєвою), а також умовами аудиторної та позааудиторної роботи (завантаженістю новим матеріалом, великою кількістю занять тощо). Вивчення іноземної мови є одночасно цікавим і складним завданням. Його складність значною мірою, на думку науковців, полягає у виникненні у студентів певної «невпевненості», що пов'язано із вживанням мовних засобів, мовленням у всіх видах мовленнєвої діяльності [11, с. 87–95]. Низький рівень мовної витривалості призводить до труднощів із засвоєнням мовного і мовленнєвого матеріалу, до виникнення так званих психологічних «бар'єрів» у спілкуванні, а також втомлюваності та неможливості протягом тривалого часу вивчати мови. Мовна витривалість дуже важлива якість студентів, оскільки вивчення іноземної мови передбачає не просто складні умови під час підготовки (великий обсяг матеріалу, висока завантаженість іншими навчальними дисциплінами та ін.), а й моделювання різноманітних умов майбутньої фахової діяльності. Усе це в сукупності з неритмічністю роботи, відсутністю відпочинку, несприятливими мікрокліматичними умовами роботи може призвести до втоми і зниження розумової працездатності студентів. Без підвищеної мовної витривалості студенти будуть нездатні успішно засвоювати матеріал заняття. Важливим компонентом мовної витривалості є загальна розумова працездатність. Проте її підвищення, як справедливо зазначають науковці, не призведе до підвищення мовної витривалості. Для цього студент має усвідомлювати труднощі у вивченні мови і бути цілеспрямованим на їх подолання

[9, с. 94–95]. Знання рівня мовної витривалості студента є важливим чинником для індивідуалізації та диференціації ІІ у ВНЗ.

Висновки. Індивідуальний стиль вивчення іноземної мови — це система оптимальних прийомів, які застосовують студенти, зумовлених їх індивідуально-психологічними особливостями, для успішного засвоєння іноземної мови та формування готовності до її використання у майбутній фаховій діяльності. Проаналізовано такі важливі компоненти стилю: мотивація до вивчення іноземної мови; типи темпераменту; спрямованість особистості; сенсорна репрезентативна система; стилі мислення; ставлення до виконання завдань; мовна витривалість. Їх знання викладачем є вирішальним у правильній організації ІІ у ВНЗ на основі принципів індивідуалізації й диференціації.

Перспективи подальших наукових досліджень. Необхідно розробити стратегії викладання іноземної мови науково-педагогічними працівниками відповідно до кожного із компонентів індивідуального стилю вивчення іноземної мови студентів ВНЗ.

Література

1. Голубева Э.А. Способности, личность, индивидуальность / Э.А. Голубева. — М.: Феникс, 2005. — 511 с.
2. Леонтьев А.Н. Деятельность. Сознание. Личность / А.Н. Леонтьев. — М.: Смысл; Академия, 2005. — 352 с.
3. Мерлин В.С. Очерк интегрального исследования индивидуальности / В.С. Мерлин. — М.: Педагогика 1986. — 761 с.
4. Теплов Б.М. Изучение основных свойств нервной системы и их значение для психологии индивидуальных различий / В. М. Теплов, В. Д. Небылицын // Вопросы психологии. — 1963. — №5. — С. 38–47.
5. Adler A. Understanding Human Nature / A. Adler. — Oxford: Oneworld, 2011. — 239 p.
6. Allport G. Personality: a Psychological Interpretation / G. Allport. — NY.: Holt, 1937. — 588 p.
7. Clause G. Individuelle Besonderheiten von Schülern und Lernen im Unterricht / G. Clause // Pedagogik. — 1980. — №9. — S. 134–147.
8. Kelly G.A. The Psychology of Personal Constructs / G.A. Kelly. — NY.: Norton, 1955. — Vol. 2. — 182 p.
9. Reid J.M. Learning Styles in the ESL/EFL Classroom / J.M. Reid. — Boston: Heinle&Heinle, 1995. — 272 p.
10. Starger H. Individual Style / H. Starger. — NY.: Holt, 1962. — 225 p.
11. Understanding Learning Styles in the Second Language Classroom / ed. by J.M. Reid. — Upper Saddle River, Prentice Hall Regents, 1998. — 210 p.

Маркова О.В.

старший викладач кафедри іноземних мов та міжкультурної комунікації

Шматок Т.Г.

старший викладач кафедри іноземних мов та міжкультурної комунікації

факультету Міжнародної економіки та менеджменту

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

МЕТОДИ НАВЧАННЯ ДИВЕРГЕНТНОГО МИСЛЕННЯ ЯК ОДИН ІЗ АЛЬТЕРНАТИВНИХ ПІДХОДІВ ДО РОЗВ'ЯЗАННЯ ПРОБЛЕМ ПРИ ВИВЧЕННІ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ У СУЧАСНОМУ ЕКОНОМІЧНОМУ ВНЗ

***Анотація.** У статті приділяється увага методам навчання дивергентного мислення як одному з альтернативних підходів до розв'язання проблем при вивченні іноземної мови у сучасному вищому навчальному закладі. Увагу акцентовано на таких поширених інтерактивних технологіях, як технології колективно-групового навчання «мозковий штурм», «синектика» та «метод шести капелюхів».*

***Ключові слова:** дивергентне мислення, оновлення навчального процесу, творча особистість, латеральне мислення, самовдосконалення, генерування ідей, мозковий штурм, синектика, «метод шести капелюхів».*

***Abstract.** The article focuses on the divergent thinking techniques as one of the alternative approaches to solving problems in the study of foreign languages in the modern educational institution. Attention is given to such widely used interactive activities as collective-group learning techniques of brainstorming, synectics and, «six thinking hats»method.*

***Key words:** divergent thinking, revitalization of the educational process, creative person, lateral thinking, self-improvement, generating ideas, brainstorming, synectics, «six thinking hats»method.*

Постановка проблеми та її актуальність

Ми живемо в епоху змін, коли завдяки Інтернету відбувається так звана «нова індустріальна революція 4.0» або «інтегрована революція», що означає перехід суспільства до нової епохи розвитку [1, с. 66]. Ця нова епоха розвитку, в цілому, залежить від Інтернету, за допомогою якого людина все частіше узгоджує як різні аспекти свого особистого життя, так і свою ділову активність. Нова індустріальна революція вимагає «повного перезавантаження» у головах людей, а це означає зміни та оновлення всього навчального процесу, які забезпечують конкурентоздатність і мобільність освіченої людини на ринку праці, її готовність жити і працювати в умовах неперервних змін.

У «Концептуальних засадах реформування середньої школи», які становлять основу нового базового Закону «Про освіту в Україні», йдеться про покоління, яке набирає ваги у всьому світі, так зване покоління Y, або «діти тисячоліття», які народилися між 1999 і 2000 роками. Їхні погляди і спосіб життя значно відрізняються від старших поколінь. Це покоління визначає обличчя сучасної економіки. Для них життя — це креативний процес поєднання і відчуття нового, самовдосконалення, віртуальної гри та отримання гарного заробітку [2, с. 7]. Отже, одним із завдань сучасної вищої освіти можна назвати формування творчої особистості майбутнього фахівця. А саме креативні методи забезпечують

формування активних, здібних, ініціативних, інтелектуально і духовно збагачених особистостей.

Однак слід зазначити, що система вищої освіти не завжди реагує вчасно на виклики та потреби сучасного суспільства. В Україні, як і у всьому світі, зростає недовіра до ефективності навчання у вищих навчальних закладах. І однією з причин цього можна назвати невідповідність між діяльністю вищих навчальних закладів та потребами сучасної молоді.

Вища освіта базується на старих механізмах управління, які в сучасних умовах розвитку суспільства не можуть бути ефективними. Академічна система освіти відповідає потребам індустріального суспільства і надає належну теоретичну базу. Така система управління вищою освітою і система організації навчального процесу (академічні групи, що формуються за спеціальностями і формами підготовки, заняття регламентовані дзвінками) відповідає лінійному мисленню. Відомий експерт з питань освіти Кен Робінсон вважає, що нова модель сучасної освіти — це відмова від лінійного мислення на користь дивергентного, коли людина здатна знаходити різні способи вирішення проблем та по-різному інтерпретувати умови їх вирішення. Таке мислення сприяє виникненню значної кількості оригінальних ідей у нерегламентованих умовах діяльності [3, с. 37]. Дивергентне мислення (ДМ) — це складова креативного мислення і значний потенціал для творчості.

Наукові дослідження проблеми

Багато відомих учених вивчали проблеми ДМ: Д. Гілфорд, Е. Торренс, К. Тейлор, Г. Грубер та інші. Психолог Д. Гілфорд уперше увів у вживання терміни «конвергентне і дивергентне мислення» в 1967 р. На думку Гілфорда, *дивергентне мислення* – «це тип мислення, що йде в різних напрямках». На основі досліджень були визначені 4 основні ознаки ДМ: *швидкість*, або, в даному випадку, здатність виявляти і формулювати максимальну кількість ідей чи проблем; *гнучкість*, або здатність самостійно генерувати якомога більшу кількість ідей; *оригінальність*, або здатність мислити нестандартно; *точність*, або здатність удосконалювати чи надавати завершений вигляд своєму «творінню» [4, с. 442–456].

Дивергентне мислення, у широкому значенні, ще називають «*латеральним мисленням*» (lateral thinking), термін, який придумав англійський письменник, психолог та фахівець у сфері творчого мислення Едвард де Боно в 1967 р. Цей термін означає специфічний процес оброблення інформації, спрямований на зміну існуючої стереотипної моделі сприйняття навколишньої дійсності, створення нових альтернативних підходів до розв'язання проблеми [5].

Багаторічні дослідження показують, що студенти, у яких розвинене ДМ, є більш креативними як у навчанні, так і в діловій активності. Дослідження Корнельського Університету в 2012 р. показали, що ДМ покращує знання мов та вміння висловлювати свої думки. Учені також помітили позитивну кореляцію між дивергентним мисленням та навичками підприємницької діяльності.

Вивчення ДМ підтверджує, що напрям досліджень у сфері сучасної вищої освіти стосується розробки інноваційних педагогічних технологій, які могли б

забезпечити високий рівень інтелектуальної діяльності молодих людей. Основним завданням вищого навчального закладу є розвиток креативних здібностей студентів у процесі навчання і виховання, які мають сприяти загальному розвитку особистості, формуванню її культури, індивідуального досвіду, творчих здібностей, тобто побудову навчально-виховної системи, яка повинна базуватися на позиціях *гуманізму* — системи поглядів, що визнає цінність людини як особистості, її право на свободу, щастя, розвиток і вияв усіх здібностей [6, с. 210]. А саме методи навчання, що розвивають дивергентне мислення, можуть допомогти у вирішенні цього завдання.

Мета даної статті — надати методи та прийоми розвитку дивергентного мислення при вивченні іноземної мови студентами сучасного економічного ВНЗ.

Виклад основного матеріалу

Поширеними методами навчання ДМ можна назвати такі: інтерактивні технології як технології колективно-групового навчання *мозковий штурм*, розроблений А. Осборном, та *синектика* Дж. Гордона.

«Мозковий штурм»

Мета технології: зібрати якомога більше ідей щодо поставленої проблеми від усіх студентів протягом обмеженого періоду часу.

У 1953 році колишній капітан Алекс Осборн (Alex F. Osborn) видав книжку *«Керована уява»*, з якої й розпочалася популяризація в Америці, а пізніше і в інших країнах методу мозкового штурму.

В основі методу мозкового штурму чи мозкової атаки лежить ідея про те, що процес оцінювання не повинен впливати на процес «ідеєтворення». Коли людина думає не про саму ідею, а про те, «що скажуть люди», то немає місця уяві, фантазії, нестандартному мисленню. Тому, відмовившись від оцінювання студентських ідей, викладачі допомагають знайти оригінальні рішення. Існують три загальноприйняті фази мозкового штурму: *розминка*, *генерація ідей* та *їх оцінка*. Під час розминки людям дають нескладні, часто жартівливі завдання. На етапі генерації ідей пропонується проблемна ситуація, що потребує вирішення. Заохочуються будь-які ідеї, навіть жартівливі. Усі ідеї фіксуються. Зазвичай найбільш ефективно діє група з шести-восьми осіб. На третьому етапі група експертів оцінює кожен з запропонованих ідей і відбирає найбільш перспективні та обирає спікера, який доповідає про них всій групі студентів [7, с. 129–130]. Метод мозкового штурму не потребує викладацького втручання. Будь-яка ініціатива заохочується, а будь-які зауваження доречно висловлювати наприкінці цього виду роботи.

Приклад реалізації методу *мозкового штурму* на заняттях англійської мови для студентів-економістів з акцентом на лексичний аспект.

Вивчення лексичного матеріалу присвяченого темі «Міжнародний маркетинг» (International marketing). Підручник «English for business. A functional approach by J. Chilver».

Студенти діляться на групи по 4-5 осіб, і кожній групі виділяється окремий аркуш паперу.

1. Кожній групі пропонується записати на аркуші паперу слова та сталі

вислови, які вони асоціюють із темою «Міжнародний маркетинг». Відводиться час — 5-7 хв. Група працює разом і записує свій варіант на аркуші. Наприклад: *market place, market research, marketing department, challenging, much to the chagrin, devastating effect, etc.*

2. Представник від кожної групи зачитує свій варіант, і кожна група додає до свого списку нові слова чи вирази.

3. Потім кожна група складає певну кількість речень з цими виразами. Наприклад, придумайте 5 речень зі словами і сталими висловами із списку. Вам надається 5-8 хв. Example: *New technologies have a devastating effect on the markets. As future economists, we should know the responsibilities of the marketing department.*

Виграє та група, яка придумає найбільшу кількість речень. Цей вид роботи дуже динамічний і ефективний для того, щоб підготувати студентів до роботи із лексичним матеріалом за темою.

Метод мозкового штурму не втрачає популярності. Останнім часом набув поширення *електронний мозковий штурм (online brainstorming)* або *брейнлайнінг (brain lining)* з використанням Інтернет-технологій. Сам процес відбувається як мозковий штурм в мережі Інтернет у реальному часі. Ця техніка дозволяє об'єднати у віртуальну групу підключених один до одного учасників з різних країн і регіонів [8, с. 8]. Перевагою цього методу є можливість одночасного об'єднання великої кількості творчих, відмінних один від одного учасників, які генерують набагато більше різноманітних ідей, ніж у традиційному мозковому штурмі. У своїй статті «Чому мозковий штурм працює краще в онлайн режимі» (Why Brainstorming works better online) Томас Чаморро-Прем'юзік, професор бізнес-психології, вказує на три основні переваги віртуального мозкового штурму.

По-перше, віртуальний мозковий штурм зменшує «блокування виробництва» (production blocking), тенденція, коли одна людина в ході групового обговорення може блокувати або перешкоджати іншим людям пропонувати ідеї. В онлайн-режимі не існує кількісних обмежень групи.

По-друге, він забезпечує повну анонімність учасників. Тепер не страшно, «що люди скажуть»... Це також дає можливість менш упевненим у собі учасникам вільно висувати свої ідеї, які будуть оцінюватися більш об'єктивно. А це допомагає долати соціальні бар'єри і внутрішні стереотипи мислення.

По-третє, якщо правильно організувати, віртуальні заняття можуть збільшити різноманітність ідей. Важливою перевагою брейнлайнінгу є можливість збереження ідей в електронному вигляді та їх використання в будь-який інший час для подальших роздумів та обговорень [9].

Метод **синектики** є практично продовженням методу мозкового штурму. Цей метод започаткував американський психолог Вільям-Джеймс Гордон. Створюються синектичні (*синектика — об'єднання різнорідних елементів*) групи людей різних спеціальностей, щоб знайти творче рішення проблеми шляхом тренування уяви і об'єднання несумісних елементів. У процесі творчості Дж. Гордон виокремив два його види: *неопераційний (некерований)*, в основі якого лежить інтуїція та натхнення і *операційний (керований)*, в основі якого лежить використання аналогій. Головне у цьому процесі — уміння розв'язати відомим

способом нову, незвичну ситуацію, тобто знайти аналогію вирішення.

При вивченні іноземної мови студентів поділяють на кілька груп, і всі групи «штурмують» ту саму проблему чи питання, потім аналізують ситуацію [10, с. 172].

Говорячи про навчальні методи розвитку ДМ, не можна не згадати «метод шести капелюхів мислення» Едварда де Боно. Автор представляє простий, але ефективний метод, який допомагає приймати правильні рішення, розвивати креативність, гнучкість розуму. В основі методу Едварда де Боно знаходиться концепція паралельного мислення. Зазвичай рішення «народжується в дискусії» чи обговоренні. При такому підході до вирішення проблеми частіше перевага надається варіанту, який успішніше обговорювався учасниками. При паралельному мисленні різні підходи рішення, ідеї та думки співіснують, а не протиставляються. Едвард де Боно поділяє мислення на шість різних режимів, які позначаються капелюхами різних кольорів. «Одягання» капелюха фокусує мислення, «зміна» капелюха міняє його напрям.

Шість «думаючих» капелюхів:

— **білий** капелюх мислення — це режим фокусування уваги на всій інформації, якою ми володіємо: на фактах і цифрах;

— **червоний** капелюх — капелюх емоцій, почуттів та інтуїції, коли люди діляться емоціями, що виникають при обговоренні того чи іншого рішення;

— **жовтий** капелюх — це капелюх позитиву, оптимізму, коли ми думаємо над перевагами прийнятого рішення, розмірковуємо над вигодою і перспективою ідеї;

— **чорний** капелюх — протилежність жовтому, коли ми повинні критично оцінювати ситуацію, зосередитися на можливих ризиках та недоліках, тобто «знайти порошок в оці».

— **зелений** капелюх — капелюх творчих пошуків та оновлення ідей.

— **синій** капелюх — шостий капелюх мислення, капелюх для управління процесом запровадження та використання ідей на практиці.

При роботі в групі метод «шести капелюхів мислення» можна розглядати як різновид мозкового штурму. Варто зазначити, що багато міжнародних корпорацій аже користуються цим методом (British Airways, IBM, Pepsico) [11].

Висновок

Як бачимо, нова модель сучасної освіти потребує розвитку дивергентного мислення, яке є складовою креативного мислення, сприяє формуванню творчої особистості майбутнього фахівця, покращує навички підприємницької діяльності, покращує знання мов, уміння висловлювати свої думки. А такі поширені методи навчання ДМ, як інтерактивні технології «мозковий штурм», синектика, «метод шести капелюхів мислення» допоможуть студентам сучасного економічного ВНЗ у вивченні іноземної мови.

Література

1. Психолого-педагогічні аспекти формування дивергентного мислення у студентів / Ю.Ц. Жидецький // Науковий вісник [Львівського державного університету внутрішніх справ]. Серія психологічна. — 2014. — Вип. 1. — С. 65–73. — Режим доступу: journal.lvduvs.edu.ua
2. Концепція нової української школи [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://mon.gov.ua/activity/education/zagalna-serednya/ua-sch-2016/konczepziya.html>
3. Ken Robinson. Out of Our Minds; Learning to be Creative. — Capstone Publishing Ltd. (A Wiley Company). — 2011. — 232 p.
4. Гилфорд Дж. Три сторони інтелекта // Психология мышления. — М.: Прогресс, 1969. — С. 433–456.
5. Вільна енциклопедія Вікіпедія. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://en.wikipedia.org/wiki/Edward_de_Bono
6. Чепіль М.М., Дудник Н.З. Педагогічні технології: навч. посіб. / М.М. Чепіль, Н.З. Дудник. — Київ: Академвидав. — 2012. — 222 с.
7. Федорчук Е.І. Сучасні педагогічні технології: навч.-метод. посіб./ Е.І. Федорчук. — Кам'янець-Подільський: «Абетка». — 2006. — 213 с.
8. Марков С.Л. Мозковий штурм і його різновиди як ефективні інструменти розв'язання управлінських проблем. [Електронний ресурс] — Режим доступу: www.nbuu.gov.ua/old_jrn/soc_gum/znpip/1/2010_28/Markov.pdf
9. Маркова О.В., Шматок Т.Г. Креативність у вирішенні проблемних ситуацій в умовах глобального крос-культурного середовища. / О.В. Маркова, Т.Г. Шматок // Стратегії міжкультурної комунікації в мовній освіті сучасного ВНЗ [Електронний ресурс]: зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ (15 березня 2016 р.) — К.: КНЕУ, 2016. — С. 98–101.
10. Tomas Chamorro-Premuzic. Why Brainstorming Work Better Online. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://hbr.org/2015/04/why-brainstorming-works-better-online>
11. Дичківська І.М. Інноваційні педагогічні технології: навч. посіб. / І.М. Дичківська. — Київ: Академвидав. — 2012. — 349 с.
12. «Метод шести капелюхів мислення» Едварда де Бона. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://lviv.samopomich.ua/metod-shesty-kapelyuhiv-myslennya-edvarda-de-bono/>

Місник Н.В.

кандидат філологічних наук

доцент кафедри україністики

Національний медичний університет імені О.О. Богомольця;

Палій М.О.

доктор, доцент кафедри «Методика»

Шуменський університет Імені Єпископа Костянтина Преславського

НОВІ НАВЧАЛЬНІ МАТЕРІАЛИ ЯК РЕЗУЛЬТАТ МІЖКУЛЬТУРНОЇ ВЗАЄМОДІЇ В РОЗРОБЦІ МЕТОДИК МОВНОЇ ПІДГОТОВКИ

***Abstract.** The article is devoted to the problems of learning language of the major by foreign students (the medical field). The authors present the educational material in the form of a workbook, which allows to find creative approaches of giving lessons.*

***Key words:** modernization of the educational process, innovative practices, questioning of the students, textbook, part of the lesson.*

Сучасний викладач перебуває в постійно змінюваних умовах освітнього характерні особливості навчання нового покоління студентів. У першу чергу слід говорити про вміння викладача зацікавити студента своїм предметом і навчальним процесом в цілому. Зрозуміло, що традиційні, іноді застарілі методи навчання не здатні забезпечити оптимальні знання і йдуть на другий план, поступаючись місцем інноваційним практикам, адже студенти дуже позитивно сприймають все нове і креативне.

Освітні системи більшості європейських держав активно включають інноваційні практики до традиційних навчальних програм. У багатьох країнах, таких як Німеччина, Данія, країни Балтії, знаходять баланс між традиційними і альтернативними методами навчання. Освітня система Фінляндії головує в цьому плані і вважається кращою у світі.

Окремим інновативним напрямком, що інтенсивно освоюється навчальними закладами Болгарії та України останнім часом, є введення електронного навчання. Метою більшості розроблюваних на даний момент освітніх програм є альтернативний підхід до навчального процесу. Це є стимулом як для студентів, так і для викладачів, зменшує психологічний стрес, розвиває прагнення учнів до отримання реальних знань.

Вищевикладені тези мають реальне підтвердження, підґрунтям якого є результати анкетування серед студентів. Опитування було проведено авторами в рамках дослідження, запропонованого Асоціацією професорів слов'янських країн (АПСС). Йдеться про міжнародний проект, що передбачає анкетування на тему «Викладач очима студента», проведений серед болгарських студентів другого і третього курсів спеціальності «Туризм» Шуменського університету (Болгарія) і українських студентів першого курсу фармацевтичного і стоматологічного факультетів Національного медичного університету (Київ, Україна).

Окремим блоком анкетування були запропоновані питання, що стосуються організації проведення занять. На думку студентів, сучасне заняття передбачає:

— наявність приємної атмосфери в аудиторії, що відзначають всі 100% анкетованих студентів, але тільки 7% з них вважають, що це відбувається завжди (тобто на кожному занятті);

— надання можливості студентам ставити питання і висловлювати власні думки: 37% студентів вказали позицію завжди, відповідно: часто — 50%, іноді — 12%, ніколи — 1%.

Професіоналізм викладача студенти вбачають в умінні:

— формулювати цілі вивчення навчальної дисципліни: думки студентів розподілилися наступним чином: викладачі акцентують увагу на цілях заняття: завжди — 15%, часто — 38%, іноді — 43%, ніколи — 4%;

— акцентувати увагу на змісті заняття: завжди — 32%, часто — 43%, іноді — 20%, ніколи — 5%;

— оцінювати навчальний процес: завжди — 8%, часто — 12%, інші показники — 0%. Важливо відзначити несподіваний результат обговорення питання, чи відповідає система екзаменаційного оцінювання способам навчання під час навчального процесу, при якому тільки 60% учнів відповіли позитивно;

— активізувати відповідальність студента: завжди — 40%, часто — 37%, іноді — 19%, ніколи — 4%.

Використання мультимедійних засобів на заняттях відзначають 91% студентів. Як виявилось, важливим для студентів є зв'язок проблем навчання з їх майбутньою професією: це констатують на заняттях 73%, а 27% учнів жалкують, що такий зв'язок існує не завжди.

У результаті анкетування були відзначені важливість впровадження інноваційних прийомів, які стимулюють пізнавальну активність і інтелектуальну ініціативу студентів на заняттях, а також підвищують інтерес до професійного навчання і сприяють формуванню зацікавленості їх майбутньою діяльністю.

Як бачимо, інновації в освіті повинні бути спрямовані на створення особистості, налаштованої на успіх. Це передбачає цілеспрямовану, свідому зміну педагогічної діяльності шляхом розробки та запровадження у викладання нового змісту навчання.

Під інноваціями в освіті розуміють процес вдосконалення педагогічних технологій, сукупності методів, прийомів і засобів навчання. В даний час інноваційна педагогічна діяльність є одним з істотних компонентів освітньої діяльності будь-якого навчального закладу. Саме інноваційна діяльність не тільки створює основу для створення конкурентоздатності тієї чи іншої установи на ринку освітніх послуг, але і визначає напрямки професійного зростання викладача. Інновації в освіті впроваджуються безпосередньо в організацію навчального процесу, в програми і методики.

Специфіка викладання конкретного предмета обумовлює перехід на нові навчально-методичні комплекси та освоєння авторських методичних технологій. Далі мова піде про внутрішньопредметні інновації, до яких можна віднести

створення нових підручників і навчальних посібників, а також розробку творчих завдань для учнів, проектну діяльність і т.д.

Ілюстрацією вищевказаного може слугувати новий навчальний посібник «Українська мова для іноземних студентів: робочий зошит». Дана розробка призначена для вивчення української мови студентами-іноземцями, які навчаються в Національному медичному університеті імені О.О. Богомольця (Україна). Структура навчальної дисципліни передбачає 30 академічних годин практичних занять і 60 академічних годин самостійної позааудиторної роботи студентів.

Посібник адаптовано для роботи і на практичних заняттях, і при самостійній підготовці студентів із дотриманням загальнодидактичних принципів комунікативного навчання.

Передбачуваними формами роботи є групове навчання, розв'язання комунікативних ситуацій, виконання творчих і самостійних завдань, тренувальних вправ. Специфіка даного посібника в тому, що при відсутності підручника він передбачає не тільки тренувальні вправи, властиві практикуму, а й містить граматичний матеріал у стислому вигляді, поданий переважно в таблицях.

Як відомо, для створення ефективного навчального посібника з іноземної мови потрібні не лише серія лінгвістичних і лінгвостатистичних досліджень, а й низка психолінгвістичних і методичних експериментів щодо виявлення оптимального змісту й обсягу різного виду аудиторних і самостійних вправ та їх найвигіднішого поєднання.

Презентований посібник, сподіваємося, має максимальну ефективність, не претендуючи на «універсальність». Посібник такого типу має являти собою складний комплекс, що складається з певних конкретних компонентів. Як основний виділяємо мовний матеріал (звуковий і письмовий) у вигляді діалогів, окремих речень, слівформ, моделей в різних репрезентаціях, елементів і їх груп, призначених для аудиторних і самостійних завдань різних типів.

Окремі фрагменти такого плану матеріалу з посібника, представлені в даній статті, добре ілюструють вищевикладене.

Інструкції для студента щодо використання навчального мовного матеріалу
Фрагмент 1.

Національність

Хто ви за національністю?

3. Дайте відповідь на питання.

Зразок: — *Звідки ви?*

— *Я з Польщі. = Я приїхав з Польщі.*

— *Я поляк за національністю.*

— *Звідки ці студенти?*

Я

Ці студенти

англі́єць / англíйка	німець / німкєня
бельгі́єць / бельгі́йка	поляк / полька
грек / грекіня	росіянин / росіянка
єврéй / єврéйка	ту́рок / турча́нка
інді́єць / інді́йка	украї́нець / украї́нка

Наочні матеріали (схеми, таблиці та ін.) трьох типів: призначені для імітації реальних комунікативних умов; описують життя і творчість народоносія мови, що вивчається; ілюструють окремі явища і групи явищ у структурі мови, що вивчається.

Фрагмент 2.

Дієслово: імператив

<i>ти</i>	<i>ми</i>	<i>ви</i>	<i>ти</i>	<i>ми</i>	<i>ви</i>
Заходь! / Заходьмо! / Заходьте!			Читай! / Читаймо! / Читайте!		
Сідай! / Сідаймо! / Сідайте!			Слухай! / Слухаймо! / Слухайте!		

8. Утворіть форми імператива до поданих дієслів.

<i>інфінітив</i>	<i>імператив</i>		
	<i>ти</i>	<i>ми</i>	<i>ви</i>
<i>писати</i>	_____	_____	_____
<i>повторити</i>	_____	_____	_____
<i>відповідати</i>	_____	_____	_____

Пояснення та коментарі (англійською мовою) є допоміжним елементом.

Фрагмент 3.

Формули ввічливості

Forms of politeness

Дякую Thanks

Будь ласка Please

Дуже приємно Nice to meet you

Залюбки With great pleasure

Пробачте / перепрощую Sorry / Excuse me

Як справи? How are you?

Перераховані вище структурні компоненти робочого зошита легко поєднуються в єдине ціле.

В основу структурного членування посібника покладено тематичний принцип. Ураховуючи завдання, що стояли перед авторами — витримати заданий тематичний напрямок (медицина) і зважити на початковий рівень навчання, тематика занять була адаптована відповідно до цих вимог.

Основною структурною одиницею посібника є урок, який охоплює опрацювання однієї теми на даному етапі навчання (пізніше та ж тема може розглядатися в поглибленому комунікативному трактуванні в межах іншого уроку). Кожен урок має чітке комунікативне навчальне завдання з відпрацювання певних моделей.

Лексичним темам передує граматичний матеріал, поданий у спрощеному вигляді.

Фрагмент 4.

Іменник

Однина		Множина	
Singular		Plural	
Чоловічий рід — він (he) викладач_, автомобіль_ трамвай_, музей_ зошит_, кабінет_	-ч -ш -ж -щ -ар -ь -й усі інші	→ -і → -ї → -и	вони́ (they) викладачі, автомобілі трамваї, музеї зошити, кабінети (але: друзі)
Жіночий рід — вона (she) книга, група, кафедра лікарня, національність_ аудиторія, професія	-а -я -ь -ія	→ -и → -і → -ії	книги, групи, кафедри лікарні, національності аудиторії, професії
Середній рід — воно́ (it) місто (але: селище) море, життя	-о -е -я	→ -а → -я	міста, селища моря, життя

Матеріал, засвоюваний в процесі слухання, читання і говоріння, подається спочатку у вигляді фрагментів діалогів і коротких висловлювань.

Фрагмент 5.

— Хто це? Who is this?	— Що це? What is this?
— Це Антон, мій приятель.	— Це наш університет.
— Це Марія. Марія — студентка групи №5.	— Це аудиторія.
— Це Марія?	— Це аудиторія №1?
— Так, це Марія. Так, це вона.	— Ні, це кабінет №2.
— Хто це такий?	— Що це таке?
— Це викладач.	— Це книга.
— Це викладач?	— Це книга?
— Так, це наш викладач. Так, це він.	— Ні, це не книга. Це зошит.

Ілюстративний матеріал, що включає нову лексику й елементи граматики даного уроку, опрацьовується у тренувальних вправах (граматичних, лексичних, комунікативних, синтаксичних).

Фрагмент 6.

5. Проілюструйте таблицю поданими нижче прикладами.

Однина			Множина
Чоловічий рід — він (he)	Жіночий рід — вона́ (she)	Середній рід — воно́ (it)	вони́ (they)
викладач_	студентка_	ім'я	аудиторії
1) _____	_____	_____	_____
2) _____	_____	_____	_____
3) _____	_____	_____	_____
4) _____	_____	_____	_____
5) _____	_____	_____	_____
6) _____	_____	_____	_____

Навчання, заняття, викладачі, університет, факультет, декан, кафедра, медицина, професія, лікарі, здоров'я, людина, чоловік, жінка, дитина, захворювання, лікарня, хворий, пацієнти, лікування, медикамент, ліки, видужання.

Матеріал для письма є частиною матеріалу, раніше засвоєного в читанні, а почасти також і в говорінні. Засвоєння цього матеріалу забезпечується серією вправ.

Фрагмент 7.

12. Вивчіть дієслова. Випишіть їхні форми з тексту Уроку 2.

визначити _____	могти _____
викладати _____	подобатися _____
допомагати _____	поставити _____
жити _____	проілюструвати _____
запитати _____	хотіти _____

У структурі кожного уроку присутні певні рубрики: *Читайте!*, *Вивчайте!*, *Запам'ятайте!*, *Робота над помилки (робота над помилками)*.

Фрагмент 8.

а) Вивчайте!

Міри й величини

вага _____	об'єм _____
висота _____	площа _____
глибина _____	товщина _____
довжина _____	ширина _____

1. Поєднайте іменники з поданими вище назвами.

Грам, міліграм, кілограм, тонна, міліметр, сантиметр, метр, кілометр, квадратний метр, кубічний сантиметр.

б) Запам'ятайте!

Зворотні дієслова

біль	що робить?	починається / припиняється
		посилюється / послаблюється
		з'являється / продовжується

2. Прочитайте. Доповніть речення.

Які у пацієнта скарги? Пацієнт (що робить?) скаржиться на _____

Яке у хворого самопочуття? Хворий (що робить?) _____

Теми закінчуються матеріалом для самостійної позааудиторної роботи.

Фрагмент 9.

ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

9. Розкажіть, яких правил ви дотримуетесь. Запишіть вашу розповідь.

прокидайся вчасно!
спи достатньо!
не запізнюйся!
слухай уважно!

відповідай правильно!
вчися старанно!
пиши гарно!
відпочивай добре!

Автори зважали на універсальні вимоги, що висуваються до навчального посібника з іноземної мови: дотримуватися оптимального дозування нового мовного матеріалу і повторюваності вже вивченого; проводити роботу над усіма видами комунікативної діяльності протягом усіх уроків. Увесь мовний матеріал посібника становить інтерес для студента-іноземця та має загальноосвітню цінність і професійну спрямованість.

Спільна робота авторського колективу над посібником дає змогу пересвідчитися, що системи вищої освіти Болгарії і України базуються на загальних положеннях, не мають істотних відмінностей і рухаються в одному напрямку щодо підходів в організації і трактуванні навчального процесу. Відповідно, розвиток інноваційних процесів є на сьогодні основним способом забезпечення модернізації освіти, підвищення її якості, ефективності та доступності.

Література

1. Місник Н.В., Палій М.О. Українська мова для іноземних студентів: Робочий зошит: Навч. посібн. — К.: ПАТ «Віпол», 2017. — 96 с.

2. Місник Н. Сучасні освітні парадигми формування дискурсивної компетентності студента вищої школи в Україні // Зб. Алманах «Българска украинистика». — №3. — Софія, 2013. — С. 261–265.

3. Милена Палий, Наталия Мисник. Стиль общения преподавателя как фактор оптимизации педагогического процесса. — Сборник статьи. — Шумен: университетско издателство «Епископ Константин Преславски», 2016, С. 56–63.

4. Научноизследователски проект «Образователни практики за оптимизиране на педагогическата комуникация» (№ РД-08-320/13.03.2015 г.), Факултет по хуманитарни науки. — Университетско издателство «Епископ Константин Преславски», 2016.

Nozhovnik O., PhD, Associate Professor

Grytsiak L., PhD, Associate Professor

Sabat O., Teacher

Foreign Languages and Intercultural Communications Department

Vadym Hetman Kyiv National Economic University

THREE ACTIVITIES AIMED TO DEVELOP STUDENTS INTERCULTURALLY WHEN TEACHING A FOREIGN LANGUAGE

Abstract. The article outlines and elucidates the activities aimed at developing the cross-cultural competence while running the courses in English for Specific Purposes. The above mentioned activities represent a variety of approaches to teaching and assessing intercultural competence based on recognized theoretical frameworks on interculturality.

Teachers, striving to prepare students for success in a globally interconnected

world, should include intercultural competence into the foreign language curriculum as an integral part. When intercultural competence is an integral part of the language classroom, learners experience how to use language appropriately for building relationships and understandings with members of other cultures. They can examine their own beliefs and practices through a different lens, negotiate points of view different from their own, and gain an insider's perspective of another culture.

The increasing diversity of cultures, which is fluid, dynamic and transformative, implies specific competencies and capacities for individuals and societies to learn, re-learn, and unlearn so as to meet personal fulfillment and social harmony. Nowadays, multicultural studies are on the rise in Ukraine, just as they are in other countries, where multicultural contacts have engendered both a multicultural and multilingual society. With the heightened profile of language learning in a global community, language education is exploring a new model of intercultural language learning and teaching. The goal of intercultural language learning is to produce language users equipped with explicit skills in understanding connections and differences between their own culture and the culture of the target language.

The linking of language and culture in the foreign language classroom has been the focus of much scholarly inquiry (C. Kramsch; M. Byram; A. Liddicoat & A. Scarino). With increased globalization, migration and immigration there has been a growing recognition for the need for an intercultural focus in language education. While language proficiency lies at the «heart of language studies», it is no longer the only aim of language teaching and learning. The Standards define language goals in terms of the 5 C's (Communication, Cultures, Connections, Comparisons, and Communities) designed to guide learners toward becoming viable contributors and participants in a linguistically and culturally diverse society [1].

Today foreign language teachers seem to take a greater interest in communication and culture than linguistic issues. The activities presented in this paper represent a variety of approaches to teaching and assessing intercultural competence based on recognized theoretical frameworks on interculturality. By including such activities in the foreign language curriculum, students begin to see how their attitudes, knowledge, and language skills can affect their intercultural experiences. As a result, students will gain an understanding of how to enter into intercultural situations with an open mind, resulting not only in more successful communication, but in building meaningful relationships with target language speakers.

Example 1: *Cultura* online blog exchange

The Internet has made it considerably easier for foreign language teachers to create an environment in which meaningful interactions between Ukrainian students and students of the target culture. For instance, In Furstenberg's *Cultura* program, American students studying French engage in online discussions with French students learning English by comparing and analyzing texts of a similar nature derived from both cultures. During the online experience, students from two different cultures are expected to formulate questions for each other in order to fulfill the objective of becoming more open to the other's viewpoint during the perspective exchanging process. All participants write in their native language, but read in the target language, and sessions

in the classroom take place entirely in the target language as an extension of what is discovered online. The students involved compare materials such as surveys, films, websites, literature, images, and video. For example, the teacher may ask the students to compare the websites for the two schools involved in the web-based exchange. Based on these website observations, students begin a process of inquiry leading to mutual cultural discovery of the differences and similarities between the two schools [5].

Students from both cultures not only obtain vital information about the foreign culture as a result of having their questions answered, but what is more important, they are provided the opportunity to present their perspective thus, becoming more aware of their own culture in the process. Furstenberg [5] describes her program as a process of negotiation, in which students work together to make observations, craft hypotheses, and search for patterns, while simultaneously confronting and pondering their own attitudes, beliefs, and values. Online activities, like the one employed by Furstenberg, make students more open to other perspectives simultaneously creating the opportunity for students to inquire further into explanations of their own cultural beliefs and actions. Through this never-ending journey of inquiry, students encounter many of the themes weaved throughout intercultural competence such as, self-awareness, student as researcher, and the importance of process. This type of classroom environment creates possibilities for attitude transformation, as well as the acquisition of knowledge of other cultural norms, institutions, and beliefs. Students obtain the real-life skills in interacting with others via the online forum. This type of exercise also increases students' acquisition of a new vocabulary and grammar structures in the target language through the reading of online material and blog posts from the foreign students [5].

Example 2: Attitude exploration with OSEE tool

It is vital for students to consider their preconceived ideas and attitudes before entering into the intercultural competence process. The OSEE tool [4] was created in order to help learners analyze their attitudes toward others at the beginning of the intercultural process. OSEE stands for:

O: Observe what is happening

S: State objectively what is happening

E: Explore different explanations for what is happening

E: Evaluate which explanation is the most likely one

In the foreign language classroom, the teacher may choose to present a film clip on a topic of interest related to the curriculum. For example, a Spanish teacher locates a video clip representing a *Quinceacera*. The teacher begins by presenting the video with the sound off so that students are solely engaged by the images, actions, and interactions thereby providing an opportunity for students to focus completely on what they see during the observation.

During the viewing, the teacher asks the learners to address the letter O by simply asking them to Observe the actions and interactions seen on screen. After viewing, students address the letter S by Stating or listing the observable actions without describing the situation as desirable or undesirable. The next step begins with the letter E which guides classmates to work in small groups Exploring the explanations embedded in the actions and interactions of the target culture. This level of OSEE

requires students to have sufficient background knowledge of the culture in question, or more specifically the cultural situation being observed [4]. This may also be an appropriate time to allow students to work together as anthropologists engaging in research and investigation as they explore the cultural viewpoints driving the actions in the film. In the final step of OSEE, the learners practice E by Evaluating the possible explanations in order to choose the most appropriate rationale for the behavior seen in the film clip. This stage is the most difficult due to the fact that human interaction does not follow preconceived rules therefore, many factors must be considered in order to appropriately assess the situation in question. Students may need to continue to collect information about the foreign culture in order to successfully complete the evaluation level of OSEE [4]. Deardorff explains that when students reach the final stage of OSEE, they are prepared to enter into the conversation. The teacher may choose to present the video a second time with the sound on to allow the learners to hear the target language. In response to the video, teachers may create opportunities for practicing the target language while asking students to refer back to the cultural guidelines learned during the investigation (OSEE) process. By promoting communicative activities such as conversations, dialogues, role-plays, skits, and scenarios, the teacher creates an environment in which the concepts of intercultural communicative competence can be practiced. This exploration activity creates space for learners to consider their preconceived ideas about people from other cultures so that negative beliefs are transformed during exercises focusing on objective observation, research, and evaluation.

Example 3: Artifact exploration

When artifacts related to practices of the target culture are presented alongside open-ended questions to students in a foreign language classroom, an opportunity is created in which learners gather information independently in order to become more knowledgeable about cultural practices and beliefs. This activity presents a model representation of the teacher working as a facilitator in the classroom while students do the work of evaluating information about the target culture [2]. The teacher creates a context by asking learners to imagine being an American living in China who gets invited to a friend's birthday party. Upon arrival, the American student sees that the objects found at a party in China are different from what is typically seen in a party in the USA. The student notices that long noodles in the bowls are being served for dinner, the cake is decorated with fruit, and tray with multiple objects (i.e. coins, a musical instrument, a book) is sitting on the table near the presents (typical for a first birthday).

Once the context is introduced, the teacher asks students to work in small groups to inquire about the birthday artifacts. Students are mingled into groups and each group is given a different object to consider. The teacher explains that students are not allowed to research their artifact, but rather are encouraged to make assumptions about the item based on background knowledge. Students begin by recording the name and purpose of the object, as well as the impression students have of people from China based on the object. Once finished, small groups share their ideas with the entire class as the teacher plays the role of a mediator. This creates an opportunity for the teacher to see what attitudes students have about Chinese people at the onset of the lesson, while also

helping students to become self-aware of any preconceived notions they may have about the Chinese people and practices.

The second part of the lesson asks learners to engage in inquiry related to their object. Once they have become aware of their preconceived notions, it is imperative to allow time for discovery learning so that cultural facts can be uncovered. Students are provided the following open-ended questions by the teacher to guide their research about their specific artifact.

- Who would use it? What is its purpose? When is it used at a birthday party? Why is it used at a birthday party?

- Did you discover a connection between Chinese culture and your native culture? Were any of your original ideals proven true or false?

By using research tools to help reveal cultural facts, students learn that knowledge about cultures can be gained through inquiry. It is effective to have students present their findings to the class using an iPad app like StoryKit or a Web 2.0 tool like Glogster. This phase of the artifact exploration lesson not only guides learners in independently uncovering knowledge about other cultures through research, but more importantly it creates an opportunity for learners to practice skills in comparing and contrasting so that connections are made between the target culture and home culture.

Once informed about Chinese practices at birthday parties, the learners can engage in activities that instill skills in communication. The teacher can provide input on such topics as manners at a Chinese birthday party, ingredients needed to make a Chinese birthday cake, or how to shop for and buy an appropriate gift for a birthday party in China. These extension activities create time and space for the learner to connect communicative skills to the intercultural context of a Chinese birthday party. As the teacher continues to guide the learners in how to appropriately communicate in the target language, the learner is able to connect vocabulary, grammar, and culture in a meaningful way. This builds on the skills needed for intercultural interactions and fulfills the essence of intercultural communicative competence in that learners become equipped with the tools needed to engage in reciprocal relationships with those from other linguistic and cultural backgrounds.

The above brings us to an implication that culturally appropriate interaction occurs when two individuals engage in a reciprocal conversation based on mutual understanding and an attitude of openness. When language educators plan a standard based curriculum, it becomes clear that language and culture are inextricably linked. Furthermore, within the context of language classrooms, intercultural practice involves students to think and act appropriately within a growing knowledge of the culture within language. It requires instructional planning that provides time and space for cultural exploration and discovery.

References

1. ACTFL. Standards for foreign language learning in the 21st century (3rd ed.). Yonkers, NY: National Standards in Foreign Language Education Project, 2006. [Electronic resource]. — Mode of access: <https://www.actfl.org/publications/all/world->

readiness-standards-learning-languages

2. Byram, M. Cultural studies in foreign language education / M. Byram. — Cleveland, England: Multilingual Matters, 1989. — 176 p.

3. Byram, M., Gribkova, B., & Starkey, H. Developing the Intercultural Dimension in Language Teaching: A Practical Introduction for Teachers / M. Byram, B. Gribkova, H. Starkey. — Strasbourg: Council of Europe, 2002. — 35 p.

4. Deardorff, D. K. & Deardorff, D. L. OSEE Tool: Presentation at North Carolina State University, Raleigh, N.C., 2000

5. Furstenberg, G. A Dynamic, Web-based Methodology for Developing Intercultural Understanding. Proceedings of the 3rd international conference on intercultural collaboration, 49–58, 2010.

Прокопчук Л.В.

викладач кафедри німецької мови факультету МЕІМ

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

ВІДБІР НАВЧАЛЬНИХ СТРАТЕГІЙ: ТЕХНОЛОГІЯ МОДЕЛЮВАННЯ СИТУАЦІЙ ДЛЯ РОЗВИТКУ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ

***Анотація.** Стаття торкається проблеми відбору ефективних стратегій навчання на заняттях з німецької економічної мови та розвитку міжкультурної компетенції в практиці занять.*

***Ключові слова:** форми та методи навчання, німецька економічна мова, рольові ігри, технологія моделювання ситуацій, міжкультурна комунікація.*

***Abstract.** The article concerns the problem of selection of effective learning strategies in the lessons for German business language and development of intercultural competence in the practice sessions.*

***Key words:** methods of teaching, German business economic language, role-playing, simulations technology, intercultural communication.*

Глобалізація світу та розвиток інформаційного суспільства обумовлюють нагальні потреби в міжнародній комунікації. При відсутності знань іноземної мови інтеграція фахівця-економіста в професійне середовище стає неможливою. Зросла орієнтація на міжнародні вимоги щодо рівня практичного володіння іноземною мовою. Орієнтиром для оцінювання мовної компетенції призначенні документи Ради Європи «Modern Languages: Learning, Teaching, Assessment. A Common European Framework of reference», European Language Portfolio, де розглядаються деякі актуальні проблеми організації навчання іноземним мовам.

Загальна мета навчання німецькій економічній мові полягає у формуванні у студентів здібності до адекватних мовленнєвих дій німецькою мовою в ситуаціях, пов'язаних з професійним спілкуванням. Виділяють такі основні принципи навчання німецькій економічній мові [1]:

— Принцип *діяльно-орієнтованого* навчання, коли навчання має відповідати реальним умовам комунікації, імітувати реальне спілкування, базуючись на важливих типових ситуаціях та темах.

— Принцип *проблемно-орієнтованого* навчання потребує поставити проблеми мови в центр уваги; тренувати мову в різних комунікативних ситуаціях майбутньої професійної діяльності.

— Принцип *відповідального* навчання припускає підвищення відповідальності студентів за результати навчання та зміну ролі викладача.

— Розвиток *міжкультурної комунікативної компетенції*. Формування міжкультурної компетенції потребує сукупності вмінь, які торкаються як когнітивної сфери людини, так і поведінкової, оскільки людина має усвідомити різницю між культурами, навчитись розуміти культурне коріння, негативні реакції носіїв мови та долати цю реакцію, засвоїти правила поведінки та мовні правила, які б сприяли успішному іншомовному спілкуванню.

— Використання *аутентичних матеріалів* у навчальному процесі.

Усе це обумовлює відбір методів, форм та засобів навчання.

Вивченням проблеми щодо формування іншомовної професійно-комунікативної компетенції займались Й. Бім, І. Зимня, О. Леонтєв, Є. Пассов — комунікативний підхід; компетентнісний підхід, пов'язаний із замовленням на освіту з боку роботодавця вивчали В. Болотов, І. Зимня, В. Краєвський, І. Лернер; акцент на діяльнісний підхід робили у своїх дослідженнях Г. Абросимова, А. Кузнецова, О. Харунжев, Н. Яковлева. Виділенням типологічних властивостей міжкультурної компетенції, її змістом та формуванням займались М. Каган, В. Фурманова, О. Артемєва. Проблема навчання іноземній мові в неспеціальному ВНЗ економічного профілю присвячені роботи А. Кузнецової, М. Озерової, Н. Каннуникової, Е. Левіної, Г. Харисової.

Соціальне замовлення диктує сьогодні принциповий перегляд змісту та технологій навчання німецькій економічній мові, які мають бути спрямовані на формування самостійної, ініціативної особистості студента, підготовленого до професійного спілкування. Таким чином на перший план у практиці проведення занять виходить діяльнісний тип навчання, який обумовлений великою кількістю сучасних методів для розвитку різних видів мовленнєвої діяльності: читання, аудіювання, говоріння та письма.

Навчання німецькій економічній мові, як мові ділового та професійного спілкування, має організовуватись з використанням стратегій, що дозволяють розкривати та поглиблювати професійні знання [6]. При вивченні економічної мови потрібно враховувати такі фактори: 1) зміст, який відповідає напрямку професійної підготовки за економічним профілем; 2) специфічні стратегії підготовки з орієнтацією на формування професійних компетенцій майбутнього економіста; 3) наявність базового рівня володіння німецької мови у тих, хто вивчає мову для ділового та професійного спілкування; 4) зорієнтованість методів, форм, прийомів та стратегій навчання іноземній мові на дорослу людину.

Однією з важливих умов навчального процесу при вивченні економічної мови є наявність мотивації у тих, хто навчається. Тобто є намагання оволодіти іноземною мовою як засобом формування професійних знань та отримання досвіду професійної діяльності. Дуже важливо організувати процес навчання таким чином, щоб професійна мотивація студента, який вивчає економічну мову,

зростала по мірі поглиблення його знань з мови.

Наведені нижче стратегії в навчанні економічної мови допомагають в досягненні мети та широко використовуються сьогодні в практиці занять [6].

Відбір форм організації занять, які активно занурюють майбутніх економістів у професійну сферу. До таких форм роботи в рамках занять з дисципліни «Фахова німецька мова» ми відносимо ділові ігри, диспути, дискусії, «круглі столи», форуми, які торкаються найбільш актуальних тем майбутньої професійної діяльності. Наприклад, робота в малих групах: створення моделі-діаграми «ідеального економіста» з опорою на такі пункти: *основні аспекти економічної діяльності, видатні економісти та їх досягнення, основні компетенції, якими має володіти економіст; риси характеру, які мають бути притаманні гарному економісту*. При виконанні таких завдань очікується взаємодія в команді, розподілення ролей та обов'язків, колективне досягнення мети, обговорення способів на кожному етапі завдання. Після виступу кожної з малих груп підводяться підсумки, формуються висновки, будуються прогнози. При виконанні завдань такого типу студентів потрібно заохочувати до використання інтерактивних засобів для створення аудіо- та відеосупроводу доповідей та презентацій.

Насичення змісту занять з іноземної мови, зокрема німецької, мовними зразками, засобами спілкування, фразеологічним матеріалом, який використовується в різних ситуаціях спілкування в сфері ділового та професійного спілкування: Diskussionsmittel (Gesprächseröffnung, Verhandlung der Resultate, Lösungsvorschläge).

Заохочування та залучення студентів до засобів, джерел та ресурсів Інтернету при рішенні проблемних завдань, виконанні проектних робіт, робота над монологічним та діалогічним мовленням, написанням есе, проведенням дискусій під час вивчення німецької економічної мови сприяє розвитку пошукової діяльності студентів. Чати, блоги, форуми дозволяють студентам виконувати індивідуальну роботу онлайн, брати участь у груповій роботі, обговорювати теми з представниками німецькомовних регіонів, які компетентні в галузі економіки. Також студентів потрібно заохочувати до використання навчальних програм, які дозволяють майбутнім економістам удосконалювати навички професійно-зорієнтованого спілкування іноземною мовою [7].

Міжкультурну компетенцію майбутнього фахівця з економіки ми розглядаємо як компонент професійної підготовки в галузі іноземної мови, який передбачає володіння майбутнім фахівцем певною сукупністю знань про культуру іноземної мови, яку той вивчає, якою здійснюється культурна взаємодія, а також вміння долати міжкультурні розбіжності в процесі спілкування [1].

Для успішної взаємодії з іншими людьми, вибору відповідних траєкторій спілкування потрібні широкі соціальні знання: оцінка ситуації, оцінка співрозмовника, стратегічне планування стилю спілкування, засвоєння досвіду соціальної взаємодії. Такий досвід надає навчання основ **міжкультурної комунікації** [1]. Засобом, який дозволяє вводити студентів в ситуацію діалогу культур та формує їх соціальну відкритість, можуть стати ситуації, які пізніше

проектуються на реальних умовах міжкультурного спілкування. При навчанні міжкультурному спілкуванню звертаються до побудови моделей спілкування. Через моделі ситуацій створюються реальні фрагменти виробничого та міжособистісного зв'язку в професійній сфері людей, задіяних в цих фрагментах. Таким чином студенту задаються параметри та контексти своєї майбутньої професійної діяльності. Ефективність ситуативного навчання дуже висока [2].

Використання в процесі навчання німецької мови технології моделювання ситуацій є засобом інтенсифікації та оптимізації процесу вивчення мови та формою міжкультурної компетенції. Існує декілька способів моделювання ситуації на заняттях [2]:

- 1) за допомогою природних мовних ситуацій;
- 2) на основі навчальних текстів;
- 3) на основі наочності;
- 4) на основі дидактичних ігор;
- 5) на основі опису словами уявленої ситуації.

Сфера професійного спілкування і професійна тематика мають розглядатись як орієнтири у відборі змісту навчання. Враховуючи специфіку використаної технології навчання, моделі ситуацій спілкування є основною одиницею формування мотивації, а також засобом контролю вивченого матеріалу на кожному етапі. Мета такої технології: 1) ефективно засвоєння професійних знань; 2) розвиток або закріплення професійно-комунікативних умінь. Що в цілому сприяє формуванню культури професійного спілкування. З точки зору структури, моделі ситуацій можуть містити такі компоненти [3]:

- наявність моделі конкретного професійного середовища (такою моделлю може стати компанія, офіс тощо);
- наявність ролей;
- різноспрямованість комунікативних інтенцій учасників ситуацій, які беруть на себе ті або ті ролі;
- взаємодія ролей;
- альтернативність вирішення професійно-комунікативних завдань;
- наявність колективного або індивідуального оцінювання діяльності учасників ситуацій.

Слід наголосити, що модель ситуації професійного спілкування (simulation) — це форма організації навчальної діяльності, **яка передбачає наявність ролей і не передбачає заданого сценарію ситуації на відміну від рольових ігор.** Порівняємо завдання:

підручник EM- Abschlusskurs Hueber Verlag	підручник Geschäftskommunikation, Max Hueber Verlag
Lektion 10. Globalisierung	Lektion 7. Die Besprechung
Unsere Firma soll anders sein: Einige Mitarbeiter diskutieren verschiedene Fragen- Verteilen Sie die Rollen und	Spielen Sie die Besprechung. Der Schokoriegel «Lecker» ist ein großer

Spielen Sie das Gespräch.	Erfolg auf dem deutschen Markt. Der deutsche Hersteller erwartet von Ihrer Firma Ideen für die erfolgreiche Einführung des Artikels in Ihrem Heimatland.
---------------------------	--

У двох завданнях потрібно зімітувати обговорення проблеми на зібранні фірми. У першому випадку надається певна кількість ролей та коментар щодо присутніх осіб, який вказує на їх життєву позицію та обумовлює сценарій імітованого обговорення. У другому випадку словами описується уявна ситуація без надання орієнтирів для обговорення, не надаються ролі. Студенти мають самі змодельовати ситуацію на основі тематики розділу, обговорити стратегії просування товару на вітчизняному ринку. Використати професійні, знання мови та знання двох ментальностей, німецької та української, водночас. Обидві ситуації виникли в контексті ділового професійного спілкування. Моделювання ситуації потребує не тільки знання професійного матеріалу, але і входження в заданий образ, цілісного занурення в професійне середовище [3]. На початку роботи з втілення таких форм організації навчальної діяльності викладач бере на себе функцію «носія мови», авторитетного експерта.

У подальшій роботі *викладач залишається «за кадром»* і не втручається в процес, слідкуючи лише за мовними помилками та не виправляючи те, що не заважає спілкуванню. Це призводить до підвищення рівня мотивації, сприяє впевненому спілкуванню іноземною мовою, а також зняттю мовних бар'єрів. Цей факт скоріше за все свідчить про відкриття студентами нових цілей, цінності іншомовної комунікації.

На наступному етапі втілення стратегії моделювання ситуацій викладач виконує *роль організації ситуацій спілкування*, а саме роль консультанта-посередника. Це відбувається в малих групах, до спілкування розподіляються ролі, надаються за задумкою опори, алгоритми, підказки.

Коли студенти накопичують достатньо професійних знань з теми, що вивчається, викладач може переходити до наступної ролі — *ролі взаємодіючого співрозмовника*. Така позиція зводить до мінімуму функції управління та корекції. Тут задається лише загальне комунікативне завдання.

За результатами експериментів із застосуванням такої технології навчання в середньому у 50% студентів зафіксоване вміння діяти в конкретній ситуації спілкування. Також констатується той факт, що студенти оволоділи вмінням визначати основні цілі та завдання ситуацій і співвідносити її з реальним життям. У цей час відпрацьовується стратегія поведінки, уміння самостійно розробляти нескладні моделі ситуацій, корегуючи себе в процесі підготовки і в процесі розгортання ситуації [2].

Більшість міжкультурних контактів відбувається між партнерами, для яких притаманна однотипна приналежність, які локалізовані в рамках однакових

соціальних координат в рідній культурі кожного з комунікантів. Спільність предмета дозволяє партнерам зрозуміти один одного — це і є інтеркультура [11].

Включення технології моделювання окремих елементів поведінки та запровадження їх в індивідуальні поведінкові схеми в навчальному процесі на заняттях з іноземної мови, зокрема з німецької, значно підвищує ефективність підготовки студентів-економістів. Такий підхід до навчання іншомовному спілкуванню в професійній сфері дозволяє максимально залучити студентів до розвитку взаємодії, а також актуалізувати особистісні і професійні якості та знання.

Важливість мовної підготовки студентів-економістів на фоні активної інтеграції фахівців в міжнародну професійну діяльність має підґрунтя. Адекватність сприйняття інформації в діалозі іншомовних партнерів залежить від наявності або відсутності комунікативних мовних бар'єрів. Неналежний рівень мовної підготовки викликає значні труднощі рівноправного входження студентів-випускників економічних спеціальностей в іншомовне професійне середовище. Тому вже сьогодні студенти очікують, що оволодіння іноземною мовою, досягнення у сфері міжкультурної комунікації має зростати разом із зростанням їх професійних знань. Таким чином, необхідні нові підходи для оптимізації процесу навчання та подальшого використання іноземної мови, зокрема німецької, у професійній діяльності.

Література

1. Артемьева О.А., Макеева М.Н., Мильруд Р.П. Методология организации профессиональной подготовки специалиста на основе международной коммуникации. Тамбовский государственный технический университет [Електроний ресурс] <http://www.dissercat.com/content/diskursivnye-strategii-pedagogicheskogo-obshcheniya-v-soderzhanii-professionalnoi>

2. Крапивина М.Ю. Обучение студентов основам иноязычной коммуникации в профессиональной сфере с использованием технологии моделирования. Оренбургский государственный университет [Електроний ресурс] <http://www.dissercat.com/content/diskursivnye-strategii-pedagogicheskogo>

3. Холл, М. Игровые модели успешного бизнеса / М. Холл. — М.: Эксмо, 2004. — 336 с.

4. Крапивина, М.Ю. Обучение иноязычному профессионально ориентированному общению в современных условиях университетской лингвистической подготовки: монография / М.Ю. Крапивина — Оренбург: ОГУ, 2011. — 158 с.

5. Шпекторова Н.Ю., Ларькова Г.С. Профессиональная подготовка как составляющая иноязычной компетенции студентов экономических специальностей. Оренбургский государственный университет, [Електроний ресурс] <http://www.dissercat.com/content/diskursivnye-strategii-pedagogicheskogo-obshcheniya-v-soderzhanii-professionalnoi-podgotovki#ixzz4Xl8jFVmP>

6. Герасименко Е. И. Стратегии обучения иностранному языку в

професійної підготовці бакалавра економіки / Е. І. Герасименко // Образовательная среда сегодня: стратегии развития: материалы IV Междунар. науч.— практ. конф. (Чебоксары, 11 дек. 2015 г.) / редкол.: О. Н. Широков [и др.]. — Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2015. — №3 (4). — С. 178–180.

7. Андреев А.А. Интернет в системе непрерывного образования / А.А. Андреев // Высшее образование в России. — 2005. — №7. — С. 91–93.

8. Крапивина М.Ю. Обучение студентов университета иноязычному профессионально-ориентированному общению: Авт. дис. канд. пед. наук / М.Ю. Крапивина. — Оренбург, 2008. — 20 с.

9. Красильникова В.А. Информационные и коммуникационные технологии в образовании: учебное пособие / В.А. Красильникова. — М.: ООО «Дом педагогики», 2006. — 231 с.

10. Федорова Л.И. Игра: дидактическая, ролевая, деловая. Решение учебных и профессиональных проблем / Л.И. Федорова. — М.: Форум, 2009. — 176 с.

11. Hyde, M. Intercultural competence in English language education / M. Hyde // Modern English Teacher. Vol. 7. 1998. — No2. — P. 7–11.

Приходько Н.Г.

старший викладач кафедри німецької мови

факультету міжнародної економіки та менеджменту

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

МОТИВАЦІЙНА СКЛАДОВА НАВЧАННЯ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ

***Анотація.** У цій статті розглянута проблема мотивації навчання студентів іноземної мови. Визначається поняття мотивації, аналізуються види мотивів, надані рекомендації щодо формування та посилення мотивації студентів у процесі оволодіння іноземною мовою.*

***Ключові слова:** мотивація, мотиви, навчання іноземної мови, міжкультурна комунікація, інноваційні технології.*

***Abstract.** The article examines the problem of the students' motivation to learn a foreign language. The concept of motivation is determined, different kinds of reasons are analyzed. Also some recommendations in relation to the formation and the increasing of the students' motivation to the study a foreign language are proposed.*

***Key words:** motivation, reasons, studies of foreign language, intercultural communication, innovative technologies.*

В епоху глобалізації усіх сфер суспільного життя знання іноземної мови стало невід'ємним показником фахової компетентності сучасного спеціаліста. Зростання масштабів професійної мобільності, економічного та міжнародного співробітництва; стрімке збільшення обсягів і темпів обміну інформацією; розширення професійних контактів; можливості навчання та стажування за кордоном передбачають необхідність володіння навичками міжкультурної комунікації. Це значною мірою зумовлює структуру, цілі, зміст і характер навчального процесу, мотиваційні механізми, сприятливі педагогічні умови забезпечення професійної підготовки майбутнього фахівця, її рівень і якість. Загальновідомо, що запорукою успішності будь-якої діяльності є мотиваційна

складова, тому пошук шляхів мотивації студентів до вивчення іноземної мови висувається на рівень серйозної педагогічної проблеми.

Вітчизняні та зарубіжні вчені займаються дослідженням сутності та структури мотивації, процесу формування мотиваційних механізмів та їх посилення на різних етапах навчання. Цій темі присвячена значна кількість праць таких науковців, як С. Гончаренко, В. Кириленко, В. Семиченко, С. Рубінштейн, Л. Божович, І. Зимня, В. Асєєв, О. Леонтєв, М. Левочко, В. Клачко, П. Козик, І. Красногорова, М. Магомед-Емінов, R. Gardner, R. Steers, G. Schmitz, R. Schwarzer, F. Perels, D. Schunk, A. Bandura, G. Becker, E. Piehl, J. Neumann та інших.

Проте, незважаючи на велику кількість досліджень, ця проблема продовжує залишатися актуальною і вимагає подальшого вивчення.

Мета даної публікації — з'ясувати та систематизувати особливості формування навчальної мотивації, шляхи її посилення, розглянути її вплив на процес навчання іноземної мови.

Як відомо, мотивація (від лат. «movere») — спонукання до дії, динамічний процес фізіологічного та психологічного плану, який керує поведінкою людини, визначає його спрямованість, організованість, активність; здатність людини задовольняти свої потреби у дії. Вона базується на мотивах, тобто конкретних спонуканнях, стимулах, що змушують особу діяти.

Як мотиви, можуть виступати емоції й прагнення, інтереси, цілі, потреби, ідеали, ціннісні орієнтації тощо. Тому мотиви — це складні динамічні системи, у яких здійснюється вибір і прийняття рішень, аналіз та оцінка вибору. Мотиви є рушійною силою навчального процесу.

Але мотивація до навчання є достатньо непростим і неоднозначним процесом. Вона виконує кілька функцій: спонукає, направляє та організовує студента, надає навчальній діяльності особистісний зміст і важливого значення. Єдність цих функцій забезпечує регульовальну роль мотивації в поведінці тих, хто здобуває знання.

Мотиви, що стимулюють людину і спонукають її до активної діяльності, в даному випадку — до вивчення іноземної мови, — можуть бути різноманітними. Слід виділити два види мотивів: зовнішні та внутрішні. Мотиви діяльності, що не пов'язані з нею безпосередньо, але впливають на її успішність, називаються зовнішніми. Вони діляться на соціальні, що зумовлені ставленням студента до професійного й кар'єрного росту, та особистісні, що складаються з мотивів оцінки, прагнення успіху, самоствердження, підвищення ролі власних можливостей тощо. Внутрішні мотиви пов'язані зі змістом і процесом діяльності. Вони діляться на процесуальні (інтерес до процесу діяльності); результативні (інтерес до результату діяльності, у тому числі пізнавальний та комунікативний) і мотиви саморозвитку (заради розвитку своїх якостей і здібностей).

Дейл Карнегі стверджує: «...у світі є тільки один спосіб спонукати людей щось зробити — змусити людину захотіти це зробити». Для того, щоб студент дійсно долучився до роботи, потрібно, щоб завдання, які ставляться перед ним у ході навчальної діяльності, були не тільки зрозумілі, але й внутрішньо прийнятні,

тобто, щоб вони набули значущості для студента. Оскільки дійсне джерело мотивації людини знаходиться в ній самій, то необхідно її спонукати до того, щоб вона сама захотіла щось зробити й це зробила. Тому внутрішня мотивація є основним чинником процесу навчання. Її формування є необхідною умовою успішної діяльності в будь-якій сфері, зокрема у процесі вивчення іноземної мови.

Важливою умовою формування та розвитку внутрішньої мотивації сучасного студента є насамперед особистість викладача, характер його ставлення до роботи. Тобто, викладач сам має бути прикладом і викликати у студента потребу в навчанні. Співпраця та порозуміння між цими двома суб'єктами навчального процесу були і залишаються головною передумовою у формуванні мотивації до навчання. Завдання викладача полягає в урахуванні індивідуальних, особистісно значущих мотивів, а також у підтримці й розвитку мотивів, що визначають прагнення студента до здобуття знань та подальшого обміну ними з партнерами по спілкуванню.

Слід особливо наголосити на важливій ролі першого заняття, під час якого викладач має викликати у студентів пізнавальний інтерес до мови, зацікавити їх своєю власною захопленістю мовою. Доцільно надати яскраву і різноманітну інформацію як щодо мови, її виникнення, так і щодо історії, культури, економічного розвитку країн, де вона вживається; статистичні дані про її носіїв та про людей, що її вивчають, тощо.

Основним різновидом внутрішньої мотивації є комунікативна мотивація, тобто потреби формуються як комунікативні: спілкування іноземною мовою з її носіями, читання як художньої, так і спеціальної літератури, написання листів, коментарів, есе тощо). Але, незважаючи на те, що цей тип мотивації більш виражений, його найскладніше зберегти. Це можна пояснити тим, що в атмосфері рідної мови іноземна являє собою штучний засіб спілкування, тобто, переважно, комунікація має умовний характер, що наближає її до сценічної комунікації, звідси звернення до уяви, фантазії. Той, хто вивчає мову, має бажання спілкуватися на теми, які його захоплюють та цікавлять. Тому слід дуже уважно підходити до вибору лексичних тем, щоб спонукати студентів до їх опрацювання та вивчення. Нецікаві теми можуть викликати незадоволення та бути оцінені як марно втрачений час, а що найгірше, призвести до демотивації студентів.

Весь навчальний процес має бути побудований так, щоб під час кожного заняття студенти відчували радість від задоволення потреб, специфічних для предмета, що вони вивчають. Залучення мотиваційних механізмів, якими насамперед є інноваційні технології навчання, відіграє значну роль у досягненні цієї мети. Зупинимось на кількох з них, на нашу думку, найбільш дієвих для формування мотивації до навчання.

Передусім слід назвати кооперативне навчання (Kooperatives Lernen). Ця форма навчання передбачає роботу у міні-групі (команді), учасники якої об'єднані загальною навчальною метою. Виконуючи запропоновані викладачем завдання, студенти намагаються досягти результатів, вигідних для них самих і для решти членів своєї групи. Кооперативне навчання містить елементи конкурентності, сприяє формуванню та розвитку мотиву прагнення успіху,

перевершення власного рівня попередніх досягнень. Така форма навчання спонукає студентів до активної співпраці, відкриває для них нові можливості, дає змогу реалізувати природне бажання до спілкування, викликає задоволення результатами своєї діяльності та сприяє значно вищим досягненням у засвоєнні знань і формуванні комунікативних компетенцій.

Така модель може бути вдало застосована на різних етапах навчального процесу. Її можна успішно поєднувати з іншими інноваційними технологіями навчання, наприклад, *mind mapping*, що базується на асоціативних розумових процесах та передбачає розроблення *mind maps* (інтелект-карт). Вони мають вигляд схеми, що розміщується на аркуші паперу форматом від А-3 до А-4, у центрі якого можуть бути розташовані: ключове поняття, ідея, проблема чи питання, які потрібно дослідити або проаналізувати. Пов'язані з об'єктом аналізу поняття зазначаються на гілках, що відходять від центру. Результати такої роботи презентуються студентами під час практичного заняття. Інтелект-карти використовуються для створення, візуалізації, структуризації і класифікації ідей та являють собою засіб вирішення завдань, ухвалення рішень, аналізу подій, підсумку інформації тощо.

Доцільним є використання автентичних матеріалів, які вважаються найважливішим способом залучення студентів до пізнання іноземного суспільства, його культури, традицій, упереджень, способів мислення, менталітету, і таким чином посилюють пізнавальну мотивацію. Це можуть бути тематичні тексти, зокрема економічного змісту, краєзнавчі, художні, також діалоги (полілоги), вірші, листи, інтерв'ю, аудіозаписи, відеоролики. Ефективним є опрацювання (анотування, реферування) актуальних статей з періодичних друкованих та online-видань. Студентам може бути запропоноване таке творче завдання, як написання редактору газети або автору статті листа, який відображає їх думки щодо прочитаного на подану у статті тему. Ще одним із завдань може бути пропозиція намалювати карикатуру та зробити до неї коментар, у якому студенти висловлюють свої погляди на ту чи іншу тему, проблему, подію тощо.

Одним з дієвих мотиваційних механізмів є станційне навчання (*Lernen an Stationen*) — форма самостійної роботи в навчальний час, під час якої студенти можуть самостійно обирати завдання із запропонованого викладачем блока завдань, поступово виконуючи їх та переходячи від одного до іншого. Така діяльність має наступні переваги: можливість індивідуальної та роботи в міні-групах, урахування набутих компетенцій, диференційовані завдання для студентів з різним рівнем знань та підготовки, опрацювання завдань за своїм індивідуальним планом та у своєму темпі; наявність матеріалу, що дозволяє провести контроль і самоконтроль; розвиток почуття відповідальності. Постійна змінюваність навчальних форм вносить розрядку, страхує від втоми.

Навчання на «станціях» вважається перспективним, оскільки в рамках міжкультурної комунікації воно є концептуально новою організацією навчального процесу, головні принципи якої становлять високий рівень мотивації та орієнтація на активну практичну діяльність самих студентів, самостійність і співпраця в команді, розробка стратегії вирішення поставленого завдання.

Проведення ігор як рольових, так і ділових, сприяє створенню доброзичливого психологічного клімату, створює атмосферу іноземного спілкування, мотивує активність та творчість студентів для оптимальної реалізації ними набутих знань, навичок, досвіду та вмінь; розвиває комунікативні та фахові компетенції. Активізуючи навчальний процес, така форма навчання мотивує студентів до прийняття рішень, що узгоджуються з інтересами їхніх ролей. Гравці мають можливість поєднати у певній змодельованій ситуації свої знання з іноземної мови та володіння фаховим матеріалом.

Ще одна з інноваційних технологій, що спонукає студентів до активної та творчої співпраці, — проектна робота, яку можна назвати навчанням через дію. В основі кожного проекту лежить проблема, ціль виконання проекту — пошук шляхів вирішення цієї проблеми. Проектні роботи ідеальні для міні-груп, у яких завдання виконується студентами з різним рівнем знань і які вчать один в одного спілкуватися іноземною мовою.

Дискусія, дебати, диспут, круглий стіл мають також мотивувальну спрямованість. Викладачу доцільно заздалегідь дізнатися про захопиви та цікаві для студентів теми й обрати одну з них для наступного обговорення або дискусії. Завдяки такій формі навчання активізується увага й мислення студентів, надається можливість проявити креативний підхід, підвищується пізнавальний інтерес. При цьому формуються комунікативні компетенції (слухати партнера, виявляти особливості в конфліктному, проблемному, діловому спілкуванні, переконувати, аргументувати, відстоювати свої позиції, вільно висловлювати власну думку тощо).

Використання пісенних матеріалів для аудіювання з метою розвитку аудитивних навичок, мовлення, словарного запасу, вимови студентів, сприяє посиленню мотивації студентів, оскільки музика є одним з найбільш ефективних способів впливу на відчуття й емоції, є потужним психологічним мотивом, який досягає прихованих глибин свідомості.

Проведені наприкінці заняття рефлексія та feedback мають мотивувальний характер. Кожен студент має змогу оцінити свій власний внесок та активність під час заняття, висловити свою думку щодо участі в ньому інших студентів та поділитися враженнями від заняття загалом. Викладач у свою чергу підбиває підсумки роботи на занятті, називає найактивніших студентів, тих з них, хто продемонстрував найкращі результати, при необхідності надає рекомендації щодо повторення певних граматичних або лексичних матеріалів.

Отже, перед викладачем стоїть важливе завдання — проектування ситуації успіху на кожному із занять, під час яких студент реалізує свої можливості для самовираження та самовдосконалення, поступового просування до поставленої цілі та усвідомлює значущість результатів своєї діяльності. Значною мірою цьому сприяє атмосфера конкурентності зі встановленням досяжних цілей для формування й підтримання оптимальної мотивації студентів до навчального процесу.

Literatur

1. Biel, K.: Motivation und Fremdsprachenunterricht. Theorie, Forschung und Praxis. Saarbrücken: VDM Verlag Dr. Müller, 2007.
2. Zeitschrift für Interkulturellen Fremdsprachenunterricht [Online], 1(1), 37 pp. Available: http://www.spz.tudarmstadt.de/projekt_ejournal/jg_01_1/beitrag/rost11.htm
3. Deardorff D. (o.J.): Interkulturelle Kompetenz — Schlüsselkompetenz des 21. Jahrhunderts. http://www.bertelsmannstiftung.de/bst/de/media/xcms_bst_dms_17145_17146_2.pdf
4. Макаев Х.Ф. Мотивация как условие формирования языковой компетенции специалиста // Казанская наука. — 2012. — №12. — Казань: Изд-во Казанский Издательский Дом, 2012.
5. Biel, K.: Motivation und Fremdsprachenunterricht. Theorie, Forschung und Praxis. Saarbrücken: VDM Verlag Dr. Müller, 2007.
6. Biermann C. u. a. (Hrsg.): Individuell Lernen — Kooperativ Arbeiten. (=Friedrich Jahresheft. 26). 2008. ISSN 0176-2966.
7. Srailova S.: Stationenlernen im DaF-Unterricht, Diplomarbeit, Masaryk. — Brunn: Universität, Pädagogische Fakultät, Lehrstuhl für deutsche Sprache und Literatur, 2008.

Mag. Rys W.

Leiter des Referats Deutsch

am Sprachinstitut des Bundesheeres an der Landesverteidigungsakademie, Wien

Nastenka S., DaF-Dozentin

an der Jewhenij Beresnjak Militärdiplomatischen Akademie, Kyiw [6]

E-LEARNING ALS HERAUSFORDERUNG FÜR DEN MODERNEN SPRACHUNTERRICHT: ERFAHRUNGEN AUS ÖSTERREICH

Zusammenfassung. Der Artikel beschäftigt sich mit Einsatzmöglichkeiten digitaler Medien im Sprachunterricht anhand von praktischen Erfahrungen aus Österreich. Lernplattformen, Virtuelle Klassenzimmer sowie Applikationen — Apps — für Smartphone und Tablet sind bereits heute für Studierende an Universitäten und Fachhochschulen sowie in der Sekundarstufe 2 weit verbreitet, die österreichischen Ambitionen gehen dahin, dass sie bereits in wenigen Jahren auch den Alltag in der Volksschule (Grundschule) prägen.

Schlüsselwörter: mobiles Lernen, digitale Medien, elektronische Lernplattformen, Lernmanagementsysteme, virtuelles Klassenzimmer, Apps, Sprachenunterricht

Abstract. The article overviews possible ways to implement digital media in language teaching referring to experiences made in Austria. Learning Management Systems, Virtual Classrooms and Apps for mobile devices are nowadays familiar for students of universities and other organizations for higher education. Austria's ambitions go toward implementing these measures of e-learning right from the start of every individual learning career in Austrian ground schools.

Key words: mobile (distance) learning, distance education, distributed learning, digital media, learning management system

6 Die im Artikel angestellten Überlegungen stellen die persönlichen Meinungen der Verfasserin und des Verfassers dar und sind nicht als offizielle Aussagen der Institutionen, für welche sie tätig sind, zu verstehen.

«Das Internet ist für uns alle Neuland, und es ermöglicht auch Feinden und Gegnern unserer demokratischen Grundordnung natürlich, mit völlig neuen Möglichkeiten und völlig neuen Herangehensweisen unsere Art zu leben in Gefahr zu bringen.» [7]

Sprachenlernen mit mobilen Medien als «Neuland»?

Das Eingangszitat soll nicht die Deutsche Bundeskanzlerin als «altmodisch» erscheinen lassen, sondern vielmehr als ein ungekünsteltes Bekenntnis eines Menschen mit einem der höchstmöglichen Ausbildungsabschlüsse (Doktorat) in einem «zukunftsrelevanten», naturwissenschaftlichen Fach (Physik) und in einer der höchsten erreichbaren Positionen der westlichen Welt (erste Regierungschefin eines der wirtschaftlich und wissenschaftlich führenden Staaten). Die Häme, welche manche Kommentatoren 2013 anlässlich dieser Aussage zeigten, sagt nichts über deren eigene digitale Kompetenzen aus, stellt aber vielmehr in oberlehrerhafter Form die allgemeine Verbreitung dieser Kompetenzen in der Gesellschaft als scheinbare Tatsache dar [8] — eine Annahme, die nicht unbedingt der Realität entsprechen muss.

Gerade für uns Sprachlehrkräfte gilt: Nicht alle arbeiten gerne mit digitalen Medien. Als Schreibmaschine ist der Personal Computer (PC) mittlerweile selbstverständlich geworden. Faktoren wie Qualität des Schriftbildes, einfache Erstellung von Lückentexten und rasche Übermittlung der Dokumente auch über große Distanzen sowie die anschließende erleichterte Möglichkeit der Überarbeitung — auch weniger computeraffine Lehrkräfte entschlossen sich, diese Chancen zu nutzen. Doch am Ende steht meist noch der Drucker — Lernen ohne Papier, «das geht gar nicht», eine Unsitte also. Doch auch hier lohnt sich ein Blick in das «Neuland»:

Im vergangenen Jahrzehnt etablierten sich zahlreiche Schlagworte im Zusammenhang mit Lehren und Lernen, auch im Bereich des Sprachenunterrichts: *Computerunterstütztes Lernen*, *Blended Learning*, *E-Learning* oder *Mobiles Lernen*. Regelmäßig wurden Revolutionen angekündigt, welche ein neues, nie gekanntes Lernerlebnis versprochen. Mal war vom Lehrer als Moderator die Rede, mal wurden die Lernenden als völlig autonome Gestalter ihrer selbst dargestellt, die aus der scheinbar unerschöpflichen Fülle an Information, welche das Internet heute verfügbar macht, ihr eigenes Curriculum gestalten. In jedem Fall schien traditioneller Unterricht *passé* zu sein; das Medium wurde (um Marshall McLuhan zu strapazieren [9]) zur Botschaft. Tatsächlich ist es heute möglich, Vorlesungen renommierter Universitätsprofessoren zu jeder Zeit und an jedem Ort der Welt mit Hilfe sogenannter MOOCs (Massive Open

7 Angela Merkel auf einer Pressekonferenz mit US-Präsident Barack Obama am 19. Juni 2013;

https://de.wikiquote.org/wiki/Angela_Merkel, abgefragt am 27.05.2017

8 Als Beispiel ein besonders tendenziöser Zeitungsartikel: <http://www.tagesspiegel.de/politik/die-kanzlerin-und-das-internet-merkels-neuland-wird-zur-lachnummer-im-netz/8375974.html>

9 https://de.wikipedia.org/wiki/Marshall_McLuhan#The_Medium_is_the_Message:_An_Inventory_of_Effects_.281967.29, abgefragt am 23.03.2017

Online Courses) zu verfolgen, auch Universitäten wie z. B. Harvard [10] stellen ihre Inhalte zur öffentlich zur Verfügung [11]:

«Ein Open Online Course ist ein rein webbasierter Kurs ohne Teilnehmerbeschränkung, der sich über mehrere Wochen oder Monate ziehen kann. Nimmt eine große Zahl an Personen teil, wird dieser auch als Massive Open Online Course (MOOC) bezeichnet. Veranstaltungen, Kommunikation und Interaktion finden unter Einsatz verschiedener Werkzeuge im Internet statt. Die Veranstalter geben regelmäßig thematischen Input und moderieren die sich anschließende Diskussion».

Trotzdem scheint die angekündigte Revolution nicht mit dem erwarteten Tempo um sich zu greifen; die Masse der Nutzer verbringt die Zeit in Sozialen Medien, mit Online-Spielen oder mit dem Streamen von Filmen und Fernsehserien. Ähnlich der Befund bei mobilen Endgeräten (Smartphones und Tablets): Einer Unmenge an Bildungsinhalten, die besonders *Apple* im «App Store» und auf «iTunes U» bereithält, steht eine ebenso ansehnliche Menge an Lerninhalten oder Applikationen im «Play Store» von *Google* (für *Android*) gegenüber. Doch die Zahl der sogenannten «Digital Learners» — welche sich, glaubt man gewissen Experten, geleitet von der eigenen Neugierde und rein intrinsisch motiviert, eigenständig auf das Niveau von Doktoranden bilden [12] — scheint nur verhältnismäßig klein zu sein, sofern man Bildungsstandards der breiten Masse abfragt (wie z. B. in PISA-Tests).

In Österreich wurde 2016 angesichts dieser Tatsachen durch Bundeskanzler Christian Kern im Grundsatzpapier über die Zukunft Österreichs, «Plan A», der Anspruch gestellt, das Land vom derzeitigen Platz 20 «in den entsprechenden Rankings unter die Top-10 der Welt zu bringen» [13]. Zu diesem Zweck dienen folgende Maßnahmen: Ausbau der Netz-Infrastruktur durch entsprechende Förderungen; Vorreiterrolle beim Ausbau der 5. Generation des mobilen Internet (wobei ein verstärktes Zusammenwirken von WLAN und Infrastruktur des mobilen Internet ein zentrales Anliegen ist) und verstärkter Ausbau von E-Government und E-Health sowie das Bereitstellen öffentlich relevanter Daten (Open Data). Darüber hinaus wird als zentrales Anliegen die Digitalisierung des Bildungswesens proklamiert. Dazu soll einerseits das Studium der «MINT»-Fächer (Mathematik, Informatik, Naturwissenschaftliche und Technische Studienfächer) attraktiviert werden, andererseits sollen digitale Kompetenzen auch verstärkt in die Ausbildung angehender Pädagoginnen und Pädagogen — unabhängig vom Unterrichtsfach — eingebracht werden. Dabei vergleicht der Bundeskanzler das Vorgehen der Regierung Kreisky in den 1970er-Jahren — als Schulbücher gratis zur Verfügung gestellt wurden und nicht mehr gekauft werden mussten — mit seinem eigenen Anspruch, digitale Endgeräte in die Schulen zu bringen. So wie die damaligen Maßnahmen vielen Kindern aus bildungsfernen Schichten eine solide Ausbildung ermöglichten, sollen die zeitgemäßen Medien Ähnliches bewirken («digitale Chancengleichheit» [14]). Dazu sollen die

10 <https://www.mooc-list.com/university-entity/harvard-university>, abgefragt am 23 03 2017

11 <https://www.e-teaching.org/lehrszenarien/opencourse>, abgefragt am 23 03 2017

12 The Voice of the Active Learner – Education From a Digital Native's Perspective, <https://www.youtube.com/watch?v=CZ5Vy9BgSeY>, abgefragt am 23 03 2017

13 Plan A, S 46, <https://download.headroom.at/meinplana/planA.pdf> abgefragt am 23 03 2017

14 Plan A, S 66, <https://download.headroom.at/meinplana/planA.pdf> abgefragt am 23 03 2017

digitalen Kompetenzen bereits im Volksschulbereich gestärkt werden («Mobile-Learning-Projekt»). Ab der 5. Schulstufe soll jedes Kind ein Tablet erhalten, ab der 9. Schulstufe einen Laptop. Zugleich sind die Schulen mit leistungsfähigem WLAN auszustatten (insgesamt 4.686 Schulen bzw. mehr als 46.000 Klassen [15]). Neben der bereits erwähnten Hinführung der Lehrkräfte zum kompetenten Einsatz der digitalen Medien werden auch interaktive Lehrinhalte gestaltet, welche traditionell Schulbücher zunehmend ersetzen sollen und im Zusammenwirken mit E-Learning-Plattformen bzw. Lernmanagementsystemen zur Wirkung kommen sollen. Was das bedeuten kann, sei anhand einiger persönlicher Erfahrungen in diesem Bereich illustriert.

Persönliche Erfahrungen mit mobilem Lehren und Lernen

Dieser Abschnitt beruht, wie bereits erwähnt, auf persönlichen Erfahrungen (vor allem des österreichischen Co-Autors) als Lehrender (vor allem im muttersprachlichen Deutschunterricht) und Lernender (im Rahmen akademischer, nebenberuflicher Weiterbildungsmaßnahmen). Es soll damit keine Werbung für Produkte oder Firmen gemacht werden, auch die oft unterschiedliche Terminologie der einzelnen Anbieter wurde vereinfacht, um einen möglichst breit gefächerten Einblick in die Thematik zu geben.

Lern-Management-Systeme (LMS)

Ein LMS dient der Organisation des Lernens und auch der Sicherung bzw. Dokumentation der Ergebnisse. Bekannte Beispiele sind etwa MOODLE [16] und ILIAS [17], welche auch persönlich verwendet wurden.

Üblicherweise besteht ein LMS aus folgenden Komponenten:

Persönlicher Schreibtisch: Hier befinden sich etwa ein Terminplaner und eine Übersicht der persönlichen Kurse (als Lernender / Moderator / Autor / Tutor / Administrator). Je nach Kurs kann man verschiedene Rollen wahrnehmen, also etwa einen Kurs leiten und einem anderen Kurs als Studierender folgen. Weiters findet man Schnellzugriffe auf die anderen Funktionen, also *Chat / Forum*: Während eine

Chatfunktion vor allem (aber nicht nur) zur persönlichen Kommunikation zwischen zwei oder mehreren Nutzenden dient, ist das Forum ein «virtuelles Schwarzes Brett» und dient der Bekanntgabe von Neuigkeiten bzw. zur Diskussion von Fragen innerhalb der *community* des Kurses. Da nicht alle Lernenden regelmäßig das Forum nutzen, besteht eine weitere wichtige Kommunikationsform in Gestalt der *Mailfunktion*: Es handelt sich um ein klassisches E-Mail-Programm mit dem Vorteil, dass alle Kursangehörigen eine klar zugewiesene Adresse haben und rasch erreichbar sind, etwa für den Fall, dass eine virtuelle Unterrichtseinheit verschoben oder abgesagt werden muss. Auch Ausarbeitungen können so versendet werden, allerdings ist diese Methode unübersichtlich, vor allem bei größeren Gruppen. Deshalb gibt es «*Gruppenordner*» [18]: Hier werden z. B. Aufgaben zur Verfügung gestellt, die zu bearbeiten sind; die

15 Plan A, S 67, <https://download.headroom.at/meinplana/planA.pdf> abgefragt am 23 03 2017

16 ursprünglich Akronym für: *Modular Object-Oriented Dynamic Learning Environment*, <https://de.wikipedia.org/wiki/Moodle> abgefragt am 23 03 2017

17 *Integriertes Lern-, Informations- und Arbeitskooperations-System*, [https://de.wikipedia.org/wiki/ILIAS_\(Software\)](https://de.wikipedia.org/wiki/ILIAS_(Software)), abgefragt am 23 03 2017

18 Dieser Begriff ist als Sammelbezeichnung für die verschiedenen Funktionen von Up- und Download sowie Dokumentation und Lernunterlagen etc. zu verstehen und soll diese Funktionalitäten „plattformneutral“ zusammenfassen. [WR]

Ausarbeitungen müssen bis zu einem bestimmten Termin hochgeladen werden, um zu beweisen, dass die einzelnen Lernziele nicht nur erreicht, sondern sogar bis zur Anwendungsstufe gefestigt wurden. Mit einer Dokumentationsfunktion können der individuelle Lernfortschritt, die Vollständigkeit der Abgaben und das Einhalten sonstiger Termine übersichtlich administriert werden.

Tests: Hier werden in einem meist schmalen Zeitfenster Aufgaben bereitgestellt, oft *Multiple-Choice*, gerne aber auch in schriftlicher Form; es ist dann etwa eine Power-Point-Präsentation oder eine Excel-Tabelle zu erstellen bzw. ergänzen und hochzuladen, selbstverständlich können auch Word-Dokumente erstellt oder ergänzt werden.

Weitere Funktionen wie Testgeneratoren und Ähnliches müssen hier unerwähnt bleiben, die Auswahl stellt das Minimum der Anforderungen an ein LMS im Jahr 2017 dar, also quasi den *state of the art*.

Der Betreiber eines LMS kann zwei grundsätzlichen Philosophien folgen: Einerseits kann es als bloße Materialsammlung betrachtet werden; die Inhalte bzw. «Kurse» oder «Lehrgänge» (meist als SCORM-Module [19] vorliegend, was eine hohe Austauschbarkeit zwischen verschiedenen LMS ermöglicht) werden dann eigenverantwortlich abgearbeitet und der Abschluss durch eine kursimmanente Lernzielkontrolle nachgewiesen werden. Wenn es um standardisierte Inhalte wie den Nachweis regelmäßiger Belehrungen über z. B. institutionskonformes Verhalten, Diversity, Computersicherheit, Urheberrecht oder Ähnliches geht, mag dies berechtigt und kostensparend sein.

Sobald jedoch ein neuer Stoff nachhaltig erlernt werden soll, vielleicht gar ein *Webinar* (also ein virtuelles Seminar) absolviert werden soll, welches als Baustein eines Studiums oder sonstigen akademischen Ausbildungsganges anerkannt werden soll, so ist zumindest eine regelmäßige Betreuung, das Verfassen schriftlicher Arbeiten und deren Besprechung sowie eine entsprechende Beurteilung erforderlich und geboten. Zu diesem Zweck dient eine zusätzliche Software, die nicht im LMS integriert ist und in der Regel auch einen eigenen Server benötigt: ein *Virtueller Klassenraum* oder *Konferenzraum*, kurz VC.

VC (Virtual Classroom / Conference)

In diesem Marktsegment gibt es einige Anbieter wie *OpenMeetings*, *GoToMeeting*, *Lotus Connect* oder *Adobe Connect*. Jedes System hat Vor- und Nachteile bezüglich Kosten, Bandbreite oder Anpassung des konkreten Erscheinungsbildes des VC. Wesentliche Bestandteile (in manchen der genannten Produkte *Pods* genannt) sind:

Präsentationsfläche: Virtuelles Whiteboard oder vorbereitete Pods mit Präsentationen oder Fotos / Videos. Hier ist anzumerken, dass die Funktion der «Gemeinsamen Bildschirmnutzung» oft ein mühsames Hochladen von Inhalten (Dokumente, Tabellen, Präsentationen oder Videos) erspart; bei dieser Darstellungsform geht allerdings das Alleinstellungsmerkmal des VC verloren, nämlich die zusätzlichen (Standard-)Pods wie

Teilnehmerliste: Hier ist es möglich, bis zu einer bestimmten Webinargröße den Überblick zu behalten. Dabei kommt es natürlich auf die Eigenart der Lehrveranstaltung

an. Eine Massenvorlesung mit theoretisch 10.000en Zuhörerinnen und Zuhörern kann notgedrungen nicht sehr interaktiv sein. (Persönliche Anmerkung [WR]: Ich hatte die Gelegenheit, eine Lehrveranstaltung zum Thema Projektmanagement mit mehr als 40 Personen absolvieren, der Vortragende hat die Aufgabe souverän gemeistert und es gab auch Präsenzphasen, dennoch: Viele der heutigen Lehrkräfte würden dies — auch mit Training — nur sehr schwer bewerkstelligen können.) Idealerweise sollte ein Webinar für vielleicht 15, maximal 20 Studierende vorgesehen sein. In jedem Fall ist es empfehlenswert, zusätzlich zum / zur Vortragenden auch eine Person zur technischen Betreuung vorzusehen (Tutorin / Assistent/in), welche in der Studierenden-Rolle kontrolliert, ob Video- und Tonübertragung funktionieren oder auch bloß, ob der Bildschirm den gewünschten Inhalt zeigt oder nicht. Auch die Beobachtung des Unterrichtsgeschehens (Meldet sich jemand erfolglos zu Wort oder ist jemand komplett aus dem System gefallen?) ist leichter, wenn der / die Vortragende davon entlastet ist. Auch der

Chat ist hier sehr hilfreich. So können etwa kurze Antworten auf Fragen eingefordert werden, auch Meinungen oder Vermutungen können mittels «Ja-Nein-Fragen» eingeholt werden; methodisch-didaktisch eine notwendige Vorgehensweise, da die «Berieselung» am Monitor dazu verführt, sich unbeobachtet zu fühlen und anderen Beschäftigungen nachzugehen. Wenn unregelmäßig und unvermutet Präsenz gefordert ist, kann auch eine nachlassende Aufmerksamkeit freundlich unterstützt werden.

Das skizzierte Zusammenspiel von LMS und VC ist derzeit noch auf die Arbeit mit Laptops und PCs beschränkt; vor allem die gängigen VCs sind auf *apple-* oder *androidbasierten* mobilen Endgeräten nur eingeschränkt oder gar nicht einsatzfähig. Tatsächliches mobiles Lernen auf Tablets oder Smartphones ist daher vorläufig nur mit Hilfe eigener Applikationen (Apps) sinnvoll.

Sprachen-Apps

Hier ist das Angebot schier unüberschaubar, egal, ob wir uns in der *Apple-* oder der *Android-Welt* bewegen. Viele Anbieter, vor allem jene mit großen Firmen im Hintergrund, versuchen hier — vor allem bei Sprachenlernapps — mit sogenannten *In-App-Käufen* Geld zu verdienen. Oft wird also die Basisversion — etwa das Rahmenprogramm und die erste Lektion bzw. das erste Modul — gratis angeboten. Hat dann die Userin / der User Gefallen an der Anwendung gefunden, sind weitere Module kostenpflichtig — oft kommen hier ziemliche Summen zusammen, während «fertige» Lösungen auf den ersten Blick oft teurer scheinen, aber insgesamt wesentlich billiger sind als solche Käufe nach der «Salamitaktik» (Stück für Stück, bis die ganze Wurst gekauft ist...).

Was die Inhalte betrifft, reicht das Angebot vom — kostenfreien — simplen Vokabeltrainer bis zum komplexen Lernprogramm inklusive «Sprachlabor»-Funktion, was bedeutet, dass man zumindest die eigene Stimme aufnehmen kann und mit dem Original vergleichen; aufwändigere Programme beurteilen sogar automatisch die Korrektheit der Aussprache, z. B. mit animiertem Applaus und einem grünen Häkchen (bzw. einem roten Kreuzchen, falls nicht entsprechend).

Die skizzierten Anwendungsmöglichkeiten von LMS, VC und Sprachen-Apps sind natürlich eng mit den finanziellen und infrastrukturellen Möglichkeiten der jeweiligen

Institution verbunden. Der ambitionierte Ansatz des Österreichischen Bundeskanzlers scheint einen solchen Rahmen zu ermöglichen. Interaktive Lehrbücher, angereichert mit Video- und Audiodateien, verbunden mit einem LMS, welches auch den Unterrichtsfortschritt laufend dokumentiert — ein spannender Ansatz. Die hohe Kunst wird es sein, diese Möglichkeiten einzusetzen, ohne «gläserne Schüler» zu generieren, welche sich ständig überwacht fühlen; gelingt dies, so wird die Akzeptanz dieser Vision auch steigen [20]:

«**Kurzer Ausflug ins Jahr 2020** Lina, 12, packt heute nicht ihre Schultasche. Sie schnappt sich ihr Tablet, auf dem alle Schulbücher und relevanten Inhalte gespeichert sind, und startet in den Schultag. Das Geschleppe gehört glücklicherweise der Vergangenheit an. Anstatt Frontalunterricht geht es viel stärker darum, Kompetenz im Recherchieren, selbstständigen Bewerten und Aneignen von Information und Wissen zu erlangen. Lina ist außerdem angehalten, im Team zusammenzuarbeiten und erhält statt einer fixen «Fülle» an Wissen das Rüstzeug und den Rahmen dafür, mit der exponentiell anwachsenden Menge an Information und Daten kompetent umzugehen und sie für sich zu nutzen. Eine internationale Kooperation ihrer Schule wird ebenso dazu genutzt, ihren Horizont zu erweitern und sie auf die digitale Arbeitswelt vorzubereiten. Klingt also auch nicht schlecht, was aus der Zukunft kommt».

Doch zurück in die Gegenwart: Zahlreiche Universitäten, Fachhochschulen und Akademien in vielen Ländern der Erde wenden bereits heute mehrere dieser digitalen Unterrichtsformen an — bis hin zu Apps, die zur Orientierung in einzelnen Gebäuden der jeweiligen Universität dienen. Wenn Lehrkräfte nun versuchen wollen, auch ohne entsprechende Rahmenbedingungen Teile dieser Möglichkeiten auszuprobieren, so empfiehlt es sich in der Anfangsphase, die Bedürfnisse und Interessen der Klasse / des Kurses bzw. der einzelnen Studierenden zu sondieren. Falls ein echtes Interesse besteht, so gilt die Philosophie: «Bring your own device!» — es ist also mit den privaten Geräten der Interessierten das Auslangen zu finden. Der begleitende Einsatz von — möglichst kostenfreien — Sprachenapps wie Vokabeltrainern oder Grammatikapps scheint hier als sinnvoller Einstieg. Schulklassen oder Lerngruppen erstellen meist selbstständig Gruppen in *Messengerdiensten* wie *WhatsApp* oder *Viber*, auch Gruppengespräche über *Skype* werden gerne genutzt. Oft bringt also schon die Beschäftigung mit bereits auf der Lernenden-Seite vorhandenen, außerunterrichtlichen Kommunikationsformen wesentliche Anregungen: Lehrkräfte in Österreich informieren oft auf dem kurzen Weg ganze Schulklassen über Wissenswertes wie ausgefallene Stunden oder geben kurze Erklärungen zu einer Hausübung.

Die digitale Technik ist per se weder gut noch böse, sie ist eben da. Man muss nicht so weit gehen wie Papst Franziskus, der das Internet als «Geschenk Gottes»²¹ bezeichnete (ein *Danaergeschenk*, muss man — angesichts mancher negativer Entwicklung — wohl hinzufügen). Die Zukunft findet statt, mit oder ohne unser Zutun.

Also zurück zur Eingangsfrage: Neuland? — Ja, durchaus. Aber die Instrumente zur Navigation sind, wie hoffentlich herausgearbeitet werden konnte, in großer Zahl

vorhanden. Warum also sollen wir nicht versuchen, die anstehenden Herausforderungen zu verstehen — und vielleicht sogar ein wenig mitzugestalten?

Weiterführende Internetquellen

1. Plan A, <https://download.headroom.at/meinplana/planA.pdf> abgefragt am 23-03-2017.
2. Digitales Klassenzimmer: Experte gegen Einsatz als Selbstzweck, Wiener Zeitung vom 08.11.2013.
3. http://www.wienerzeitung.at/themen_channel/bildung/schule/585951_Digitales-Klassenzimmer-Experte-gegen-Einsatz-als-Selbstzweck.html (abgefragt am 220317).
4. <https://www.ocg.at/sites/ocg.at/files/medien/pdfs/OCG-Journal1602.pdf>
5. https://eeducation.at/fileadmin/user_upload/eeducation/downloads/2016-06-13_eEducation_Kurzvorstellung.pdf
6. https://eeducation.at/fileadmin/user_upload/eeducation/downloads/2016-08-12_eEducation_Broschuere.pdf
7. https://eeducation.at/fileadmin/user_upload/eeducation/downloads/2016-08-08_eEducation_Badges.pdf
8. https://eeducation.at/fileadmin/user_upload/eeducation/downloads/2016-06-13_eEducation_Konzeption.pdf
9. https://eeducation.at/fileadmin/user_upload/Infoblatt_expert.schule.pdf
10. <https://eeducation.at/index.php?id=320&L=0>
11. http://aufgabenammlung4.digikomp.at/pluginfile.php/1410/mod_resource/content/1/Aufgabenstellung%20QR-Code%20bittet%20zum%20Fest.pdf
12. https://eeducation.at/fileadmin/etapas_upload/eTAPAs_02_Monologisches-SprechenSpanisch01_1_1427135727.pdf
13. <http://www.qualifizierung.com/cms/images/PDF-Dokumente/e-learning-didaktische%20und%20technische%20grundlagen.pdf>
14. Plattform Digitales Österreich <https://www.digitalroadmap.gv.at/>.

Сапожникова О.М.

старший викладач кафедри німецької мови

факультету міжнародної економіки і менеджменту

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

ТЕХНОЛОГІЯ ВІТАГЕННОГО НАВЧАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ МОВНОЇ ПІДГОТОВКИ СТУДЕНТІВ

Анотація. У статті представлено аналіз можливостей використання вітагенних технологій під час іншомовної професійної підготовки. У статті розглядається проблема застосування вітагенного навчання з голографічним підходом як реального шляху до істинної співпраці викладачів та студентів, злиття освіти й самоосвіти, що уможливорює актуалізацію життєвого досвіду особистості, її інтелектуально-психологічного потенціалу в освітніх цілях. Детально розкривається сутність понять «вітагенне навчання», «технології голографічного методу».

Ключові слова: вітагенне навчання, технології голографічного методу, іншомовне навчання.

Abstract. *The analysis of the possibilities of using the vitagen educating with holographic approach as innovative technology in the foreign language training is presented in the article. The problem of application of the vitagen educating with holographic approach is examined as the real way to the veritable collaboration of teachers and students, confluence of education and self-education, that does possible actualization of vital experience of personality, its intellectually-psychological potential in educational aims. The essence of the concepts of «vitagen educating», «technologies of holographic method» is detailed.*

Key words: vitagen educating, holographic method, foreign language training.

Постановка проблеми. Сучасний гуманістично-орієнтований підхід до розуміння взаємодії учасників процесу мовної підготовки розкриває необхідність підвищення рівня активності студентів під час вивчення іноземної мови та відповідальності викладачів за власну професійну діяльність, спрямовану на формування творчої особистості студента, його мовної та мовленнєвої компетенцій.

У контексті сучасної парадигми мовної підготовки студентів навчання розглядається не як одноплановий процес передавання та засвоєння знань, умінь і навичок з граматики або лексики, а як процес рівноправної взаємодії між викладачем і студентами, в основі якої полягає обмін життєвим досвідом.

Життєвий досвід виступає при цьому не як допоміжний засіб, а як магістральний канал співробітництва під час навчання.

Проблемі застосування вітагенних технологій навчання в науковій літературі присвячені праці А. Белкіна, П. Корнєєва, Ю. Сенько, А. Лігоцького та багатьох інших. Проте питання використання прийомів актуалізації вітагенного досвіду студентів та створення умов для успішного впровадження технології вітагенного навчання на заняттях з іноземної мови потребує додаткового дослідження.

Актуальність дослідження зумовлена також постійним розвитком інноваційних процесів на всіх етапах навчання, зокрема: інтенсивним розвитком інформаційних технологій та оновленням змісту концепції сучасної мовної підготовки.

Основний матеріал. Використання інноваційних технологій дозволяє перетворити процес навчання в цікаву дослідницьку діяльність, під час якої розкривається і формується творча особистість [3, с. 8].

Технологія вітагенного навчання — сукупність прийомів, що забезпечують реалізацію освітніх завдань, в основі якої прагнення залучити студентів до спільної діяльності на основі співробітництва і з опорою на їхній вітагенний досвід.

Життєвий досвід — це та вітагенна інформація, яка стала надбанням особистості й відкладена в резервах довготривалої пам'яті у стані постійної готовності до актуалізації. Це сплав думок, почуттів, вчинків, прожитих людиною, що представляє для нього самодостатню цінність [1].

Вітагенна інформація переходить у життєвий досвід поступово, проходячи певні стадії трансформації: початкову стадію недиференційованого сприйняття

вітагенної інформації, оцінювальну-фільтрувальну та настановчу.

Освітній процес, спілкування, різні види діяльності належать до джерел вітагенного (життєвого) досвіду так само, як соціально-економічне й суспільно-політичне середовище, вітагенна інформація (досвід життя) тощо.

Важливою умовою перетворення вітагенної інформації в педагогічний інструмент мовної підготовки є виховання у студентів ціннісного ставлення до знання.

Навчальний матеріал стає цінністю, якщо сприймається як особистісно значущий, як такий, що складає життєвий досвід: пам'ять думок, почуттів, дій [2].

Ступінь розходження життєвого досвіду студентів і завдань комунікативної ситуації відображається у вигляді: розбіжності («У цілому вірю, але...»), протиріччя («Маю сумніви...»), неприйняття («Не вірю!»), заперечення («Не вірю, вважаю помилковою ідею»), взаємовиключення («Заперечуючи це, я пропоную своє»).

Метою викладача є розкрити розходження, перекласти нові для студента знання на мову його власного досвіду.

Розглядаючи незнання як науково-педагогічну категорію, викладач іноземної мови повинен сформулювати у студентів ціннісне ставлення до незнання, висвітлити його як: спосіб усвідомити межі розуміння комунікативного контексту, фактор стимулювання пізнавальної активності, джерело самооцінки особистості, фактор психологічного захисту та самореалізації особистості.

Голографічний підхід як інструмент організації вітагенного навчання — процес багатомірного та об'ємного розкриття змісту знання, станів, що поєднують у собі мінімум три проекції з центрованими векторами: вітагенну, дидактичну й конструювальну [5].

В основі вітагенної проекції є вітагенна інформація студентів, актуалізована викладачем для підготовки до викладу нового знання. За умови наявності вектору «студент-знання-викладач» актуалізація інформації відбувається за формулою: «Що я знаю про це?»

Дидактична проекція — це наукова інформація, яка йде від викладача. У цьому випадку працюють вектор «викладач-знання-учіння» і формула: «Що про це говорить наука?»

Конструювальна проекція містить у собі інформацію, яка йде від будь-якого джерела вітагенного досвіду, що створює цілісну голографічну картину знання і має формулу: «Що про це говорить досвід інших?»

До форм організації діяльності студентів при стартовій актуалізації вітагенного досвіду належать: пряме формулювання питання: «Що ви знаєте про...?»; проблемне питання у вигляді опису життєвої ситуації; письмові роботи студентів, у яких вони викладають вітагенні знання; вітагенний запас практичних умінь, навичок у певному виді навчальної діяльності; тестування.

Прийом моделювання незавершеної комунікативної ситуації на заняттях з іноземної мови передбачає завдання з формулюванням: «Що було б, якби я став...», які потребують доповнення, насичення змістом та розкривають творчий потенціал особистості, її потребу в самореалізації.

Під час навчання ефективно використовується прийом ретроспективного умовного способу [4], який знаходить своє відображення у завданнях, де у формі розповіді або твору необхідно придумати завершення ситуації на тему: «Що було б, якби пропали гроші?»

Завдання з формулюванням: «Про що можуть розповісти...», «Світ людей очима...», які виконуються студентами у формі твору, есе або казки, вимагають надати об'єктам живої та неживої природи людських якостей, мотивів поведінки.

Під час виконання творчих завдань на заняттях з іноземної мови студенти зіставляють альтернативні точки зору, здійснюють творчий синтез освітніх проєкцій. Творчість і фантазія студентів спираються при цьому на підсвідомість, де зберігається вітагенний досвід, готовий до оперативного запиту.

Обмін досвідом при застосуванні прийому «життєві перехрестя» відбувається у формах диспутів іноземною мовою, обговорення книг, кінофільмів.

Випереджувальна проєкція викладання використовується викладачем з формулюванням: «Наступного разу я вам розповім про..., а ви пригадайте, що ви знаєте, чули про це».

Висновки. Використання прийомів технології вітагенного навчання допомагають забезпечити реалізацію завдань мовної підготовки та залучити студентів до спільної комунікативної діяльності на основі співпраці і з опорою на їх вітагенний досвід.

Результати дослідження свідчать про те, що опора на життєвий досвід особистості студента є дієвим механізмом вивчення мови.

Життєвий досвід особистості у вітагенному навчанні не завжди є самоцінністю, оскільки набуває освітньої значущості лише у зіставленні з життєвим досвідом інших, коли знаходяться значимі точки перетину. Сукупність індивідуальних досвідів дає нову вітагенну якість.

Суттєвим є те, що вітагенний досвід має важливе значення в дидактичному відношенні, оскільки безпосередньо перетинається з процесом мовної підготовки. Під час формування мовної компетенції студентів використовуються саме результати особистої практики або власних спостережень студентів, або ж ті знання, які вони набули із засобів масової інформації, під час читання, перегляду кінофільмів.

Зіставлення досвіду студентів із відповідним комунікативним контекстом дозволяє в деяких випадках заздалегідь готувати студентів до засвоєння певного матеріалу, попередньо розширюючи їх життєвий досвід через організацію відповідної комунікативної діяльності.

Отже, використання інтерактивних технологій з елементами вітагенної педагогіки на заняттях з іноземної мови дає змогу активно залучати студентів до процесу навчання, навчити зіставляти й використовувати отриману інформацію в повсякденному житті, виконувати більшу кількість завдань за рахунок раціонально використаного часу, а також реалізувати потенційні можливості особистості та актуалізувати інтелектуальний потенціал студентів.

Література

1. Белкин А.С. Теория и практика витагенного обучения с голографическим методом проекций. — Н. Тагил: НТФ ИРРО, 2000. — 78 с.
2. Дичківська І.М. Інноваційні педагогічні технології: Навч. посібник / І.М. Дичківська. — К.: Академвидав, 2004. — 352 с.
3. Зерна педагогічної інновації: [хрестоматія] / уклад.: Л.В. Буркова, Н.Ф. Федорова. — К.: ВАТ «Вид-во «Київська правда», 2002. — 120 с.
4. Інноваційні технології навчання від А до Я / упоряд. В. Волканова. — К.: Шкільний світ, 2011. — 96 с.
5. Лігоцький А. О. Теоретичні основи проектування сучасних освітніх систем: [монографія] / А.О. Лігоцький. К.: Техніка, 1997. — 210 с.

Сажко Л.А.

кандидат педагогічних наук, професор
професор кафедри германської філології

Київського університету імені Бориса Грінченка;

Слободзян Р.Д.

старший викладач кафедри німецької мови

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

ПРОФЕСІЙНО ОРІЄНТОВАНЕ НАВЧАННЯ ІНОЗЕМНИХ МОВ МАЙБУТНІХ ЕКОНОМІСТІВ У СТАРШІЙ ПРОФІЛЬНІЙ ТА ВИЩІЙ ШКОЛІ

Анотація. У статті розглядається проблема професійно орієнтованого навчання іноземних мов у старшій профільній та вищій школі. Особлива увага акцентується на значущих підходах до навчання іноземних мов у старшій профільній школі, на цілях навчання учнів економічного профілю та значенні реалізації принципу наступності від старшої профільної до вищої школи.

Ключові слова: професійно орієнтоване навчання, економічний профіль, підходи до навчання, рівень володіння іноземною мовою.

Abstract. The article deals with the problem of professionally oriented teaching at profile senior and high schools. Especially attention is paid to the principles of professionally oriented teaching and to the main points and levels of foreign language acquisition.

Key words: professionally oriented teaching, directions of professionally oriented teaching, main lines of teaching, level of foreign language acquisition.

Сучасний рівень розвитку нашої держави, розширення та поглиблення економічних, політичних, культурних зв'язків із зарубіжними країнами ставлять нові вимоги до підготовки молодих спеціалістів, здатних співпрацювати з представниками різних народів у новому глобалізованому просторі. У зв'язку зі зазначеним особлива увага в процесі навчання має приділятися опануванню студентами вищих навчальних закладів (ВНЗ) іноземною мовою як засобом іншомовного міжкультурного спілкування, рівень володіння яким необхідно удосконалювати та надавати йому все більшого професійного спрямування ще у

старшій профільній школі.

Соціально-політичні та економічні процеси сучасного суспільства обумовлюють підвищення вимог до підготовки випускників загальноосвітніх навчальних закладів (ЗНЗ), здатних у майбутньому самостійно здобувати й удосконалювати професійні знання та вміння, вільно орієнтуватися на міжнародному ринку праці. Окреслена тенденція зумовлює в реформуванні освіти в Україні перехід до профільного навчання, основним завданням якого є створення оптимальних умов для вибору кожним учнем майбутньої фахової діяльності ще у стінах школи. Такий підхід дає можливість зорієнтувати школярів на вибір професії в більш ранній період, врахувати їхні природні та творчі здібності, запити та побажання.

Особливої уваги для сучасного розвитку країни потребує підготовка фахівців економічної галузі, які мають володіти таким рівнем іншомовної комунікативної компетентності (ІКК), що дозволить їм здійснювати міжкультурне спілкування не лише в повсякденному житті, але й у професійній діяльності.

Проблемі організації професійно спрямованого навчання іноземних мов (ІМ) як у цілому, так і зокрема майбутніх економістів, присвячено чимало досліджень, у яких виокремлені різні аспекти формування відповідної ІКК у студентів. Серед таких наукових праць з даного питання можна назвати роботи В. Борщовецької, Р. Гришкової, З. Корневої, Л. Морської, Ю. Семенчука, О. Тарнопольського, В. Топалової, І. Федорової, Н. Ягельської та ін. Що стосується організації професійно спрямованого навчання ІМ цього напрямку у старшій профільній школі, то це питання потребує сьогодні глибокого вивчення. Наразі відомі дослідження Л. Зені та В. Чобітька. Отже, **метою** даної статті є дослідження проблеми профільного навчання іноземних мов (ІМ) майбутніх економістів у ЗНЗ та подальшого удосконалення набутої ІКК у ВНЗ.

Звернімось до визначення «профільне навчання». **Профільне навчання** — це вид диференційованого навчання, при організації якого враховуються освітні потреби, нахили та здібності учнів, створюються умови для їхнього професійного спрямування, що забезпечується відповідним чітким визначенням цілей, уточненням змісту та структури навчального процесу. **Мета профільного навчання** визначається як забезпечення можливостей рівного доступу учнівської молоді до здобуття початкової допрофесійної та загальноосвітньої профільної підготовки, неперервної освіти протягом усього життя, виховання особистості, здатної до самореалізації, професійного зростання й мобільності в умовах реформування сучасного суспільства.

Організація профільного навчання є одним із ключових напрямів модернізації та удосконалення системи освіти нашої держави й передбачає реальне та планомірне оновлення школи старшого ступеня і має найбільшою мірою враховувати інтереси, нахили й здібності учнів, створити підґрунтя для реалізації потенціалу кожного з них на сучасному ринку праці. Такий підхід до організації освіти старшокласників не лише найповніше реалізує принцип особистісно орієнтованого навчання, але й дає змогу створити найоптимальніші умови для їхнього професійного самовизначення та подальшої самореалізації.

Процес профілізації ЗНЗ базується на Концепції профільного навчання в старшій школі, у якій визначено методологію, організаційно-педагогічні умови та механізми його реалізації. Ця Концепція, у свою чергу, була розроблена на основі низки документів, серед яких Закон України «Про освіту», Закон України «Про загальну середню освіту», Національна стратегія розвитку освіти в Україні на період до 2021 року, Державна національна програма «Освіта: Україна XXI століття», Національна доктрина розвитку освіти, Державний стандарт базової і повної загальної середньої освіти та ін. До найважливіших завдань оновлення шкільної освіти, як зазначають фахівці, віднесено всебічний розвиток дітей, їхніх творчих здібностей, умінь і навичок самоосвіти, формування в молоді адаптації до умов життя суспільства, які постійно змінюються. Особливе місце в організації профільного навчання у старшій школі займає ІМ, процес оволодіння якою має враховувати специфіку визначеного профілю, що повинно віднайти своє відображення у сферах спілкування, комунікативних функціях, особливостях формування ІКК. Для цього, перш за все, потребують уточнення цілі навчання ІМ у кожному профілі. Так, наприклад, для економічного профілю цілі навчання ІМ мають бути конкретизовані, як зазначає Л. Зеня, таким чином:

- зорієнтувати іншомовні знання, навички та вміння, які учні набули в основному курсі за попередні роки оволодіння ІМ, на використання в економічній галузі;

- забезпечити міцність набутих знань, навичок та вмінь за рахунок мовленнєвої практики в рецептивних та продуктивних видах мовленнєвої діяльності;

- розширити активний лексичний мінімум у межах економічної проблематики та вчити учнів цілеспрямовано використовувати цей словник для вирішення комунікативних завдань у ситуаціях спілкування, найбільш типових для обговорення економічних проблем і практичної діяльності в цій сфері;

- розширити обсяг рецептивного та потенціального словника, а також граматичних явищ, які учні могли б самостійно розуміти в процесі читання та аудіювання текстів професійно спрямування;

- готувати учнів до участі в міжкультурному спілкуванні ІМ в письмовій та усній формах;

- навчати усіх видів іншомовного читання фахових текстів різних жанрів (наукові статті, інструкції, реклами, проспекти, ділові листи тощо);

- забезпечити володіння навичками та вміннями письмового перекладу текстів загальнонаукового та економічного характеру;

- удосконалювати вміння учнів фіксувати в письмовій формі значущої для них інформації у вигляді тез;

- вчити учнів письмового оформлення фахової ділової документації [2, с. 167].

Реалізація уточнених цілей навчання ІМ в економічному профілі має здійснюватись в рамках базового курсу та додаткового професійно орієнтованого матеріалу, а також у профільних курсах та курсах за вибором. Цей блок може бути доповнений ще факультативами та практикумами. Необхідно зауважити, що

важливою особливістю організації фахової спрямованості навчання ІМ у кожному профілі має стати інтегрованість курсів іншомовної та фахової підготовки, що сприятиме не лише створенню підґрунтя для професійної освіти, але й розвитку пізнавальних інтересів старшокласників до економічної науки, збагаченню знань про майбутню діяльність, вдосконаленню ІКК, розширеній та поглибленій фаховим компонентом [2].

Важливою передумовою результативності профільного навчання ІМ у старшій школі є реалізація таких підходів, як *особистісно-орієнтований, професійно орієнтований, компетентнісний, комунікативно-діяльнісний, культурологічний, рефлексивний та рівневий*. Зупинимось у даній статті на *особистісно-орієнтованому, професійно орієнтованому та компетентнісному* підходах. Пояснимо необхідність орієнтації в навчанні ІМ учнів старшої профільної школи на зазначені підходи.

Реалізація *особистісно-орієнтованого* підходу впливає як на окремі компоненти системи освіти (освітні та виховні цілі при навчанні кожного предмету, зміст, методи й прийоми навчання), так і на весь навчально-виховний процес в цілому (взаємодія вчителя й учня, використання відповідних сучасних засобів навчання). Упровадження зазначеного підходу дає можливість також створити сприятливе навчальне середовище для школярів, де вони можуть успішно розвивати свої здібності. Необхідно зауважити, що характерними ознаками особистісно-орієнтованої освіти є створення умов для становлення й розвитку особистості з урахуванням її нахилів, інтересів, ціннісних орієнтацій і суб'єктного досвіду; організація навчального процесу на засадах співробітництва, взаємоповаги й взаєморозуміння; орієнтація в навчанні на позитивну Я-концепцію особистості. Особливої ваги набуває особистісно-орієнтований підхід до формування ІКК учнів старшої профільної школи, оскільки основним завданням цього підходу, на думку І. Якиманської, є розвиток індивідуальності учня [10, с. 35–36]. Усвідомлений вибір профілю навчання спрямовує діяльність учня на оволодіння необхідними знаннями, навичками та вміннями.

Реалізація особистісно-орієнтованого підходу в навчанні ІМ дає можливість урахувати професійні устремління старшокласників, їхні інтереси, уподобання та індивідуальні особливості. Велику увагу при цьому необхідно приділити змісту навчання, що має охоплювати автентичний мовний та мовленнєвий матеріал професійного спрямування, використання якого стимулює учнів до продуктивної творчої діяльності. Саме за таких умов формується та розвивається особистість, здатна до креативного мислення, що особливо важливо для сучасного рівня розвитку молодого покоління, нашого суспільства в цілому та його подальшого входження до світового співтовариства.

Особливо актуальним питанням для організації навчання ІМ у старшій профільній школі є також орієнтація на *професійно орієнтований* підхід, який тісно пов'язаний із попереднім. Адже підготовка особистості до успішної взаємодії в професійній сфері як на теренах рідної країни, так й у світовому просторі має бути осучаснена та здійснюватись ще в умовах шкільної освіти. Саме профілізація старшої школи дає можливість закласти основи набуття

майбутніми спеціалістами відповідними кваліфікаціями високого рівня та удосконалювати свої вміння впродовж усього життя.

Великого значення для досягнення сучасного рівня освіченості особистості набуває реалізація *компетентнісного підходу* до організації навчання ІМ як у ЗНЗ у цілому, так і у старшій профільній школі зокрема. Запровадження цього підходу дає можливість забезпечити перехід від освітньої парадигми, у межах якої учень був зорієнтований на накопичення знань, до парадигми педагогічного процесу, що сприяє створенню атмосфери саморозвитку й практичного використання набутих знань, навичок та вмінь. Основу компетентнісного підходу становлять смислові установки людини, які набуваються завдяки діяльності. Ще Л. Виготський писав, що особистість формується не лише завдяки педагогічному впливу, але й на основі накопичення власного досвіду, осмислення й усвідомлення його значущості для професійного саморозвитку та самоствердження майбутнього фахівця в професійній діяльності. Поняття «компетентнісний підхід» розуміється як спрямованість освітнього процесу на формування та розвиток ключових (базових, надпредметних) і предметних компетентностей особистості, у рамках нашої проблеми це є формування ІКК відповідного рівня залежно від профілю навчання.

Як зазначає О. Пометун, компетентнісний підхід в освіті пов'язаний з особистісно орієнтованим і діяльнісним підходами до навчання, оскільки стосується кожної особистості й може бути реалізованим і перевіреном тільки в процесі виконання конкретним учнем певного комплексу дій. Він потребує трансформації змісту освіти, перетворення його з моделі, яка існує об'єктивно, для «всіх» учнів, на суб'єктивні надбання одного учня, що їх можна виміряти [7, с. 64]. Для старшої профільної школи компетентнісний підхід тісно пов'язаний також із професійно орієнтованим, адже завданням цього етапу навчання є підготовка випускника, здатного до здійснення складних поліфункціональних, поліпредметних видів діяльності. Особливе місце в цьому процесі займає ІМ.

Окрім орієнтації на вищезазначені підходи, важливим є також дотримання ряду принципів у процесі професійно спрямованого навчання ІМ у профільній школі, що зумовить прискорення процесу адаптації студентів-першокурсників до системи ВНЗ та уможливить значне підвищення рівня сформованості ІКК. Серед цих принципів необхідно виділити принцип наступності, реалізація якого сприятиме удосконаленню процесу підготовки фахівців економічної галузі та поліпшення їхньої спроможності брати участь у професійно спрямованому іншомовному міжкультурному спілкуванні.

Дослідники даної проблеми підкреслюють, що наступність у системі освіти характеризується послідовністю та систематичністю розміщення навчального матеріалу, зв'язком та узгодженістю ступенів та етапів навчально-виховного процесу, обґрунтованою побудовою програм та підручників, адекватним відбором методів, форм та засобів навчання [1, 8]. Важливим у цьому аспекті є створення навчально-методичних комплексів з ІМ для кожного профілю. Це питання потребує ретельного вивчення та узгодження із процесом навчання у ВНЗ.

Вищезазначене дає змогу дійти висновку, що реалізація низки підходів до

професійно спрямованого навчання ІМ у старшій профільній школі, а також дотримання найбільш актуальних принципів у процесі оволодіння учнями іншомовним міжкультурним спілкуванням сприятиме створенню умов для удосконалення процесу підготовки майбутніх економістів, здатних до іншомовного міжкультурного спілкування на високому рівні.

Література

1. Гончаренко С.У. Український педагогічний словник / С.У. Гончаренко. — К.: Либідь, 1997. — 376 с.
2. Зеня Л.Я. Навчання іноземних мов у старшій профільній школі: Лекційно-практичний курс: Посібник для студентів вищих навчальних закладів / Л.Я.Зеня. — Горлівка: Видавництво ГДПІМ, 2008. — 340 с.
3. Зеня Л.А., Чобітько В.І. Навчання німецької мови учнів старших класів економічного профілю // Іноземні мови. — 2007. — №2. — С. 3–10.
4. Концепція профільного навчання в старшій школі. — К. 2003. — С. 3–15.
5. Корнева З.М. Навчання студентів економічного профілю вищих навчальних закладів України ділової англійської мови за методикою «занурення» // Іноземні мови. — 2004. — №4. — С. 54–57.
6. Національна стратегія розвитку освіти в Україні на 2012-2021 роки. — Режим доступу: <http://www.mon.gov.ua/image/files/news/12/05/4455.pdf>
7. Пометун О.І. Компетентнісний підхід — найважливіший орієнтир розвитку сучасної освіти / О.І. Пометун // Рідна школа. — 2005. — №1. — С. 65–69.
8. Сманцер А.П. Педагогические основы преимущества в обучении школьников и студентов: теория и практика / А.П. Сманцер. — Минск: ИПК образования, 1995. — 228 с.
9. Ягельська Н.В. Прийоми використання «Європейського мовного портфеля для економістів» у самостійній роботі з іноземної мови // Іноземні мови. — 2004. — №4. — С. 3–8.
10. Якиманская И.С. Личностно-ориентированное обучение в современной школе / М.: Сентябрь, 2000. — 112 с.

Семеняко І.М.

кандидат політичних наук, старший викладач

Военно-дипломатична академія імені Євгенія Березняка

ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ЗАСІБ ОПТИМІЗАЦІЇ ПРОЦЕСУ НАВЧАННЯ ІНОЗЕМНИХ МОВ У ВИЩИХ ВІЙСЬКОВИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ

Анотація. Розглянуто засоби синхронної та асинхронної комунікації, використання яких відкриває нові можливості під час викладання іноземних мов. Проаналізовано технологію роботи з відеоподкастами, обґрунтовано важливість застосування інтернет-технологій у навчальному процесі як інструменту самостійної діяльності майбутніх військових фахівців,

спрямованої на організований пошук, аналіз і перетворення інформації.

Ключові слова: іноземна мова, інтернет-технології, засоби синхронної та асинхронної комунікації, відеоподкаст, інтернет-матеріали.

Abstract. *The tools of synchronous and asynchronous communication, which open up new opportunities in teaching foreign languages are considered. The technology of working with video podcasts is analyzed, as well as the importance of Internet technologies for future military specialists' self-study aimed at organized search, analysis and transformation of information is proved.*

Key words: *foreign language, Internet technologies, tools of synchronous and asynchronous communication, video podcast, online materials.*

Постановка проблеми в загальному вигляді.

Розробка та впровадження ефективних навчальних технологій, що забезпечують максимальну активізацію комунікативної діяльності на заняттях з іноземних мов, є однією з обов'язкових умов для реалізації положень Концепції мовної підготовки особового складу Збройних Сил України. Використання інтернет-технологій поряд із традиційними методами навчання у вищих військових навчальних закладах (на прикладі Воєнно-дипломатичної академії (ВДА)) дає можливість суттєво підвищити ефективність процесу навчання іноземним мовам, зробити його більш мобільним, диференційованим, індивідуалізованим та інтерактивним. Як показує практика, матеріали мережі Інтернет є безцінною базою для створення інформаційно-предметного середовища, самоосвіти слухачів, задоволення їх професійних інтересів і потреб.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Педагогічні й теоретичні аспекти використання інтернет-технологій у навчальному процесі викладено в наукових працях В. Бикова, П. Гороль, О. Гребельник, Р. Гуревича, Л. Данильчука, М. Козяр, Є. Полат та ін.

Проблему використання ресурсів мережі Інтернет і різних форм телекомунікації в процесі навчання іноземних мов у немовних вищих навчальних закладах розглянуто в працях І. Кобильської, Л. Раїцької, Є. Єренчиної, Г. Черній, С. Торн та Р. Блек та ін.

Мета статті — розглянути особливості застосування інтернет-технологій у навчанні іноземних мов слухачів ВДА, обґрунтувати ефективність їх використання на заняттях та рекомендувати популярні інтернет-матеріали для навчання різних видів мовленнєвої діяльності.

Виклад основного матеріалу.

Нагадаємо, що під терміном інтернет-технології в методиці навчання іноземних мов розуміють сукупність форм, методів, способів навчання з використанням мережі Інтернет. Іншими словами, інтернет-технології — це використання мережі Інтернет у процесі навчання іноземних мов [1].

Інтернет-технології, які можна активно використовувати в процесі навчання іноземної мови, поділяють на *засоби синхронної комунікації* (synchronous communication tools) та *засоби асинхронної комунікації* (asynchronous communication tools) [2].

Засоби синхронної комунікації — це інтернет-засоби, що дають можливість спілкуватися в режимі реального часу (чат, відеочат і аудіочат). Прикладами

таких засобів є Skype і Yahoo Messenger. Використання таких чатів у педагогічних цілях відкриває нові можливості під час викладання іноземних мов. Д. Гонзалес, професор університету Саймона Болівара (Венесуела), виділяє п'ять видів педагогічного чату:

- чат на вільну тему (free topic chat); основне призначення — практика говоріння, аудіювання й письма мовою, що вивчається;
- чат, спрямований на вирішення певного навчального завдання (collaborative task-oriented chat);
- чат-семінар або чат-презентація (academic seminar or presentation chat)
- чат, спрямований на відпрацювання якогось певного матеріалу або дії (practice chat); наприклад, чат-інтерв'ю;
- оціночний чат (evaluation chat), спрямований на контроль та оцінку ступеня засвоєння того чи іншого матеріалу [4, с. 68–69].

Засоби асинхронної комунікації — це інтернет-засоби, що дають змогу обмінюватись інформацією із затримкою в часі (форуми, електронна та аудіопошта, сайти, блоги). Інтеграція засобів асинхронної комунікації в навчальний процес сприяє удосконаленню навичок письмового й усного мовлення, аудіювання, читання; ознайомленню слухачів з ресурсами мережі, де пропонується багато цікавої та корисної інформації за темами, що вивчаються; стимулює обговорення тем і дискусії на мові, що вивчається, в позааудиторний час.

На нашу думку, одним із ефективних засобів оптимізації процесу навчання іноземних мов у ВДА є відеоподкасти — регулярно оновлювана в Інтернеті серія відеосюжетів. Особливо цінними в цьому контексті є автентичні подкасти — файли із записом текстів, озвучених носіями мови, створені для навчальних цілей, та файли нелінгвістичного характеру, які також можуть слугувати матеріалом для аудіювання.

Технологія роботи з відеоподкастами на заняттях збігається з технологією роботи над відеосюжетом. Вона складається з трьох етапів: переддемонстраційного, демонстраційного та післядемонстраційного [3, с. 454–455].

На *переддемонстраційному етапі* викладачеві потрібно передбачити можливі труднощі сприйняття слухачами відеосюжету і допомогти їх подолати; активізувати наявні знання слухачів з означеної теми; мотивувати їх мовну діяльність, налаштувати на виконання завдань демонстраційного етапу. Серед завдань, які використовують на цьому етапі, можна виділити такі: а) передбачення змісту відеоподкасту шляхом обговорення окремих сюжетних фрагментів, перегляду відеоподкасту без звуку тощо; б) уведення нових слів та виразів, їх пояснення за допомогою дефініцій, прикладів, ілюстрацій; в) вивчення складних граматичних структур на основі матеріалу відеоподкасту.

Демонстраційний етап спрямовано на те, щоб привести слухачів до розуміння змісту відеосюжету; забезпечити розвиток їх мовної, мовленнєвої та соціокультурної компетенції. На демонстраційному етапі слід використовувати такі завдання: а) для розвитку рецептивних умінь — визначення

правильних/неправильних тверджень, відповіді на запитання за змістом відеоподкасту, зівставлення частин речень з відеоподкасту; б) для пошуку мовної інформації — заповнення пропусків у тексті потрібними словами та виразами, підбір синонімів, антонімів тощо; в) для розвитку навичок говоріння — призупинення перегляду відеоподкасту для опису подій, персонажів, їх взаємовідносин, удосконалення вміння прогнозувати подальший розвиток подій на основі звукової інформації без збереження зображення.

Післядемонстраційний етап передбачає використання вихідного відеосюжету для розвитку навичок усного й писемного мовлення. Завдання, що використовуються на післядемонстраційному етапі, — переказ відеоподкасту; рольові ігри на основі сюжету та ситуацій відеоподкасту; складання листа чи листівки від імені головного персонажа; творчий розвиток сюжету відеоподкасту; інсценування ситуації з відеоподкасту; виявлення основної проблеми сюжету та її порівняння, наприклад, з нинішньою ситуацією в країні чи світі.

На нашу думку, оптимізація самостійної роботи слухачів є одним з важливих аспектів під час навчання іноземних мов. Використання інтернет-технологій створює необхідні передумови для самостійної діяльності з метою спеціально організованого пошуку, аналізу й перетворення інформації. У цьому контексті важливого значення набуває робота з навчальними інтернет-матеріалами. В англomовній літературі виділяють п'ять видів навчальних інтернет-матеріалів: hotlist, treasure hunt, subject sampler, multimedia scrapbook, webquest [1].

Hotlist — список інтернет-сайтів за темами, що вивчаються. Для отримання потрібного списку необхідно лише ввести ключове слово в пошукову систему Інтернету.

Multimedia scrapbook містить посилання на текстові сайти, фотографії, аудіофайли, відеокліпи, графічну інформацію, анімаційні віртуальні тури тощо. Вказані ресурси використовуються як інформаційний та ілюстративний матеріал під час вивчення певної теми.

Treasure hunt містить посилання на різні сайти за темами, що вивчаються, та, на відміну від hotlist, запитання за змістом сайту.

Subject sampler також містить посилання на текстові та мультимедійні матеріали мережі Інтернет (фотографії, аудіо- та відеокліпи, графічну інформацію). Після вивчення кожного аспекту теми потрібно відповісти на запитання. Головною особливістю Subject sampler є те, що необхідно не просто ознайомитися з матеріалом, а й висловити та аргументувати власну думку.

WebQuest, в якому поєднано всі компоненти чотирьох зазначених вище матеріалів, передбачає групову проектну роботу. Кінцевим продуктом такого виду діяльності є обмін думками, прогнозування подальшого розвитку подій тощо.

Кожен із цих видів навчальних інтернет-матеріалів охоплює елементи попереднього, поступово ускладнюючи спектр навчальних завдань.

Висновки. Застосування інтернет-засобів синхронної та асинхронної комунікації в процесі іншомовної підготовки слухачів сприяє реалізації низки навчальних цілей і завдань, таких як розвиток навичок самостійного пошуку

інформації для створення певного проекту, презентації; поглиблення вивчення основної чи другої іноземної мови; формування та розвиток умінь та навичок читання з використанням матеріалів різного ступеня складності; формування та розвиток навичок аудіювання на основі аутентичних звукових текстів із мережі Інтернет; удосконалення вмінь монологічного й діалогічного мовлення на основі підібраних матеріалів із мережі Інтернет; удосконалення навичок письма шляхом електронного листування; поповнення лексичного запасу лексику сучасної іноземної мови.

Використання відеоподкастів на заняттях з іноземної мови та інтернет-матеріалів під час самостійної роботи здійснюється в інтересах удосконалення процесу навчання, розвитку навичок аудіювання, усного мовлення та ознайомлення слухачів з особливостями культури й традицій країни, мову якої вони вивчають; сприяє підвищенню рівня мотивації слухачів, а також оптимізації відбору, оцінювання та застосування іншомовної інформації на практиці.

Література

1. Сысоев П.В., Евстигнеев М.Н. Внедрение новых учебных Интернет-материалов в обучение иностранному языку (на материале английского языка и страноведения США) / П.В. Сысоев, М.Н. Евстигнеев [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.eidos.ru/journal/2008/0201-8.htm>

2. Черній Г.В. Інформаційно-комунікаційні технології в навчанні іноземних мов / Г.В. Черній [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://intkonf.org/cherniy-gv-informatsiyno-komunikatsiyni-tehnologiyi-v-navchanni-inozemnih-mov/>.

3. Халтурина О.В. Использование видеоподкастов для оптимизации процесса обучения иностранным языкам / О.В. Халтурина // Молодой учёный. — 2012. — № 6(41). — С. 453–456.

4. Contemporary Computer-Assisted Language Learning / [Edited by M. Thomas, H. Reinders, M. Warschauer]. — Bloomsbury, 2012. — 368 с.

Слободзян Р.Д.

старший викладач кафедри німецької мови

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ У МАЙБУТНІХ ЕКОНОМІСТІВ

Анотація. У статті йдеться про теоретичні засади формування міжкультурної компетентності студентів економічних спеціальностей. Основну увагу зосереджено на інтерактивних технологіях розвитку вмінь міжкультурного спілкування та шляхах досягнення високого рівня підготовки студентів із врахуванням міжкультурних особливостей іншомовної комунікації.

Ключові слова: міжкультурне спілкування, інтерактивні технології навчання, іншомовна комунікація, міжкультурна компетентність.

***Abstract.** The article deals with theoretical prerequisites aimed at forming cross cultural competence of students of economic specialties. Main attention is paid to the interactive technologies for the development of relevant speaking and writing skills, as well as to the ways for having a good command of foreign language considering the cross cultural peculiarities of communication.*

***Key words:** cross cultural communication, interactive technologies of teaching, foreign language communication, cross cultural competence.*

Глобалізаційні та інтеграційні процеси у світі і пов'язані з ними соціально-економічні трансформації в українському суспільстві зумовлюють необхідність реформування іншомовної підготовки у вищих педагогічних навчальних закладах. Практика міжкультурного спілкування свідчить, що знання лексико-граматичної системи іноземної мови ще не гарантують досягнення взаєморозуміння, бо культурні відмінності співрозмовників можуть призвести до непорозуміння.

Процес взаємодії двох або більше партнерів у межах різних лінгвокультур ускладнюється перешкодами — фізіологічними, мовними, поведінковими, психологічними та культурологічними. Вони обумовлені відмінностями менталітетів і національних характерів; розбіжністю в мовних картинах світу; комунікативною асиметрією; діями культурних стереотипів; відмінностями в ціннісних орієнтаціях; розбіжністю культурно-мовних норм; розходженнями в пресупозиціях та фонових знаннях; неоднаковим сприйняттям гумору; розбіжностями в комунікативних стратегіях; специфічними формами і засобами невербальної комунікації, яка використовується в різних культурах [2].

Зважаючи на ці обставини, одним із основних напрямів у вивченні іноземної мови стало формування у студентів міжкультурної компетентності, коли вони отримують лінгвосціокультурну інформацію, наприклад, про традиції носіїв мови, про історію та культуру країни, мову якої вивчають.

Дослідники, що вивчали це питання (Н. Бориско, С. Ніколаєва, Ю. Пассов, І. Плужник, С. Цветкова та ін.), приділяють велику увагу навчанню студентів іноземної мови як мови міжкультурного спілкування, що передбачає засвоєння студентами правил і норм поведінки в іншомовному середовищі, вивчення ними традицій та цінностей носіїв мови, ознайомлення з ментальністю і способами мислення представників інших культур.

В. Гришенко у своєму дослідженні відзначила, що міжкультурна компетентність — це риса, характеристика особистості, що складається з трьох компонентів: культурно маркованих знань, сформованих комунікативних умінь і, як наслідок, здатності до міжкультурного спілкування, а міжкультурна компетенція — це діяльна сторона особистості, що спрямована на реалізацію та актуалізацію міжкультурної компетентності і на адекватне міжкультурне спілкування в умовах діалогу культур [1, с. 81].

Знання цих та інших особливостей міжкультурного ділового спілкування дозволить розвинути у студентів почуття толерантного ставлення і поваги до представників інших культур, уміння переборювати упереджене ставлення та стереотипи. Оволодівши комплексом вмінь та знань щодо явищ міжкультурної комунікації, студенти зможуть здійснювати міжособистісну взаємодію на основі толерантності, відвертості, поваги та готовності до конструктивної співпраці, що

відповідає принципам ділової етики, професіоналізму та компетентності у сфері міжнародного бізнесу.

Проте, як свідчать результати опитування, студенти досить низько оцінюють свою готовність до міжкультурної комунікації (65,8% з 505 опитаних, а 67 відсотків опитаних відчувають високий рівень невпевненості, невизначеності і хвилювання в процесі спілкування з представниками інших культур) [5]. Тому, вважає Л. Юсупова, необхідно спрямувати зусилля викладачів на активізацію потенційних можливостей студентів до міжкультурної комунікації, розвивати у них готовність до мовленнєвої взаємодії, використовуючи накопичений досвід, знання та уміння. Серед таких потенційних можливостей насамперед розглядається можливість використання технологій інтерактивного навчання, які довели свою ефективність [4]. Це передусім проведення презентацій, дискусій, рольових та ділових ігор, моделювання практичних ситуацій.

При цьому інтерактивне навчання, як вважають дослідники (Л. Гімпель, С. Кашлев, Н. Козлова, О. Обсков, О. Пометун та ін.), формує здатність мислити неординарно, по-своєму бачити проблемну ситуацію і виходити з неї, обґрунтовувати свою позицію і свої життєві цінності. Інтерактивність передбачає наявність зворотного зв'язку, можливість адекватно реагувати і оцінювати результати спільної діяльності, здатність змінювати способи виконання завдань. З огляду на це, важливою передумовою інтерактивного навчання, яке на думку багатьох дослідників виступає як безпосередня міжособистісна комунікація, є здатність людини орієнтуватися в ситуаціях спілкування, уміння розуміти і приймати роль свого співрозмовника, спроможність уявити і передбачити можливу реакцію партнера у спілкуванні на висловлені пропозиції щодо певних вчинків та мовленнєвих дій.

Дослідники проблем міжкультурної комунікації (Ф. Бацевич, Н. Губіна, Г. Копил, А. Садохін, Н. Самойленко та ін.) пропонують проводити кроскультурний тренінг, завданнями якого є отримання й творча переробка достовірної інформації про риси і норми міжкультурної поведінки, набуття професійних навичок, необхідних для ефективної взаємодії в різних культурних середовищах. Такі тренінги допоможуть студентам як учасникам діалогу культур оволодіти культурним пластом лексики, фоновими знаннями, нормами ділової етики, що зумовлює успіх міжкультурної комунікації.

Інтерактивне навчання, за С. Кашлевим, є процесом міжособистісної комунікації в навчальних умовах, для якого є характерним високий ступінь інтенсивності спілкування, розмаїття видів, форм та прийомів діяльностей, цілеспрямована рефлексія та взаємовплив учасників педагогічного процесу [3, с. 38]. Технологія інтерактивного навчання будується на сумісному виконанні суб'єктами навчального процесу проблемно-орієнтованих завдань, що природно супроводжується іншомовним спілкуванням, робить комунікативну взаємодію всіх учасників професійно значущою та мотиваційно підкріпленою. Організація парно-групових форм роботи, таких як рольові та ділові ігри, навчальні дискусії, круглі столи, тренінги, у процесі іншомовної мовленнєвої діяльності розвиває вміння аргументувати свою точку зору на способи вирішення певної виробничої

проблеми, вміння інтерпретувати факти або статистичну інформацію, вміння прогнозувати хід подальших дій, вміння оцінити ситуацію через призму власного досвіду і прийняти правильне рішення. Прагматичний компонент інтерактивного навчання полягає у формуванні внутрішньої мотивації до оволодіння курсом професійно орієнтованої іноземної мови з урахуванням міжкультурних особливостей іншомовної комунікації. Окрім того, інтерактивне навчання актуалізує комплекс професійних знань та умінь студентів, формує такі якості, як готовність адаптуватися в нових умовах, здатність до інноваційного мислення, креативність, ініціативність, відповідальність. Таким чином, формуючи свою іншомовну комунікативну компетентність за допомогою широкого діапазону видів інтерактивної навчальної діяльності, студенти здійснюють професійну підготовку з акцентом на міжкультурні особливості мовлення.

Література

1. Грищенко В.Д. Аспекти содержания обучения межкультурной коммуникации в языковом вузе / Вера Дмитриевна Грищенко / Вестник МГОУ. — 2012. — №2. — С. 79–84. (Серия: Педагогика).

2. Мальцева, К.С. Міжкультурні непорозуміння і проблема міжкультурного перекладу: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філософ. наук: спец. 09.00.04 «Філософська антропологія, філософія культури» / К.С. Мальцева. — К., 2002. — 20 с.

3. Кашлев С.С. Интерактивные методы обучения педагогике / Сергей Семенович Кашлев. — Минск: Вышейш. шк., 2004. — 176 с.

4. Семенчук Ю.О. Розвиток умінь міжкультурного спілкування у майбутніх економістів / Юліан Олексійович Семенчук // Іноземні мови. — 2011. — №3(67). — С. 32–37.

5. Юсупова Л.Г. Развитие готовности студентов неязыковых специальностей вуза к межкультурной коммуникации / Ляля Гайнулловна Юсупова: Автореф. дис. канд. пед. наук: 13.00.08 / ГОУ ВПО Магнитогорский госуд. технич. ун-т имени Г. И. Носова. — Челябинск, 2008. — 20 с.

Случайна Л.О.

кандидат політичних наук

доцент кафедри іноземних мов та міжкультурної комунікації

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

ПЕДАГОГІЧІ ТЕХНОЛОГІЇ ОЦІНЮВАННЯ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАГІСТРІВ КНЕУ

Анотація. У статті надається теоретичне обґрунтування технологій оцінювання міжкультурної компетентності магістрів КНЕУ та приклади застосування деяких технологій у практиці викладання курсу «Міжкультурна комунікація».

Ключові слова: міжкультурна компетентність, технології оцінювання, інструменти оцінювання, критерії оцінювання, навчальні досягнення.

***Abstract.** The author attempts to give theoretical support to the methods of assessing masters' learning achievements in Intercultural communications. She also shows how these theories correlate with the measuring of Intercultural competence and its assessment inventory developed by specialists at KNEU.*

***Key words:** intercultural competence, assessment of learning achievements, pedagogic technologies, assessment criteria.*

Постановка проблеми. Сучасна історія вчить про те, що будь-які економічні чи політичні реформи у державі мають бути підкріплені якісною реформою освіти. Це зумовлює необхідність створення якісно нової, системної освіти, орієнтованої на відкритий діалог викладачів і студентів та їх творчу взаємодію. Сучасна українська система освіти, що трансформується за принципами Болонської конвенції, має на меті формування особистості, здатної ефективно діяти в умовах відкритого, нелінійного, глобалізованого світу.

Новий закон «Про вищу освіту», розроблений Міністерством освіти України у 2014 р., передбачає декілька інноваційних норм для адаптації вітчизняної освіти до міжнародних стандартів. Процес адаптації спрямовується на уніфікацію українського та європейського дипломів на основі прозорих і зрозумілих принципів і критеріїв організації навчання у ВНЗ. Безсумнівно, що впровадження нових методів навчання актуалізує необхідність інтегративного підходу як в забезпеченні навчальної діяльності так і в оцінюванні її результатів для отримання цілісного результату якості освіти [1, с. 7].

Невпинний процес інтеграції України до світової економіки, підготовка до вступу до Європейської спільноти, активізація академічної мобільності студентів вимагають особливого підходу до проблем міжкультурного спілкування. В галузі викладання іноземних мов визнається, що студенти потребують не лише суто лінгвістичних знань і компетенцій, а й соціокультурних і міжкультурних. Йдучи назустріч цим викликам, у 2015 році в Київському національному економічному університеті було розпочато викладання англійського курсу «Міжкультурна комунікація» на магістерському рівні. Відтак, проблема педагогічних технологій контролю та оцінювання рівня сформованості міжкультурної компетентності (далі — МКК) та їх відповідності до європейських стандартів набула особливої актуальності для фахівців кафедри іноземних мов і міжкультурної комунікації.

Аналіз досліджень і публікацій. Питання контролю та оцінювання навчальних досягнень у вищій школі вивчалися вітчизняними та зарубіжними фахівцями (С. Ніколаєва, Г. Бакаєва, І. Зимня, М. Євтух, Є. Лузик, А. Колот, Л. Дибкова, Г. Голуб, В. Коккота, Н. Крилова, О. Лагодинський, Л. Одерій, Н. Яцканич, К. Інгенкамп, Н. Гронлунд, Р. Мильруд, С. Stansfield, D. Kenyon, J. Clark, J. Liskin-Gasparro та ін.).

Фахівці ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана» також беруть активну участь у дослідженні методичних та практичних аспектів застосування та розвитку системи контролю знань. Так, у 2017 р. у зв'язку із запровадженням рейтингового оцінювання освітніх досягнень учасників навчального процесу, в КНЕУ було розроблено Положення про порядок оцінювання результатів навчальної діяльності студентів.

Проте, багатоаспектність системної діагностики міжкультурної компетенції магістрів економічного ВНЗ потребує додаткового дослідження.

Метою статті є обґрунтування відповідності окремих технологій контролю та оцінювання рівня сформованості МКК майбутніх фахівців у галузі міжнародної економіки рекомендаціям Ради Європи, Міністерства освіти і науки України та Положення про порядок оцінювання результатів навчальної діяльності студентів КНЕУ.

Виклад основного матеріалу. Програма інноваційного розвитку кафедри іноземних мов і міжкультурної комунікації передбачає забезпечення особистісно-орієнтованої мовної підготовки студентів та аспірантів, спрямованої на формування навичок іншомовного професійного спілкування високої якості, а також сприяння інтеграції студентів у світове економічне співтовариство. У таких умовах під концепцією контролю та оцінювання рівня сформованості МКК є сенс вважати напрямки підготовки студентів, що окреслюють технології виміру рівня сформованості культурної чутливості і здатності вибирати й використовувати різноманітні комунікативні стратегії у спілкуванні з представниками інших культур, розуміючи цінності та переконання, характерні для інших культур.

Педагогічні технології контролю та оцінювання є інструментами (методами, прийомами, способами, засобами, завданнями), що дають змогу діагностувати і прогнозувати якість підготовки. Магістерський рівень вищої освіти передбачає здобуття поглиблених знань для ефективного виконання завдань інноваційного характеру, отже концепція контролю та оцінювання МКК має ґрунтуватися на сучасних наукових підходах щодо критеріїв, показників і рівнів її сформованості.

Під критерієм ми розуміємо певну ознаку, на підставі якої здійснюється оцінка якості та простежуються зміни у її розвитку. У науковій літературі виокремлюють мотиваційний, аксіологічний та когнітивний критерії сформованості МКК.

На переконання фахівців КНЕУ, показниками сформованості окремих критеріїв є:

— мотиваційний критерій — здатність до самоаналізу власних мотивів і смислів навчальної діяльності; самовдосконалення і самоосвіти; гуманістичної орієнтації поглядів та прагнень;

— аксіологічний критерій — усвідомлення цінності знань для професійної діяльності; розуміння значущості нових знань для саморозвитку і професійного вдосконалення; наявність власної ієрархії цінностей;

— когнітивний критерій — сформованість системності, аналітичності й гнучкості мислення; знання психологічних особливостей представників інших культур; індивідуальний культурно-психологічний світогляд [2, с. 215].

Оскільки дисципліна «Міжкультурна комунікація» має світоглядний характер, то об'єктами оцінювання МКК мають бути складники, які піддаються оцінюванню і безпосередньо пов'язані з використанням мови (лінгвістичні маркери соціальних стосунків, реєстр, соціокультурні знання, стиль і таке інше). Такі знання розглядаються окремо від комунікативної мовної компетенції [3, с. 15].

Узагальнення зарубіжного досвіду і досвіду країн, які приєдналися до Болонського процесу, дає підстави виокремити такі аспекти застосування та розвитку системи контролю знань в сучасному університеті:

- запровадження комплексних систем оцінювання та використання різноманітних шкал і критеріїв для діагностики навчальної діяльності;
- посилення ролі поточного контролю, засобами якого перевіряються й оцінюються вміння робити презентації, писати есе, брати участь у рольовій грі та проектній роботі;
- переважне проведення іспитів у письмовій формі;
- прозорість навчального процесу, обізнаність студентів щодо змісту начальних планів та програм;
- підвищення частки поточного контролю у підсумковому оцінюванні; надання інструментів для здійснення самоконтролю і самоперевірки;
- зростання ролі тестової технології оцінювання навчальної успішності та ін.

Принципово важливою є й точка зору зарубіжних фахівців, згідно з якою система оцінювання рівня сформованості МКК має складатися з якісного і кількісного компонентів. До інструментів якісного компонента вони відносять опис дескрипторів МКК (Intercultural Developmental Inventory), коефіцієнт культурного розвитку (Cultural Intelligence (CQ) Measurement), анкети полікультурної особистості (Multicultural Personality Questionnaire). Якісним показником сформованості МКК вважають атестацію фахівця з міжкультурної комунікації і співпраці (Intercultural Communication and Collaboration Appraisal) [4].

У процесі викладання курсу «Міжкультурна комунікація» фахівцями КНЕУ були відпрацьовані засоби діагностики, які, на наш погляд, можуть забезпечити поступ на шляху до формування цілісної системи технологій оцінювання знань, яка б повністю відповідала викладеним вище теоретичним і науковим підходам.

Як приклад, ми наводимо фрагменти деяких інструментів для оцінювання навчальних досягнень з курсу «Міжкультурна комунікація»:

1) зведеної таблиці поточного і підсумкового оцінювання за триместр

№	Discussion areas	Task	Time limits	Points
1.	Understanding cultures. Defining culture.	discussion, teamwork testing	December, 2016	5 5
8.	Module control			10
9.	Individual work: — presentation — project work		throughout the term	10+10
10.	Total			100

2) шкали оцінювання екзаменаційних завдань

Оцінка	Рівень знань	Критерії оцінювання знань
40	відмінний	Есе. Студентом надано вичерпний аналіз поставленої проблеми та при цьому показав високі знання понятійного апарату і теоретичних джерел, уміння аргументувати своє ставлення до відповідних категорій та явищ. Студентом було продемонстровано відповідну академічну добросесність, грамотність, лексичну складність, логічність та зв'язність розташування тексту, наявність відповідних дискурсивних маркерів та дотримання вимог щодо обсягу есе. Тест. Студент правильно виконав тестове завдання і не припустився помилок.

3) анкети для отримання зворотного зв'язку з магістрами, розробленої нашими американськими партнерами

Motivation and mentoring

SD D A SA

1. The instructor stimulated my interest in learning.
2. The instructor encouraged me to participate actively in the work of this course.
4. The instructor treated me with respect.
5. The instructor treated students fairly.
6. My own commitment to this course motivated me to

4) програми курсу, де зазначається про таке:

«...при оцінюванні враховується кількість балів за поточну успішність — 0–60 балів та кількість балів за виконання завдань на екзамені — 0–40 балів. Загальна оцінка не перевищує 100 балів» .

Серед інших інструментів — опис дескрипторів МКК, питання для самоперевірки, тестові завдання різного характеру; критерії оцінювання презентаційних навичок і навичок проектної роботи.

Висновок. Без сумніву, за основними параметрами педагогічні технології визначення рівня сформованості МКК, що розробляються фахівцями КНЕУ, вписуються у ті засади, яких дотримуються більшість сучасних зарубіжних університетів. Питання педагогічних технологій, що лежать в основі оцінювання навчальних досягнень з дисципліни «Міжкультурна комунікація» потребує

системного підходу, адже саме оцінка якості знань є важливим складником ефективного навчального процесу.

Література

1. Євтух М.Б. Інноваційні методи оцінювання навчальних досягнень: моногр. / М.Б. Євтух, Е.В. Лузік, Л.М. Дибкова. — К.: КНЕУ, 2010. — 248 с.
2. Александрова Н.М. Формування управлінської культури майбутніх викладачів економіки в економічному університеті: дис. ... канд. пед наук: 13.00.04 / Н.М. Александрова — Інститут вищої освіти Національної академії педагогічних наук України. — Київ, 2015.— 379 с.
3. Програма з англійської мови для професійного спілкування. Колектив авторів: Г.Є Бакаєва, О.А. Борисенко, І.І. Зуєнок, В.О. Іваніщева, Л.Й. Кліменко, А.О. Ходцева. — К.: Ленвіт, 2005 — 119 с.
4. Griffith R. et al. Assessing Intercultural Communication in Higher Education: Existing Research and Future Directions. Wiley Online Library, 2016. Retrieved from online.library.wiley.com/doi/10.1002/ets2.12112/full

Szafernakier-Świrko A.
Doktor nauk filologicznych
Katedra Ukrainistyki
Uniwersytet Warszawski

PRECEDENSOWOŚĆ W JĘZYKU JAKO PROBLEM GLOTTODYDAKTYCZNY (na materiale polskich antropimów precedensowych)

Problematyka precedensowości w języku jest ściśle związana z zagadnieniem nauczania języka przez pryzmat kultury. Nabywanie kompetencji kulturowej na zajęciach języków obcych jest jednym z głównych celów dydaktycznych, które powinni stawiać nauczyciele języków obcych. Komunikacja międzykulturowa to złożony proces zachodzący między przedstawicielami odrębnych społeczności językowo-kulturowych. Ma ona na celu przede wszystkim nawiązanie adekwatnego kontaktu pomiędzy uczestnikami komunikacji oraz zapewnić im wzajemne zrozumienie. Nieznajomość kultur może doprowadzić do nieporozumień na płaszczyźnie kulturowej lub do zakłócenia aktu komunikacji. Mówiąc o komunikacji międzykulturowej, mamy na myśli «общение языковых личностей, принадлежащих различным лингвокультурным сообществам, которые как и любая коммуникация, представляет собой взаимодействие говорящих сознаний» [5, с. 10]. Z perspektywy nauczyciela rozwijanie kompetencji interkulturowej uczniów powinno być jednym z głównych celów, ponieważ jest ona niezbędna do niezakłóconego przebiegu komunikacji, w tym również do prawidłowej interpretacji odebranej informacji [3, с. 29]. Podejście interkulturowe do nauczania języków obcych stawia nauczyciela w nowej roli - w roli mediatora kulturowego [1].

Celem niniejszego artykułu będzie wskazanie jednostek precedensowych — antroponimów precedensowych odnotowanych w przestrzeni polskich tekstów publicystycznych, a tym samym występujących w bazie kognitywnej [22] współczesnych Polaków. Uwzględnienie jednostek precedensowych w procesie glottodydaktycznym może w znacznym stopniu wpłynąć na poprawność komunikacji międzykulturowej oraz zapobiec nieporozumieniom komunikacyjnym.

Zainteresowanie precedensowymi fenomenami kultury spotykanymi we współczesnym polskim dyskursie publicystycznym wynika z chęci wniknięcia w trwający od wieków polsko-rosyjski dialog międzykulturowy. Stanowi on funkcję rozwoju cywilizacyjnego, polega na stałej cyrkulacji i wymianie fenomenów kulturowych, które na gruncie obcym mogą ulegać różnym modyfikacjom i przekształceniom [4, c. 37]. Podstawę metodologiczną artykułu stanowi teoria o precedensowych fenomenach kultury, zaproponowana przez uczonych z Uniwersytetu Moskiewskiego, uczestników seminarium «Текст и коммуникация»: W.W. Krasnych, D.B. Gudkova, I.W. Zacharenko, i D.W. Bagajewą [7], [8], [9], [10]. Punktem wyjścia do sformułowania teorii o precedensowych fenomenach kultury była dla moskiewskich lingwistów definicja tekstu precedensowego zaproponowana przez J.N. Karaułowa w monografii p.t. «Русский язык и языковая личность» [6]. Wpisująca się w kognitywny nurt badań językoznawczych problematyka precedensowości w języku i kulturze jest zjawiskiem inspirującym w kontekście nowych rozważań nad językiem i kulturą.

W rozważaniach osadzonych w kręgu języka i kultury, skupimy swą uwagę na precedensowych środkach wyrazu, ściślej na precedensowych nazwach osób, ponieważ precedensowe słowa mają zdolność do kumulowania w swojej strukturze treści kulturowych. Treści kulturowe przekazywane przy pomocy języka są ważnymi czynnikami w procesie doskonalenia komunikacji międzykulturowej. Na podstawie polskich tekstów prasowych chcielibyśmy ustalić językowe wyznaczniki bazy kognitywnej współczesnych Polaków. W kręgu naszych zainteresowań badawczych znalazły się treści kulturowe, skumulowane w jednostkach precedensowych, którymi wypełniona jest baza kognitywna współczesnego Polaka.

Zamierzamy przedstawić wybrane precedensowe fenomeny kultury pod względem funkcjonalnym, tzn. ustalić pozycję fenomenu w tekście oraz wyjaśnić jaką rolę pełni w tekście. Zastanowimy się czy podobieństwa, cechy wspólne fenomenów z innych przestrzeni kulturowych będą zauważalne na poziomie interpretacyjnym. Zajmiemy się także ustaleniem statusu jednostek precedensowych w tekście. Chcielibyśmy zwrócić uwagę na «ulubione» miejsca występowania nazw precedensowych i podkreślić, iż ze względów technicznych (objętość artykułu) zaprezentowane antroponimy precedensowe stanowią jedynie przykładową grupę badawczą.

22 Baza kognitywna stanowi zbiór utrwalonej w świadomości jednostki wiedzy o otaczającym ją świecie, zakodowanej w przedmiotach kultury. Jest to przede wszystkim wiedza historyczna, wiedza z zakresu wydarzeń bieżących, wiedza na temat kultury. Wiedza ta jest potrzebna do prawidłowego przetwarzania informacji i rozszyfrowywania sensów zawartych w komunikatach i strukturach jednostek precedensowych. Materiał kulturowy zawarty w fenomenach precedensowych jest przetwarzany w procesie codziennej komunikacji. Wiedza zakodowana w przedmiotach kultury może być punktem wyjścia do określania nowych pojęć, zjawisk i informacji o otaczającym świecie. Baza kognitywna jest tworem dynamicznym i podlegającym ciągłym zmianom.

- Joanna Brodzik. W drodze do Hollywood. **Polska Sophia Loren?** («Gala» № 42\2004)

Aby uwypuklić, a zarazem podkreślić talent aktorski Joanny Brodzik, autor artykułu posługuje się antroponimem precedensowym *Sophia Loren*, za którym «kryją się» pojęcia wspólne dla Joanny Brodzik i Sophii Loren takie jak piękno, uroda, talent aktorski.

- **Woody Allen** literatury.

Lubimy wyłącznie te piosenki, które znamy. Czy ta recepta sprawdza się w literaturze? By się przekonać, wystarczy sięgnąć po nową powieść Paula Austera «Szaleństwa Brooklynu». («Newsweek» № 45\2005)

Precedensowy antroponim *Woody Allen* literatury pojawia się w nagłówku. Paul Auster, autor książki «Szaleństwa Brooklynu», według autora artykułu, jest literackim wcieleniem Woody'ego Allena. Już na samym początku lektury tekstu czytelnik zostaje zaproszony do intelektualnej gry skojarzeń, aby zrozumieć precedens. W trakcie lektury artykułu, czytelnik dowiadyuje się, że różnica między Paulem Asterem i Woodym Allenem polega na tym, że jeden przedstawia rzeczywistość w tonacji komicznej, a drugi dramatycznej.

- **Kopernik** z Hollywood. Marlon był dla kina tym, czym Kopernik dla astronomii i Einstein dla fizyki. («Wprost» № 28\2004)

Antroponim precedensowy Kopernik z Hollywood pojawia się w nagłówku. Dopiero lektura kontekstu «naprowadza» czytelnika na trop postaci, o której pisze w swoim artykule autor, który objaśnia słowami znanego amerykańskiego aktora i reżysera Seana Penna, że przed Marlonem Brando aktorstwo było płaskie i sztuczne jak celofan, po nim krwiste jak dobry befszytk. Aby podkreślić wielkość i mistrzostwo Marlona Brando, autor odwołał się do postaci Mikołaja Kopernika. Antroponom precedensowy *Kopernik*, kondensuje takie walory i cechy jak odkrywczność, nowatorstwo, zapal, rewolucjonizm.

Katalog przykładów użycia nazw własnych w nominacji wtórnej zawierał o wiele więcej przykładów użycie antroponimów precedensowych [23]. Z polskich tekstów publicystycznych wyekscerpowaliśmy antroponimy precedensowe związane z filmem, m.in. **Kopernik z Hollywood; Kurosawa Hongkongu; Zbigniew Cybulski – polski James Dean**, a także antroponimy precedensowe pochodzące ze świata sztuki m.in. **polski Picasso; polscy Salvadorzy i polscy Boschowie; nasz Modigliani**. Oddzielną grupę stanowiły przykłady precedensowych antroponimów z polskiej przestrzeni kulturowej, związane z historią, m. in. **Breżniew naszych czasów; Luter islamu; nowy Goebbels**. Odnotowaliśmy także antroponimy precedensowe związane z przekazem literackim, np. **Witkacy w spódnicy**. W grupie antroponimów precedensowych związanych z muzyką znaleźli się m.in. Rolling Stonesi polskiego teatru. Kolejną grupę antroponimów precedensowych, stanowią jednostki zaczerpnięte ze świata polityki, np. **częstochowski Rydzyk; Wałęsa w spódnicy**.

Jądro przebadanych metafor onomastycznych stanowiły nazwy własne w nominacji wtórnej. Należy zauważyć, że podczas analizy jednostek precedensowych,

23 Zob. Monografia autora „Niektóre językowe wyznaczniki bazy kognitywnej współczesnych Polaków i Rosjan” (w druku).

mieliśmy do czynienia z językowo skonwencjonalizowanymi i ustabilizowanymi jednostkami, które poprzez kulturę zostały na stałe wchłonięte do tekstów publicystycznych. Jednak niektóre z analizowanych fenomenów, aktualnych i przywoływanych w procesie komunikacji okazały się nieustabilizowanymi na poziomie tekstów jednostkami. Pewne antroponimy precedensowe, naszym zdaniem, mogą ulegać dezaktualizacji, tzn. mogą nie być już nigdy więcej aktualizowane w tekstach, np. sformułowanie *Lady Makbet Generalnej Guberni*. Wydaje się, że określenie Brigitte Herbst poprzez użycie antroponimu precedensowego *Lady Makbet* jest jednorazowym zabiegiem stylistycznym, który ma na celu wzmocnić ekspresję wypowiedzenia. Z kolei inne antroponimy precedensowe np. *polski Picasso*; *polski Bosch*; *polski Salvador*, *Kopernik z Hollywood*; *Breżniew naszych czasów* mają więcej potwierdzeń tekstowych, są bardziej ustabilizowane w tekstach publicystycznych.

Wyekscerpowane ze współczesnej prasy polskiej antroponimy precedensowe to sformułowania niepowtarzalne, które są wyrazem indywidualnej inwencji dziennikarskiej. Występują one w dyskursie publicystycznym, ale, jak zauważa Wojciech Chlebda, często nie mają odzwierciedlenia w materiale słownikowym [2, s. 252-253]. Zgadza się z W. Chlebdą, iż koniecznym jest stworzenie słownika, który odnotowywałby niekonwencjonalne użycia nazw własnych w nominacji wtórnej. Pozwoliłoby to, naszym zdaniem, uniknąć wielu nieporozumień komunikacyjnych, szczególnie w aspekcie międzykulturowym.

Bibliografia

1. Bandura E. Nauczyciel jako mediator kulturowy, Kraków 2007.
2. Chlebda W. Pochodne nazw własnych w JOS Polaków, [w:] «Językowy obraz świata i kultura» pod red. Anny Dąbrowskiej i Janusza Anusiewicza, Wrocław 2000.
3. K. Myczko. Kompetencja interkulturowa jako cel kształcenia językowego, [w:] Dydaktyka języków obcych a kompetencja kulturowa i komunikacja interkulturowa, Poznań 2005, s. 29.
4. Sarnowski M. Dialog między kulturami. O elementach rosyjskich w przestrzeni kulturowej współczesnych Polaków, [w:] «Dialog w literaturach i językach słowiańskich», tom 2, Opole 2003.
5. Гудков Д.Б. Теория и практика межкультурной коммуникации, Москва 2003.
6. Караулов Ю. Русский язык и языковая личность, Москва 1987.
7. Гудков Д.Б. Коммуникация и межкультурная коммуникация, [в:] «Межкультурная коммуникация: проблемы обучения. Лекционный курс для студентов». Москва 2000.
8. Гудков Д.Б. Прецедентное имя. Проблемы денотации, сигнификации и коннотации, [в:] «Лингвокогнитивные проблемы межкультурной коммуникации», Красных / Изотов, Москва «Филология» 1997.
9. Захаренко И.В., Красных В.В., Гудков Д.Б., Багаева Д.В. Когнитивная база и прецедентные феномены в системе других единиц и в коммуникации, [в:] «Вестник Московского Университета». Сер. 9 «Филология» №3, Москва 1997.

10. Захаренко И.В., Красных В.В., Гудков Д.Б., Багаева Д.В. Прецедентное имя и прецедентное высказывание как символы прецедентных феноменов, [в:] «Лингвостилистические и лингводидактические проблемы коммуникации», под ред. А.И. Изотова, В. В. Красных, Москва 1996.

11. Солтановская Т.В., Уровни коннотированности лексики и феномен прецедентности слова, [в:] «Лингвокогнитивные проблемы межкультурной коммуникации», Красных / Изотов, Москва «Филология», 1997.

Ходакевич О.Г.

кандидат психологічних наук

доцент кафедри іноземних мов фінансово-економічного факультету

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

РОЛЬ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ В КОНТЕКСТІ СУЧАСНИХ ВИМОГ ЩОДО ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ

***Анотація.** У статті розглядається необхідність формування комунікативної компетенції студентів-фінансистів. Визначено сутність, зміст, структуру, функції та принципи науково-методичної системи навчання фахової англійської мови студентів вищих навчальних закладів економічного профілю.*

***Ключові слова:** фахівці у сфері фінансів, фахова іноземна мова, ефективність комунікації, комунікативна компетенція.*

***Abstract.** The article reveals the necessity to speech communicative competence formation of students. The essence, contents, structure, functions and principles of scientific and methodical system of teaching professional English to students studying finance are determined*

***Key words:** financiers, professional foreign language, effective communication, communicative competence.*

Постановка проблеми. Процеси інтеграції бізнесу та його глобалізація, розширення міжнародного співробітництва, динамічний розвиток фінансово-економічних відносин роблять мову економіки об'єктом особливої уваги дослідників і спонукають до змін у вимогах, що висуваються щодо кваліфікаційної підготовки сучасного фахівця економічного профілю. У зв'язку з наближенням мовної підготовки майбутніх фахівців-фінансистів до загальноєвропейських та світових стандартів, визначеними в Загальноєвропейських Рекомендаціях з мовної освіти, необхідна трансформація навчання іноземної мови майбутніх фахівців економічного профілю через перегляд його змісту і навчальних технологій [1].

Опанування іноземної мови передбачає не тільки сформовані навички читання, письма, сприйняття мови на слух, але й здатність спілкуватися іноземною мовою. Реальне спілкування може відбутися лише за умов володіння всіма учасниками акту комунікації знаннями щодо норм поведінки, стилів життя, особливостей ведення бізнесу, прийнятими в країні, яку представляє співрозмовник, тобто сформованих навичок міжкультурного спілкування. Отже, на сучасному етапі формування складових професійної компетентності спеціаліста в умовах освітньої програми передбачає, що метою діяльності

студента є не оволодіння системою інформації щодо основ наук, а формування здібностей для здійснення майбутньої професійної діяльності.

Аналіз останніх досліджень та публікацій

В Україні існує багато досліджень щодо різних аспектів навчання іноземної мови у ВНЗ, але переважна більшість наукових робіт присвячена методам розширення знань чи формуванню окремих навичок міжкультурного спілкування студентів-філологів. Навчання іншомовного академічного, професійного та повсякденного спілкування студентів нефілологічних спеціальностей залишається поза увагою вітчизняних дослідників, а поодинокі роботи, присвячені навчанню англійської мови студентів окремих спеціальностей (Л. Морська, Н. Саєнко, О. Тарнопольський, В. Топалова та ін.), не вирішують проблеми в цілому.

Тому метою даної статті є висвітлення основних положень науково-методичної системи навчання професійної англійської мови студентів нефілологічних спеціальностей, а саме студентів, що вивчають фінанси.

Завданнями статті передбачається:

- здійснити науково-методичний аналіз системи навчання професійної англійської мови студентів-фінансистів;
- розкрити зміст, структуру та функції даної системи;
- визначити педагогічні засади функціонування запропонованої системи.
- обґрунтувати доцільність підвищення ефективності процесу мовно-фахового вдосконалення студентів фінансистів, спрямованого на формування мовнокомунікативної компетенції студентів у контексті сучасних вимог до професійної підготовки майбутніх фахівців.

Виклад основного матеріалу дослідження

Науково-методична система навчання професійної англійської мови студентів економічних спеціальностей (у нашому випадку студентів-фінансистів) — це комплексне явище, яке містить численні елементи, що утворюють певну сукупність завдяки наявності між ними внутрішніх зв'язків [2, с. 78].

На ефективне функціонування даної системи впливають такі чинники, як соціальне замовлення на випускників фінансового профілю вищих навчальних закладів; цілі навчання та виховання; принципи та зміст навчання професійної англійської мови.

Відповідно сама система навчання професійної англійської мови студентів економічних спеціальностей включає принципи навчання англійської мови за професійним спрямуванням, єдність фахової та іншомовної підготовки майбутніх фахівців; зміст, структуру та функції, а також педагогічні засади навчання професійної англійської мови студентів-фінансистів.

Нові суспільні вимоги щодо володіння англійською мовою як засобом міжкультурного спілкування сприяли розробленню специфічних методичних принципів (інтерактивності, мовленнєво-мисленнєвої активності, контекстуалізації, інтеграції, безперекладної семантизації), що лежать в основі навчання загальної та професійної англійської мови. Свідоме й цілеспрямоване впровадження таких принципів у практику навчання має сприяти поєднанню мовної обізнаності студента з практичним володінням мовленнєвою діяльністю у

відповідних ситуаціях спілкування.

Зміст іншомовної комунікативної компетенції позицій фахової підготовки студентів-фінансистів передбачає наявність інтегрованих професійних знань у галузі фінансів, реалізованих у практичних навичках іншомовної комунікативної поведінки а також наявність додаткових знань (сукупність слів та їх значень, що є загальними для носіїв мови та їх культури).

Навчальний матеріал для формування й розширення іншомовної комунікативної компетенції студентів нефілологічних спеціальностей повинен складатись із текстів за професійною тематикою, цікавих за змістом, таких, що мають пізнавальну цінність, містять проблемні ситуації, спонукають до розмірковування, стимулюючи таким чином навчальну діяльність та вивчення іноземної мови.

Структура іншомовної комунікативної компетенції містить такі ключові компоненти:

- види компетенцій: мовна, мовленнєва, стратегічна, загальнокультурна, лінгвокраїнознавча, соціолінгвістична;
- форму прояву даних компетенцій: вербальна/невербальна;
- професійний аспект кожної компетенції.

Фахова іншомовна комунікативна компетенція виконує наступні функції: пізнавальну, інформативну, світоглядну, комунікативну, регулятивну, аксіологічну та виховну має професійний аспект і повинна реалізовуватись у процесі вивчення як загальної, так і професійно спрямованої англійської мови.

Вивчення курсу «Фахова іноземна мова» у вищій школі повинно відбуватися на засадах міжпредметної координації. Іноземна мова дає можливість сформувати у студентів цілісну картину світосприйняття, допомагає їм подолати штучні межі між окремими системами знань [3].

Міжпредметна координація вимагає з'ясування змісту навчальної фахової дисципліни та виділення її міжкультурних аспектів; випереджаючого вивчення професійно спрямованого матеріалу рідною мовою для того, щоб викладачу англійської мови не перебирати на себе функції викладача профільних дисциплін; коригування навчальних планів для забезпечення послідовності вивчення професійно значущих тем рідною та іноземною мовами; проведення інтегрованих занять з профільних дисциплін рідною та англійською мовами з використанням видів навчальної діяльності, характерних для занять з іноземної мови (моделювання ситуацій, робота в парах, відповіді у вигляді презентацій, дискусії тощо) [2, с. 79].

Отже, міжпредметна координація зміцнює взаємозв'язки у навчанні фахових дисциплін та англійської мови за професійним спрямуванням. Така координація допомагає студенту краще зрозуміти взаємозалежність речей і подій у світі, сприяє цілісному сприйняттю навколишнього середовища, актуалізує знання студентів у різних наукових галузях, спонукає до пошуку нової цікавої інформації щодо вирішення різнопланових проблем у культурах різних народів.

Висновки. Володіння іноземною мовою стає одним з визначальних факторів у формуванні сучасного висококваліфікованого фахівця. Для спеціалістів з

вищою освітою, зокрема для фінансистів, знання іноземної мови стає не тільки засобом отримання інформації з оригінальних джерел, але й засобом професійної комунікації. Ефективне формування професійної іншомовної компетенції майбутніх фахівців економічного профілю досягається за умови синергетичної сукупності науково-теоретичних знань, практичних умінь, навичок, мотивації та рефлексії, що забезпечують результативність здійснення іншомовної професійної діяльності; створення таких педагогічних умов як поетапне навчання іноземної мови, реалізації принципу міжпредметної координації, методичного забезпечення та системного моніторингу формування професійної іншомовної компетенції; інтенсифікації процесу мовної підготовки за допомогою контекстно-орієнтованої проектної діяльності фахівців.

Література

1. Загальноєвропейські Рекомендації з мовної освіти: вивчення, викладання, оцінювання / Наук. ред. укр. вид-я С.Ю. Ніколаєва. — К.: Ленвіт, 2003. — 273 с.

2. Гришкова Р.О. Науково-методична система навчання професійної англійської мови студентів нефілологічних спеціальностей / Р. О. Гришкова // Наукові праці Миколаївського державного гуманітарного університету ім. Петра Могили комплексу «Києво-Могилянська академія». Сер.: Педагогічні науки. — 2008. — Т.97, Вип.84. — С. 77–82. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npchduped_2008_97_84_18.

3. Кулагин П.Г. Межпредметные связи в процессе обучения. — М.: Просвещение, 1991. — 96 с.

Шпильківська Л.С.

старший викладач

кафедри іноземних мов і міжкультурної комунікації факультету МЕІМ

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ ПІДРОСТАЮЧОГО ПОКОЛІННЯ

Анотація. У даній статті мова йде про підвищення рівня міжкультурної комунікації підростаючого покоління. В основі міжкультурної комунікації лежить загальний культурний рівень кожної людини. Викладачі нашого університету не тільки систематично готують висококваліфікованих спеціалістів, вчать студентів спілкуватись іноземною мовою, але й постійно дбають про духовний і культурний рівень студентів, готують молоде покоління до майбутнього життя. Економічна освіта, знання іноземних мов, високий рівень міжкультурної комунікації дозволяють нашим випускникам зустрічатись з представниками багатьох країн, встановлювати офіційні, ділові та партнерські контакти з різними підприємствами й компаніями.

Ключові слова: міжкультурна комунікація; культурний рівень; висококваліфікований спеціаліст; людське спілкування; колосальний потік інформації; розвиток особистості; цікавий співрозмовник; іноземні мови; комунікативна компетенція; взаєморозуміння; вишукані манери; мистецтво ввічливості; партнерські контакти; епоха глобалізації.

***Abstract.** In this article we are talking about the raising of the level of the intercultural communication of the younger generation. The basis of the intercultural communication is the overall level of each person. The teachers of our university don't only prepare systematically highly qualified specialists and teach students to communicate in a foreign language, but also constantly take care of the spiritual and cultural level of students, preparing the younger generation to the future life. The economic education, language skills, the high level of the intercultural communication allow our graduates to meet with representatives of many countries, establish formal, business and partnership contacts with various enterprises and companies.*

***Key words:** intercultural communication; cultural level; highly qualified specialist, human communication; huge flow of information; personal development; interesting companion; foreign languages; communicative competence; understanding; refined manners; art of the courtesy; partner contacts; era of the globalization.*

Постановка проблеми. Викладачі нашого університету систематично шукають способи підвищення рівня міжкультурної комунікації підростаючого покоління. Які методи потрібно використати, щоб не тільки підготувати висококваліфікованих економістів зі знанням іноземних мов, але й виховати культурних і освічених людей? Як допомогти кожному студенту стати цікавим співрозмовником, уміти висловлювати свої думки, отримувати велику насолоду від спілкування не лише зі своїми співвітчизниками, але й з іноземними партнерами?

Аналіз останніх публікацій. Автори останніх публікацій, поданих мною у бібліографічному списку, дають цінну інформацію щодо підвищення рівня міжкультурної комунікації підростаючого покоління. Значне місце в цих роботах належить вивченню іноземних мов, які допомагають українським студентам безпосередньо ознайомитись з культурою, економічним і політичним станом, звичаями різних країн.

Виклад основного матеріалу дослідження. В основі міжкультурної комунікації лежить загальний культурний рівень кожної людини. Викладачі вищої школи не тільки систематично готують майбутніх спеціалістів, але й постійно працюють над підвищенням духовного й культурного рівня студентів. В епоху глобалізації стрімко зростає кількість інформації, але весь її колосальний потік не може замінити людського спілкування. Наша молода й незалежна держава не зможе досягти економічного зростання без високого культурного рівня членів суспільства.

Кожний громадянин має право на вільний і всебічний розвиток особистості. Спочатку людина навчається в дитсадку й школі, потім у вищому навчальному закладі. Щоб бути цікавим співрозмовником, вона повинна бути висококваліфікованим спеціалістом, глибоко знати який-небудь предмет, уміти сказати що-небудь нове, учитися все своє життя, адже неможливо передбачити межу наукового пізнання. Бесіда з розумною і вихованою людиною приносить найбільшу насолоду. Виховує все: навколишнє середовище, книги, батьки, педагоги. Хороші викладачі не лише дають студентам великий обсяг знань, але й проводять з ними бесіди на різноманітні теми, змушують їх думати, вчать висловлювати свої думки, відстоювати свою точку зору. Вихована молода людина

ніколи не дозволить собі образити словом дружину, дівчину, адже рівень культури в суспільстві визначається ставленням чоловіка до жінки. Від правильного виховання залежить майбутнє нашого народу.

Щоб підвищити рівень комунікативної компетенції, перш за все, потрібно багато читати, адже книги — це джерело знань, духовний заповіт одного покоління іншим, найбільш складне й велике чудо із всіх чудес, створених людством. Література ніколи не була особистою справою окремого письменника. Читаючи книги, ми вивчаємо історію своєї країни, всього людства, а книги, які ми перечитуємо, мають майбутнє. Завдяки книгам стали безсмертними чудові думки філософів, поетів, письменників усіх часів і народів.

Інтернет, телебачення заповнили сьогодні нашу планету. Молоді люди стали менше цікавитися художньою літературою, вони можуть годинами грати в комп'ютерні ігри, дивитися телешоу. Але ніхто не може вважати себе культурною людиною, не прочитавши твори Тараса Шевченка й Лесі Українки, Льва Толстого й Олександра Пушкіна, Віктора Гюго й Олександра Дюма та багатьох інших геніїв світової літератури. Помирають люди, зникають держави, а книги залишаються. Молода людина повинна також цікавитись музикою, живописом, театром, виставками, щоб збагачувати себе духовно й морально.

Перш, ніж щось сказати, потрібно добре подумати, щоб не порушувати всю симфонію бесіди. Мудрість у народі народжується зі слова. Сила слова безмежна, немає у світі зброї, яка була б сильнішою за слово. Влучного, переконливого слова часто було достатньо, щоб зупинити військо, яке відступає, перетворити поразку в перемогу. Ми всі знаємо, що зі зброєю потрібно поводитися обережно. Але ми не хочемо знати, що так само потрібно поводитися зі словом. Адже слово може і вбити, і зробити зло, гірше смерті. Кожне слово повинне бути знаком поваги до співрозмовника.

Дуже велике значення в спілкуванні має взаєморозуміння. Непорозуміння між чоловіком і дружиною закінчується розлученням. Якщо відсутнє взаєморозуміння між студентом і викладачем, великих результатів у навчанні не слід очікувати. Непорозуміння між країнами призводить до виникнення військових конфліктів.

Досвідченому й цікавому співрозмовнику завжди притаманні такі якості, як небагатослівність, скромність, простота, щирість, правдивість. Компетентна людина ніколи не буде говорити багато, а буде намагатись сказати основне, адже справжня мудрість небагатослівна. Багато говорити й багато сказати — це не одне й те ж. Дуже часто погані оратори, які мають невеликий запас матеріалів, будуть намагатися ліквідувати цей недолік надмірною кількістю слів. Слід зазначити, що мистецтво гарно говорити для розумної людини полягає не в тому, щоб знати, що потрібно сказати, а в тому, щоб знати, чого не потрібно говорити. Досконалість у спілкуванні досягається тоді, коли вже немає чого додати.

У розмові потрібно завжди вміти вислухати свого співрозмовника, не перебивати його і не поспішати відповідати. Природа дала людині два вуха й один язик, щоб вона менше говорила, а більше слухала. Лише два роки потрібно людині, щоб навчитись розмовляти, але вона вчиться все життя тримати язик за

зубами. Скромна людина ніколи не буде себе ні хвалити, ні говорити про себе без потреби, ні ставити себе в розмові на перше місце («Я і мої друзі» — замість «Мої друзі і я»). Скромність — це головна умова моральної краси.

Правда, а не обман, повинна завжди бути предметом спілкування. Потрібно розмовляти так, щоб люди, які вас оточують, відчували вашу щирість і чесність. Для того, щоб навчитися говорити правду людям, потрібно навчитися говорити її самому собі. Намагайтесь завжди говорити правду, обман ніколи не призведе до успіху.

Ніякий керівник не повинен розмовляти зі своїм підопічним різким тоном, якщо навіть останній допустив недоліки в роботі. Він також не може звинувачувати свого підлеглого. Вину особи визначає тільки суд.

Ніхто не має права принижувати людську гідність, насміхатись над слабшими. Якщо випадково ви сказали щось образливе, недоречне, обов'язково потрібно вибачитись перед співрозмовником. Не забувайте, що перед вами особистість, яка має право на повагу. При спілкуванні з людиною іноді можна навіть пожартувати. Кажуть в народі, що приємний жарт в розмові — те ж саме, що сіль в їжі. Але цього робити не слід, якщо ваш співрозмовник не розуміє жартів, тому що для нього вони можуть стати гострою сокирою.

Кожний народ, кожна нація має свої особливості спілкування, як зі своїми знайомими, друзями, так і з незнайомими людьми. Поняття пристойності у Франції — це повага прав, поглядів, звичаїв, почуттів та емоцій співрозмовника. Французи — справжні патріоти своєї країни. Незважаючи на багаточисленні війни й революції, вони зуміли зберегти тисячолітні храми й церкви, палаци й фортеці, а головне — свою культуру, без чого будь-яка нація приречена на інтелектуальне й матеріальне зубожіння, оскільки втрачає свої корені. Французький народ з неприхованою гордістю говорить про історичне минуле своєї країни, а ще більше він дбає про сьогоднішній день і майбутнє своєї нації.

На сьогодні предметом дискусії з французами може бути що завгодно. Вони полюбляють поговорити про якість життя, соціальне забезпечення, медицину, податки, стосунки між чоловіками й жінками, дітьми й батьками.

Французам притаманна галантність, вихованість, вишукані манери. Це помітно, перш за все, з того, як людина розмовляє. У спілкуванні вона не втратить своєї власної гідності й не буде ні перед ким принижуватись. У більшості своїй у французів гарна поведінка, незалежно від того, який у них соціальний статус. Потрібно вивчати їхні манери, повсякденне життя, щоб знати, що їх цікавить, про що з ними розмовляти. Там однаково непристойно запитувати в жінки, скільки їй років, як цікавитись у будь-якої людини її заробітком.

Французи намагаються жити економно, щомісячно відкладаючи третину своєї заробітної плати на чорний день. Проте багатством вони не хизуються. Вони можуть мати на рахунку десятки мільйонів євро, але неодмінно вам поскаржаться, що стрімко ростуть ціни, збільшуються податки — і вони ледве зводять кінці з кінцями.

Саме у французів слід повчитися мистецтву ввічливості. Знаходячись в ліфті, сидячи за одним столиком у кафе, незнайомі люди приємно спілкуються, а не

вороже переглядаються. У магазині вам будуть вдячні навіть за незначну покупку, а листоноша подякує за те, що ви поставили свій підпис за доставлену посылку. При зустрічі француз обов'язково звернеться до знайомого з цікавістю і посмішкою на вустах: «Вітаю. Дуже радий вас бачити. Як справи? Як діти, не хворіють?» Те ж саме й під час прощання, для якого розроблений цілий ритуал: «До побачення. До скорого побачення. Бажаю вам усього найкращого. Нехай цей день (ранок, вечір, кінець тижня) буде успішним для вас». Посміхнулись, попрощались і з гарним настроєм пішли на роботу. Від такого спілкування виграють усі: і люди, і робота.

Франція — це країна високої культури. Згадаємо, що фундаментальні принципи свободи й демократії були розроблені французькими письменниками й мислителями епохи Відродження. Французи зробили великий внесок у літературу, науку й мистецтво, філософію і політологію. Нам є чому в них повчитися, як і їм у нас.

У зв'язку з розвитком сучасних технологій, Інтернету міжкультурне спілкування набуває на сьогодні великого значення. В епоху глобалізації на перший план висувається проблема мирного співіснування представників різних культурних традицій.

Висновки з проведеного дослідження. Проведене дослідження підтвердило, що підвищення рівня міжкультурної комунікації відіграє провідну роль в епоху глобалізації. На долю наших викладачів випала велика місія: учити студентів спілкуватись іноземними мовами, які забезпечують безпосередній доступ до величезного духовного багатства всесвітньої культури. Високий рівень міжкультурної комунікації сприяє зближенню різних націй і народностей. А зближення народів — головне завдання людства.

Література

1. Бойко А.М. Виховуємо громадянина і професіонала: теорія, досвід: монографія/А.М. Бойко, П.Г. Шемет. — Полтава: Полтава, 2003. — 404 с.
2. Большаков В. Эти поразительные французы: записки собственного корреспондента во Франции/ Владимир Большаков. — М.: АСТ: Астрель, 2007. — 253 с. — (Культурный шок).
3. Єлізарова Г.В. Культура та навчання іноземним мовам. — СПб.: КАРО, 2005. — 352 с.
4. Круцко Н.Ф. Сучасні тенденції розвитку громадянської освіти. — К.: Вид-во Вят ГГУ, 2005. — 242 с.
5. Машеннікова В.Ш. Педагогічна модель соціально-орієнтованої особистості студента. Методологічний посібник. — Казань: Вик РАВ, 2006. — 124 с.
6. Япп Н. и Сиретт М. Эти странные французы. Пер. с англ. И. Тогоевой. — М.: Эгмонт Россия Лтд., 2001. — 72 с. — (Серия «Внимание: иностранцы!»)

Юган Н.Л.

доктор філологічних наук, доцент

доцент підготовчого відділення для навчання іноземних громадян

Київського національного університету імені Тараса Шевченка

ЛІНГВОКУЛЬТУРОЛОГІЧНИЙ ПІДХІД В КУРСІ РОСІЙСЬКОЇ МОВИ ЯК ІНОЗЕМНОЇ ПІД ЧАС НАВЧАННЯ СТУДЕНТІВ-МЕДИКІВ

***Анотація.** У статті розглядаються методичні аспекти використання в практиці навчання російської мови як іноземної дидактичного потенціалу біографії та творчої спадщини В. Даля в цілях формування лінгвокультурологічної та професійної комунікативної компетенції майбутніх лікарів, виховання професійних моральних якостей та інтересу до вивчення російської мови і культури.*

***Ключові слова:** російська мова як іноземна (РМІ), паремія, професійно-орієнтоване навчання, лінгвокультурологія.*

***Abstract.** The article considers methodological aspects of the practice of teaching Russian as a foreign language didactic potential of biography and creative heritage V. Dahl for the purposes of forming linguo-cultural and professional communicative competence of future physicians, professional education of moral qualities and interest in the Russian language and culture.*

***Key words:** Russian as Foreign Language (RFL), paremia, professionally oriented education, Cultural Studies in Foreign Language Education.*

Постановка проблеми. Поєднання лінгвокультурологічного та професійно-орієнтованого підходів до викладання російської мови іноземним студентам-медикам є актуальним, але недостатньо розробленим аспектом методики РМІ, яка вимагає подальшого детального дослідження.

Аксіологічна спрямованість лінгвокультурології та унікальна специфіка лікарської професійної діяльності, об'єктом якої є життя і здоров'я людини, визначають необхідність паралельного формування лінгвокультурологічної та професійної комунікативної компетенції майбутніх медиків, оскільки тільки в цьому випадку можливе вирішення таких важливих виховних завдань, як залучення особистості студента до цінностей світової, російської та національної культур, передача новому поколінню медиків етичного професійного кодексу лікаря [8, с. 32].

Аналіз останніх джерел та публікацій. Методичні положення професійної спрямованості навчання іноземній мові були розроблені О. Роциною, М. Ляховицькою, В. Сквозніковою, Р. Богданкіною [9; 7; 10]. Професійно-орієнтоване навчання іноземних мов стає все більш затребуваним на сучасному ринку освітніх послуг. З'являються навчальні посібники з російської мови для іноземних студентів різних спеціальностей, наукові дослідження, присвячені окремим аспектам методики навчання РМІ з урахуванням професійної спрямованості. Л. Алексєєвою [1] розглядаються проблеми оптимізації процесу професійно-орієнтованого навчання іноземних мов, пропонуються критерії відбору й організації навчального матеріалу, моделі процесу навчання іншомовного професійно-орієнтованого спілкування, актуальні й для методики навчання РМІ студентів-медиків.

Активно публікуються та успішно застосовуються на практиці підручники та навчальні посібники з РМІ для студентів медичних вишів (В. Д'якова [5], Л. Лук'янова [6]). Відмінною рисою цих книг є розгляд їх авторами й укладачами питань вивчення медичної термінології, синтаксису наукового стилю мовлення, формування навичок ведення медичної документації та побудови усної комунікації іноземним студентом та ординатором з пацієнтом в рамках ситуацій медичної навчальної практики. Однак авторами не використовується великий виховний та лінгвокультурологічний потенціал російського пареміологічного корпусу та фразеологічного фонду російської мови, що активно застосовується у практиці навчання іноземних студентів-філологів.

Витоки сучасного лінгвокраїнознавства та лінгвокультурологічного викладання іноземної мови для фахівців-нефілологів знаходимо в дослідженнях Є. Верещагіна та В. Костомарова [3, с. 37]. Досягнення лінгвокультурологічних шкіл Ю. Степанова, Н. Арутюнова, В. Телія, В. Воробйова, В. Шаклеїн можуть бути застосовані для підвищення ефективності навчання російській мові іноземних студентів-медиків.

Посібники з російської мови для цих студентів в переважній більшості орієнтовані на вивчення термінологічної лексики з певної спеціальності (анатомія, пропедевтика внутрішніх хвороб), на ознайомлення з синтаксичними конструкціями наукового стилю мовлення. При цьому величезний лінгводидактичний потенціал російських прислів'їв залишається незатребуваним, студенти позбавляються можливості вивчити уявлення російської традиційної культури про здоров'я, хвороби, харчування, лікарські засоби медицини, які зафіксовано пареміологічним корпусом російської мови.

Недостатньо розроблені в сучасній методиці РМІ теорія та практика здійснення координації лінгвокультурологічної та професійно-мовної підготовки майбутніх лікарів, питання навчання студентів медичних вишів різновидам мовної діяльності з урахуванням професійної спрямованості, практично відсутні роботи, присвячені особливостям використання паремій на практичних заняттях РМІ з вивчення спеціальних тем для розвитку мови, під час аудиторної роботи зі спеціальними текстами, в організації позааудиторної діяльності для розвитку особистісно-професійних якостей студентів.

Метою статті є аналіз практики використання в навчанні РМІ лінгводидактичного потенціалу російських паремій та виховного значення біографії й особистості В. Даля у формуванні професійно-мовної компетентності й здатності до міжкультурної комунікації російською мовою іноземних студентів медичного профілю.

Виклад основного матеріалу дослідження. Професійна спрямованість навчання російській мові іноземних медиків заснована на принципі професійної спрямованості навчального матеріалу, що обумовлює необхідність включення в зміст практичних занять спеціальних текстів, тем для розвитку мови та словників-мінімумів за фахом.

Важливим виховним завданням викладача РМІ в медичному виші є виховання моральності студента, якому в майбутньому належить отримати високе

звання лікаря, долучити молодих людей до цінностей професійної етики медика, дати уявлення про благородство їхньої майбутньої спеціальності, на прикладах життя видатних подвижників медицини показати високі зразки служіння науці та медицині. У рішенні даного завдання викладачеві допомагають тексти-описи, що містять відомості про історію медичних відкриттів, приклади подвигів медиків у важкі для Батьківщини часи, біографії видатних людей, життя та діяльність яких були пов'язані зі служінням хворій людині.

Включення в текстотеку біографій лікарів, які зробили значний внесок у розвиток російської літератури й культури, життєпису В. Даля має велике лінгводидактичне та виховне значення. Вивчення життя В. Даля збагачує студента знаннями з історії розвитку медицини в Росії, дає можливість викладачеві познайомити аудиторію з важливими професійними термінами, організувати дискусію про вибір професії медика.

Вивчення на занятті РМІ етнографічної, лексикографічної та письменницької спадщини В. Даля допомагає збагатити культурологічні знання студентів та підвищити їхню мотивацію до вивчення російської мови.

Іноземець, який отримує медичну освіту російською мовою, починає знайомство зі спадщиною та особистістю В. Даля в першому семестрі в рамках великої програмної теми «Відомі діячі медицини». Під час практичного заняття студенти отримують можливість попрацювати зі словником та збіркою, створеними великим російським лексикографом: самостійно знаходять у «Толковом словаре живого великорусского языка» значення слів «хвороба», «лікар», «лікарня», прислів'я про медицину; у «Пословицах русского народа» [4] знаходять паремії про лікарів, медицину та лікування, що формулює тему заняття та допомагає майбутнім лікарям зрозуміти особливу гуманістичну сутність майбутньої професії, значущість моральних норм для своєї професійної діяльності.

Як домашнє читання нами використовується скорочений та адаптований текст про В. Даля В. Бахтіна [2, с. 150–152]. Виконання домашнього завдання контролюється аудиторним читанням, вправами та обговоренням тексту з подальшим написанням твору про життя та діяльність Даля як самостійної роботи.

Підвищити інтерес до текстів цієї спрямованості та мотивацію студентів до вивчення російської мови допомагають прислів'я, які ілюструють уявлення про лікарів, медичну діяльність, взаємовідносини лікаря та пацієнта в народній духовній культурі.

Величезний дидактичний потенціал паремій сприяє реалізації цілей морально-етичного виховання професійної етики лікаря на заняттях РМІ, оскільки в пареміологічних висловлюваннях розкривається соціальний зміст моральних норм, знаходять відображення найважливіші етичні категорії та все різноманіття моральних відносин.

У практиці викладання РМІ студентам-медикам нами використовується кілька тематичних груп прислів'їв, присвячених медицині та лікарям, виділяються в цих семантичних групах приватні підгрупи паремій, які розкривають сутність

конкретних норм професійної етики лікаря. Для досягнення цієї мети застосовувались методи семантичного аналізу та опису семантики паремій.

Ми виокремили підгрупи паремій, які розкривають специфіку окремих професійних рис характеру лікаря.

Одна з найбільш численних груп паремій присвячена такій необхідній для лікаря загальнонародській якості, як доброта, милосердя до пацієнтів. У прислів'ях знаходить відображення вимога милосердного та поблажливого ставлення до пацієнта: «больной что ребёнок», «больному да дорожному закон не писан», «не больной привередлив, а боль».

У збірці паремій В. Даля «Пословицы русского народа» кількістю відрізняється група прислів'їв, що дають негативну оцінку самолікуванню та зверненню до шарлатанів, які надають медичну допомогу, не володіючи необхідними для цього знаннями та вміннями: «самого себя лечит — только портит», «лечит, да в могилу мечет», «кого схоронили, того и вылечили».

Особливе неприйняття й засудження в дзеркалі прислів'їв знаходить користолюбство медиків, для яких особисте збагачення важливіше життя та здоров'я людей, що довірилися їм: «лекарь свой карман лечит», «аптекаам предаться — деньгами не жаться», «чистый счёт аптекарский — тёмные ночи осенние». При цьому прислів'я зафіксували вдячне та шанобливе ставлення до милосердного й грамотного лікаря, визнання труднощів його роботи: «здоровому врач не надобен», «боль врача ищет», «тяжело болеть, тяжелее того над болью сидеть». Про розуміння важливості професіоналізму лікаря та його відповідальності за життя інших людей, про величезні складності його праці говорить прислів'я: «Человек — не скотина: испортит недолго». Таку важливу професійну рису характеру, як мужність, підкреслює прислів'я: «кто не боится холеры, того она боится».

Велике значення прислів'я мають для історії медицини, оскільки паремії, як узагальнення досвіду багатьох поколінь, доносять до нас уявлення про медиків та медицину. Але вони втратили свою актуальність у наші дні. У прислів'ях згадуються способи лікування та медичні процедури, не вживані в сучасній лікарській практиці: «горшок на живот — всё заживёт». Поряд зі зниклими способами лікування прислів'я згадують методи народної медицини, які не втратили своєї актуальності й в наші дні. Наприклад, прислів'я розповідають про позитивний вплив на здоров'я традиційної російської лазні: «баня — мать вторая», «кости распаришь, всё тело направишь».

Про початковий період розвитку фармакології, коли лікарські засоби ще не були досконалі, розповідають прислів'я: «аптека и лечит, так калечит», «и хорошая аптека убавит века», «аптека улечит на полвека». Однак, навіть в далекі часи початку становлення наукової медицини та фармакології в народній свідомості було закладення уявлення про прийняття в разі захворювання лікарських засобів: «противное зелье лучше болезни». Про віру в наявність у коморах природи ліків проти кожної хвороби говорять прислів'я: «на всякую болесьть зелье вырастает», «на всякую шаль выросло по лозе, на всякую болезнь по зелью». Про застосування в фармакології минулого ліків, виготовлених з

рослинної сировини, говорить прислів'я: «и собака знает, что травой лечатся». Оптимізмом та щирою довірою до медицини пройнято прислів'я »криме смерти от всего вылечишься». Довіра до захисних сил організму ілюструє паремія: «брюхо больного умнее лекарской головы».

На першому курсі з російською мовою навчання в рамках теми спілкування «Рекомендації людині, яка має шкідливі звички» студенти вчать важливої складової майбутньої професійної діяльності: проведенню роз'яснювальної роботи серед населення з пропаганди здорового способу життя та шкоди вживання алкоголю та тютюнопаління. Паремії, узагальнювальні уявлення народу про важливість здоров'я, правилах суспільної та індивідуальної санітарії й гігієни, вплив харчування на стан організму, можуть надати значну допомогу лікарю при впровадженні в повсякденний побут людей та суспільну свідомість уявлень та знань про методи збереження й зміцнення здоров'я. Цьому сприяють характерні для прислів'їв афористичність та повчальність.

Використання на заняттях російських прислів'їв допомагає студенту не тільки активізувати термінологічну лексику з теми залежностей та їхніх наслідків для організму людини, а й формує у молодих людей неприйняття пияцтва, переконаність у необхідності повсюдної боротьби з ним.

Висновки з проведеного дослідження. Аналіз практики вивчення особистості та творчої спадщини В. Даля в курсі РМІ ілюструє ефективність паралельної реалізації лінгвокультурологічного та професійно-орієнтованого підходів до навчання іноземних студентів в медичному виші, дозволяє підвищити інтенсивність навчального процесу та виховання професійно-значущих моральних якостей майбутніх лікарів за допомогою дидактичного потенціалу прислів'їв збірки В. Даля, що відображають народні уявлення про лікарський борг, гуманістичну сутність медицини та моральність як невід'ємні професійні риси лікаря, а також містять відомості про історію розвитку та становлення медичних знань.

Література

1. Алексеева Л.Е. Методика обучения профессионально-ориентированному иностранному языку. Курс лекций: методич. пособ. / Л.Е. Алексеева. — СПб.: Филол. фак-т СПбГУ, 2007. — 136 с.
2. Бахтин В.С. От былины до считалки: Рассказы о фольклоре / В.С. Бахтин. — Л., 1998. — С. 150–152.
3. Верещагин Е.М. Язык и культура: Лингвострановедение в преподавании русского языка как иностранного. — Изд. 4-е, переработ. и доп. / Е.М. Верещагин, В.Г. Костомаров. — М.: Рус. яз., 1990. — 246 с.
4. Даль В.И. Пословицы русского народа: сб.: в 2 т. / В. И. Даль. — М.: Худож. лит., 1984.
5. Дьякова В.Н. Диалог врача с больным. Пособ. по развитию речи иностранных студентов-медиков. — 2-е изд., испр. и доп. / В.Н. Дьякова. — СПб.: «Златоуст», 2002. — 232 с.

6. Лукьянова Л.В. Русский язык для иностранных студентов-медиков / Л.В. Лукьянова. — СПб.: «Златоуст», 2009. — 120 с.
7. Ляховицкий М.В. Методика преподавания иностранных языков / М.В. Ляховицкий. — М.: Высш. шк., 1981. — 160 с.
8. Пассов Е.И. Коммуникативное иноязычное образование: готовим к диалогу культур: пособ. / Е.И. Пассов. — Мн.: Лексис, 2003. — 184 с.
9. Рощина Е.В. Функции иностранного языка как учебного предмета в системе обучения в университете / Е.В. Рощина // Иностранные языки на специальных факультетах: межвуз. сб. — Л.: Изд-во ЛГУ, 1978. — С. 3–6.
10. Сквозникова В.А. Страноведческий комментарий как одна из форм реализации межпредметных связей / В.А. Сквозникова, Р.Н. Богданкина // Иностранные языки в высшей школе. — 2010. — Вып. 13. — С. 133–116.

МАТЕРІАЛИ СТУДЕНТСЬКОЇ ВІДЕОКОНФЕРЕНЦІЇ

Пертія Д.

студент групи ММБ–506

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»,

науковий керівник — Печенікова Л.М., викладач кафедри української мови та літератури

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

КУЛЬТУРНІ ЦІННОСТІ І ЇХ МІСЦЕ В МІЖКУЛЬТУРНІЙ КОМУНІКАЦІЇ

Анотація. У статті проаналізовано культурні цінності та їх місце в міжкультурній комунікації; визначено лінгвокультурні фактори, які впливають на успішну комунікацію; зроблено порівняльний аналіз культурних цінностей Грузії та України.

Ключові слова: культура, культурні цінності, міжкультурна комунікація, ділове спілкування.

Abstract. In the article analysis culture values and there places in the intercultural communication; identified lingvocultural factors, which on successful communications; done comparative analysis cultural values Georgia and Ukraine.

Key words: cultural, cultural values, intercultural communication, business communication.

Культурні цінності та їх місце в міжкультурній комунікації є одним із найважливіших аспектів у сфері бізнесу, економічного й загальнолюдського спілкування. Ніхто не стане сумніватися у факті політичної, економічної й культурної інтеграції, яка відбувається в процесі глобалізації у сучасному світі. Країни й народи активно співпрацюють і взаємодіють у всіх сферах життя на різних рівнях — від особистого спілкування до міжнародних зустрічей, тому це питання є дуже актуальним. В останні роки в державі і суспільстві особливої важливості набула проблема збереження культурних цінностей. На тлі виявлення зловбоденних питань обліку, контролю, збереження і безпеки музейних предметів основне теоретичне завдання представляє визначення ключового поняття сучасної культурології та філософії культури – поняття культурної цінності. З цим поняттям пов'язані не тільки питання кабінетної теорії, але й вузлові питання законодавства про культуру.

Проблему збереження культурних цінностей та їх місце в міжкультурній комунікації досліджували багато вчених: О. Тейлор, Т. Грушевицька, В. Попков, А. Садохін, С. Тер-Мінасова, У. Гудикунсг, Л. Самовар, Р. Портер, зокрема М. Бахтін, В. Біблер, В. Саф'янов, Л. Буєва, М. Каган, О. Потебня, П. Грайс, Дж. Остін, Дж. Серль звертали увагу на питання толерантності в міжкультурній комунікації.

У науковій літературі поняття культурних цінностей розуміють як об'єкти матеріальної та духовної культури, що мають художнє, історичне, етнографічне та наукове значення і підлягають збереженню, відтворенню та охороні відповідно до законодавства України [1].

Що таке культурні цінності? Культурні цінності — це надбання певної етнічної, соціальної, соціографічної групи, які можуть бути виражені деякими

формами художнього, образотворчого та інших видів мистецтв.

При цьому обов'язковою умовою приналежності творів мистецтва до культурних цінностей є їх можливий вплив на психіку і свідомість людей з метою донести до них в тій чи іншій формі інформацію щодо ідеологічних і духовних цінностей, які складно передати іншим шляхом. Культурні цінності в різні часові епохи різнилися між собою і навіть для одного і того ж народу являли собою щось не обов'язково однорідне за своїм наповненням.

Чимало епох людства зберігають у собі витоки культури, витоки духовності, витоки справжніх гуманних людських цінностей і тенденцій. Для того, щоб мати можливість з ними познайомитися, у сучасної людини набагато більше можливостей через те, що інформаційний простір поєднано в єдине ціле завдяки множинним мережам комунікації, Інтернету, телебачення. Зараз поняття культурних цінностей змінюється і модифікується відповідно до того, яким чином змінюється і вдосконалюється людина. Розвиток нових галузей культури відбувається на стику старих і нових понять про культурні цінності, на порозі нових відкриттів і розвитку найтонших технологій нового покоління.

До культурних цінностей згідно з переліком ДФС належать:

1) оригінальні художні твори живопису, графіки та скульптури, художні композиції та монтажні з будь-яких матеріалів, твори декоративно-прикладного і традиційного народного мистецтва;

2) предмети, пов'язані з історичними подіями, розвитком суспільства та держави, історією, з розвитком науки і культури, а також такі, що стосуються життя та діяльності видатних діячів держави, політичних партій, громадських і релігійних організацій, науки, культури та мистецтва;

3) предмети музейного значення, знайдені під час археологічних розкопок;

4) складові частини та фрагменти архітектурних, історичних, художніх пам'яток і пам'яток монументального мистецтва;

5) старовинні книги та інші видання, що становлять історичну, художню, наукову та літературну цінність, окремо чи в колекції;

6) манускрипти та інкунабули, стародруки, архівні документи, включаючи кіно-, фото- і фонодокументи, окремо чи в колекції;

7) унікальні та рідкісні музичні інструменти;

8) різноманітні види зброї, що має художню, історичну, етнографічну та наукову цінність;

9) рідкісні поштові марки, інші філателістичні матеріали, окремо чи в колекції;

10) рідкісні монети, ордени, медалі, печатки та інші предмети колекціонування;

11) зоологічні колекції, що становлять наукову, культурно-освітню, навчально-виховну або естетичну цінність;

12) рідкісні колекції та зразки флори і фауни, мінералогії, анатомії та палеонтології [2].

Культура — це набір загальних цінностей, які має група людей. Такі цінності впливають на те, як Ви думаете і дієте, і, що більш важливо, критерії, за якими Ви

судите інших. Культурні значення передбачають деякі види поведінки: нормальні і правильні, а також дивні, або неправильні.

Кожна культура має свої правила, які її члени вважають як само собою зрозумілими. Мало хто з нас знає про наші власні упередження, тому що культурне нашарування починається в дуже ранньому віці. І хоча деякі культури в знаннях, правилах, переконаннях, цінностях, фобіях і тривогах вчать явно, більшість поглинається підсвідомо.

Культура не тільки впливає на комунікацію, а й сама піддається її впливу. Найчастіше це відбувається в процесі інкультурації, коли людина в тій чи іншій формі комунікації засвоює норми і цінності культури. Ми вивчаємо нашу культуру різними способами, використовуючи для цього різні джерела. Наприклад, американський малюк, якому дідусь пояснює, що якщо тебе знайомлять з ким-небудь, потрібно тиснути руку, формує свою культуру. Індійська дитина, яка зростає в будинку, де жінки їдять після чоловіків, також формує свою культуру. Єврейський підліток, який служить провідником в церемонії єврейської Пасхи, засвоює культуру свого народу і в той же час бере участь в її розвитку і збереженні. Французький хлопчик, якому дають сидр за обідом, також засвоює традиції своєї культури. Таким чином, читаючи, слухаючи, спостерігаючи, обмінюючись думками та новинами зі знайомими або незнайомими людьми, ми впливаємо на свою культуру, і цей вплив стає можливим за допомогою тієї чи іншої форми комунікації.

До культурних цінностей належить багато речей. Наприклад, до українських культурних цінностей можна віднести банкноти та монети, що належать до часів УРСР чи до більш ранніх часів. Беручи до уваги Грузію, у них також багато культурних цінностей, наприклад портрет Теймураза Миколайовича, наслідного царя Грузії, Кахетії, Картлі. Порівнюючи українські культурні цінності та грузинські, можна провести таку паралель: українські народні страви — це український борщ, сало, холодець, кров'янка, вареники; щодо грузинських національних страв варто відмітити, що в Грузії дуже багато різних страв, але деякі регіони мають свої особливості, наприклад у західній частині Грузії більше люблять гостру їжу, а в східній — негостру, однак існують основні національні страви: хачапури по-аджарськи. Характерними народними танцями для України є гопак, коломийка та козачок, а для Грузії — шалахо, узундара та лезгінка. Також серед культурних цінностей важливе місце відведено історико-культурним об'єктам. Так, в Україні найбільш відомими є Софійський собор, Києво-Печерська лавра, Кам'янець-Подільська фортеця тощо, а для Грузії своєрідними є пам'ятники Мцхета, Храм Баграта і Гелатський монастир, Верхня Сванетія тощо. До національних костюмів України можна віднести всім відому вишиванку. Грузинський традиційний чоловічий одяг складався з нижньої сорочки перангі, зшитой з ситцю, шовку або полотна, нижніх штанів шеїдіші, широких верхніх штанів Шарван. Іншим атрибутом костюму була чоха, зшита з вовняного матеріалу, з широкими і довгими рукавами та полами, яку надягали поверх і зазвичай вона мала темні кольори. Додатково до чоловічого костюму підвішувався кинджал. Щодо жіночого вбрання, то це стягнута в талії довга сукня

— картули, з щільно облягаючим ліфом, обробленим бісером, золотою тасьмою, перлами, з довгою широкою спідницею, яка закриває ноги до ступень. На нашу думку, до культурних цінностей можна віднести і місцеві діалекти, які є властиві різним регіонам як Грузії, так й України.

Таким чином, культурні цінності охоплюють та впливають на всі сфери нашого життя. Особливо в діловому спілкуванні важливо брати до уваги той факт, що кожна культура є унікальною, має свої культурні цінності, які можуть дзеркально відрізнятися від звичних нам цінностей. Тому головним завданням для успішної комунікації з представниками інших культур є розуміння, повага та толерантність до чужих цінностей, звичаїв та традицій.

Література

1. Офіційний сайт Державної Фіскальної Служби. Режим доступу: <http://sfs.gov.ua/baneryi/mitne-oformlennya/vijdjajuchim-v-ukrainu/peremischennya-kulturnih-tsinnostey/>

2. Митний кодекс України. Стаття 1. Режим доступу: http://kodeksy.com.ua/mitnij_kodeks_ukraini/statja-

Ткаченко Д.

студент групи ММБ–506

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»,
науковий керівник — Печенікова Л.М., викладач

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ З БІЗНЕС-ПАРТНЕРАМИ ІНШИХ КРАЇН

***Анотація.** Статтю присвячено проблемі формування ефективних бізнес-комунікацій між представниками різних країн. Особливу увагу в статті приділено питанню уникнення комунікативних непорозумінь між партнерами-іноземцями, а також детально розглянуто поетапний план проведення переговорів між ними. Автором простежено кореляцію між організаційними аспектами переговорного процесу і якістю його результатів та досліджено особливості комунікації бізнес-партнерів на післяпереговорному етапі.*

***Ключові слова:** міжкультурна комунікація, ефективність переговорних процесів, крос-культурний менеджмент.*

***Abstract.** The article is devoted to the development of effective business communications between representatives of the countries. Special attention is paid to avoid misunderstandings in the communication of foreign partners, and detail step-by-step plan for postnegotiations is proposed. The correlation is discovered between organizational aspects of the negotiation process and the quality of its results and the features of business partners communication at the postnegotiation stage.*

***Key words:** intercultural communication, negotiation efficiency, cross-cultural management.*

У час поглиблення глобалізації та збільшення світових обсягів торгівлі органічним бажанням компаній є вихід за межі національних кордонів. Зовнішньоекономічна діяльність приваблює підприємства неохопленою цільовою

аудиторією та новими ринками. Проте, розпочавши операції з іноземними контрагентами, компанії стикаються зі значно нижчою (порівняно з національною) конверсією укладання угод. Таке зменшення частки ефективних бізнес-комунікацій у загальній кількості міжнародних комунікацій часто пов'язане з нерозумінням компаній фундаментальних відмінностей проведення переговорів зі співвітчизниками та представниками зарубіжних країн. Іншими словами, фірмам необхідно опанувати новий алгоритм організації переговорів з іноземцями, який буде відрізнятися від національного алгоритму дій та поведінки і враховуватиме культурні відмінності між учасниками переговорного процесу.

Серед зарубіжних та українських дослідників, які розглядали актуальні проблеми міжкультурного бізнес-спілкування, заслуговують на увагу праці О. Потебні, З. Гасанова В. Заслуженюк, С. Кучеряна, В. Мірошниченка, О. Жорнової, С. Ніето, Т. Рюлькера та ін.

Під кроскультурною комунікацією прийнято розуміти вербальну та невербальну взаємодію людей різних моральних систем і світоглядів.

Теоретичною основою вивчення культури ділового спілкування в міжнародному бізнесі є розробки американського дослідника Річарда Гестеланда — автора культурологічного підходу, що ґрунтується на відмінностях і протиріччях між ієрархічно-формальними та елітарно-неформальними, стриманими й експресивними, поліхронними і монохронними, контактними та дистантними культурами, які обумовлюють відповідні типи бізнес-культур [3].

Переговори з іноземними партнерами відрізняються від переговорів зі співвітчизниками на всіх своїх етапах: у період підготовки, під час проведення та післяпереговорного періоді — і компаніям обов'язково необхідно враховувати культурні особливості на кожному з них.

Етап підготовки. Якість організації цього етапу визначає якість майбутніх переговорів. У ньому ключовим аспектом є збір інформації про партнера: повна назва компанії та ім'я керівника; країна і локація фактичного розміщення; мова, релігія та традиції певної місцевості; цінності, що прийнято сповідувати в культурі цієї країни; ставлення до влади, лихварства (кредитних позик, а не на виплат) і часу; наявність у країні дискримінації жінок та обмеження їх участі в діловій практиці; особливості невербальної комунікації в країні походження партнера — прийнятні жести, міміка і пози при спілкуванні. Але головне — цю інформацію необхідно не лише зібрати та систематизувати, а взяти до практичного використання та відповідно до неї оптимізувати комунікативні ланцюжки з бізнес-партнером. Наприклад, якщо в компанії ніхто не володіє мовою іншої сторони, то необхідно заручитися супроводом перекладача, через якого буде відбуватися спілкування. Водночас, якщо перекладач-жінка, знання про особливості ставлення до жінок у країні візаві допоможуть завчасно вирішити такі організаційні проблеми, як потреба у відокремленому столі для жінок-делегатів, а інформація про ставлення до влади розв'яже питання: доречною буде комунікація напряду чи за допомогою секретаря, зокрема яка його роль на переговорах. Детальне опрацювання отриманої інформації дозволить компанії мінімізувати проблеми неділового характеру, а також допоможе обрати

оптимальний формат переговорів — особисті зустрічі, письмове листування, усне спілкування з використанням технічних засобів, і полегшить прийняття рішення про дату, час та місце переговорів.

Етап проведення. При безпосередньому проведенні переговорів більшого значення набуває змістовий аспект розмови. Адже мета будь-якого ділового комунікативного акту — це розв'язання тієї чи іншої проблеми, причому найбільш успішними комунікаціями стають ті, де врешті кожна зі сторін отримує якийсь вигаш («стратегія win-win»).

На цьому етапі слід приділити увагу змісту, а не формі розмови: аргументам, коментарям, зауваженням, поясненням щодо доцільності рішень, грошовим аспектам та донесенням цінності успішного завершення цих переговорів. Але необхідно не лише ґрунтовно передавати таку інформацію, а й приймати її від партнера. Через це проблеми, що виникають на цьому етапі, мають семантичний характер, а також пов'язані з неправильною трансляцією та зчитуванням невербальних сигналів: перекручення змісту повідомлення через недостатньо високу кваліфікацію перекладача або використання автоматизованого перекладу, неправильне тлумачення слів, які мають кілька лексичних значень, використання в повідомленні фразеології та дослівний її переклад, невідповідність вербального повідомлення невербальним сигналам. Залежно від формату переговорів тих чи інших складнощів стає більше: при спілкуванні «онлайн», тобто без особистої зустрічі, загострюються проблеми правильного тлумачення повідомлень, а при особистих переговорах надважливими стають жести, міміка, інтонації та їх правильна інтерпретація.

Післяпереговорний етап. Результат переговорів може бути успішним (досягнення мети переговорів), невдалим (недосягнення цілей), проміжним (як перехід до наступної стадії переговорів). При досягненні кожного з результатів доречними буде обмін скромними діловими подарунками як символом вдячності за приділений час і увагу до компанії та надії на подальші добрі взаємини між фірмами.

При неуспішності переговорів часто між партнерами виникає емоційний колапс, де одна зі сторін або занадто експресивно показує своє невдоволення ситуацією, або ж навпаки — закривається, просто припиняючи розмову чи транслюючи бажання її завершити. Такі тактики поведінки є хибними, навіть якщо вони притаманні населенню цієї країни, адже можуть бути інакше розтлумачені іноземною стороною, зокрема різко негативно. Негативні враження партнерів можуть надалі унеможливити будь-які майбутні домовленості між компаніями та відбитися на діловій репутації фірми. Головне при невдалому результаті переговорів — не втратити спокій та продовжувати усіляко демонструвати партнеру свою повагу. Варто зауважити, що досить часто бізнес-переговори завершуються фіаско не через ділові розбіжності, а через нехтування збором інформації про партнера, що стає причиною порушення тем табу, невдалих жартів, відвертої байдужості до вимог культури візаві тощо, і така поведінка може не лише поставити в незручне становище, а й спровокувати конфлікт.

Досягнення цілей переговорів або перехід до їхнього нового етапу — це ознака ефективності комунікації та позитивності результату, тому стає важливим зберегти такий рівень розуміння між партнерами і в подальшому процесі роботи. Інструментами підтримки рівня розуміння можуть стати уточнювальні та підтверджувальні запитання, а також змістовні запитання щодо нюансів спільної роботи, наприклад форс-мажорів. Також варто відрекомендувати відповідальних за виконання досягнутих домовленостей осіб — представників компанії — та надати їхні контакти.

Рекомендаціями для досягнення ефективної комунікації можна назвати такі:

1. Мова: вживати зрозумілу лексику, уникаючи вузькофахових термінів; намагатися не використовувати фразеологічні звороти; стежити за високим рівнем грамотності мови як усної, так і письмової; говорити достатньо голосно і енергійно, траншуючи свою зацікавленість у партнері та розмові; використовувати прийнятні для партнера звернення та називати його на ім'я (на етапі підготовки переконатися, що правильно вимовляєте й відмінюєте ім'я візаві); не забувати у зверненнях до партнера використовувати його пожиттєве звання (на кшталт не Кім Ен Чанг, а доктор Кім Ен Чанг); не порушувати теми табу: політика, релігія або здоров'я; дотримуватися формату повідомлень, до яких звик партнер (наприклад, ділові листи в Японії прийнято розпочинати з абзацу про погоду, і його відсутність повністю змінює емоційне забарвлення повідомлення).

2. Зовнішній вигляд: дотримання дрес-коду з урахуванням національних особливостей (наприклад, жінці надіти хустку в ортодоксальній мусульманській країні); не використовувати у вбранні елементів і поєднань кольорів, які можуть зачепити почуття партнера.

3. Невербальні сигнали: слідкувати, щоб жести, міміка і поза не йшли всупереч змісту повідомлення; віддати перевагу відкритим, а не закритим позам і жестикулюванню.

4. Прийняття рішень: враховувати національні культурні особливості країни партнера стосовно методу прийняття рішень (колективне обговорення — Японія, рішення керівника — США, нарада вузького кола осіб — Арабські Емірати) та кількості часу, витраченого на це (відсутність чітких термінів — Латинська Америка, раціональне використання часу та наявність дедлайнів — Західна Європа).

5. Сприйняття інформації: слухати партнера і виявляти свою зацікавленість мімікою; бути готовим сприймати полярні думки, оцінки та позиції; критичні аргументи представляти об'єктивно і пропонувати альтернативи; ставити уточнювальні запитання та ввічливо просити пояснити незрозуміле.

Таким чином, ефективність комунікацій з іноземними бізнес-партнерами ґрунтується як на безпосередніх ділових домовленостях (умовах контракту, термінах співпраці, грошових траншах тощо), так і на врахуванні національних особливостей культури іноземного партнера та адаптації до них вербальних і невербальних аспектів мовлення, а також організаційних аспектах проведення переговорів. Варто підкреслити, що дійсно ефективною комунікацією в таких

переговорах можна вважати таку, де між кодуванням та декодуванням повідомлень, попри відмінності ціннісної і мовної картин світу партнерів, викривлення інформації не відбувається або ж відбувається на рівні, що не чинить впливу на тлумачення повідомлення.

Література

1. Бацевич Ф.С. Словник термінів міжкультурної комунікації / Ф.С. Бацевич. — К.: Довіра, 2007. — 205 с.
2. Ганич Д.І., Олійник І.С. Словник лінгвістичних термінів. — К., 1985.
3. Richard R. Gesteland. Cross-Cultural Business Behavior / Richard R. Gesteland. — Copenhagen Business School Press, 2002.
4. Психология и этика делового общения: Учебник для вузов / Под ред. проф. В.Н. Лавриненко. — 4-е изд., перераб. и доп. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. — 415 с.

Узварик І.А.

студентка V курсу

Київський університет імені Бориса Грінченка

МЕДІЙНИЙ ДИСКУРС ЯК РЕЗУЛЬТАТ СУПРОТИВУ ЧИ МІКСУВАННЯ СТРУКТУРИ ТА ПРАГМАТИКИ В ТЕКСТІ

***Анотація.** Результатом цієї наукової розвідки є визначення, опис та виявлення ступеня взаємодії структур (емоційно-експресивної, фактологічної, авторсько-тематичної) з прагматичними компонентами в англomовній статті, що змальовує стихійне лихо. Було встановлено, що зазначені структури нерівномірно присутні в статті, найчастіше засвідчена емоційно-експресивна, за якою слідує фактологічна та авторсько-тематична. Усі структури взаємодіють, підсилюючи одна одну.*

***Ключові слова:** дискурс, масмедіа дискурс, прагматика, стаття, стихійне лихо, емоційно-експресивна, фактологічна, авторсько-тематична структура.*

***Abstract.** This investigation seeks to highlight the structural particularities and pragmatics of the English articles which describe natural disasters. We maintain that, being texts, the articles possess a number of structural types (emotional-expressive, factual, and thematic) within its body, which are present to a varied extent, thus tailoring the information effectively. The said types contribute to the effectiveness of each structure, being interconnected.*

***Key words:** article, discourse, mass media discourse, natural disaster, pragmatics, emotional-expressive structure, factual structure, thematic structure.*

Метою дослідження є визначення структури та прагматичних властивостей сучасних англomовних текстів, об'єднаних тематикою «стихійне лихо».

Об'єктом дослідження є англomовні тексти, об'єднані спільною темою «стихійного лиха».

Предметом дослідження є структурні та прагматичні властивості англomовних текстів, що зображають стихійне лихо.

Було проведено аналіз монографій та наукових праць таких лінгвістів, як М.М. Бахтін, І.Р. Гальперін, Ю.М. Лотман, В.А. Лукін, Г.Г. Почепцов, J. Austin,

K. Bach, S. Freud, H.P. Grice, R. Harnish, Ch. Morris, J. Perry, J. Searle, G. Yule.

Нині пильну увагу лінгвістів привертає дискурс та його види: політичний, кіно- та телевізійний, релігійний і так званий паблік рілейшнз. Втім ми зосереджуємо свою увагу на медіа дискурсі, який містить в собі характеристики всіх вище перелічених типів і обслуговує майже всі сфери діяльності людини, тому що є проявом найбільшої та всеохоплюючої індустрії світу — *mass media*.

Дискурс, як відомо, — це складна єдність мовної практики і надмовних факторів (значима поведінка, що маніфестується в доступних почуттєвому сприйняттю формах), необхідних для розуміння тексту, єдність, що дає уявлення про учасників спілкування, їхні установки й цілі, умови вироблення і сприйняття повідомлення [3]. Це явище є результатом злиття досягнень комунікативного та когнітивного періодів становлення прагматики. Отже, дискурс є частиною прагматики, а на момент когнітивного періоду в історії становлення прагматики чітко виокремлюються компоненти, які формують прагматичну спрямованість тексту: іллокуція та перлокуція; знаковий характер мови; когнітивний аспект, що формується на дослідженнях в психології; механізми культури. У свою чергу прагматика — розділ семіотики, який вивчає відношення знаків суб'єкта [4]. «Нікому не потрібні знаки так, як потрібні людям», — пише Ч. Моріс (американський філософ, який і ввів термін «прагматика») в «Основах теорії знаків» [5]. Учений-лінгвіст І. Гальперін указує, що «кожен текст є результатом матеріального втілення прагматичної настанови автора» [1].

Ознаки дискурсу проявляються не лише в промовах, виступах, розмовах, а й в такому виді тексту, як стаття. Наприклад, нещодавно в одному блозі в інтернеті з'явилася стаття «Люди племені лосося». Ця стаття має психологічну основу, але все ж таки розкриває вплив мас медіа на людей (стаття надається як приклад розтлумачення психологічного підґрунтя прагматичного впливу мас медіа в будь-якому прояві на людину як слухача, читача та реципієнта як такого). «Ми живемо в цікавий час, коли ідеал цивілізованого людства — НЕ психічно здоровий індивідуум, а як би це сказати, злегка маніяк. Хоча тут ми якраз не оригінальні. Світ постійно впадає в що-небудь отаке. Істерія Середньовіччя. Іпохондрія другої половини XIX століття. Шизофренія психоделічної революції шістдесятих. Наркотичний делірій початку минулого століття та алкогольні психози його кінця. Кожна епоха божеволіє по-своєму і формує під це власні уявлення про прекрасне, незбагненні ззовні». Тому дискурс наразі існує повсюди і проявляється в усіх сферах медійного простору. Його так чи інакше можна назвати прикладом сучасного англomовного тексту з усіма структурними та прагматичними характеристиками. Традиційно масмедійний дискурс актуалізується усно та письмово, останній здебільшого представлений статтями, матеріальним проявом якої є структурно організований текст. Структура тексту у свою чергу — це зв'язний тип організації смислового змісту тексту на рівні його повної цілісності [2]. Вона зумовлена основною метою та задумом і може бути: фактологічною; тематично-авторською; композиційною емоційно-експресивною; інформативною; комунікативною.

Для нас важливими видаються всі зазначені типи структур тексту, тому

розглянемо їх по черзі.

Фактологічна — це структура тексту, об'єктом якої є факт. Основою цієї структури є логічні та асоціативні зв'язки між фактами.

Тематично-авторська структура охоплює весь текст і виявляється у тематичних зв'язках між фразами. Кожна наступна фраза має бути зв'язана з попередньою тематичним зв'язком.

Композиційна структура зосереджена на композиції аналізованого тексту, яка може розглядатися в межах кожної теми. Це змістова структура конкретної теми. Ця структура складається з таких частин: 1) констатуюча частина; 2) деталізуюча частина.

Емоційно-експресивна структура ґрунтується на емоціях, які вкладає автор у свій текст, і вони можуть бути різними. Єдина вимога, що емоції, виражені попередньою фразою, не повинні контрастувати з емоціями наступної фрази або заважати їй нормальному розумінню. Крім того, емоції фрази, що стосуються предмета розповіді, не повинні суперечити емоційному соціальному досвідові щодо змальовуваного. Зачіпаючи емоції читача, автор впливає на подальше розуміння тексту.

Як приклад прояву прагматичних та структурних властивостей тексту та дискурсу як такого надалі розглядаються сучасні англійські статті, що зображують стихійне лихо. Вибір статей такої тематики продиктований, по-перше, їхньою невивченістю, по-друге, такі статті мають прозору структурну та прагматичну складові. До того ж матеріал нашого дослідження свідчить, що окрім експліцитної прагматичної складової, у вказаних текстах міститься імплікована інформація.

Текст-стаття, що зображує стихійне лихо, ґрунтується на основі фактів, які у свою чергу формують центр вказаного типу статей. Точні дати, кількість жертв, дані швидкості вітру та збитки, спричинені стихійним лихом, — це елементи фактологічної структури. Використання фактів у статтях, що зображують стихійне лихо: швидкість вітру (30%), масштаби руйнувань (80%), кількість опадів (20%), територія, охоплена стихією (100%), дата, коли сталася подія (100%). Як свідчать кількісні підрахунки, обов'язковими елементами фактологічної частини статті є дата та місце стихії. Наприклад, *Patricia, which became a hurricane overnight, had maximum sustained winds of about 200 mph (325 kph) as it moved toward the north-north-west at 10 mph (16 kph)* [1, The Guardian]; *It made landfall in the Cuixmala area of Jalisco state, some 85 km (55 miles) from the port city of Manzanillo. The US National Hurricane Center said it hit the coast with winds of 265 km/h (165 mph), making it the most powerful storm ever to be recorded in the Americas* [1, The BBC].

Елементами емоційно-експресивної структури є зокрема метафори (30%): *(the blow from the deadly storm, monster of a hurricane)*, епітети (31%) *(an unprecedented scale; the most costly; devastating; the most troublesome, harmful, psychological, ensuing, scale of loss was huge, hard-hit cities)*, порівняння (14%) *(and one the world was not prepared for; As a humanitarian worker I have experienced the aftermath of hurricanes and cyclones, floods and earthquakes, all over the world, but*

the scale of the 2004 tsunami — across more than 13 countries — was like nothing I had ever seen), персоніфікація (12%), тобто олюднення стихійного лиха (*struck, killing about 250,000 people and destroying hundreds of thousands of homes and livelihoods*), у результаті використання яких стихійне лихо наділяється певними рисами характеру та «призначається» відповідальним за «скоєне». Персоніфікація в першу чергу проявляється вже у тому, що урагану чи тайфуну дають людське ім'я, як-от: *Iris, 2001; Michelle, 2001; Katrina, 2005; Paloma, 2005; Irene, 2011; Sandy 2012; Joahin, 2015; Alex, Bonnie, Fiona, Gaston, Matthew, Paula 2016*. Назви, що супроводжуються протиставленням, іноді оказіональними антонімами (*thriving communities — nothing except rubble*), є потужним засобом впливу на цільову аудиторію: *Where there had once been thriving communities with homes, schools, markets, churches and mosques, there was nothing except rubble — the concrete foundations of buildings washed away*. Отже, фактологічна, тематично-авторська та емоційно-експресивна структури застосовуються в комплексі й імпліцитно проектується на споконвічні цінності людини: життя, майно, віковий статус. Втрата перших двох видається трагічною подією, і автори досліджуваних статей почасти описують стан тих людей, які втратили близьких (*marooned and desperate communities*). Здебільшого найвищим пріоритетом постає людське життя, оскільки людина передусім мислить антропоцентрично і схильна оцінювати події з огляду на той вплив, який ця подія справить на якість існування соціуму. Ціннісними для якісного існування соціуму є родина, близькі, важливі для суспільства (духовні, політичні, ідейні, культурні) постаті, які помітно впливають на усталений формат життя. Майно є високо ціннісним, є затратним складником комфортного проживання і здобуття приватної власності потребує тривалого часу та зусиль. Зазначення в статтях вікового статусу жертв передбачає наявність пресупозицій, умовиводів та імплікатур.

У свою чергу прагматична складова представлена таким чином. Для прагмалінгвістики очевидним та аксіоматичним постулатом є трактування процесу говоріння як дії. Іншими словами, щоб зрозуміти прагматичну мету (експліцитну чи завуальовану), треба знайти відповідь на питання *Why is something said?* Серед дослідників існує загальна згода стосовно того, що слід розрізняти прямі та транспоновані (непрямі) МА. До того ж прямі МА можуть мати провідну та супутню іллокутивну сили. Створення смислу тексту перебуває в площині «продуцент» — «текст» — «реципієнт». Продуцент належним чином створює повідомлення, орієнтуючись на цільову аудиторію. Усі статті, що змальовують стихійне лихо, мають провідну іллокутивну силу констативності (прагмасемантичний відтінок — констатив-повідомлення), супровідними іллокутивними силами виступають експресиви (емоційно-оцінні лексичні одиниці, наприклад, подяки *«We as government are not supposed to mention faith and God but the only thing I can tell you is that God helped and watched over us so this monster of a hurricane did not hurt us here in Nayarit and in Mexico» Roberto Sandoval, governor of Nayarit state, told CNN en Español [1, The CNN]*, риторичні питання, наприклад: *What lessons have we learned? How can these people (at the travel agency) run away?*, директиви (представлені ін'юнктивами). У нашій вибірці

представлені статті, які у своїй сукупності є констативними. Директивність є супутньою силою і головним чином спрямована на спонукання надати допомогу постраждалим, оскільки висвітлюються відповідні факти, як-от: *Power was still out, water and food were scarce on Monday*, засвідчені (не)прямі заклики до надання допомоги: *The UN humanitarian agency in Geneva, made an emergency appeal for nearly \$120m in aid to help provide «life-saving assistance and protection» for 750,000 people in south-western Haiti over the next three months. UN officials said earlier that at least 1.4 million people across the region needed assistance and that 2.1 million overall had been affected by the hurricane. Some 175,000 people remained in shelters* [2, The Guardian].

Отже, медійний дискурс як один з видів такого явища, як дискурс, є результатом структуризації та функціонування тексту. Структура та прагматичні компоненти статті, що зображують стихійне лихо, знаходяться в тісному зв'язку та впливають один на одного.

Література

1. Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования / И.Р. Гальперин. — М., 1981.
2. Торговец Ю.І. Текст-типологічна специфіка соціально-політичного есе американської лінгвокультурної традиції початку ХХІ ст.: лінгвостилістичний та прагматичний аспекти: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філ. наук: спец. 10.02.04 «германські мови» / Торговец Ю.І. — Х., 2014. — 20 с.
3. Harman G. Review of Paul Grice, *Aspects of Reason* [Електронний ресурс] / Gilbert Harman. — 2003. — Режим доступу до ресурсу: <http://www.princeton.edu/~harman/Papers/Grice.pdf>.
4. Oxford Dictionaries [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: <http://www.oxforddictionaries.com/>.
5. What is a disaster? [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: <http://www.ifrc.org/en/what-we-do/disaster-management/about-disasters/what-is-a-disaster/>.
6. The BBC [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: <http://www.bbc.co.uk>. Hurricane Patricia makes landfall in Mexico, 24.10.2015.
7. The CNN [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: <http://edition.cnn.com/>. Hurricane Patricia dissipates in Mexico; flooding, mudslide concerns remain, by Ray Sanchez, 24.10.2015.
8. The Guardian [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: <http://www.theguardian.com/international>. Hurricane Patricia makes landfall as Mexico braces for «strongest ever» Pacific storm, 23.10.2015. // Hurricane Matthew's devastation in Haiti forces UN to call for \$120m in aid, 10.10.2016.

МАТЕРІАЛИ ПРОЕКТНИХ РОБІТ

Dereko A.
Student of Master's Degree Course
Group 509
KNEU

LEADERSHIP AND MANAGEMENT STYLES IN UKRAINE

***Анотація.** У статті надається огляд керівників провідних зарубіжних компаній щодо стилів лідерських і управлінських якостей, необхідних для успіху ведення бізнесу. Додатково, автором здійснено аналіз англомовних джерел щодо особливостей керівництва українськими компаніями.*

***Ключові слова:** лідерство, міжнародний менеджмент, крос-культурний аналіз.*

***Abstract.** The article explores the views of prominent business leaders and projects their attitudes to Ukrainian business reality.*

***Key words:** leadership styles, leadership skills, international management, cross-cultural analysis.*

Background. Leadership is defined as the process of having dominance on group activities in order to achieve the organizational objectives. Leadership is in fact a process of influencing people. There are considerable numbers of different leadership styles in different countries and various cultures.

Analysis of sources. Throughout history, much has been written about what it means to be a leader. Ancient Chinese military general and «Art of War» author Sun Tzu described a leader as one who «cultivates the moral law, and strictly adheres to proper methods and discipline». Nineteenth-century historian Thomas Carlyle believed leaders were born and not made, while English philosopher Herbert Spencer argued that leaders were the result of the society in which they lived.

The decades that followed brought countless studies and research reports that detailed a wide variety of leadership skills, styles and characteristics, with researchers identifying distinct leader «types». Some authors even devoted their work to all the personal factors that influence an individual's approach to management.

With all of these differing schools of thought, it is clear that there is no single definition of leadership. What works for one leader may not necessarily work for another, depending on the circumstances and personality type. However, there is one thing that nearly every academic, historian and even leaders themselves agree upon: A true leader must be able to inspire his or her team.

Leaders can get the best out of people. «Today's top leaders are consistent with their approach, get their hands dirty and create a company culture that will last long after he or she [has left]. «Comfort zones» are almost nonexistent under strong leadership, because each team member is pushed to their full potential. Great leaders also hire and inspire other great leaders, whom they trust to carry out the company mission and instill a sense of purpose that touches each and every staff member». —

Tom Villante, co-founder, chairman and CEO of payment processing company Yap Stone.

Leadership is all about giving and serving. «It is lonely at the top, but that is no excuse for not giving generously of your time, your experience and your encouragement to your team — and never expecting any of that in return. You are the person in the unique position of finding or uncovering strengths in people, leveraging them and celebrating them. If you are going to lead, and lead well, you have to put it all out there every day, regardless of the outcome. Leaders who hold back will eventually hold their teams back». — *Tricia Sciortino, president of eaHELP, a provider of virtual assistant services.*

Leadership requires ambition. «Leaders are described with a mouthful of adjectives, such as passionate, visionary, charismatic, motivational and encouraging. However, I propose leadership is something simpler. It is ambition. Ambition creates hard work, determination and an unconditional desire to achieve. It generates absolutely contagious energy that people follow and join naturally. If you are a leader in your organization, there is only one thing you need to understand about your role: never let your ambition fade». — *Corey Baggett, co-founder of ad technology firm AdBoom Group.*

Good leaders have a good attitude. «A good leader can hold his or her emotions in check, especially in tough situations. For example, maybe you lost your best client, or a deal, you have been working on falls through. Regardless, it is important for leaders to guide a team through challenging times, encouraging them and remaining positive along the way. Team morale is heavily contingent upon a leader's attitude». — *David Moore, founding partner and regional vice president of Addison Group staffing firm.*

Leadership means being in touch with your people. «A leader places the people around him or her in a position that sets them up for success. This is a difficult task, because a leader must have an in-depth understanding of each individual, such as understanding their career goals and knowing what motivates them. By being committed to helping each person achieve their own personal goals, the leader sets the organization up for greatness. Leaders are good listeners. They listen to verbal and nonverbal cues to understand what is occurring in the organization. This allows you to address problems before they become big issues». — *Andor Kovacs, CEO and founder of property restoration brand Restoration 1.*

Leaders set the right example. «Leadership is setting an example in the way you act each day, while focusing on the bigger picture. It is about setting the tone for your team and organization in the way you interact with your own staff, your business partners and your customers. As a leader, it is your responsibility to establish goals, innovate, motivate and trust. A passionate and compassionate leader can energize a company. Set an example of cooperation, trust and openness. Focus on solutions and positivity instead of finding faults and blame for actions». — *Richard Kissane, president and CEO of Premium Franchise Brands, parent company of JAN-PRO and Maid Right Franchising.*

Leaders cannot stand-alone. «The out-and-out leader in today's volatile and uncertain business environment had better not distance him or herself from the heat of

the action. Demonstrating the competence to assess, decide and execute in a growing business drives confidence in the leader. Similarly, a great leader of an enterprise stands on the shoulders not of «managerial Muppets» who obediently do as they are directed, but of other leadership giants who have different and complementary leadership skills. A business with only one leader will remain forever a small business». — *Richard Hytner, deputy chairman of Saatchi & Saatchi Worldwide and author of «Consiglieri: Leading from the Shadows» (Profile Books, 2014).*

Leadership and management styles in Ukraine. The basic business style in Ukraine is formal. In other words, in business, it is best to adopt a formal approach and cross-cultural management should bear in mind that Ukrainians pay close attention to hierarchy and status. In business, it is important to be aware of your colleagues' position and rank so that you treat them with the appropriate deference.

In most cases, it is advisable to have a Ukrainian partner to conduct business. This person makes the initial introductions and helps you wind your way through the serpentine bureaucracy.

Successful intercultural management is more likely to be achieved with some knowledge and understanding of Ukraine's history. Management in countries of the former Soviet Union is a complex, constantly evolving state-of-affairs, each country moving towards a market economy (with its' accompanying protocols) at a different pace.

The transition to a free-market economy has brought about remarkable, but not wholesale changes in the business culture. Generally, among the older generation, you will find deference to authority, coupled with a sense of loyalty and a detached attitude for meeting objectives and goals of the company. Among younger workers, however, you will find an eagerness to explore the new opportunities that the market has to offer.

Ukraine's intercultural adaptability and readiness for change is developing all the time. This country is seen to have a medium tolerance for change and risk.

The fear of exposure, and the potential of embarrassment that may accompany failure, brings about aversion to risk and because of this attitude, cross-cultural sensitivity is going to be required.

Ukraine is a moderate time culture and typically, there may be some flexibility to strict adherence to schedules and deadlines. When working with people from Ukraine, in order to achieve successful cross cultural management, it is advisable to reinforce the importance of the agreed-upon deadlines and how that may affect the rest of the organization.

Global and intercultural expansion means that some managers may have a greater appreciation of the need to enforce timescales and as such, agreed deadlines are more likely to be met. Most businesses retain a hierarchical structure where employees are expected to defer to anyone in a position of authority. Ukrainians have great respect for age and status, which is denoted by position or wealth. The management style may seem dictatorial or autocratic by Western standards. Managers expect their subordinates to follow established procedures without question.

Since the educational system promoted rote learning for many years, employees often lack problem-solving skills. Subordinates are often hesitant to question a

manager's instructions. Many older managers prefer to make no decision rather than risk making an incorrect decision. In post-communist countries, there is a tradition of teamwork inherited from the communal aspects of the previous era where groups and work units commonly met together to discuss ideas and create plans. However, those plans seldom resulted in implementation or results, leading to apathy and cynicism among the workers.

Today the after-effects are still evident among much of the older generation resulting in a lack of drive and energy. However, there is vibrancy among the younger generation, who seem to be eager to tackle many of the challenges and take the opportunities presented.

Ukrainians prefer to deal with those they trust; therefore, they spend a great deal of time developing the relationship. Patience may be a necessary cross-cultural attribute. Hire your own interpreters for meetings and negotiations to avoid any possible cross-cultural miscommunication. Most negotiations involve a team, although the most senior Ukrainian is generally the spokesperson. Ukrainians can be tough negotiators. If you let the other side know that you have a time deadline, they will delay even further in an attempt to coerce you into making concessions. Ukrainians will lose their temper, walk out of the meeting, or threaten to terminate the relationship in an attempt to coerce you to change your position.

From a cultural point of view, Ukrainian managers tend to be strong individualists; this means they are not always natural team players. Efforts to promote Western style teambuilding may work well during trainings; however, they often may not suit the realities of local culture and do not translate easily into daily practice. At the same time, Ukrainian executives are often very hungry to learn, and they are often tenacious about carrying out tasks the right way.

Most Ukrainian managers developed their skills while the business environment was transforming itself: in order to survive they had to be very flexible, able to adapt rapidly to frequently changing situations, be tenacious, able to take risks. Many managers do have these skills. They are in this respect well ahead of their Western peers who in a Ukrainian context, tend to be «high on analysis and slow on action».

Conclusion. There are several areas of needs in the general culture of management in Ukraine. Older autocratic management styles make it difficult for some managers to recognise that they need to change their style of leadership. Improving communication throughout the organisation is another such area identified. Many Ukrainian managers are often surprised to learn that communication is a problem. Finally, addressing delegation issues, local managers often do not properly differentiate between responsibility and accountability.

To summarise, managers who are responsible for Ukraine should be careful and sensitive. One should be proactive and ask local colleagues about cultural issues before taking irreversible actions.

References

1. <http://www.businessnewsdaily.com/2730-leadership.html>
2. <https://www.pedersenandpartners.com/articles/management-issues-ukraine>
3. <https://hbr.org/2015/06/what-it-was-like-to-be-a-manager-in-ukraine>
4. <https://www.moveoneinc.com/blog/relocations/culture-influences-management-style/>
5. <http://www.commisceo-global.com/management-guides/ukraine-management-guide>

Grachova A.
Student of Master's Degree Course
Group 509
KNEU

INDIVIDUALISM VS COLLECTIVISM IN UKRAINE

***Анотація.** У статті йдеться про зміни у балансі індивідуалістських та колективістських українських культурних тенденцій, що відбуваються під впливом глобальних політичних та економічних змін.*

***Ключові слова:** глобалізація, всеохоплюючі зміни, індивідуалістські та колективістські культури, життєздатність національного бізнес-середовища.*

***Abstract.** The article draws our attention to the paradoxical collision of the global trends to integrate and to disintegrate both culturally and economically.*

***Key words:** globalization, versatile changes, individualistic and collectivistic cultures, cultural self-determination, viability of national business.*

Introduction. Globalization is a process, which leads to a great versatility of changes affecting all spheres of life. Even though, according to E. Azroyants one of the prominent trends in this process is integration, which results in assimilation and standardization, this integrational movement usually meets opposition, which is called disintegration, and which leads to economic and cultural self-determination [1].

Globalization was triggered by the emergence of such form of business organization as Multinational Corporation, which brought about the necessity of adapting to cultural differences within subsidiaries. Such adjustments are crucial in determining viability of business on the global arena by helping to coordinate activities in a proper way in order to maintain the maximum level of motivation, productivity and efficiency балансі

Consequently, as cultural issues have caused a lot of resonance in the world, numerous researches started digging into this question. One of the most worldwide accepted theories, created to measure and identify cultural peculiarities, is the theory of Cultural Dimensions, developed by Geert Hofstede. It defines cultures of different countries in aspects of «Power Distance», «Masculinity», «Individualism», and «Long-Term Orientation» [2].

Individualism vs Collectivism in Ukraine. Proper interpretation and implementation of the outcomes of Hofstede's research can enable managers, doing business in foreign countries, to see a more explicit picture of employees', partners' and consumers' incentives and values and, therefore, both predict their behavior and create effective motivational programs.

Ukraine is one of the countries with yet unsaturated capital markets and outstanding relatively cheap labour resources, which makes it attractive for foreign investors and businesspersons. Additionally, what these potential investors should keep in mind is cultural dimensions of Ukraine.

One of the most interesting issues in Ukrainian culture is determining whether it is individualistic or collectivistic. According to Hofstede's findings, Ukraine demonstrates features of collectivism [3]. The score of Individualism in Ukraine is 25, which is rather low, indicating that collectivistic philosophy of life is prevalent in this country.

Hofstede defines collectivism as «a society in which people from birth onwards are integrated into strong, cohesive in-groups, which throughout people's lifetime continue to protect them in exchange for «unquestioning loyalty» [3]. This explanation seems relevant to most Ukrainians and has deep historical roots.

Firstly, modern Ukrainians have evolved from ancient foragers and agrarians, living on its territories centuries ago and enjoying its highly productive soils [4]. In agrarian-type societies being a member a group was crucial for survival, since only joint efforts could result in rich enough harvests. This circumstance formed the base for collectivism in Ukraine.

Afterwards, while the process of industrialization has resulted some in escalating level of individualism in some other former-agrarian countries, Ukraine became a part of the Soviet Union, in which establishing absolute collectivism was one of the official priorities in the development strategy. Forced collectivization and massive propaganda were exercised in order to reach this goal. These efforts have fortified collectivistic system of values in Ukraine.

However, after Soviet Union's collapse in 1991, Ukraine finally gained its independence. This also was accompanied by the process of opening the borders and freeing mass media and people's minds from the influence of the propaganda machine. The new generation of Ukrainians was born and is now grown-up enough to make a difference and to shape new Ukraine with altered values. The emergence of this new generation has caused heterogeneity among Ukrainians as to the level of individualism. Even though this shift in philosophy of millennial generation of Ukrainians is reflecting the global trend among youngsters, described in the journal *Psychological Science* in 2015 [4], in Ukraine this phenomenon has been catalyzed by rapid growth of income inequality, which is in direct relation with the level of individualism [5].

However, the above-mentioned trend of young Ukrainians becoming more individualistic faces the opposition of spreading of collectivistic values, which is a result of the harsh times the Ukrainian economy has experienced recently [6]. As these trends collide, they create a phenomenon, which I would call «parasitic collectivism». It tries to combine only the convenient to an individual features of both individualism and collectivism at the same time trying to avoid all the personal responsibilities,

presupposed by these systems of values. People, living with such ideology, tend to rely on governmental support at the same time fully taking credit for their personal achievements and forgetting about having to give the “unquestioning loyalty” in return for all the provided support.

Conclusion. To conclude, it is reasonable to perceive consumers in Ukraine as collectivistic. However, when it comes to business culture and to the prospect of receiving some personal benefits, Ukrainians tend to exhibit more individualism, especially the representatives of the younger generation.

References

1. http://www.kneu.kiev.ua/journal/eng/article/2005_2_Kalchenko_eng.pdf
2. Hofstede G., (1980). *Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values*, Beverly Hills, CA: Sage.
3. <https://www.geert-hofstede.com/ukraine.html>
4. Ivan Katchanovski, Zenon E. Kohut, Bohdan Y. Nebesio, Myroslav Yurkevich. *Historical Dictionary of Ukraine*.
5. <http://www.livescience.com/53635-why-millennials-are-narcissistic.html>
6. <https://digest.bps.org.uk/2016/10/17/in-it-together-how-we-become-less-individualistic-during-harsh-economic-times/>

Holoborodko T.

Student of Master's Degree Course

Group 509

KNEU

JOB-SEEKING AND WORK OPPORTUNITIES IN UKRAINE: EQUALITIES AND INEQUALITIES

Анотація. У статті надається огляд інтернет ресурсів та законодавчих актів щодо потенціалу українського ринку праці та його можливостей задовільнити потреби випускників вітчизняних ВНЗ.

Ключові слова: ринок праці, працевлаштування молодих спеціалістів, можливості кар'єрного зростання, компетенції та навички, міжкультурна комунікація.

Abstract. The article contains the overview of the international sources concerning the potential of Ukrainian labour market and career opportunities, which it provides for young graduates. It also highlights competences and skills to meet the demands of the globalized world.

Key words: Ukrainian labour market analysis, career opportunities, career strategy, skill and competences requirements for job vacancies in Ukraine.

Background. Employment relations in Ukraine are generally governed by the Labour Code. The Labor Code of Ukraine is based on the idea that workers, as opposed to employers, are the presumed «weaker party» and are therefore in need of greater protection by the state. The Labor Code, which is based on the former Soviet Labor Code and was adopted in 1971, provides many employee protections not common in the United States. The Labor Code governs wages, leave, the right to collective bargaining,

and termination of employment, among other topics. It is the primary source of law governing employment relationships in the Ukraine. Ukraine is a member of the International Labour Organisation (ILO), and employers in Ukraine should be aware that a number of ILO conventions supersede conflicting provisions of Ukraine's own domestic labor laws. In addition to the Labor Code, employers must also look to the Constitution of the Ukraine and labor regulations issued by the Cabinet of Ministers of Ukraine, as well as local and state government regulation, to understand their legal obligations to employees [1].

The Constitution of Ukraine and the Labour Code both preclude discrimination based on colour of skin, race, ethnic and social origin, religious, political and other beliefs, sex, property status, place of residence, linguistic or other characteristics [2].

Ukrainian Labour Market Analysis and career opportunities for young graduates. Recruiters and industry experts analyzed the current Ukrainian local job market considering the number of vacancies on job portals and how quickly they are filled in. Ukraine is going digital and the online commerce sector keeps growing at high pace. This factor brings demand in online marketing specialists and virtual sales managers. According to the information by Rabota.ua, newcomers are still in demand. Companies are happy to employ young graduates in junior positions, while expecting loyalty and improvement in their skills in exchange to providing an opportunity to start a career. The level of salaries in junior positions may be a deterring factor though: They earn on average about \$143/month and may get a position offering up to \$236/month [3].

Top 10 Job Vacancies in Ukraine for 2016: IT specialists; junior specialists; medicine and pharmaceuticals specialists; culture; sales; administrators; hospitality and restaurants; science and education; real estate; sport, health and beauty.

It is common for job vacancies in Ukraine to specify the age and sex of potential employees. This and other personal information such as marital status is supplied at the top of almost all Ukrainians' CVs. In the new economic realities of post-Soviet Ukraine, many people find it virtually impossible to find work after 45. In addition, job discrimination against young, married women is common, and sometimes women are even asked, if they plan to have children soon in their job interviews. Of course, such questions are perfectly rational from an employer's point of view, but it grates with westerners' ethical sense and modern ideas of human rights. With Ukraine's more traditional values, discrimination is often not viewed with the same disgust as it is in the U.S [4].

According to the latest research of Ukrainian labour market, the following trends would prevail:

- regular change of work with higher wages and positions;
- career in one organization or company;
- inadequate correlation of requirements and proposed wage;
- absence of wage indication;
- absence of description of what the employer is willing to offer;
- errors or omissions in the description;
- limited description of the responsibilities and requirements for applicants [5].

Moreover, the employers demand the following advanced cognitive, socio-emotional, and technical skills [6].

Frequent Skill Requirements in Job Vacancies:

Cognitive	Socio-emotional	Technical
Communication	Responsibility	Sales skills
Learning	Stress resistance	Knowledge of markets and products
Time management	Self-management	Analytical methods
Analytical skills	Goal orientation	Proficiency in field-specific software
Foreign languages	Teamwork	Knowledge of legislations
Multi-tasking	Negotiation	Web programming
Critical thinking	Organization	Design
Problem solving	Professionalism	Driving
Decision making	Teamwork	Basic computer tools

Ukrainian workers who possess high levels of skills—mainly those with high socio-emotional skills—experience more favorable labor market outcomes than those with lower levels of skills. In line with the high demand for socio-emotional skills of employers, the analysis shows that in Ukraine, people who are creative, proactive, perseverant, responsible, adaptable, and emotionally stable are rewarded with higher wages, higher occupational status, or more active participation in the labor market. Basic cognitive skills, conversely, do not appear to be significantly associated with these outcomes. A plausible explanation is that on average a high level of foundational cognitive skills, provided by the current education system, is homogeneous across the urban population in Ukraine and thus likely to be taken for granted by employers.

The relative importance of cognitive and socio-emotional skills, and of other factors, varies across age groups and types of occupations. Skills, especially socio-emotional, explain more wage difference for youth between 15 and 30 years and older workers (45–64 years) than middle-age workers (30–44 years) (Figure 4). Socio-emotional skills for older workers are associated with the largest wage variation, in particular for grit (perseverance) and openness to experience. To put the relative importance of skills in perspective, observable factors other than skills explain a larger portion of wage variations; such factors include demographic, job function, and location characteristics. For example, work experience matters greatly for youth and gender is largely associated with wage differences for middle-age adults, reflecting the disproportionate representation of women in low-paid sectors (such as education, health care, retail trade, or individual services).

Work relationships in Ukraine. In general, the length of a working week is restricted to 40 hours per week. Usually, it is a five-day working week, but employer may introduce a six-day working week. In that case, employers may not work more than seven hours per day. The day before a national holiday is one hour shorter as like as night shift.

Overtime may not exceed 2 hours per day in any two-day period or 120 hours per year. The law also requires overtime to be paid at double rates. In practice, many

employees of foreign firms work more or less than the normal working week depending on their individual agreements with the employer.

After the Labour Code, some categories of employees are entitled to work shorter weeks. For employees performing work under harmful work conditions the working week is limited to 36 hours. Employees must also, if requested, grant a short workday or workweek on proportional pay to a pregnant woman or to a woman having a child under 14, a disabled child, or for those who take care for a sick family member based on a medical recommendation [2].

Except for organizations with managers who tyrannize their employees, relationships between Ukrainians at work tend to be somewhat warmer and more openly emotional than in Protestant western countries where distance and formality are the norm. Employees usually celebrate their birthdays at work by treating coworkers to chocolates, champagne, cake, or even more elaborate buffets, and companies often allot money to be spent on birthday gifts for employees. Ukrainians tend to make emotional bonds easily and find moral support and comradery in their work relationships [4].

Causes due to which Ukrainians are ready to change jobs are as follows:

- underpayment; more profitable job offer in the material aspect (84%);
- annoyance of present work; job offer with more interesting duties (63%);
- lack of career and professional development (56%);
- conflicts with his superiors (28%);
- inattention to merits on the part of managerial authorities (25%);
- conflicts with colleagues (8%);
- other reasons (1%) [7].

References

1. <http://www.mondaq.com/x/191594/employee+rights+labour+relations/Ukrainian+Labor+and+Employment+Law+Basics>
2. <http://alpina.kiev.ua/useful-info/labour3>.
3. <http://blogs.elenasmodels.com/en/how-much-ukrainian-women-earn-in-2016/4>.
4. http://www.tryukraine.com/society/business_culture.shtml
5. <http://blog.rabota.ua/chto-razdrazhaet-ukrayntsev-pry-poyske-rabota-rezultaty-oprosa/>
6. http://www.ipq.org.ua/upload/files/files/03_Novyny/2015.11.17_Skills_for_Modern_Ukraine/WB%20EN%2012%20pt.pdf
7. <http://blog.rabota.ua/chto-zastavlyaet-ukrayntsev-menyat-rabotu-rezultaty-oprosa/>

FOREIGNERS SPEAK ABOUT UKRAINIANS: INTERNET FORUMS REVIEW

Анотація. У статті надається огляд іноземних форумів, які репрезентують думки відомих блогерів щодо України, можливості подорожувати країною, проживати в країні та вести бізнес в Україні.

Ключові слова: огляд форумів, сприйняття України іноземцями, Інститут світової політики.

Abstract. The article highlights the results of the Internet forums review and the way Ukraine is perceived by foreigners.

Key words: internet forums about Ukraine, bloggers, journalists, associations and perceptions of Ukraine.

Introduction. Geographical and cultural proximity to Western Europe are two of the main reasons behind the accessibility of Ukraine. However, it is still important to observe the differences in culture if you want to be successful in the country. Cultural differences have always had a great significance in business. However, recent events have further underlined that cultural understanding has become increasingly important and that there is room for improvement for Western businesses.

Internet forums review. The Ukrainian Institute of World Policy held a survey in the end of 2015 among the residents of the eight largest European countries by population — Italy, Germany, France, Spain, the United Kingdom, Sweden, the Netherlands and Poland. The survey involved 7136 people aged 16 to 54 years. The main research question was: «What do Europeans think about Ukraine?» [1, p. 5, p. 26].

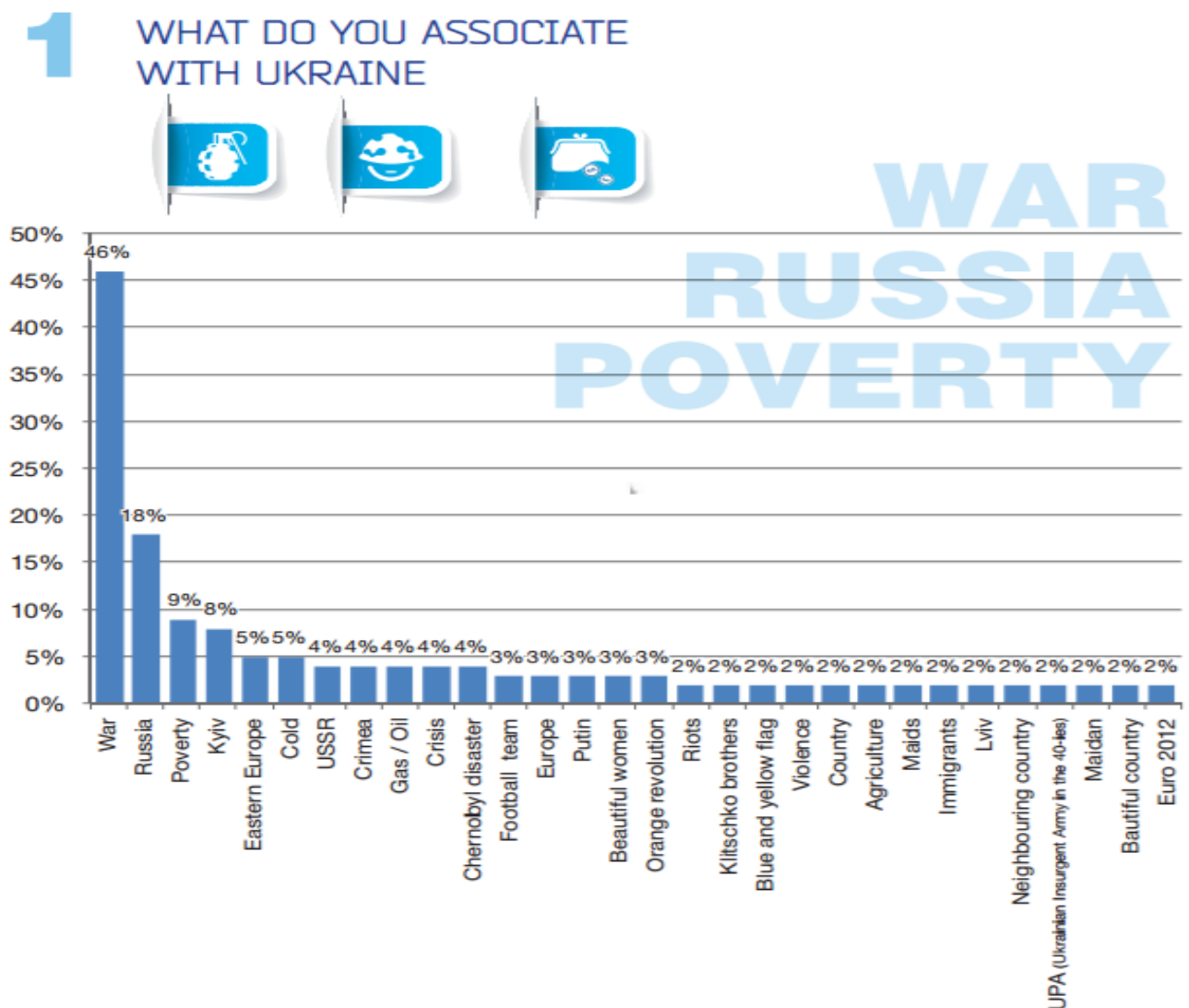
The respondents were given the task to give three words, which they associate with Ukraine. According to this, Ukraine is primarily associated with conflict/war; this point of view was expressed by 46% of the residents of six EU countries — Italy, Germany, France, Spain, the United Kingdom and Poland (this association has a large lead over the others). Interestingly, in general, this association is a leader not only among all the answers, but also as the first association with Ukraine.

Second place is occupied by linking Ukraine with Russia (18%). This association is obviously primarily related to Russia's aggression. On the other hand, it might be caused by perception of Ukraine as a state historically linked to Russia. These two figures occupy leading positions in all surveyed countries. The third major association is related to perception of Ukraine as a poor country, 9%. The first neutral association, Kyiv, is slightly behind with 8% [1, p. 7]. Overall, in small percentages (four or less) negative connotations are intertwined with positive ones. Among the negative ones it could be mentioned also such traditional associations as crisis (in general), the Chernobyl disaster, social instability, violence, maid, migrants, corruption, political issues, murders, sex tourism, anarchy, the Volyn massacre, famine, Communism, fear,

genocide, economic crisis, and associations related to the recent events: separatism, airplane crash (the Malaysian Airlines), annexation of the Crimea etc. [1, p. 8].

There are also many traditional ideas among the positive or neutral associations, like (Eastern) Europe, football team, the Orange Revolution, blue and yellow flag, Agriculture, Lviv, Maidan, beautiful country, UEFA EURO 2012, the Eurovision, independence, aspiration to join the EU, tourism, food, friends, blondes, the Black Sea, culture, the Cossacks, friendly people, economic development, Dnipro, songs etc. There are also associations that are difficult to be attributed as positive or negative; for instance, the beautiful women. This may indicate, on the one hand, the fact that Ukrainian women are actually beautiful; however, on the other hand, it might emphasize again that Ukrainians are, unfortunately, often associated with prostitution [1, p. 8]. Moreover, it was pleasant to find out that despite Russia's aggressive propaganda, association of Ukraine with fascism is virtually absent (only 23 respondents or 0.41% of the total number, mostly in Spain and Italy) [1, p. 8].

More detailed information on distribution of associations about Ukraine is shown beyond, on Picture 1.



Picture 1. Foreigners' associations about Ukraine [1, p. 20]

The results of the report conducted by the Institute of World Policy were based on the opinion survey of people who hardly visited Ukraine. In order to find out the attitude of foreigners to Ukraine and Ukrainians better, it is necessary to take into account the opinions of those people, who have the opportunities to visit Ukraine and to become better acquainted with its culture. Fortunately, in the era of innovation technologies there are also a lot of Internet platforms where everybody can express his or her impression on country, which he or she traveled.

It is worth admitting, that travellers while planning their trips rely on bloggers, who after visiting Ukrainian cities complaint that the Internet seems to be rife with outdated warnings about Ukraine [2]:

You'll get ripped off by taxi drivers in Kiev, for sure!

No one speaks English, so if you don't speak Ukrainian or Russian, good luck!

There are scammers everywhere!

Train travel is disorganized and crazy!

In Katie Matthews' published work «Is Ukraine Safe for Travel? First Impressions & Trip Planning Resources» she points out: «We didn't feel even slightly unsafe in Kiev in terms of property crime, everyday city crime, or the war in the east: it really did feel to us like a non-issue for us not in the big picture, ethical, moral and geopolitical terms, but in the everyday *Is Ukraine Safe to Travel terms*» [2]. In her another blog post «Closing Thoughts on Ukraine: It's Complicated» she describes a shock from the fact that that a modern European country would have to look to its citizens to fund its self-defense: «The tent in Lviv, the bracelet sellers in Kyiv? They were all raising money for Ukraine's military, trying to buy boots for troops fighting in Crimea and Donetsk» [3].

British citizen Lisette de Roche in her double vision blog «Democratic bureaucracy versus corruption» shares her impressions of Ukraine and stories of her life in Britain. She emphasizes that Ukrainians have one thing, which the United Kingdom lost. It is everyday freedom: «You are not supposed to make your own vodka in Ukraine but many people do, you are supposed to wear a helmet on a motorcycle but if you do not and injure your head you are unlikely to be prosecuted, if you want to park your car in central Kiev for a few hours in the evening and there is no official parking available; as long as you are not causing an obstruction your car won't be towed away and be levied with a big fine. If you need a lift to get from your village to town you can stand by the road and put your thumb out to ask for one. Most likely you will be successful and perfectly safe» [4].

In Quora internet forum American journalist George Eliason answering question «What do Americans think of Ukrainians?» describes citizens of Ukraine as good, honest and hardworking people, wonderful neighbors. To support the allegations of belonging Ukraine to collectivistic culture (on Hofstede's scale, Ukraine ranks a 25 on the Individualism dimension, suggesting a collectivistic society [5]), it is necessary to quote George Eliason. He writes: «Neighbors here help neighbors even when they don't personally like them. There is such a strong sense of community for the most part, it is outside the American experience. That includes funerals, which unlike in America is a community event» [6].

Conclusion. Having examined more than thirty blog posts, reviews and forum answers, it was very pleasure to realize that most of them are generally positive. The authors who spend some time in Ukraine do not associate this country with war, danger and total poverty anymore. Vice versa, they consider Ukraine as hospitable country with very open- and true-hearted nationals. Moreover, it is worth to emphasize, that Ukraine should provide the policy, which would conduct more powerful tourist flows in order to change the impression of foreigners about Ukraine. In other words, if Ukraine allows foreigners to learn more about its rich culture and its amazing citizens, the associations with Ukraine of those people who never were in this country will definitely change.

References

1. Institute of World Policy (2015). What do EU citizens think about Ukraine?, Report, Kyiv Access mode — <http://iwp.org.ua/>
2. Katie Matthews (2016). Is Ukraine Safe For Travel? First Impressions & Trip Planning Resources. Blog post Access mode — <http://www.wandertoath.com/is-ukraine-safe/>
3. Katie Matthews (2016) «Closing Thoughts on Ukraine: It's Complicated» Blog post Access mode — <http://www.wandertoath.com/ukraine-travel-thoughts/>
4. Lisette de Roche (2015). Democratic bureaucracy versus corruption. Blog post Access mode: — http://www.bbc.com/ukrainian/blogs/2015/07/150724_blog_double_vision_lisette3_eng_it
5. What about Ukraine? Access mode — <https://geert-hofstede.com/ukraine.html>
6. What do Americans think of Ukrainians? Quora forum. Access mode — <https://www.quora.com/What-do-Americans-think-of-Ukrainians>

Sinitsa V.
Student of Master's Degree Course
Group 509
KNEU

GENDER ROLES IN UKRAINIAN BUSINESS

Abstract. *On the basis of gender studies the description of the differences in social status, gender roles and other aspects of men and women in Ukraine is given.*

Key words: *gender roles, masculine and feminine cultures, Masculinity versus Femininity Index, gender equality, androgyny.*

Анотація. *У статті йдеться про баланс маскулінності та фемінності в ментальності українців та його вплив на бізнес середовище України.*

Ключові слова: *гендерні ролі, маскулінність, фемінність, андрогинність, гендерна рівність.*

Introduction. We all have heard of feminism, but not everyone of us faced with this concept in everyday life. However, «gender» is a concept that has the most direct relationship to us.

Society has formed some models of male and female behavior that we should follow in order to achieve something. However, we have become prisoners of these behaviors. As a result, our opportunities are limited by the same models. That is why the whole world is talking about the need for gender equality as equality of rights and opportunities for men and women.

The basis of gender studies is not just a description of the differences in social status, gender roles and other aspects of men and women. It is an analysis of power and domination, which is approved by the society because of gender roles and relations.

Analysis of sources. According to the gender roles, Geert Hofstede — cross-cultural psychologist — divided the cultures (countries/societies) into two types:

A society is called **masculine** when emotional gender roles are clearly distinct: men are supposed to be assertive, tough, and focused on material success, whereas women are supposed to be more modest, tender, and concerned with the quality of life.

A society is called **feminine** when emotional gender roles overlap: both men and women are supposed to be modest, tender, and concerned with the quality of life.

J. Pleck believes the term «gender roles» *to be more politically correct*. Gender roles are part and parcel of every society and a fundamental part of identity. Gender roles can be defined as the psychological traits and the social responsibilities that individuals have and feel are appropriate for them because they are male or female.

In traditional gender roles, men are expected to be forceful, tough, and materialistic, whereas women are expected to be humble, sensitive, and worried about the quality of daily life. When we look at this dimension, we are looking at the degree to which a society reinforces the traditional male and female roles regarding achievement, control, and power. Historical roots and family socialization processes concerning gender roles shape the development of masculine-feminine dimension.

Gender roles in Ukraine. Ukrainians act under traditional gender roles. Ukrainian men will open doors for women, pour their drinks and take care of the bills during dates or business meeting. Meanwhile, Ukrainian women tend to dress more femininely and accentuate their attractiveness more than in most western countries.

Gender roles are often quite traditional at home as well. The stereotype is that the wives do the cooking and cleaning, while the husbands tend to be either workaholics or «lazy bums» that often suffer from apathy and alcoholism. These stereotypes are more true of older generations in smaller towns and villages.

Luckily, today you will find many people who do not fit these stereotypes. There are many couples — especially among younger generations — where work around the home is divided more equally. Women are being real decision makers. They better adapt themselves to new social-economic environment. Furthermore, many of them have built their own business or got a good job. Well educated and competent, they successfully compete with men at the job market and master new professions well, able to protect themselves and their families, but far from being aggressive.

I believe this is a true Ukrainian character that helps to build a new modern society.

One of the symbols of Ukrainian culture history is the Mother-Homeland, which stands out as the best illustration of the Ukrainian society both of the soviet times, and of many centuries before. To my point of view, it is a mirror of the present-day Ukraine. The statue symbolizes the warrior-woman, who has masculine features of character. This is all about the Ukrainian way of family and business relationships. Nowadays, not to count some exceptions, a woman plays a dominating part embodied in folk proverb: «A man is a head, and a woman is a neck».

Statistically, more women in Ukraine in our time are trying to achieve a significant position in society and in a career due to their «masculine» qualities. In addition, the modern men and women are trying to be androgenic members of our society.

The unwritten law of the XXI century the scientists consider an **androgyny** (*lat. andro* — the man and *gyn* — the woman). The androgyny is not opposition of «feminine» and «masculine» but their integration. The connection of «feminine» and «masculine» qualities (androgyny) gives an opportunity to take a worthy place in a society. Thanks to the androgyny there is no difference between man and woman because of their sociocultural models.

It is significant that androgenic qualities were found out as perfect and more successful in different spheres of life. The androgenic qualities are connected with a feeling of self-esteem and positive concept «ME». However, Ukraine is still years or decades behind the rest of Europe in this regard, as traditional gender roles still prevail.

Gender equality is at the very heart of human rights and United Nations values.

Ukraine has taken the key international commitments on gender equality including Convention on the Elimination of All Forms of Discrimination against Women (CEDAW, 1980) and its Optional Protocol, Beijing Declaration and Platform for Action (1995), and adopted national legislative and policy framework on gender equality, including the State Programme on ensuring Equal Rights and Opportunities for Women and Men.

However, women still face constraints in practicing their political, economic and social rights. Women's participation in decision-making remains low. They are concentrated in low-paid economic sectors and with limited access to top management positions in all sectors of economy. Women make a majority in care and unpaid domestic work, with limited control over assets and productive resources.

Promoting gender equality as a driver of country development, the UN System in Ukraine supports government, parliament and civil society to ensure the political, social and economic participation of women, to accelerate empowerment of women and strengthen their role in national reforms processes, to facilitate Ukraine's adherence to international treaty obligations and to achieve the Sustainable Development Goals by 2030.

Gender roles analysis in Ukrainian business also requires an overview of some analytical indexes.

Masculinity versus Femininity Index (MAS) indicates the extent to which the dominant values of a society are «masculine» or «feminine». Ukraine scores at

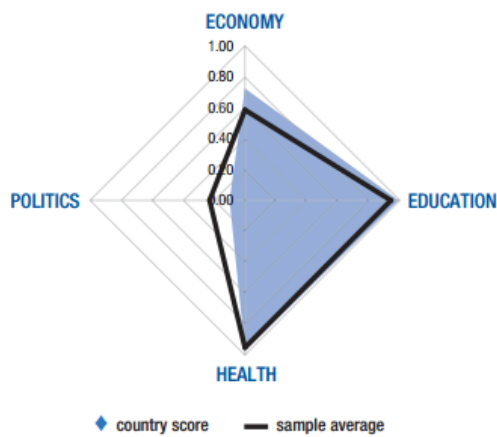
relatively low 27 points (out of 100) on MAS Index, which means that feminine society dominates in our country. The Global Gender Gap Report 2015 published in 2015, specifies the **Gender Gap Index**. According to the World Economic Forum, this is a global research of countries in terms of gender equality. In the opinion of authors, measuring is conducted in four key spheres:

- Economic involvement and career opportunities.
- Education.
- Health and survival.
- Political rights and opportunities.

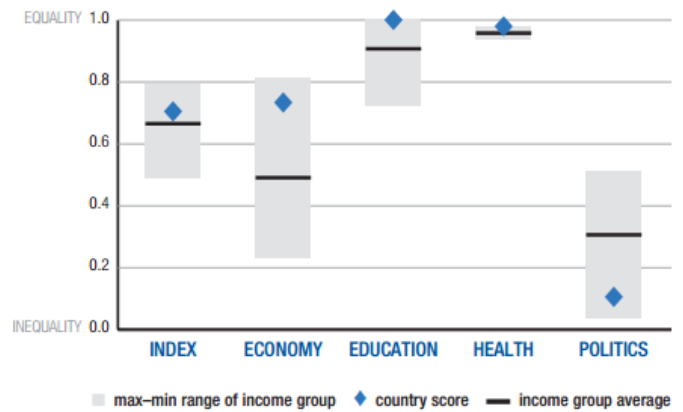
Ukraine took 67th place among 142 countries and made its ranking worse by 11 points than in 2014, when it was taking 56th place.

Country Scores Compared

Against sample average



Against income group range and average



It is evident from these graphs that pillars such as the Economy, Education and Health have a high tendency to gender equality. On the other hand, Politics pillar has an opposite tendency to gender inequality for the last 10 years. On the whole, only 10.5% of Cabinet Ministers are women and 12% of Parliamentarians are women.

Index over the years

SAMPLE		INDEX		ECONOMY		EDUCATION		HEALTH		POLITICS	
Year	No. of countries	Rank	Score	Rank	Score	Rank	Score	Rank	Score	Rank	Score
2015	145	67	0.702	40	0.731	30	1.000	42	0.979	107	0.098
2014	142	56	0.706	31	0.748	29	1.000	74	0.973	105	0.101
2013	136	64	0.694	30	0.743	27	1.000	75	0.973	119	0.059
2012	135	64	0.689	34	0.725	22	1.000	34	0.979	119	0.054
2011	135	64	0.686	44	0.704	24	1.000	56	0.976	106	0.065
2010	134	63	0.687	43	0.707	23	1.000	56	0.976	105	0.064
2009	134	61	0.690	33	0.720	31	0.999	41	0.979	117	0.060
2008	130	62	0.686	27	0.714	34	0.998	38	0.979	117	0.051
2007	128	57	0.679	26	0.708	73	0.984	74	0.973	109	0.050
2006	115	48	0.680	24	0.691	25	0.998	1	0.980	97	0.050
2006–2015 CHANGE			▲ 0.022		▲ 0.040		▲ 0.002		▼ 0.000		▲ 0.048

According to another rating — the **Gender Inequality Index** 2015, which displays such aspects of human development as reproductive health, economic status and extending of women's rights and opportunities in comparison with men, — Ukraine takes 83th place among 150 countries.

Despite the existence of specialized laws of Ukraine («On Ensuring Equal Rights and Opportunities of Women and Men», «On Principles of Prevention and Combating Discrimination in Ukraine» etc.), among the brightest examples of legislative provisions, which result in gender inequality, the following may be specified: night work of women is prohibited in Ukraine; more than 500 types of works are prohibited for women.

Gender roles in Ukrainian business have been surveyed by the Sociological group «Rating». The target audience of the research: the population of Ukraine aged from 18 and older. Optional quantity: 2000 respondents. The methods of investigation: personal formalized interview according to the questionnaire (face to face).

According to the survey almost 60% of respondents support the idea that some professions are purely «masculine» and some — «feminine». 36% — do not agree with this, and 5% — are undecided.

Respondents were asked to decide on a number of typical jobs: if they are more suitable for men, women, or both.

According to respondents, such professions as «policeman», «politician», «businessman», «scientist» are more typical for men rather than women. Instead, such professions as «saleswoman» or «secretary» are more typical for women. At the same time, «manager», «journalist» or «doctor» are equally typical for both men and women.

14% of female respondents and 8% of male respondents had a wish to master a profession, which is considered typical for the opposite sex. More often among young people and people with higher education. 80% of women and almost 90% of men did not have such a wish.

Almost every tenth female respondent has been denied a job because of her gender. Such responses were often given by middle-aged women with higher education. However, 6% of men have also been denied an employment because of their gender.

29% of respondents support the restraint on specifying gender of candidates in job announcements (advertisements), the same number (28%) — do not support it. However, in general — people either do not care (33%) or they are undecided on this issue (10%).

Conclusion. Low masculinity score of Ukrainian culture shows the importance of equity, compromise, and balance between work and life. Therefore, conflicts at work can be resolved by compromise, negotiations and discussions.

References

1. Geert Hofstede country profile – <https://geert-hofstede.com/ukraine.html>. — Geert Hofstede, G. Jan Hofstede, Michael Minkov «Culture and Organizations. Software of the Mind».
2. Pleck, J. «The psychology of sex roles. Journal of Communication». Androgyny concept – <https://en.wikipedia.org/wiki/Androgyny>
3. The United Nations about gender equality in Ukraine — Retrieved from <http://www.un.org.ua/en/resident-coordinator-system/gender-equality>
4. Women, Business and the Law Report 2016: Getting to Equal — Retrieved from http://wbl.worldbank.org/~/_/media/WBG/WBL/Documents/Reports/2016/Women-Business-and-the-Law-2016.pdf?la=en
5. The Global Gender Gap Report — Retrieved from <http://www3.weforum.org/docs/GGGR2015/cover.pdf>
6. Social Institutions and Gender Index — <http://www.genderindex.org/country/ukraine>
7. Human Rights Union — <http://helsinki.org.ua/en/women-s-rights-and-gender-equality-in-ukraine/> Аналіз гендерного індексу, роль жінок в Україні та світі (сучасний стан та динаміка процесів) — <http://infolight.org.ua/content/analiz-gendernogo-indeksu-rol-zhinok-v-ukrayini-ta-sviti-suchasniy-stan-ta-dinamika-procesiv>
8. The survey «Feminine and masculine professions in Ukraine» — http://ratinggroup.ua/en/research/ukraine/zhenskie_i_muzhskie_professii.html

Shamarina N.

Student of Master's Degree Course

Group 509

KNEU

ETHNOGRAPHIC PROFILE OF UKRAINE: UKRAINIAN MENTALITY

Background. Ukraine has a diverse number of ethnic groups, which have distinctive cultures and beliefs. Currently, a majority of them speak either Russian or Ukrainian but there are also those who speak Polish, Bulgarian, Romanian, Hungarian and Turkish and so on. However, there are lesser known ethnic groups that have existed in the country for centuries. Joseph E. Trimble, a professor from Western Washington University, defines «ethnic groups» in a way that many anthropologists agree with. According to him, an ethnic group is a band or nation of people who share common historical experiences, customs, traditions, and in some instances geographical residence.



Retrieved from: <http://www.google.ru/url?ukraina-vid-nezalezhnosti-do-revoljutsiyi-gidnosti/&psig=AFQjCNFvs-F42wQXaEs0LzAe7cGSBCdaSa&SA&ust1478789464293622>

Historical and geographical regions in Ukraine [24]

Below are four Ukrainian ethnic groups:

The Boikians (Boikos) live in the Boikian region, which stretches from the Solotvynian Bystrytsia region to Tereshva in the East. Historians consider them as the pioneers of the Ukrainian Carpathian colonization. They are divided into three groups with different dialects. There are those that inhabit the Transcarpathia region and their northern neighbors who refer to themselves as Verchovyntsi, and the Tukholosi, who reside near the town of Skole. The Tukhol'tsi were known as sellers of grapes and other fruit before the First World War broke out. Some of the Boikians breed cattle. Generally, the Boikians have preserved their ancient customs and rites including much of their material culture, architecture and costumes.

The Hutsuls live in the area to the east of the Boikian region. Their culture has some influences from the Wallachians, who belong to the Romanian population. The Hutsul region is mostly mountainous but is more suited for agriculture compared to the Boikian region. Despite this, the Hutsul's occupation is cattle and sheep breeding. They are also lumberjacks and are known as skillful builders of wooden houses. Most of their old wooden churches resemble those in the Byzantine times. Hutsuls are also celebrated for their highly developed skills in domestic handicrafts like wood-carving, pottery and rug weaving. They wear traditional costumes similar to those worn by Boikians and the Lemkians and still observe some of their old rituals.

The Lemkians (Lemkos) live in the region called Lemkovyna or Lemkovshchyna, which is at the western side of the Boikian region. They used to occupy most of the Carpathian range but lost most of it many centuries ago to the Poles and the Slovaks. They dislike the Poles more than the Slovaks. In 1946-48 Poles transferred a great number of Lemkians to the USSR and resettled others in the Polish provinces, which were German before the Second World War. Just like the other ethnic groups in Ukraine, Lemkos are can be found in many other European countries. In Ukraine this ethnic group is in the process of disappearance because they have mixed with the local population. Lemkos have lost most of their traditional Ukrainian costumes and it is very common to find modern influences in their traditional creative work. They also keep cattle and engage in farming.

The Polischuks live in the area to the east of Podlachia and have preserved much of their traditional lifestyles. Polischuks participate in a number of traditional rituals and have a great wealth of oral tradition. They have preserved carols that have ancient themes and still sing their old ritual songs.

Despite the fact that Ukraine has these many ethnic groups, most of its citizens either identify themselves as ethnically Russian or Ukrainian. In a 2001 census about 68 percent of Ukrainians identified their mother tongues as Ukrainian while 17 percent of the population said they spoke Russian [25].

MENTALITY

Ukrainians are very well-wishing and frank people! And not just at first sight! – amazingly tell our foreign friends. Such observation makes us happy. Probably when God asked the Ukrainians about something, they not only agreed but also talked with Him for a long time and even advised something to the Heavenly Father. Probably you have noticed that brevity is not a national feature of the Ukrainians. Some people even compare the expressive gesticulation of the Ukrainians with the Italian gesticulation. We agree – active talkativeness is one of our national features. However, it gets along well with the tolerance. We enjoy advising but we do it without any snobbery or stubborn resolution. We think that the tolerance, which is in fashion today, was born some time and somewhere in Ukraine. We have no imperial ambitions, we do not touch anybody but we stand up for ourselves.

Have you ever asked somebody about the features of Ukrainians? What did they say? Very few things... The problem is that the outside world does not really know what kind of nation we are. Of course, there are a lot of stereotypes but none of them seem to be true.

Therefore, I decided to generate my own research based on the observation of Ukrainian scientists and create some tips for foreigners about who the Ukrainians are. The base for my research is the study «Ukrainian mentality. Illusions, myths and reality» of Oleksandr Strazhnyi, writer and scientist.

In his book, he isolated many key qualities which characterize Ukrainian nation [26].

25 Ukraine ethnographic profile / Wikipedia. [Electronic version]: <https://uk.wikipedia.org/wiki>

26 Стражний О.С. Український менталітет. Ілюзії - міфи - реальність [Текст] / О. С. Стражний. - К.: Книга, 2008. – 366 с.

1. Settled way of life

On the one hand, Ukrainian does not tend to move somewhere. On the other hand, there is no country without Ukrainian emigrants. Several million Ukrainians work abroad today including European Union. However, not everyone wants to stay there forever – having earned money most people seek to return home. A Ukrainian archetype is a cat – it walks where it wants, but always returns to its yard.

2. Thrift

The archetype of land was for centuries the main for Ukrainians. Slavonic, Slavic tribes, the residents of Kyiv Rus and their descendants were engaged in agriculture and animal husbandry. Except in periods of bad weather, wars and man-made famine, Ukrainians and their ancestors always had enough food. Neat and tidy estates with the fence, fruit gardens, flower gardens and livestock are traditional for Ukrainians. Moreover, sometimes we can even see gardens under the windows of apartment buildings, which means that thrift is in our blood.

3. Conservatism

Ukrainian farmers are not only thrifty, but also have such features as mistrust, irony, judgment, rejection of everything new. Is it good or bad? Well, it depends. On the one hand there are many examples when inability to keep pace with the development of mankind brought nothing but failure to Ukrainians. On the other hand, thanks to its conservatism Ukraine survived and remained itself — saved its language, culture, rituals, and views of life.

4. Versatility

Slavs and their ancestors usually lived in small villages and hamlets. In such circumstances, each host and hostess had to be masters of all trades. This versatility has remained in the Ukrainian character now. The ability to repair a car and computer, make repairs yourself or cope with illness is not typical, for example, for Europeans.

5. Daring

Ukrainian nonaggressiveness does not mean cowardice. Only brave and daring people could live like Cossacks in the desert and fearlessly went into battle with a stronger army as it often happened. At Sich the Cossacks took only one who was brave and fearless to the enemy.

6. Love of freedom

From previous generations moved to the Ukrainians traits such as freedom, independence, and insubordination to strangers. Ukrainians did not obey Tatars, Lithuanians, Poles, and Turks. Free, proud on any government Ukrainians were still caught by assurances from Moscow boyars, who circumvent them. However, Ukrainian opposition to slavery helped our nation to become independent in 1991.

7. Democracy

The paradigm of Greek democracy firmly stuck in the archetypes of Ukrainian mentality. Slavic always gravitated towards democracy and anarchic forms of government. Ukrainian democracy was shown in the first constitution made by Philip Orlik. It was drawn up on the traditions of Cossack rights 80 years ahead of French constitution and 60 years ahead of American constitution.

8. Spirituality

The farmer is organically the category of humanity closest to space. Absolutely dependent on the whims of the universe farmers are a priori religious.

9. Genius

The gene pool of people, who take the products grown on black soil, is significantly different from the gene pool of the peoples of other poorer lands. These ethnic groups tend to have good health, physical and mental endurance and talent. World civilization is impossible without Tripoli heritage, ancient culture of the northern Black Sea coast, Scythian gold, Ukrainian icons, songs and embroidered shirts.

10. Imagery perception

Ukrainian perception of reality is the flow of saturated with different colors slides. To see this it is worth comparing the pictures of Ukrainian artists with the pictures of other masters. Imagery perception of Ukrainians can be seen not only in painting, but also in literature and poetry. Ukrainian literature is powerful due to visual feeling. It is almost usually a picture. Ukrainian authors think not about the structure but about the atmosphere of spirit and image. Therefore, the most powerful genre of Ukrainian literature is fantasy.

11. Mysticism

Ukrainian always worshiped nature. Mavkas, goblins, vampires, mermaids, spirits, ghouls and other mystical creatures considered sacred. Ukrainian always had the feeling that possible in nature may be intertwined with the impossible. In addition, this may be not only in nature but also in real life. Ukrainians still celebrate pre-Christian holidays; believe in mysteries and trust horoscopes and dreams.

12. Openness

From time of Kievan Rus and perhaps even earlier there were no blinds, curtains or drapes on windows in Ukrainian houses. Openness of every person and family was influenced by the open landscape. Perhaps, this openness helped Ukrainians to build their own country.

13. Intelligence, cunning, craftiness

The propensity for unconventional solutions and unexpected behavior emerged in Ukrainian not by chance. The necessity to survive among wild nomads, primordial need to hide something from someone raised in Ukrainian ancestors such features as intelligence, cunning, craftiness. They had to think one thing, say second, and do third.

The ability to deceive the enemy, speak in an unusual manner or take fight with the unknown for the enemy rules often helped Ukrainians to survive in tough situations.

Cunning and optional lively thinking is one of the defining features of modern Ukrainian mentality. It is very easy for Ukrainian to make the electric meter spin backwards. However, European will unlikely be able to change burned plug without instruction.

14. Optimism

Ukrainian would not have survived without his optimism. Huge amount of funny national songs is the cure for boredom, bad mood and gray everyday life and serious view of existence. Not looking at ordeals, Ukrainians had little space for depression, anger and fatalism in their souls.

15. Animal spirits

Animal spirits of Ukrainians can be shown in the bright and colorful ceramics of Tripoli and stories of many travelers. Everything in Ukraine has animal spirits: embroidery, pottery, painting, music and humor.

16. Developed sense of humor

In Ukraine without humor, fun and jokes any talk, party or discussion cannot happen. Humor is a permanent attribute of Ukrainian television, parliament, business, even litigations. The most popular plot of jokes is not dedicated to Russian, Chukchi or anyone else. Ukrainians usually laugh at himself in different situations where he either failed or acted very reasonably. The nation who is able to laugh at itself is invincible.

17. Respect for the family

Family values always took special place in Ukrainian mentality. In Ukraine, everyone is equal in a family; everyone has an equal right for happiness. In Europe, family happiness lies in high material status. However, Ukrainians still try to build families on love and respect.

Conclusion. Culture is often compared to an iceberg: there is more to it than meets the eye. We believe that the research in English into the national values can help the foreigners to better understand the hidden part of Ukrainian cultural iceberg.

Veremienko O.

Student of Master's Degree Course

Group 509

KNEU

UKRAINIANS' ATTITUDE TO CORRUPTION

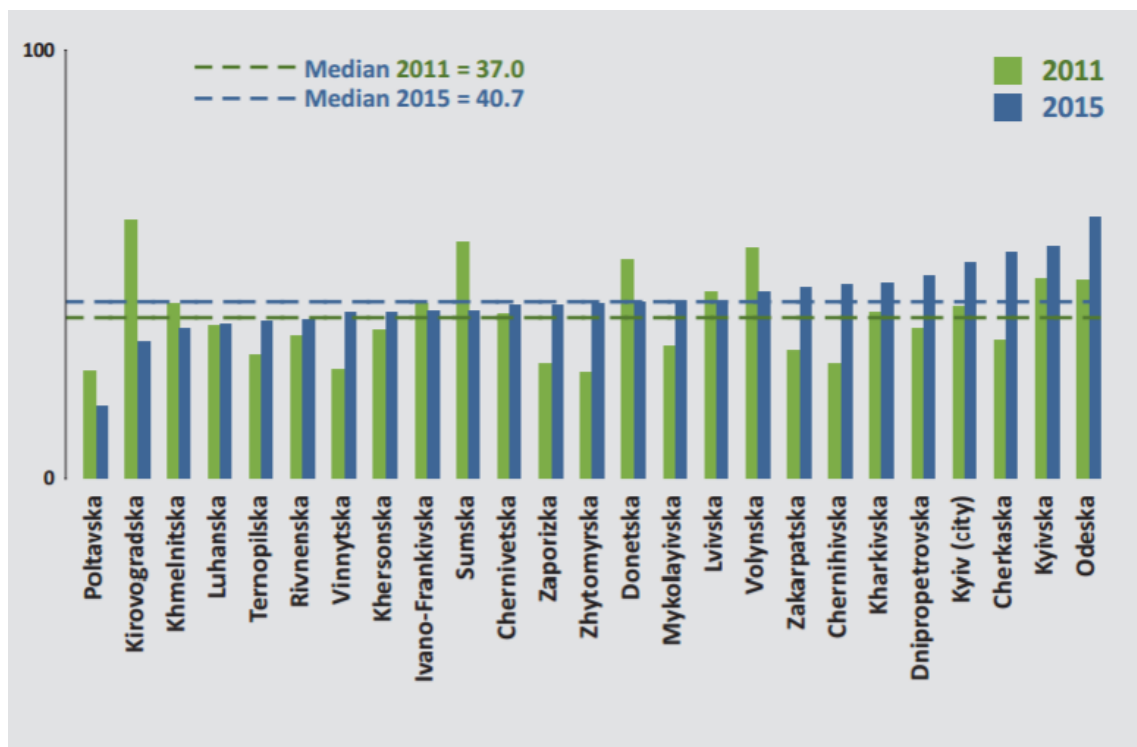
Introduction. Corruption can be defined simply as behavior that corrupts. It tends to subvert the cultural system in which it occurs. This means that one cannot recognize corruption in a particular society without knowing something about how that society works.

Corruption perception in Ukraine. Citizens' corruption perception indices (CCPI) were calculated based on respondents' answers to the question of how widespread corruption seemed in Ukrainian government bodies and among public officers. The more respondents believed it was widespread in the 20 different services and sectors, the higher mean CCPI was set (with 100 being the highest and 0 standing for the lowest).

The mean CCPI for Ukraine was 39.4 in 2011 and reached 42.8 in 2015. Thus, over 40% of the major sectors and institutions in Ukraine are perceived by its people as too corrupt.

In regions, the most dramatic positive changes are observed in Kirovohradська oblast, which has moved from the first rating position to the last but one since 2011. In four regions (Odeska, Cherkaska, Kyivska oblasts and the Kyiv city) perceived as very corrupt are over a half of the sectors – and all of them demonstrate a negative tendency in time. To estimate the general regional differences, we have used the median indices by oblasts.

Graph 1.1 Citizens' Corruption Perception Index by region



Overall, the citizens' corruption perception index has increased in sixteen oblasts and in thirteen of them it has grown by 5 points and more. Its decrease has been documented in eight oblasts.

The latest survey findings generally prove the relationships discovered in our earlier studies. They show that perceived corruption (measured with the CCPI) is closely related to a number of factors:

- perceived corruption of the society brings about distrust in the bodies of power of all levels;
- perceived corruption is higher in the eyes of people believing that authorities do not take sufficient measures to overcome corruption;
- those who tend to justify corruption for their own gain are convinced that they are living in a very corrupt society;
- CCPI is higher where people have felt corruption increase since Yanukovich's presidency;
- people's willingness to defend their rights when officials are being unjust strengthens in response to perceived corruption increase in various sectors of social life, among other things;
- people who admit their own corruption experience are more convinced that it is widespread in various sectors meaning that perception of corruption in the society generally depends on people's own experience of corruption – even if they received it in a different sphere;
- perceived corruption is somewhat higher in urban communities, among middle-aged people, and people with higher level of education and income. This is partly

explained by the fact that representatives of these socio-demographic groups face corruption relatively more often.

Unlike perceived corruption, the real spread of this phenomenon is estimated by particular cases of bribery and abuse of power that our respondents report. There are studies demonstrating that perceived corruption is not always connected with actual experience but mostly depends on the informational environment, people's trust in the government or perception of the economic conditions in the country. These findings also show that perceived corruption correlates more with people's trust in the government than their actual experience.

Over the whole period of monitoring corruption, there have been no significant changes in people's practices related to contacts with authorities or state institutions (Graph 4.1). Traditionally the largest rate of the population deals with state-run health care institutions (67.9%). Also, like it was before, a considerable part of people contact state institutions to apply for or receive social benefits (23.4%), secondary schools (22.5%), organizations providing connection to or repairs of public utilities (18.9%), and the SAI (16.8%). Each of the remaining institutions has been contacted by not more than 10% of respondents. The rate of households with no need to turn to any of these institutions during a year is also stable amounting to 16%. Compared to 2011, there has been a considerable increase in the rate of people who turned to state institutions to apply for or receive social benefits — and contacts with military enlistment services have also become more frequent. In contrast, people less rarely turn to the SAI and state institutions dealing with real estate registration / privatization or land privatization / ownership than they used to. Other institutions are contacted with the same frequency as before [1].

National anti-corruption campaign unfolds with success. The number of Ukrainians who are ready to report the cases of corruption to the law enforcement agencies has increased by 32 percent. That's according to Transparency International (TI) Ukraine civil society organisation, who has announced the preliminary results of the national anti-corruption campaign «They wouldn't keep silent!».

«45.5 percent of Ukrainians are ready to report corruption to law enforcement and press for just punishment of bribe takers, «the campaign's statement says». Over the year, this number has increased by 32.5 percent».

Bribery is a way of life in many of these countries and is an unmitigated evil. It is a symptom of system breakdown, due to a recent history of political oppression or instability. It is best to rely on corporate, connections, and pro bono activities, and to maintain a clean reputation. According to Transparency International, fines for bribery in Ukraine are smaller than bribes. Reportedly, two percent of citizens are actual whistleblowers who take real steps: report crimes to police, prosecutor's offices, and security service, file lawsuits and publish their investigations.

«People who openly demonstrate their negative attitude towards corruption and seek punishment for corrupt officials deserve respect», said **Oleksandr Skopych, a member of the National Agency for Prevention of Corruption**. Skopych added the Agency plans to establish a reception office and a call centre, in addition to the already existing online system for citizens willing to report a corrupt officer.

«Since the campaign started, TI Ukraine has received and processed about 330 reportings, 36 of which investigated by law enforcement. In 20 cases the corrupt acts were stopped», he said.

As the statement reads, 16.5 percent of crimes reported by citizens to TI Ukraine over the last year were made in police and courts, 13 percent in education and public spheres. Allegedly, the leading causes of corruption in Ukraine are as follows:

- desire of politicians and officials to use public office for personal gain;
- lack of the political will of the highest levels of government to fight the corruption;
- citizens' habits to solve their problems using bribery;
- poor internal controls in government, lack of transparency;
- complicated legislation and too much government bureaucracy.

Conclusion. Due to the work of ProZorro and Dozorro systems the violations became more vivid for business and civil society, in comparison to the paper tenders. Exposure of such tenders with the help of Dozorro can considerably reduce corruption in procurement. The governmental programme to fight corruption are:

1. Clear financing of political parties
- 2 National Agency for the Prevention of Corruption (NABU)
3. Implementation and maintenance of real judicial system
4. Implementation of the law on public procurement
- 5 Inevitable punishment for a crime for officials

References

1. http://kiis.com.ua/materials/pr/20161602_corruption/Corruption%20in%20Ukraine%202015%20ENG.pdf

2. <http://uatoday.tv/politics/transparency-international-more-ukrainians-ready-to-report-corruption-to-police-649259.html>

3. http://issuu.com/transparencyinternational/docs/2016_cpireport_en?e=2496456/43483458

4. Corruption in Ukraine. Retrieved from: http://kiis.com.ua/materials/pr/20161602_corruption/Corruption%20in%20Ukraine%202015%20ENG.pdf

Bezhevets A.
Student of Master's Degree Course
Group 505
KNEU

TEACH FOR AMERICA: EXPERTISE IN AMERICAN EDUCATIONAL NON-PROFIT BUSINESS

Abstract. This article is about corporate culture of the non-profit organization «Teach For America». Within the article will be discussed the background of the organization, sometimes

unnoticed, sometimes obvious. The article emphasizes the hidden power of the corporate culture, which can become a source of an energy and provide powerful assistance of an organization.

Key words: *organizations, culture, corporate culture, education, non-profit, engagement, cultural dialog, communication, assessment, vision, values, practices, people, narrative.*

Exposition of the material: *Teach For America (TFA)* is a nonprofit organization whose stated mission is to «enlist, develop, and mobilize as many as possible of nation's most promising future leaders to grow and strengthen the movement for educational equity and excellence» [1]. The organization aims to accomplish this by recruiting and selecting college graduates from top universities around the United States to serve as teachers. *TFA* was founded by Wendy Kopp based on her 1989 Princeton University undergraduate thesis [3].

Teach For America recruits recent college graduates and professionals to teach for two years in urban and rural communities throughout the United States. The goal of Teach For America is for its corps members to make both a short-term and long-term impact by leading their students to reach their full potential and becoming lifelong leaders for educational equity [4].

All corps members are required to attend an intensive summer training program to prepare for their commitment. Details vary by region, but typically include a five-day regional introduction, a five to seven week residential institute, including teaching summer school, and one to two weeks of regional orientation [5].

Teach For America teachers are placed in public schools in urban areas such as New York City and Houston, as well as in rural places such as eastern North Carolina and the Mississippi Delta. They then serve for two years and are usually placed in schools with other Teach For America corps members.

Before Starting our dialogue about the great corporate *Teach For America's* culture, I would like to make it clear what is corporate culture in general. To my minds, it is a blend of the values, beliefs, taboos, symbols, rituals and myths all companies or organizations develop over time.

However, what makes a corporate culture of Teach For America? Each culture is unique and myriad factors go into creating one, and Teach for America implements all components of great cultures: vision, values, practices, people, and narrative.

Basically, there are seven rules, that we can refer as corporate culture of the Teach For America:

Culture Assessment.

A cultural dialog engagement.

Creation of behavioral promises.

Creation of a cultural measures dashboard.

HR practices update.

Communication, always.

Regular cultural reassessment.

Teach For America repeats the best practices, tweaking and adjusting behavior promises, metrics and HR practices. Organization mature and develop in a similar

pattern to individuals, and creating a vibrant and engaging culture is a life-long journey one with great rewards.

Conclusion. Corporate culture is challenging, multidimensional, and often difficult story to deal with; a company's cultural situation constitutes a powerful set of emotional resources. As is the case with other resources — human, technological, financial — it is incumbent upon leaders to strive to get the most value out of it.

References

1. Jacobs, David (9 December 2015). Teach for America has been educating south Louisiana students, producing community leaders for 25 years». www.businessreport.com. Greater Baton Rouge Business Report. Retrieved 13 December 2015
2. Roy, Kathryn (26 March 2015). Businesses investing in Teach For America. Hartford Business. Retrieved 14 December 2015
3. Wendy Kopp (2011). A Chance To Make History: What Works and What Doesn't in Providing an Excellent Education for All. Retrieved 1 April 2011
4. Tamburin, Adam (8 July 2015). Teach For America adds summer training from Lipscomb. The Tennessean. Gannett. Retrieved 23 December 2015.
5. Teach For America. Retrieved from Teach For America: <https://www.teachforamerica.org/privacy-policy>
6. Forbes. Company Culture Tips From The Best Places To Work Retrieved from Forbes: <http://www.forbes.com/sites/ajagrawal/2016/09/26/company-culture-tips-from-the-best-places-to-work/#4d44e43158d6>

Bielova A.
Student of Master's Degree Course
Group 505
KNEU

FACEBOOK'S CORPORATE CULTURE

Анотація. В статті розглянута корпоративна культура компанії Facebook. Корпоративна культура передбачає визначення основних цілей компанії, аналіз її внутрішньої організації та виявлення базових чинників, що є запорукою успіху компанії.

Ключові слова: корпоративна культура, Facebook, культурні комунікації, персонал компанії, місія, внутрішня політика компанії, найважливіші характеристики.

Abstract. The article deals with the issue of the corporate culture of Facebook. Corporate culture determines the main objectives of the company, analysis of its internal organization and identifies the basic factors that are key to company's success.

Key words: corporate culture, Facebook, cultural communication, staff, mission, internal policy of the company, most notable characteristics.

Background. Facebook is a well-known company with highly progressive methods of corporate motivation and astonishing business results. The question is what characteristics are most remarkable for successful innovation process. To find the answer we have to figure out the company's philosophy and corporate mission.

Exposition of the basic material. First thing to know is that Facebook, which was famously founded by college students, still does not want to be a place where people are defined by what is already on their résumé. It has a culture that inherently believes that you do not have to have a huge amount of experience to be able to do big things. Secondly, the Facebooks headquarters influence the company's culture and working process very much. The floors are still bare cement; girders and vents remain exposed. Staffers, as before, are encouraged to write on walls. Everyone — CEO Mark Zuckerberg and COO Sheryl Sandberg included — works at tables in open spaces. Thirdly, employee referral program is really strong in Facebook. People send their best former colleagues to the company, or the people who were in their class that they always thought were really great. The next and maybe the most tangible sign of Facebook's culture — at least to visiting outsiders — is the inspirational signage on its walls, most of which involves slogans encouraging staffers to regard their work as important to the world, experiment early and often, and empathize with the needs of Facebook users.

Considering all of the above mentioned, Facebook Inc. describes its corporate culture as a *hacker culture*, which pushes employees to strive for improvement. Such improvement focuses on Facebook's mission and vision statements to emphasize making the world more connected. The company applies its organizational culture as a tool for supporting business resilience and competitiveness. Human resources are developed and maintained through training that ensures talent and skills for the company's aims in creativity and innovation for its social media business.

The following characteristics are the most notable in Facebook's organizational culture:

- Rewards creative problem solving and decision-making
- Boldness
- Openness
- Speed
- Continuous improvement

Rewards Creative Problem Solving and Decision-Making. Facebook values creative problem solving and decision-making, which are embodied in the company's organizational culture. This feature of the corporate culture pertains to the ability of employees to generate unusual ideas that enhance Facebook's social networking website and related offerings. Rewards are provided through recognition, incentives and other forms that motivate workers to be more creative in contributing to the business.

Boldness. Facebook's organizational culture facilitates boldness in employees' activities. This cultural feature aims to maximize the company's flexibility in addressing business issues. The company benefits from this cultural characteristic in terms of minimizing the negative effects of problems encountered in the social media business.

Openness. Openness significantly influences Facebook's corporate culture. This cultural feature highlights the importance of effective and efficient internal communications. For example, Facebook has systems in place to facilitate dissemination of information critical to solving problems. In addition, Facebook's organizational culture facilitates openness in terms of minimizing restrictions on employees' activities. Through this characteristic of the organizational culture, Facebook Inc. supports employees' problem solving abilities to enhance the company's social networking website and online advertising services.

Speed. Facebook has the ability to easily respond to trends and changes in users' preferences. This ability is partly based on employees' speed in responding to problems in the social media business. Such speed is a significant feature of Facebook's organizational culture. The company believes that it is essential for its human resources to rapidly react to new needs in the market.

Continuous Improvement. Facebook has an organizational culture that facilitates continuous improvement. The company adheres to the principle that improvement is a never-ending process. Facebook encourages its small teams to continuously iterate products. This cultural feature provides opportunities for the company to regularly evaluate its social networking website and related products.

Furthermore, Facebook offers, as do many similar companies, lots of food, stock options, open office space, on-site laundry, a focus on teamwork and open communication, a competitive atmosphere that fosters personal growth and learning and great benefits.

Yet, Facebook has the same struggles as similar companies: a highly competitive industry leads to a sometimes stressful and competitive workplace. Additionally, a free and organic organizational structure that worked for the smaller organization is less successful for the larger one.

Eventually, to meet these challenges, Facebook has created conference rooms, has separate buildings, lots of outdoor roaming space for breaks and has management (even CEO Mark Zuckerberg) working in the open office space alongside other employees. It's an attempt at a flat organizational culture using the buildings and space itself to promote a sense of equality among the competition.

Conclusion. Talking about the norms of the Facebook's corporate culture which could be followed by Ukrainian businessmen, it should be noted that there is much of support for flexibility, especially in rapidly addressing issues and problems in the social media business. Another advantage is that the culture facilitates Facebook's continuous improvement, which is essential in the context of online social networking, as the online environment changes rapidly. However, a possible disadvantage of this organizational culture is the difficulty in strictly implementing new mandates that impose limits on employees' activities. This is so because Facebook's workers are accustomed to a corporate culture where they are empowered to flexibly do their jobs.

References

1. MCCRACKEN H. How Facebook keeps scaling its culture [Електронний ресурс] / HARRY MCCRACKEN. 2015. — Режим доступу до ресурсу: <https://www.fastcompany.com/3053776/behind-the-brand/how-facebook-keeps-scaling-its-culture>
2. Griffith E. Why Facebook Encourages Hard Conversations at Work [Електронний ресурс] / Erin Griffith. — 2015. — Режим доступу до ресурсу: <http://fortune.com/2015/12/09/facebook-company-culture/>
3. Boswort A. What's the internal culture of Facebook like? [Електронний ресурс] / Andrew Boswort. — 2010. — Режим доступу до ресурсу: <https://www.quora.com/What-s-the-internal-culture-of-Facebook-like>.
4. Patel S. 10 Examples of Companies With Fantastic Cultures [Електронний ресурс] / Sujan Patel. — 2015. — Режим доступу до ресурсу: <https://www.entrepreneur.com/article/249174>
5. facebook. Stats [Електронний ресурс] / facebook. — 2017. — Режим доступу до ресурсу: <http://newsroom.fb.com/company-info/>

Kutsevol M.

Student of Master's Degree Course

Group 505

KNEU

THE SECRET OF MICROSOFT'S SUCCESS

Анотація. У даній статті висвітлено основні характеристики специфічної корпоративної культури корпорації Microsoft, що дозволяє великим і малим, формальним і неформальним структурним підрозділам компанії відчувати себе єдиним організмом, який може цілеспрямовано і послідовно вирішувати всі проблеми на шляху до спільної мети.

Ключові слова. Корпоративна культура, корпорація Microsoft, основні характеристики, інновації, розуміння проблем клієнтів.

Abstract. This paper focuses on the main characteristics of the Microsoft Corporation's pronounced and very specific corporate culture, that allows large and small, formal and informal structural units of the company feel like a single organism, that can purposefully and consistently resolve all the problems on the way to a common goal.

Key words. Corporate culture, Microsoft Corporation, main characteristics, innovations, responsiveness to customers' concerns.

Introduction. If you asked people to rate the world's most successful technology company is, most would say Apple. Others might say Google. However, for others, it would be Microsoft because, while at any given time the fortunes of an enterprise can wax and wane, Microsoft has maintained a superior business for over three decades in virtue of its corporate culture, innovative solutions and original products.

The purpose of this article is to highlight the main characteristics of the Microsoft Corporation's corporate culture and to give a piece of advice for managers of Ukrainian companies.

Results. Microsoft Corporation (NASDAQ: MSFT) is an American multinational technology company headquartered in Redmond, Washington. It engages in the provision of developing and marketing software and hardware services. Its products include operating systems for computing devices, servers, phones and intelligent devices. As of 2016, it was the world's largest software maker by revenue, and one of the world's most valuable companies [1].

What about Microsoft Corporation's organizational culture — it ensures workforce resilience and capability to address business needs in the dynamic market for computer hardware and software products. A company's corporate culture refers to the values, traditions and behavioral expectations among employees. Microsoft uses its organizational culture to facilitate innovation and customer satisfaction.

The Cultural mantra of Microsoft is noted in its «Mission and Culture». «Empower every person and organization on the planet to achieve more. That is what inspires us, drives our work and pushes us to challenge the status quo every day. At Microsoft, we also work to empower our employees so they can achieve more. We believe we should each find meaning in our work and we ensure employees have the freedom and the reach to help make a difference in the world» [2]. Therefore, a key focus area for the corporate culture at Microsoft is employee empowerment. By focusing on it, Microsoft has been able to align employee's personal objectives with the objectives of Microsoft. Employee empowerment is also the key to employee motivation and by focusing on it, Microsoft has benefitted itself. A culture of diversity and inclusion plus empowerment means growing productivity and a harmonious environment [3]. So Microsoft benefits from its organizational culture, which facilitates human resource competence.

Microsoft Corporation's organizational culture has the following main characteristics:

- Accountability;
- Quality and Innovation;
- Responsiveness to Customers;
- Growth Mindset;
- Diversity and Inclusion.

1. *Accountability.* This cultural feature ensures that every employee understands that his actions have consequences in the company's context. For example, an employee is evaluated for accountability based on Customer Partner Experience (CPE) criteria and related feedback. Such institutionalized accountability contributes to the ability of the organizational culture to motivate workers to adhere to Microsoft's rules and objectives for its computer hardware and software business.

2. *Quality and Innovation.* Microsoft heavily invests in research and development efforts for product improvement and new product development. Such efforts are linked to the company's organizational culture through emphasis on quality standards and innovativeness among employees.

3. *Responsiveness to Customers.* Microsoft maintains feedback systems to allow employees to know what customers think and experience in using the firm's computer hardware and software products.

4. *Growth Mindset.* The company trains employees to identify potential avenues

for new business growth, such as new ideas and solutions. Workers are rewarded based on their contributions in this regard.

5. *Diversity and Inclusion*. Microsoft applies these factors in its organizational culture through appropriate training programs. Moreover, the company's human resource policies for recruitment and hiring ensure a high level of diversity and inclusion in the organization.

The main disadvantage of Microsoft's organizational culture is the lack of institutionalized support for adequate autonomy. Autonomy encourages employees to contribute new and innovative ideas. Based on such disadvantage, a recommendation is for Microsoft to integrate considerable autonomy in its organizational culture [2].

Microsoft is committed to reinvent productivity and business processes, build the intelligent cloud platform and create more personal computing. These three goals are interconnected, they are bold — and they are why company is always looking to bring even more brilliant and creative people to its team [3].

Conclusion. All things considered, it seems reasonable to assume that, of course, the good or bad corporate culture does not exist - but there are those who fit a particular business at a certain stage of its development and help it to achieve strategic objectives, and those that reduce all efforts to nothing. In addition, each culture is unique: trying to «copy» it from someone else — even if it is very successful — it is like to wear clothes with someone else's shoulder. One thing is clear: all-important factors for success are innovative solutions, original products, designed strategies and star employees.

Furthermore, many Ukrainian companies have to learn strategy. Learn from the best companies in the world — or the high price of such exercises is not justified. An example of the company Microsoft — this is not just an example of the triumph of individual companies. This is evidence of a fundamental shift in the theory of competition — a shift that could radically change the corporate strategy, as the lessons of the experience of this company are universal.

References

1. Microsoft [Електронний ресурс] // Forbes Media LLC. — Режим доступу до ресурсу: <http://www.forbes.com/companies/microsoft/>.

2. Microsoft Corporation's Organizational Culture & Its Characteristics (An Analysis) [Електронний ресурс] // Panmore Institute. — 2016. — Режим доступу до ресурсу: <http://panmore.com/microsoft-corporation-organizational-culture-characteristics-analysis>.

3. Mission and culture [Електронний ресурс] // Microsoft — Режим доступу до ресурсу: <https://careers.microsoft.com/mission-culture>.

CORPORATE CULTURE OF SAMSUNG: LESSONS TO LEARN

Анотація. У статті розглянута корпоративна культура компанії Samsung. Корпоративна культура передбачає визначення основних цілей компанії, аналіз її внутрішньої організації та виявлення базових чинників, що є запорукою успіху компанії.

Ключові слова: корпоративна культура, Samsung, культурні комунікації, персонал компанії, місія, внутрішня політика компанії.

Abstract. The article deals with the issue of the corporate culture of Samsung. Corporate culture determines the main objectives of the company, analysis of its internal organization and identifies the basic factors that are key to company's success.

Key words: corporate culture, Samsung, cultural communication, staff, mission, internal policy of the company.

Introduction. Each country has its own customs, traditions and values. Korea is a far eastern country that has become a highly developed state in a short period of time. Samsung is one of the world's leading multinational corporations. However, how to negotiate with Koreans? How to understand the essence of the Samsung's success? To answer these questions, we should be well aware of the cultural features of Koreans (because they are Samsung's employees), and we have to understand the features of company's corporate culture.

Exposition of the basic material. Korea is one of the most homogeneous countries in the world, racially and linguistically. It has its own culture, language, dress and cuisine, separate and distinct from its neighboring countries. Hard work, filial piety and modesty are characteristics esteemed by Koreans. Building trust and relationships is vital to establishing a successful business relationship. This requires patience. Koreans prefer to do business with people they know [1].

Negotiations are long and require several trips. Koreans generally start negotiations at an unreasonable position and prepare to compromise. They are tough negotiators and admire a firm, but refrain from being too aggressive.

A low, deep bow from Koreans at the end of a meeting indicates a successful meeting. A quick, short parting bow could mean dissatisfaction with meetings.

According to Geert Hofstede's analysis of the South Korea, this country has the following characteristics [2]:

- Power Distance (60): South Korea is a slightly hierarchical society. Hierarchy in an organization is seen as reflecting inherent inequalities.
- Individualism (18): South Korea has a collectivistic society, which fosters strong relationships where everyone takes responsibility for members of the group.
- Masculinity (39): South Korea has a Feminine society, managers strive for consensus, people value equality, solidarity and quality in their working lives.
- Uncertainty Avoidance (85): South Korea is one of the most uncertainty avoiding

countries in the world. In this culture, time is money and people always are busy and work hard, precision and punctuality are the norm.

- Long Term Orientation (100): South Korea has one of the most pragmatic, long-term oriented societies. They all serve the durability of the companies.

- Indulgence (29): South Korean society is shown to be one of restrained societies, so they do not put much emphasis on leisure time and control the gratification of their desires.

Samsung is one of the world's leading multinational corporations. Samsung is a South Korean multinational conglomerate, headquartered in Samsung Town, Seoul. It comprises numerous affiliated businesses, most of them united under the *Samsung* brand, and is the largest South Korean *chaebol* (family-controlled business conglomerate).

Samsung was founded by Lee Byung-chul in 1938 as a trading company. Over the next three decades, the group diversified into areas including food processing, textiles, insurance, securities, retail, electronics industry, construction, and shipbuilding industries. Since 1990, Samsung has increasingly globalized its activities and electronics; its mobile phones and semiconductors have become its most important source of income.

Samsung has a powerful influence on South Korea's economic development, politics, media and culture. Its affiliate companies produce around a 5th of South Korea's total exports. Samsung's revenue was equal to 17% of South Korea's \$1,082 billion GDP [3].

The success of Samsung directly depends on many factors, among them — the efficient work of the company's staff. Only when employees are interested in the success of the company (when they are stakeholders) — then the company will prosper. Only a properly coordinated work at the company will help employees to demonstrate their skills, abilities and intelligence correctly. But, as in every company, Samsung's corporate culture has its own secrets.

Basing Samsung Group, Lee Byung Chull formulated the three missions of the company:

- 1) to contribute to the economic development of the nation;
- 2) to act based on considerations of economic expediency;
- 3) to respect the human resources.

All of these missions are fully reflect the hard economic situation in Korea in the early years of the 20th century, when the country had not well-developed social infrastructure and the labor force was not enough.

Samsung's corporate culture focuses on the integration and efficiency thanks to the talented personnel. In order to reduce costs because of trials or errors, and take advantage of the experience and knowledge of employees, Samsung has always tried to hire only the most qualified employees. Since its inception, it has accumulated «know-how» in the field of improving the efficiency and learned to systematize this knowledge quickly and distribute them throughout the organization [4].

Moreover, Samsung has a clear orientation on work execution. For example, this company has built its first plant for the production of semiconductors in just 6 months, although the standard for the industry is considered to be 2.

Another interesting example: one day Samsung employees were transported to a new workshop of semiconductors, and it turned out that the fragile production machines during the transportation along the old road could be affected. As directed by the leadership, the new road was built a couple of hours and to dry the masonry more quickly — they used a fan.

Another important component of the corporate culture of Samsung is the loyalty with an emphasis on fairness and diligence. The honesty and corporate ethics are very important, but the bribery and the pursuit of personal gain are prohibited.

Samsung actively implemented training programs about ethical principles for new and old employees. Furthermore, Samsung developed a special system to prevent any unethical actions and behavior of staff: delinquent people have to wait for severe punishment.

Unfortunately, we have a bad fresh example on it. On 17 February 2017, Samsung Group chief Lee Jae-yong was arrested for bribery, embezzlement, hiding assets overseas and perjury [5]. This case shows the effectiveness of Korean security&control system, but on the other hand, this is an instructive case for other Samsung's employees.

Another feature of Samsung's corporate culture is fidelity of employees: they are like bees, often sacrifice their personal interests for the sake of the prosperity of the hive.

One day the Fair Trade Commission has launched an investigation in order to identify illegal internal operations in Samsung. One worker formatted the hard disk of his office computer, even though he knew that for this he is waiting for severe punishment.

In addition, Samsung's employees are extremely disciplined and always try to perform some tasks, even they are difficult for them. Employees of Samsung work under enormous stress. Managers of Samsung terribly afraid of any financial, accounting and auditing control.

Nevertheless, Samsung decided to change its inner policy because of increasing competition. Samsung plans to abolish its long-term rigid corporate structure by adopting a corporate culture akin to a startup. Company's executives signed a pledge that fosters open dialogue [6]. Samsung will also reduce the number of levels in its staff hierarchy and hold more frequent online discussions between business division heads and employees.

The company want to cut its internal ranking system from the current seven levels to four. All employees will be allowed to call each other, if necessary, to improve communications. It also includes more discussions/meetings online for reducing unnecessary meetings [7].

Flexible working hours, no dress code requirements for weekend work and less pressure on employees to attend after-work drinking sessions. It will also reduce unnecessary overtime and weekend work and push employees to spend time with their families or for studying.

A new reform includes the change of a military-style working culture on a system of foster innovation. But the top-down hierarchy system has long functioned as a key integral part of Confucian-oriented Korean corporate culture, some current and former employees (it's about 300.000 people) say that the eradication of the hierarchy system will not be easy.

Conclusion. Samsung's corporate culture is built on the hardworking and severity of the Korean people. Until recently, the company controlled every movement of its employees in the workplace, but now, when sales are falling and the world requires innovation — Samsung executives revised the policy of the company and decided to make it easier.

Undoubtedly, Samsung employees are working at full capacity; the productivity of Korean is one of the highest in the world. But these workers, in addition to high wages, also need to have enough physical and moral rest.

What can be useful to take from Korean example for the Ukrainian companies? To my mind it is hardworking and organized nature. We are very domestic people and we prefer a quiet working environment — but because of this our productivity suffers. The Ukrainian companies are often faced with the problem of the division of powers, so the strict hierarchy in the organization will help to overcome it.

References

1. Background information on Samsung [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://en.wikipedia.org/wiki/Samsung>.
2. Geert Hofstede. South Korean culture [Электронный ресурс] / Geert Hofstede — Режим доступа: <https://geert-hofstede.com/south-korea.html>.
3. Hyunjoo Jin and Joyce Lee. Samsung Chief Lee arrested as South Korean corruption probe deepens [Электронный ресурс] / Hyunjoo Jin and Joyce Lee // News agency *Reuters*. — Режим доступа: <http://www.reuters.com/article/us-southkorea-politics-samsung-group-idUSKBN15V2RD>.
4. Kim Yoo-chul. Samsung to abolish rigid corporate culture [Электронный ресурс] / Kim Yoo-chul // South Korea's daily newspaper *The Korea times*. — Режим доступа: http://www.koreatimes.co.kr/www/news/tech/2016/09/133_207977.html
5. Mary Murray Bosrock. Business etiquette of the South Korea [Электронный ресурс] / Mary Murray Bosrock — Режим доступа: http://www.ediplomat.com/np/cultural_etiquette/ce_kr.htm.
6. Roman Yamkovoу. Корпоративная культура Samsung [Электронный ресурс] / Roman Yamkovoу. — 1007. — Режим доступа: <http://company-organization.blogspot.com/2012/07/samsung-electronics.html>.
7. Se Young Lee. World's biggest startup? Samsung Electronics to reform corporate culture [Электронный ресурс] / Se Young Lee // News agency *Reuters*. — Режим доступа: <http://www.reuters.com/article/us-samsung-elec-culture-idUSKCN0WQ0CP>

CORPORATE CULTURE OF GOOGLE

Abstract. *This paper explores what organizational culture is and why it is important in today's business environment. The example of the Google's organizational culture is described. In addition, values of culture that help to shape organizational success and statute are discussed.*

The objective of this article is to understand the definition and the role of the organizational culture based on the example of Google's organizational culture and organizational performance.

Key words: *organization, culture, motivation, control, performance, human resources, management.*

Introduction. Nowadays, business environment can be described in two short words — fast changing. Organizations must be prepared to keep up with these changes in the business dynamics since today momentum is defined by globalization and liberalization of trade so that they can submit to the new coming demands. This is why over the last years organizational culture became more and more important. For an organization to work well and to complete its objective, it must adapt to the external environment but it has to do so by having solid criteria, standings, beliefs and values as an internal structure, which is implemented by leaders [1].

What is Organizational Culture?

Organizational culture has a strong impact on organization and management, which emerges from its nature and its content. It is a difficult task to define the concept of «organizational culture». Organizational culture is defined as a system of assumptions, values, norms, and attitudes, manifested through symbols which the members of an organization have developed and adopted through mutual experience and which help them determine the meaning of the world around them and how to behave in it (Fiske, 1991) [2].

Google's Corporate Culture Analysis. It is pretty well documented that Google has a unique culture. Google is a high-energy, fast paced work environment. Google employees (called Googlers, in Google's jargon) work hard, yet have fun at the same time. The Mountain View, CA headquarter has a college campus-like environment where the virtues of creativity and innovation are extolled. In Googelplex People's workspaces are full of individuality, and the atmosphere is relaxed.

Google instills in its employees the credo that it is not about the money- rather than there is a lifestyle that breeds innovative superiority over the competition. They portray themselves as a company that works towards changing the world through teamwork and creative involvement.

Googlers proudly say they work for the best company in the world and that they are a part of something important and believe the work they do is remarkably satisfying. Rather than describing their work as «coding» or «selling ads», they claim they are

«organizing the world's information and making it universally accessible and useful» which is the company's mission statement [3].

Google provides its employees a wide range of benefits to make sure that employees are satisfied and are loyal to the company. These benefits include:

➤ Free Food (Gourmet Cafeterias & Snack Rooms). Google offers free gourmet meals to all its employees at any of the company's 11 gourmet cafeterias. The rule at Google is that no staff member should ever be further away than 100 feet from a source of food, so various snacks, fresh fruit and drinks are a stone's throw away.

➤ Onsite Childcare Facilities. Google offers childcare service in its Mountain View campus and back-up childcare to help California parents when their regularly scheduled childcare falls through.

➤ Healthcare Services. Google provides 100% health care coverage for its employees and their family. In addition, on-site physicians and dentists are available at Mountain View and Seattle campuses.

➤ Transportation Services. Google operates free, Wi-Fi-enabled shuttle services to several San Francisco, East Bay, and South Bay locations.

➤ Sport Facilities. Google Mountain View campus contains a swimming pool, beach volleyball court, a climbing wall, running trails. Employees can work out in the gym, attend subsidized exercise classes, and get a professional massage.

➤ 20% Creative Time Program. Google encourages all of its engineers to spend 20% of their work time on projects that interest them. This program not only makes engineers enjoy what they do and keeps them challenged, but also provides some good business opportunities for the company.

➤ Environmentalism. Google is very enthusiastic about environmental conservation and makes every effort to be as energy efficient as possible. Google subsidizes employees who buy hybrid or electric cars and who install solar panels in their homes.

➤ Numerous Holidays and Leave Days. Googlers can get 25 leave days and 12 holiday days a year. New mothers get 18 weeks of paid maternity leave and new dads get 7 weeks of paternity leave.

➤ Other Services. Google Mountain View campus also includes services such as hair dressing, car wash, and oil change. The company also offers its employees personal development opportunities like foreign language classes [4].

In an effort to maintain the company's unique culture, Google has designated a Chief Culture Officer in 2006, who also serves as the Director of Human Resources. The purpose of the Chief Culture Officer is to develop and maintain the culture and work on ways to keep true to the core values that the company was founded on in the beginning — a flat startup organization with a collaborative environment [4].

Conclusion. The findings of this papers showed that nowadays business environment is very difficult with fast changing demands, that lead to many mergers and corporate restructuring, leaving often the employees to feel unimportant in the chain management process. A well organized organization, with a strong culture can make the employees feel like they take part of the process.

Google created a unique work environment that attracts, motivates, and retains the best players in the field. At the same time, Google does not view their culture as a «set it and forget it» program. They are actively changing and maintaining it, because it is crucial to their success. That is why Google is considered to be one of the best companies to work in.

References

1. Johnatan Strickland: How Google Works. — Electronic resource: <http://computer.howstuffworks.com/internet/basics/google6.htm>
2. New York Time's: Google's Rules. — Electronic resource: http://www.nytimes.com/imagepages/2011/03/11/business/20110313_sbn_GOOGLE-HIRES-graphic.html
3. R. Kuntze and E. Matulich, Google: Searching for Value. Journal of Case Research in Business and Economics, Vol. 2, 2010, pp. 1—10.
4. Tri Noviantoro: Organizational Culture in Google Inc. — Electronic resource: <https://www.linkedin.com/pulse/20140904061228-154884582-organizational-culture-in-google-inc>
5. Zach Bulygo: Inside Google's Culture of Success and Employee Happiness. — Electronic resource: <https://blog.kissmetrics.com/googles-culture-of-success/>

Yasinskyi V.
Student of Master's Degree Course
Group 505
KNEU

TESLA Inc.: INNOVATION BEARS EFFICIENCY

***Abstract.** The overview of Tesla's corporate culture is highlighted in the article. The main attention is given to key factors of the inner corporate environment, which determine the success of the company on the market, such as innovative approach, encompassing development etc. Another aspect stressed is the definition of positive and negative aspects of Tesla's corporate culture.*

***Key words:** Tesla Inc., corporate culture, corporate values, business conduct and ethics.*

Introduction. Concerning the fact of Tesla cars being extremely popular among the customers not only in America, but also in European countries, we are confidently able to tell that Elon Musks' child has become a worldwide known brand. Starting as a company specializing in electric sports cars, Tesla evolved into a mass product manufacturer, delivering luxury sedans (Model S) and crossovers (Model X) to its customers and employing 25 thousand workers. Furthermore, the company is nowadays distinguished among the powerful car manufacturers such as Volkswagen, Toyota and GM. Another outstanding aspect about the company is its willingness to cooperate with other vehicle manufacturers in the field of electric cars. The biggest joint venture is a partnership between Tesla and Mercedes-Benz, which has borne fruits with A-Class

vehicles powered by electric motors. What is more, company advances technologies in the field of solar energy, autonomous power grids via Elon Musk's spinoff company — SolarCity Corporation. Overall, Tesla Inc. is pushing boundaries of the renewable technologies and electric vehicles market. The business model of the company proves to be effective due to the fact that it holds the second place in the global e-cars market led by main competitor — BYD company which produces low quality cheap vehicles. Nevertheless, what is the reason of this young company's unique performance and outstanding growth rate, despite innovative strategy, environmentally friendly vehicles and customer's loyalty?

The answer to this question refers to the corporate culture of the organization, which determines not only the management and production process, but also the relations between seniors and their subordinates.

The background of the whole corporate system is highlighted in the specific document named «Code of business Conduct and Ethics». These are the basic rules that form the foundation of Tesla in line with the mission of the company.

Code of business Conduct and Ethics [1]. The document mentioned is subdivided into 14 sections that cover diverse number of topics including: compliance with the regulations and law; conflict of interest issues; corporate trading prohibition; record keeping necessity; compliance procedures; asset protection and other significant issues that occur in every company. However, there are several points, which refer to the inner environment of the company.

The first one is a «Competition and Fair Dealing». This block highlights that the company possesses itself as a highly competitive organization that consolidate its success via fair trade, innovative approach and competition.

Another important part of the document is the «Discrimination and Harassment». The Board mentions that diversity of the company's employees is a tremendous asset and highlights that the company is committed to providing equal opportunity in all aspects of employment and will not tolerate any illegal discrimination or harassment of any kind.

The third point is «Health and Safety». This block is referred to creating a healthy work environment where violence and threatening behavior are not permitted.

Last, but not the least, is the “Compliance Procedures” block that encourages subordinates to maintain a constant dialogue with the higher management in order to retain consistency and pretend/minimize the threats and violations among the staff.

Corporate culture. The company's ability to combine innovative approach, perceive high quality standards and maintain inner-corporate Moral Code managed to introduce Tesla Inc. as highly efficient and the most innovative company in the world. Therefore, Tesla's corporate culture can be identified as the following [2]:

1. Move Fast
2. Do the Impossible
3. Constantly Innovate
4. Reason from «First Principles»
5. Think Like Owners
6. We are ALL IN

Move Fast. Speed affects Tesla's competitive advantage. This characteristic of the organizational culture highlights the importance of employees' capability to rapidly respond to trends and changes in the market. In this way, Tesla's organizational culture facilitates resilience through speedy response to current issues and challenges in the automotive industry.

Do the Impossible. In developing cutting-edge products, Tesla must ensure that its corporate culture encourages employees to think outside the box. This cultural characteristic recognizes the importance of new ideas and solutions, but it also emphasizes the benefits of considering unconventional ways. For example, employees are trained to go beyond conventional limits of productivity and creativity in automotive design. This condition opens new doors for the company to improve its performance.

Constantly Innovate. Innovation is at the heart of Tesla Motors, Inc. This feature of the organizational culture focuses on the continuous nature of innovation at the company. Innovation helps develop cutting-edge electric cars and related products. However, Tesla must innovate continuously to maintain its competitive advantage. The company addresses this need through an organizational culture that rewards constant innovation.

Reason from «First Principles». CEO Elon Musk promotes reasoning from first principles, which involves identifying root factors to understand and solve problems. Through the company's corporate culture, employees use first principles in fulfilling their jobs. Tesla also has training programs to orient its human resources to this feature of its organizational culture.

Think Like Owners. Tesla employs its organizational culture as a tool to maintain a mindset supportive of business development. The company wants its workers to think like they own the organization. This ownership mindset supports Tesla's mission and vision by encouraging employees to take responsibility and accountability in their jobs and in the overall performance of the business.

We are ALL IN. Tesla Motors, Inc.'s organizational culture unifies employees into a team that works to improve the business. This cultural characteristic helps minimize conflicts through teamwork. Such teamwork also develops synergy in the company's human resources, thereby making the corporate culture effective in maximizing benefits from employees' talents and skills to bring competitiveness in the automotive market.

What is more, some specialists suggest that in order to understand the corporate culture of Tesla Motors, even more deeply and clearly, it must be considered as a self-sufficient sports team with the so-called «playing coach» — Elon Musk. Developing this idea, the following criteria are highlighted [3, 4]:

1. Values are both performance-driven and highly ethical. The actions people take reflect the values the culture supports. In high-performance organizations, values are shared, ethical and performance-driven.

2. No complaining, blaming or excuses. High performers take full responsibility for everything they are part while complaining, blaming and excuses are often traits of underachievers, not high-performers.

3. The bar keeps rising. Like Tesla, high-performance individuals, teams and organizations all continually get better.

4. Focus is fanatical — on two things. The attention is given to two things: 1) establishing a culture and 2) brand awareness — being known for one product, service or something that differentiates them in the market.

5. Failures are valuable. Greatness requires being different and risk is inherent in being different. Leaders, individuals and teams do not like to fail, but are willing to fail. Tesla views failures as valuable setbacks to learn from because:

- you learn what does not work
- you can often evolve the idea or product to one that does work.

6. Motivation is driven by excitement, not fear. Excitement ignites individual and team motivation, while fearful people tend to play carefully not to lose rather than play aggressively to win.

7. Accountability is reversed. In Tesla, a junior person or a team brings the agenda, progress and problems to the direct manager. They are the one to lead the discussions and bring the senior person up to date, celebrate successes and ask for help with problems.

Conclusion. Tesla's organizational culture supports innovation. It enables the company to develop high-technology products that attract its customers, which aligns with Tesla's corporate strategy and mission respectively. The organizational culture is also advantageous in terms of support for rapid response and problem solving, long-term planning and willingness to constantly evolve skills and competences in order to achieve personal and corporate success.

On the other hand, the main disadvantage of Tesla's organizational culture is its pressure on employees to constantly innovate. Innovation benefits the company, but puts a strain on human resources. What is more, Tesla's corporate culture imposes limits on the employees in terms of corporate secrecy, responsibilities for assets' destruction etc. All in all, the overestimated value of corporate assets defines most problems inside organization. Nevertheless, Tesla Inc. is anticipated to rapidly develop in the sphere of the automotive market by securing its «friendly environment» vehicles niche.

References

1. Code of Business Conduct and Ethics. // Tesla Inc. — May 2014. Electronic resource: Retrieved from http://files.shareholder.com/downloads/ABEA-4CW8X0/3851599174x0x380753/2D140346-5337-4024-8DD2-1E3573449E6F/TSLA_WebDoc_7159.pdf

2. How to create a high-performance organizational culture // ColoradoBiz. — November 2015. Electronic resource: <http://www.cobizmag.com/Business-Insights/How-to-create-a-high-performance-organizational-culture/>

3. Inside Tesla — A Rare Glimpse of Electric Carmaker's Culture. / David Nicholson. // Forbes. — November 2014. Electronic resource: <http://www.forbes.com/sites/davidnicholson/2014/11/09/inside-tesla-a-rare-glimpse-of-electric-carmakers-culture/2/#6db3ebda33b0>

4. Tesla Motors. Inc.'s Organizational Culture, Characteristics (An Analysis). Payline Meyer // Panmore Institute. — July 2016. Electronic resource: <http://panmore.com/tesla-motors-inc-organizational-culture-characteristics-analysis>
5. Tesla's startup culture has big risks and rewards. / Katie Fehrenbacher // Fortune. — August 2015. Electronic resource: <http://fortune.com/2015/08/21/teslas-startup-culture-musk/>