

ших випадках іменники з суфіксом — **ess** замінюють на нейтральні, «несексистські» еквіваленти. Крім згаданих вище слів «**an authoress**» — «**a writer**», «**a poetess**» — «**poet**», «**a salesman**» — «**a sales girl**», «**a sales lady**» — «**a sales person**», «**sales agent**», «**a steward**», «**a stewardess**» — «**a flight attendant**», варто відмітити такі заміни: замість слова «**a manageress**» уживається слово «**a manager**», замість слова «**an instructress**» уживається слово «**an instructor**», та слова «**an actor**» та «**a shepherd**», коли описується вівчарство у Британії в минулі століття.

**Висновок.** Одним із напрямів формування нової лексики в сучасній англійській мові є введення таких слів і виразів, які не несуть на собі відбиток расизму (racism), тобто прояву неповаги до людини за расовими ознаками. Наприклад, у сучасній англійській мові є неприйнятним уживання слова «a Negro» або «a Negress». Зовсім недавно можна було замінити ці слова на «a Black American». Сьогодні вживання слів «a Negro», «a Negress», «a Black American», «a Red Indian», «a Coloured», «the Cloured» уважається образливим. Замість них уживають еквівалентні словосполучення «an Afro-American», «a Native American», «American Indian» («Amerindian», «Amerind»). Формування нейтральної лексики у сучасних британських та американських варіантах англійської мови триває. Напрями, розглянуті в цій статті, будуть цікавими як для викладачів, так і для тих, хто вивчає мову і повинен знайти відповідники в навчально-методичній літературі.

### ***Література***

1. BBC English Dictionary. — London, 1995.
2. Butterworth, B. Hesitation and the production of verbal paraphasias and neologisms in jargon aphasia. *Brain Lang*, 1979.
3. Neologisms and idiosyncratic language in autistic speakers. *J Autism Dev Disord*. 1991 Jun; 21(2):109-30.
4. Green, J. Dictionary of New Words. — Moscow, 1996.

**УДК 81'243:37.091.3:378**

***Завідонова Н.І.,***  
*старший викладач*  
*кафедри іноземних мов факультету управління персоналом*  
*та маркетингу*

## РЕАЛІЗАЦІЯ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПІДХОДУ ДО ВИКЛАДАННЯ ІНОЗЕМНИХ МОВ У ВИЩІЙ ШКОЛІ

**Анотація.** Стаття досліджує альтернативний підхід до викладання іноземних мов. У статті наголошується, що через останні всесвітні тенденції в економічному та політичному житті, активну міграцію людей та міжнародне спілкування, міжкультурна комунікація вимагає нових підходів. Особлива увага приділяється викладанню іноземних мов як засобу спілкування. Соціокультурний підхід спрямований на розвиток міжкультурної комунікації. Він акумулює в собі ідеї глобалізації та культурної соціалізації. Соціокультурний підхід збагачує викладання та мотивує студентів до вивчення іноземної мови.

**Ключові слова:** глобалізація, компетентнісний підхід, лінгвістична та комунікативна компетенція, соціокультурний підхід, інкультуризація, культурорознавство, соціалізація, мовленнєвий етикет, корпоративна культура, автентичні матеріали.

**Аннотация.** Статья исследует альтернативный подход к преподаванию иностранных языков. В ней говорится, что благодаря последним мировым тенденциям в экономической и политической жизни, активную миграцию людей, а также международное общение, межкультурная коммуникация нуждается в новых подходах. Особенное внимание уделяется преподаванию иностранных языков как средству общения. Социокультурный подход направлен на развитие международных коммуникаций. Он аккумулирует в себе идеи глобализации и культурной социализации. Социокультурный подход обогащает процесс преподавания и мотивирует студентов к изучению иностранных языков.

**Ключевые слова:** глобализация, компетентностный подход, лингвистическая и коммуникативная компетенция, социокультурный подход, инкультуризация, культурознание, социализация, речевой этикет, корпоративная культура, аутентичные материалы.

**Abstract.** The article investigates an alternative approach to teaching foreign languages. It says that intercultural communication demands new approaches due to the latest world tendencies in economic and political life, intensive migration of people, active international communication. Teaching foreign languages as a means of communication is highlighted. Socio-cultural approach is aimed at intercultural communication. It accumulates ideas of globalization and cultural socialization. To sum up, socio-cultural approach to teaching enriches both the process of teaching and the process of learning and motivates the students.

**Key words:** globalization, competent approach, linguistic and communicative competence, acculturation, socio-cultural approach, study of culture, socialization, speech etiquette, corporate culture, authentic materials.

Невпинна інтеграція України до світової економіки, підготовка до вступу до європейської спільноти, глобалізація економічних процесів, міграційні процеси, активізація політичних та еко-

номічних міжнародних зв'язків вимагає особливого підходу до проблем міжкультурного спілкування. Вивченню іноземних мов як засобу спілкування надається особлива увага. Сучасна педагогіка вимагає компетентнісного підходу до вивчення мови. Згідно з Державним стандартом з різних напрямів підготовки у вищій школі набір компетенцій, що мають бути сформовані у студентів при вивченні іноземних мов, є такий: лінгвістична, комунікативна та соціокультурна. До цього часу більше уваги приділялося лінгвістичній та комунікативній компетенції. Але останнім часом вітчизняні та зарубіжні науковці наголошують на свідомому вивченні мови через соціокультурний підхід.

Поняття «соціокультурна компетенція» включає в себе здатність індивідуума усвідомлювати свою власну культурну належність, її основні складники, можливість розпізнавати шляхи та встановлювати способи, якими належність до тієї чи тієї культури впливає на поведінку людей.

Вивчення іноземної мови відбувається в межах певного культурного середовища. Студенти проходять інкультуризацію — входження до нової культури через вивчення мови. Мова є продуктом культури. Прояв культури мови відображає також культуру спілкування. Можна дослідити такий взаємозв'язок між мовою та культурою:

- у мові відображається культура певного соціуму;
- культура суспільства передається мовними засобами;
- вивчення мови формує розуміння моделі суспільства, мова якого вивчається;
- через вивчення мови проходить передавання культурного досвіду між країнами.

Варто зауважити, що як це не прикро, але деякі абітурієнти, а потім і студенти, демонструють обмеженість у культурі висловлювання думки, низький рівень знання культури країн, мови яких вивчають, відсутність умінь презентувати продукт виконаної роботи. Усі ці виклики призводять до того, що назріває необхідність використовувати не лише викладання мовних структур (граматику, лексику), але й звертатися до соціокультурних аспектів при вивченні мови. Соціокультурний підхід орієнтує на навчання міжкультурного іншомовного спілкування в контексті соціально-педагогічних доміант педагогіки, акумулюючи ідеї глобалізму, гуманізації, культурознавчої соціалізації.

Сучасна концепція вивчення мови має базуватися на інтегрованому навчанні мови та культури або навчання мови через культуру. Розвиток соціокультурної компетенції студентів вищої школи

передбачає такі завдання: засвоєння значень поняття «культура» як єдності продуктів культури — літератури, фольклору, музики; ідей — релігії, цінностей; культури поведінки — традиції, звичаї, навчання, відпочинок та інше. Необхідно сформувати чітке усвідомлення того факту, що поведінка людини зумовлена її культурною належністю, та підготувати студентів до розуміння того, що вік, стать, соціальне положення, місце проживання також впливають на мову людини. Формування такого світогляду зумовлює толерантне ставлення до людей інших культур, розуміння поведінки людей у різних ситуаціях, надає можливість досягти комунікативної мети та коригувати свою поведінку відповідно до ситуації.

Соціокультурний компонент змісту навчання іноземної мови передбачає ознайомлення студентів з культурно-побутовими особливостями, манерою спілкування, нормами комунікативної поведінки та етикету. Якщо ми говоримо про мовленнєвий етикет як про систему стандартних словесних формул, які вживаються в повсякденних ситуаціях: вітання, прощання, вибачення, прохання тощо, то необхідно зазначити, що саме в мовленнєвому етикеті найповнішою мірою виявляється стан мовної культури, етичної орієнтації між людьми.

Одним з елементів підготовки випускників КНЕУ є навчання корпоративної культури в організації. О.М. Занковський визначає корпоративну культуру так: «Корпоративна культура є придбані смислові системи, передаються за допомогою природної мови та інших символічних засобів, які виконують репрезентативні, директивні та афективні функції і здатні створювати культурний простір і особливе відчуття реальності» [6].

Wikipedia надає таке визначення складників корпоративної культури: «Мова спілкування та система комунікацій (використання усної, письмової та невербальної комунікації, а також жестів та міміки). Усвідомлення своєї ролі в організації. Одним культурам імпонує приховування співробітником своїх внутрішніх намірів, а інші, навпаки, сприяють їх зовнішньому прояву. Одні компанії налаштовані на співпрацю, а інші — на індивідуальне самовираження».

Розуміння поняття «корпоративна культура» та використання навичок поведінки адаптування до різних ситуацій, особливо в умовах ведення бізнесу в міжнародних корпораціях, робить студентів нашого вишу конкурентоспроможними в нашому глобальному світі.

Для студентів-економістів навички мовленнєвого етикету є абсолютно необхідним складником їхнього майбутнього

кар'єрного успіху та зростання. Програма вивчення іноземної мови в КНЕУ включає не лише оволодіння мовними одиницями, уміння читати та перекладати тексти за фахом, але й оволодіння навичками ділового листування, проведення круглих столів та «мозкових штурмів», проведення різного виду презентацій тощо. Усі ці види робіт вимагають знання культурного середовища країн-партнерів. Знання мовленнєвого етикету країни виявляє знання культури народу цієї країни, що є також виявом поваги до співрозмовника. Мовленнєвий етикет відклався в нормах поведінки, у сталих формулах-стереотипах спілкування.

Тому при викладанні іноземної мови варто звертати увагу на стереотипні формули мовлення. Звичайно, формування іноземного мовленнєвого етикету має проходити в умовах, найбільш наближених до реального мовного середовища. Усі матеріали, які використовують у навчанні мови для професійних цілей, повинні бути автентичними. Автентичність матеріалів має бути однією з найважливіших вимог до відбору текстів, фільмів, ресурсів для читання та аудіювання. Так, наприклад, деякі з ресурсів, які використовуються викладачами кафедри іноземним мов КНЕУ, є підручники Market Leader та Intelligent Business, які базуються на матеріалах the Economist, Wikipedia, Financial Times, BBC News Online та інші.

Зауважимо, що деякі студенти є досить скутими, використовуючи вербальні засоби комунікації. Тут відчуваються як недостатні знання певної фахової лексики, так і відсутність навичок комунікації, тобто комунікативної компетенції. Комунікативні компетенції включають мовних, соціальних, ситуативних та контекстуальних правил. Існує теорія, у якій йдеться про те, що є два психотипи особистості — комунікативний та некомунікативний. Комунікативний тип включає в себе комунікативно активний тип — це найздібніші до вивчення мов студенти, та комунікативно реактивний тип. До некомунікативного типу зараховують комунікативно-ініційований та комунікативно-пасивний типи. Провівши попереднє тестування за допомогою анкет, спостережень та співбесід і визначивши психотипи аудиторії, викладач має чітко уявлення про стратегію викладання в кожній окремій групі. Він отримує інструменти до створення умов для розвитку потреб та мотивів навчання. Диференційований підхід надає можливість усунути труднощі під час навчання комунікативно-проблемних типів та створює базу для обґрунтованого управління пізнавальною діяльністю студентів.

Викладач готує студентів до того, що вони будуть знати, як поводити себе за певних обставин, які певні мовні одиниці та структури використовувати в тій чи тій ситуації.

Важливою умовою в підвищенні пізнавальної активності є інформованість викладача та студентів не тільки про заходи, спеціально спрямовані на вивчення іноземної мови, яка вивчається (навчальні програми телебачення і радіо), але і про інші можливі способи реалізації комунікативних потреб у навчальній діяльності. Уміння викладача зацікавити, привернути увагу, зробити рекламу фільмові, передачі, інтернет-ресурсу, безумовно, стимулює самостійну діяльність учнів, створює психологічну готовність до сприйняття нової інформації.

Дуже популярним видом розвитку мовленнєвої компетенції є використання фільмів. Це можуть бути як навчальні відеокурси, так і художні, документальні фільми або випуски новин. Вони створюють реальне мовне середовище, дають можливість заглибитись у перегляд сюжету та через вербальні та невербальні стимули пізнати іншомовну культуру спілкування.

Читання книг, журналів та газет, перегляд телепередач, документальних та художніх фільмів іноземною мовою сприяє розширенню світогляду студентів, їх обізнаності в усіх сферах життєдіяльності людини. Отримуючи актуальну, сучасну, цікаву інформацію, навіть студенти комунікаційно-пасивні бажають висловити свою думку щодо прочитаного чи переглянутого, забуваючи про мовний бар'єр.

При вивченні іноземної мови обов'язковим повинно бути передбачене:

- оволодіння знаннями про культуру, історію, реалії та традиції країни, мова якої вивчається (лінгвокраїнознавство, країнознавство);
- залучення до діалогу культур (іншомовної та рідної);
- усвідомлення студентами суті мовних явищ, іншої системи розуміння, через яку може сприйматися дійсність;
- розуміння особливостей свого мислення;
- порівняння явищ іноземної мови, що вивчається, з рідною мовою;
- уміння вчитися (працювати з книгою, підручником, довідковою літературою, словниками тощо).

Досягнення цих цілей навчання іноземної мови можливе за умов взаємопов'язаного вивчення мови і культури народу — носія цієї мови, а також активної комунікативно-пізнавальної діяльності учня як суб'єкта навчання.

Найважливішим мотиваційним стимулом вивчення іноземної мови є, звичайно ж, прагнення до розширення свого загального світогляду, причому провідну роль відіграє бажання познайомитися з життям країни досліджуваної мови, з її географією, історією, побутом. Важливим є і той чинник, що інтернаціоналізація всіх аспектів життя суспільства, зміна політики держави дає можливість наочно познайомитися з країною, мова якої вивчається, відвідати її чи як турист, чи пройшовши там стажування, навчальний курс, беручи участь у численних міжнародних освітніх програмах.

Велика кількість різних факторів, що впливають на навчання іноземних мов, їхній взаємозв'язок і взаємозумовленість приводить до об'єктивної необхідності розглядати навчання іноземної мови як складну систему, що вимагає більш повного виявлення цих чинників і послідовного їхнього обліку. Оволодіння іноземною мовою як засобом спілкування повинне надати студентам безпосередній доступ до культури інших народів, забезпечити в навчанні діалог культур, сприяти вихованню, усебічному розвитку студентів, підвищувати якість підготовки їхньої діяльності в різних сферах життя: у побутовій, соціально-культурній тощо. Володіння іноземною мовою відкриває більш широкі можливості для науково-технічного прогресу, тобто тут мова йде про підвищення результативності навчання іноземної мови.

Як вже згадувалося вище, основна мета навчання іноземних мов — формування комунікативної компетенції. Усі інші цілі (освітня, виховна, розвивальна) реалізуються в досягненні цієї мети. Комунікативна компетенція в сучасному її розумінні передбачає формування здатності до міжкультурної взаємодії.

Підсумовуючи всі вищезгадані чинники, можна дійти до висновку, що в нашому глобальному світі вивчення іноземної мови повинно здійснюватися через вивчення соціуму. Це зумовить краще розуміння не лише мовних аспектів, але й життя країни, мова якої вивчається, мотивуючи студентів до використання найсучасніших ресурсів для навчання.

### ***Література***

1. Crystal D. The Cambridge Encyclopedia of the English Language / D.Crystal. — 2nd ed. — Cambridge : Cambridge University Press, 1997. — 488 p.
2. Cummins J. International Handbook of English Language Teaching / Jim Cummins, Chris Davison. — L. : Springer, 2007.

3. McCarthy Michael. Discourse Analysis for Language Teachers / Michael McCarthy. — Cambridge: Cambridge University Press, 1991.
4. Анрі Файоль Генеральний і промисловий менеджмент. — М., 2003.
5. Догіль Л.Ф. Підприємництво та малий бізнес / Л.Ф.Догіль, Б.Д.Семенов. — Мінськ: Вища школа, 1997. — 264 с.
6. Занковский А.Н. Организационная психология. Учебное пособие для вузов / А.Н.Занковский. — М.: Флинта, 2000.— 315 с.
7. Комарова Н. Мотивація праці та підвищення ефективності роботи / Н.Комарова // Людина і праця. — 2006. — № 10. — С.12–15.
7. Мотивація персоналу // Питання економіки. — 1996. — № 2. — С.76–91.

УДК 001.1:81'33(073)

**Ishchuk M.M.,**  
*Senior Lecturer of Applied  
 Linguistics Department  
 at Lviv Polytechnic National University*

## **CONTRASTIVE ANALYSIS OF SYMBOLIC MEANINGS OF HUMAN DWELLING ELEMENTS IN ENGLISH AND UKRAINIAN**

***Анотація.** У статті проаналізовані символічні значення імен-елементів людського житла з точки зору контрастивного аналізу в англійській та українській мовах. Визначені подібності та відмінності між символічними значеннями цих імен, встановлені ті, які збігаються повністю, частково або зовсім не збігаються. Названі кількісні характеристики вживання символічних значень та наведені приклади вживання назв у літературі.*

***Ключові слова:** символічне значення, назва елементів людського житла, відповідності, відмінності.*

***Аннотация.** Данная статья рассматривает символические значения имен-элементов человеческой обители с точки зрения сравнительного анализа в украинском и английском языках. Определены сходства и различия между символическими значениями имен, установлены те, которые соответствуют полностью, частично или совсем разные. Названы количественные показатели символических значений в данной группе имен и приведены примеры употребления имен в литературе.*

***Ключевые слова:** символическое значение, название элементов жилища человека, их соответствия, различия.*