

КУЛЬТУРОЛОГІЧНІСТЬ НАВЧАННЯ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ ПРОФЕСІЙНОГО СПРЯМУВАННЯ У ВИЩОМУ ТЕХНІЧНОМУ НАВЧАЛЬНОМУ ЗАКЛАДІ

Стаття присвячена актуальній проблемі викладання англійської мови професійного спрямування у вищому технічному навчальному закладі, а саме особливостям врахування у навчальному процесі культурологічного складника задля забезпечення його мотиваційної достатності.

Ключові слова: мотиваційна достатність, лінгвосоціокультурний складник іншомовної професійної комунікативної компетентності, культурологічність навчання, стандарти комунікативної поведінки.

Постановка проблеми в загальному вигляді, її зв'язок із науковими і практичними завданнями. Серед усіх принципів навчання іноземної мови професійного спрямування одне із ключових місць посідає саме *принцип забезпечення мотиваційної достатності навчання*. Цей принцип визначає, що навчальний процес повинен впливати на досягнення такого рівня навчальної мотивації, який був би достатнім для досягнення мети навчання, тобто формування іншомовної професійної комунікативної компетентності. Не є секретом, що дуже часто підручники, посібники, навчальні матеріали, що використовуються у курсі іноземної мови професійного спрямування, викликають у студентів нудьгу. А якщо із навчальними матеріалами нецікаво працювати, вони не викликають у студентів позитивні емоції, не можна говорити про мотиваційну достатність навчального процесу.

Отже, **актуальність** цієї статті зумовлена необхідністю розгляду тих чинників навчального процесу, які безпосередньо впливають на досягнення мотиваційної достатності у навчальному процесі із оволодіння іноземною мовою професійного спрямування у вищому технічному навчальному закладі, зокрема, принципу культурологічності навчання.

Мета цієї статті – описати, як саме особливості навчання культури народу вивчуваної іноземної мови впливають на навчальну мотивацію.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Мотиваційна достатність, яка забезпечується розвитком у студентів процесуального різновиду мотивації, покликана призвести до виникнення у них стійкого інтегративного мотиву до вивчення нерідної мови (у нашому випадку – англійської мови професійного спрямування). R.C.Gardner (1985) найважливішим чинником формування мотиваційної достатності у навчальному процесі визначає позитивне ставлення до мовної спільноти, мова якої вивчається. Таке позитивне ставлення досягається лише за знання культури цієї спільноти, а це означає, що культура народу повинна буквально «пронизувати» кожен ланку навчального процесу, який пов'язаний із оволодінням іноземною мовою та спілкуванням нею [9].

Як правило, у вітчизняній та зарубіжній методичній літературі окрема увага цьому принципу не приділяється. Він скоріше сприймається як дещо аксіоматичне: оволодіння іноземною мовою відбувається у нерозривній єдності із вивченням культури народу, який спілкується цією мовою. Ще у 1957 р. R.Lado у своїй відомій книзі «Linguistics Across Cultures: Applied Linguistics for Language Teachers» висунув ідею навчати іноземної мови у межах культури і через культуру [13].

Однак останнім часом ця вимога і цей підхід стали провідними, оскільки прийшло розуміння того, що навчання іноземної мови без вивчення культури не може сформувати у студентів повноцінну іншомовну комунікативну компетентність. Згідно із твердженням С.Г.Тер-Мінасової, сьогодні методисти усвідомили той факт, що «... *за мовним бар'єром височить ще й культурний бар'єр*» [14].

Важко перерахувати роботи останніх років, які присвячено ролі, місцю, значенню та способам навчання культури народу у процесі викладання мови цього народу. На теренах колишнього СРСР, перш за все, слід згадати про роботу Є.М.Верещагіна та В.Г.Костомарова (1990), яка стала відправною точкою у розвитку вітчизняного лінгвокраїнознавства. Саме у цій роботі авторам вдалося підсумувати та теоретично обґрунтувати ті ідеї, які у багатьох країнах світу розроблялися різними авторами [1]. Окрім того, результати цілої низки робіт вітчизняного вченого Г.Д.Томахіна, присвячених цій тематиці, активно застосовувались у педагогічній практиці [2; 3].

Щодо західних вчених, які займалися цією тематикою, то їхній список є безкінечним. До найяскравіших у цьому напрямку досліджень та таких, які найбільше запам'ятовуються, слід згадати такі роботи, як: С.Alptekin (1993), М.Byram (1997), U.Connor (1996), L.M. Crawford-Lange and D.Lange (1981), L.Damen (1987), С.Kramersch (1993) та ін.

Виклад основного матеріалу дослідження. Перш ніж аналізувати особливості навчання культури в процесі оволодіння нерідною мовою, тобто встановлювати шляхи реалізації принципу культурологічності навчання, слід, безумовно, дати визначення поняттю «культура» та вирішити, якої саме культури слід навчати на заняттях з англійської мови у технічному ВНЗ. У англійських країнах прийнято розділяти так звані «культуру з малої і культуру з великої літери» [11]. До культури з великої літери належать література, мистецтво, музика, архітектура, історія, традиції, влада, політика і право – вся велич, створена народом впродовж усієї історії його існування, те, що вирізняє його з-поміж інших народів. Знати всі ці аспекти та навчати цього різновиду культури, безумовно, важливо, проте таке навчання важко співвідносити із суто практичними цілями в оволодінні іноземною мовою професійного спрямування. Завдання такого неосяжного обсягу неможливо вирішити у межах університетського курсу викладання іноземної мови. І взагалі, ставити перед курсом іноземної мови професійного спрямування подібні цілі не слід, адже поняття «культура» у цьому сенсі лише опосередковано впливає на результативність спілкування іноземною мовою, на повсякденне спілкування, або на спілкування у таких специфічних сферах, як бізнес чи виробництво.

Водночас існує й культура з маленької літери, саме вона є надзвичайно важливою для комунікації, здійснюючи на неї постійний та безпосередній вплив. Визначення

цього різновиду культури було дано ще R.Lado (1957). Він, зокрема, писав, що культура, про яку йдеться, є нічим іншим, ніж стандартизованою поведінкою (patterned behaviour) [13].

Аналогічну точку зору було висловлено і в роботі J.Corbett (1999): «... «культура» – це, перш за все, явище ментального характеру, основу якого становлять усталені вірування, цінності та стосунки, які існують у межах певної спільноти. Саме ці соціальні поняття впливають на формування певних типів поведінки, у тому числі і поведінки мовної... . Мовна поведінка – це, з одного боку, показник приналежності або неприйняття особи певною соціальною спільнотою, а з іншого, інструмент, який прямо чи опосередковано визначає правильність чи ставить під сумнів цінності, які поділяються представниками цієї спільноти. Культура пронизує усі аспекти комунікації [5: 2]».

Зі сказаного випливає, що навчання культури у курсі нерідної мови із метою забезпечення повноцінної комунікації цією мовою зводиться до навчання стандартної (нормативної) поведінки, яка вирізняє носіїв даної мови у різних комунікативних ситуаціях. Слідом за J.Corbett, можна стверджувати, що таке навчання є необхідним, оскільки «комунікативна ситуація не просто слугує засобом заповнення інформаційних прогалів через використання доречних у певній комунікативній ситуації мовних засобів; вона лінгвістично ідентифікує особу, тим самим визначаючи, наскільки цінності мовної спільноти, до якої вона належить, є для неї прийнятними».

Навчання стандартної комунікативної поведінки, характерної для народу-носія вивчуваної мови, зовсім не означає перехід у цю культуру та відмову від своєї власної. Це просто ефективний засіб подолання культурного бар'єру. За таких умов розвивається те, що D.Killik (1999) називає «здатністю до міжкультурного спілкування», яка по суті являє собою «засіб розширення та поглиблення розуміння у міжособистісній взаємодії. ... вміння ідентифікувати, усвідомити та критично об'єктивно оцінити відмінність власних культурних особливостей від даних. Це вміння є похідним від усвідомлення себе як істоти культурної» [10: 5].

Беручи до уваги все зазначене, можемо стверджувати, що навчання культури з маленької літери з точки зору оволодіння іноземною мовою професійного спрямування означає не простий виклад фактів, які зумовлюють комунікацію у діловій або виробничій сферах, а ознайомлення та відпрацювання стандартів комунікативної поведінки, які є характерними для цих сфер спілкування у англійських країнах. Наприклад, пояснити та відпрацювати зі студентами на заняттях, якими є структурні особливості американської чи британської компанії (виклад фактів) на відміну від вітчизняної, безумовно, дуже важливо. Проте не менш важливо відпрацювати такий стандарт комунікативної поведінки в сфері ділового спілкування, який прийнятий у англійських спільнотах. Цей стандарт вимагає обов'язкового запитання “May I take a massage?” або “Would you like to leave a message?” до співрозмовника по телефону, якщо той телефонує, аби поговорити із третьою особою, якої у даний момент немає на місці. У вітчизняній культурі ділових стосунків еквівалентне питання («Передати що-небудь?») у аналогічній ситуації є лише бажаною формою ввічливості, а не чимось абсолютно необхідним та невід'ємним.

Таким чином, головне у практичній реалізації принципу культурологічності навчання полягає у *відпрацюванні у навчальному процесі стандартів комунікативної поведінки, які є прийнятими у даній мовній спільноті (стандартів професійної комунікативної поведінки за навчання англійської мови професійного спрямування)*. У цьому і полягає розвиток у студентів лінгвосоціокультурного складника іншомовної професійної комунікативної компетентності. Звичайно, сказане не виключає із навчального процесу суто країнознавчої інформації (саме до неї – якщо мова йде про навчання англійської мови професійного спрямування – належить згадана вище структура компанії у англійській країні). Засвоєння студентами цієї інформації також входить до сфери дії принципу культурологічності. Однак не у першу чергу, оскільки країнознавча інформація більшою мірою розвиває предметний складник комунікативної компетентності, аніж її лінгвосоціокультурний компонент.

Як приклад реалізації зазначеного аспекту навчальної діяльності наведемо текст із підручника “Professional Basics”, створеного для студентів-першокурсників технічних ВНЗ.

Distinctive negotiation behaviors of nine cultural groups

***Japan.** Consistent with most descriptions of Japanese negotiation behaviour, the results of this analysis suggest their style of interaction is among the least aggressive (or most polite). Threats, commands, and warnings appear to be de-emphasized in favour of the more positive promises, recommendations, and commitments. Particularly indicative of their polite conversational style was their infrequent use of no and you and facial gazing (looking straight at other people's faces), as well as more frequent silent periods (when the negotiator is silent thinking what to say).*

***China (Northern).** The behaviours of the negotiators from Northern China (i.e., in and around Tianjin) were most remarkable in the emphasis on asking questions (34 percent). Indeed, 70 percent of the statements made by the Chinese negotiators were classified as information-exchange tactics. Other aspects of their behaviour were quite similar to the Japanese, particularly the use of no and you and silent periods.*

***Russia.** The Russians' style was quite different from that of any other European group, and, indeed, was quite similar in many respects to the style of the Japanese. They used no and you infrequently and used the most silent periods of any group. Only the Japanese did less facial gazing, and only the Chinese asked a greater percentage of questions.*

***Israel.** The behaviours of the Israeli negotiators were distinctive in three respects. They used the lowest percentage of self-disclosures (speaking openly about themselves, their plans, intentions, etc.), apparently holding their cards relatively closely. Alternatively, they used by far the highest percentages of promises and recommendations, using these persuasive strategies unusually heavily. They were also at the end of the scale on the percentage of normative appeals at 5 percent with the most frequent reference to competitors' offers. Perhaps most importantly, the Israeli negotiators interrupted one another much more frequently than negotiators from any other group. Indeed, this important nonverbal behaviour is most likely to blame for the “pushy” stereotype often used by Americans to describe their Israeli negotiation partners.*

Germany. *The behaviours of the Germans are difficult to characterize because they fell toward the centre of almost all the scales of changes in behaviour. However, the Germans were exceptional in the high percentage of self-disclosures (47 percent) and the low percentage of questions (11 percent).*

United Kingdom. *The behaviours of the British negotiators were remarkably similar to those of the Americans in all respects. British people believe that most British negotiators have a strong sense of the right way to negotiate and the wrong. Protocol is of great importance. However, the “right way to negotiate” may be a completely different concept for people from different cultures. Some cultures may consider the British negotiation style as extremely cold and arrogant.*

Spain. *Diga is perhaps a good metaphor for the Spanish approach to negotiations evinced in our data. When you make a phone call in Madrid, the usual greeting on the other end is not hola (“hello”) but is, instead, diga (“speak”). It is not surprising, then, that the Spaniards in the videotaped negotiations likewise used the highest percentage of commands (17 percent) of any of the groups and gave comparatively little information (self-disclosures, only 34 percent). Moreover, they interrupted one another more frequently than any other group, and they used the terms no and you very frequently.*

France. *The style of the French negotiators was perhaps the most aggressive of all the groups. In particular, they used the highest percentage of threats and warnings (together, 8 percent). They also used interruptions, facial gazing, and no and you very frequently compared with the other groups, and one of the French negotiators touched his partner on the arm during the simulation.*

United States. *Like the Germans and the British, the Americans fell in the middle of most scales of changes in behaviour. They did interrupt one another less frequently than all the others, but that was their sole distinction.*

(borrowed and modified from: <http://en.wikipedia.org/wiki/Negotiation> as of 28 April 2011)

Із наведеного тексту видно, що його зміст є: 1) суто соціолінгвістичним із акцентом на стереотипах «стилю професійного життя»; 2) містить багато прагматичної інформації (прагматика ведення професійних ділових переговорів); 3) може продемонструвати особливості формально-логічної побудови англословного тексту; 4) вчить деяких паралінгвістичних особливостей ведення ділових переговорів у різних культурах (див. фрагменти, що стосуються “facial gazing”, “silent periods”, “touching the partner on the arm”), тобто охоплює все, що належить до лінгвосоціокультурного / соціолінгвістичного аспекту.

Отже, врахування лінгвосоціокультурного складника є обов’язковим за укладання підручників і посібників із навчання іноземної мови професійного спрямування, адже він безпосередньо впливає на досягнення мотиваційної достатності у навчальному процесі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Верещагин Е.М., Костомаров В.Г. Язык и культура : Лингвострановедение в преподавании русского языка как иностранного. 4-е изд., перераб. и доп. / Е.М.Верещагин, В.Г.Костомаров. – Москва : Русский язык, 1990. – 270 с. 2. Томахин Г.Д. Америка через американизмы / Геннадий Дмитриевич Томахин. – Москва : Высшая школа, 1982. – 256 с. 3. Томахин*

Г.Д. Реалии-американизмы : Пособие по страноведению : Учебное пособие для институтов и факультетов иностранных языков / Геннадий Дмитриевич Томахин. – Москва : Высшая школа, 1988. – 239 с. 4. *Alptekin C.* Target-language culture in EFL materials / Cem Alptekin // *ELT Journal*. – 1993. – No.47. – P. 136-143. 5. *Corbett J.* “Chewing the fat” is a cultural issue / John Corbett // *IATEFL Issues*. – 1999. – No. 148. – P. 2-3. 6. *Connor U.* Contrastive rhetoric : Cross-cultural aspects of second language writing / Ulla Connor. – Cambridge : Cambridge University Press, 1996. – 201 p. 7. *Crawford-Lange L.M.* Integrating language and culture : how to do it? / L.M.Crawford-Lange, D.L.Lange. // *Theory into Practice*. – 1981. – No.16. – P. 258-266. 8. *Damen L.* Culture learning : The fifth dimension in the language classroom / L. Damen. – Reading MA : Addison Wesley, 1987. – 406 p. 9. *Gardner R.C.* Social psychology and second language learning. The role of attitudes and motivation / Robert C.Gardner. – London : Edward Arnold (Publishers) Ltd., 1985. – 208 p. 10. *Killik D.* Culture and capability: Crossing the divide / David Killik. – *IATEFL Issues*. – 1999. – No. 148. – P. 4-7. 11. *Killick D.* Internationalising the university: Enabling selves-in-the-world / David Killik // In B. Preisler, A. Klitgard, Y.A. Fabricius (Eds.), *Language and Learning in the International University : Practicing Diversity in the Face of English Language Uniformity*. – Cleveland: Multilingual Matters. – 2011. –P. 76-95. 12. *Kramsch C.* Context and culture in second language teaching / Claire Kramsch. – Oxford: Oxford University Press, 1993. – 295 p. 13. *Lado R.* Linguistics across cultures: Applied linguistics for language teachers / Robert Lado. – Ann Arbor (MI) : University of Michigan Press, 1957. – 141 p. 14. *Ter-Minasova S.* Plenary : The sociocultural aspect : A fundamental ingredient of English language teaching / Svetlana Ter-Minasova // *IATEFL 1998 Manchester Conference Selections* / Ed. by Peter Grundy. – Whitstable, Kent : IATEFL, 1998. – P. 36-40.

Корнева З. М., к. пед. н., доц.,

НТУУ «Киевский политехнический институт имени Игоря Сикорского»

КУЛЬТУРОЛОГИЧНОСТЬ ОБУЧЕНИЯ АНГЛИЙСКОМУ ЯЗЫКУ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ В ВЫСШЕМ ТЕХНИЧЕСКОМ УЧЕБНОМ ЗАВЕДЕНИИ

Статья посвящена актуальной проблеме преподавания английского языка профессиональной направленности в высшем техническом учебном заведении, а именно особенностям включения в учебный процесс культурологической составляющей с целью обеспечения его мотивационной достаточности.

Ключевые слова: *мотивационная достаточность, лингвосоциокультурная составляющая иноязычной профессиональной коммуникативной компетентности, культурологичность обучения, стандарты коммуникативного поведения.*

Kornieva Z.M., PhD, Associate Professor

NTUU “Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute”

TEACHING CULTURAL PECULIARITIES IN ESP UNIVERSITY COURSE TO STUDENTS MAJORING IN TECHNOLOGY

The given article highlights cultural aspects of teaching ESP to university students majoring in technology. It is defined that sociocultural information contributes to facilitation of leaning motivation.

Key words: *motivation, sociocultural competence, cultural peculiarities of teaching ESP, behavioral patterns.*

Стаття надійшла до редакції 11.02.17 р.