



УДК 378:371.32:811

ТИПИ КОМУНІКАТИВНИХ СИТУАЦІЙ У КОНТЕКСТІ ПОЛІКУЛЬТУРНОЇ ОСВІТИ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ АГРАРНОЇ ГАЛУЗІ НА ЗАНЯТТЯХ З ІНОЗЕМНОЇ МОВИ

Кравець Р.А., к. пед. н.,
доцент кафедри української та іноземних мов
Вінницький національний аграрний університет

У статті визначено типи комунікативних ситуацій у контексті полікультурної освіти майбутніх фахівців аграрної галузі на заняттях з іноземної мови. Розкрито характер взаємовідносин між співбесідниками залежно від типу комунікативної ситуації. Проаналізовано фактори, які впливають на ефективність формування адекватної комунікативної моделі іншомовного спілкування на заняттях з іноземної мови в аграрному ВНЗ.

Ключові слова: комунікативна ситуація, полікультурна освіта, норми комунікативної поведінки, соціальний символізм, діалог культур.

В статье определены типы коммуникативных ситуаций в контексте поликультурного образования будущих специалистов аграрной отрасли на занятиях по иностранному языку. Раскрыт характер взаимоотношений между собеседниками в зависимости от типа коммуникативной ситуации. Проанализированы факторы, которые влияют на эффективность формирования адекватной коммуникативной модели иноязычного общения на занятиях по иностранному языку в аграрном вузе.

Ключевые слова: коммуникативная ситуация, поликультурное образование, нормы коммуникативного поведения, социальный символизм, диалог культур.

Kravets R.A. TYPES OF COMMUNICATIVE SITUATIONS IN THE CONTEXT OF MULTICULTURAL EDUCATION OF FUTURE AGRARIANS AT FOREIGN LANGUAGE CLASSES

In the article the types of communicative situations in the context of multicultural education of future agrarians at foreign language classes have been determined. The character of interrelations between interlocutors have viewed due to the type of a communicative situation. The factors, which influence efficiency of forming an adequate communicative model of foreign communication at foreign language classes at agrarian higher educational institution, have been analysed.

Key words: communicative situation, multicultural education, norms of communicative behaviour, social symbolism, dialogue of cultures.

Постановка проблеми. Оновлена стратегія реформування освітньої сфери вимагає нових наукових досліджень, послідовного й обґрунтованого запровадження нових педагогічних технологій, раціональних та ефективних підходів до організації науково-інноваційної діяльності в освіті. Розвиток освітньої системи в зазначеному напрямі опирається на: рекомендації «Проекту стратегії реформування вищої освіти в Україні до 2020 р.» та «Концепцію розвитку освіти України на період 2015–2025 рр.», спрямованих на розбудову інформаційно-зорієнтованих європейських суспільств і перетворення навчання впродовж життя на реальність, доступну всім громадянам; урахування синергетичного підходу до середовищних можливостей навчання – інновації, що розкриваються у взаємодоповненні суміжних середовищ: особистісного, етнокультурного (в т. ч. родинного) та ІКТ-середовища навчального закладу.

Одним із механізмів реалізації Національної стратегії розвитку освіти визначають міжнародне партнерство, покликане

забезпечити інтеграцію національної системи освіти в міжнародний освітній простір. Таке міжнародне співробітництво у сфері освіти охоплює: організацію освітніх і наукових обмінів, стажування та навчання за кордоном студентів, педагогічних і науково-педагогічних працівників; розширення участі навчальних закладів, педагогів, науковців і студентів у різних проектах та програмах міжнародних організацій та співтовариств (програми Темпус, Еразмус Мундус, Жан Моне та інші); дослідження досвіду зарубіжних партнерів із модернізації системи освіти, зокрема вивчення системи професійного зростання в рамках концепції «Вчитися все життя» шляхом запровадження міжнародних шкіл, дискусійних майданчиків тощо; проведення спільних наукових досліджень з актуальних проблем розвитку освіти та інших галузей господарства на конференціях, семінарах, симпозіумах тощо; організацію спільних конкурсів, фестивалів, форумів тощо; створення міжнародних волонтерських груп із метою відновлення пам'яток культури [7, с. 35–37].



Підготовка майбутніх фахівців аграрної галузі також не залишається осторонь цих процесів. Усі ці фактори є визначальними під час розробки змістового наповнення навчання іноземній мові в аграрному ВНЗ: практичною метою постає набуття вмінь спілкуватися іноземною мовою в письмовій та усній формах у різноманітних ситуаціях. Як наслідок, широкої популярності набув комунікативний підхід, який вимагає від викладання іноземної мови комунікативної орієнтації, тобто формування різносторонньо розвиненої ерудованої особистості майбутнього фахівця аграрної галузі, готової активно використовувати іноземну мову як засіб спілкування на інтуїтивному рівні, сформованому на основі усвідомленого засвоєння мовної теорії та лінгвокультури.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Розробкою комунікативного підходу займалися І. Бім, В. Коростельов, В. Костомаров, В. Кузовлев, О. Леонтьєв, І. Максимова, О. Митрофанова, Н. Ніколаєва, Ю. Пасов та інші. Однак, незважаючи на низку проведених досліджень і визнання ефективності комунікативного підходу, його втілення на практиці зіштовхується з певними труднощами. До невирішених питань відносять труднощі, пов'язані зі створенням природного середовища або імітації, максимально наближеної до нього. Побудова навчання шляхом механічного повторення типових для конкретної ситуації виразів і кліше матиме штучний, «псевдокомунікативний» характер, оскільки під час виконання цих дій відсутнє самостійне мислення студентів.

Постановка завдання. Метою статті є визначення типів комунікативних ситуацій у контексті полікультурної освіти майбутніх фахівців аграрної галузі на заняттях з іноземної мови.

Виклад основного матеріалу. Поняття соціальної та полікультурної спрямованості комунікативного підходу тісно пов'язане з цілеформуванням. Полікультурна й соціальна спрямованість виступає стимулюючим фактором у комунікативній ситуації. На це потрібно зважати під час її дослідження. У запровадженні комунікативного підходу в контексті полікультурної освіти майбутніх фахівців аграрної галузі на заняттях з іноземної мови слід враховувати цінності, інтереси, мотиви, ступінь активності, соціально-рольові позиції учасників комунікативної ситуації. Мотиви взаємодії – це внутрішня рушійна сила, заради якої комуніканти встановлюють контакти й виконують певні дії. Мотиви визначають перебіг і результат взаємодії. Так, наприклад, мотиви уникнення невдач провокують внутрішній

дискомфорт, а мотиви досягнення успіху активізують і заохочують майбутнього фахівця аграрної галузі досягати позитивного результату.

Інтереси та цінності є стимулюючими факторами в ситуації комунікативної взаємодії студентів-аграрників на заняттях з іноземної мови. Інтереси стосуються особистих питань або конкретного виду діяльності. Вони можуть бути виробничими, практичними, матеріальними, суспільними, утилітарними, альтруїстичними, моральними, етичними. Цінності розкривають пріоритети й слугують основою комунікативної поведінки. Цінності та інтереси окреслюють коло комунікативної взаємодії. Вони впливають на формування соціальних позицій, ролей, полікультурного світогляду [16, с. 117–118].

Тип комунікативної ситуації окреслює характер взаємовідносин між співбесідниками. Ділові взаємини спрямовані на вирішення справ. Для них характерними є раціоналістичність і шаблонність. Інтимно-особистісні стосунки створюють емоційно-довірливу атмосферу спілкування [3, с. 134].

Узагальнений поділ комунікативних ситуацій на кооперативний і конфліктний типи запропонував М. Пономарьов. Завдання кооперативної комунікації науковець вбачав у формуванні позитивної суспільної думки про адресанта і встановлення партнерських відносин із адресатом. Конфліктну комунікацію він окреслив як протидію між комунікантами та руйнування взаєморозуміння.

Створення кооперативних комунікативних ситуацій можливе у випадку, коли інтерактанти переслідують спільні комунікативні цілі, розуміють один одного, розподіляють комунікативні ролі. Якщо ж цілі або уявлення співбесідників про розподіл комунікативних ролей різняться, тоді стандартна комунікативна ситуація перетворюється на конфліктну. Переважно конфліктну ситуацію спілкування спричинює невідповідність комунікативних норм, прийнятих у межах певних лінгвокультур [10, с. 31–32]. Аналогічної точки зору дотримується І. Попова, стверджуючи, що кооперативне спілкування можливе тоді, коли адресант і адресат використовують однаковий код, коли між ними створено спільний знаковий контактний простір. У деяких випадках потребу в уподібненні усвідомлюють інтуїтивно [11, с. 4]. Отже, кооперативна комунікативна ситуація характеризується використанням стандартних мовленнєвих засобів. У ній майбутні фахівці аграрної галузі мають однакове уявлення про розподіл комунікативних ролей задля успішного досягнення взаємних цілей.



Проаналізувавши низку комунікативних ситуацій, І. Борисова [1, с. 73] та А. Ланських [6, с. 52] виокремили такі параметри кооперативно-комунікативної ситуації: 1) спілкування носить неофіційний міжособистісний характер і належить до повсякденних побутових стосунків; 2) спосіб комунікації переважно усний, безпосередній (код спілкування є мовним, паралінгвістичним); 3) статусно-рольова організація спілкування – горизонтальна (мовленнева взаємодія комунікантів, рівних за соціальним статусом) і вертикальна (спілкування комунікантів вищого та нижчого рангів).

Отже, взаємостосунки між комунікантами можуть бути офіційними й особистими. В офіційних взаємостосунках соціально-рольові позиції поділяються на вертикальні (керівник – підлеглий) і горизонтальні (друзі, товариші, однопумці). Особисті взаємостосунки також відповідно до статусних категорій мають вертикальний (соціометричний лідер, популярний, ізольований, відсторонений) і горизонтальний (товариш для розваг, душа товариства) поділ [3, с. 135–136].

Для комунікативної ситуації між рівними за статусом мовцями атрибутивною є невимущена особистісна мотивація (співчуття, порада, прохання, згода тощо) або етикетна (привітання, знайомство, вибачення, запрошення, подяка, прощання тощо) [5, с. 289].

На думку Г. Грайс [4], привітання, знайомство, побажання, прохання, порада, подяка, вибачення, співчуття, похвала, прощення, згода, освідчення в коханні, прощання – основні типи кооперативних комунікативних ситуацій, які визначають поведінку індивідів у спілкуванні та реалізують певну комунікативну інтенцію.

Ю. Пасов поділяє комунікативні ситуації на чотири типи залежно від характеру взаємовідносин: 1) ситуації статусно-рольових взаємовідносин (співвідносяться зі знаннями, вміннями, звичками, стереотипами); 2) ситуації соціальних взаємовідносин (де співбесідники постають у якості представників певних класів, етнічних і територіальних груп, громадських організацій, вікових груп); 3) ситуації відносин сумісної діяльності (навчально-пізнавальної, трудової, спортивно-художньої); 4) ситуації моральних взаємовідносин.

Опираючись на конкретний характер взаємовідносин, Ю. Пасов цілком слушно закликає організувати на їхній основі комунікативний підхід, який матиме особистісно-орієнтовану спрямованість і задовольнятиме інтереси, погляди, ідеали студентів, тим самим забезпечуючи природну вмотивованість спілкування [9, с. 85–87].

Дещо іншу класифікацію знаходимо в дослідженнях І. Семенюк. Вивчаючи лінгвістичний аспект комунікації, науковець виділяє два головні типи комунікативних ситуацій – інституційні та ритуальні. До перших належать комунікативні ситуації, пов'язані з традиційними соціальними інститутами: *декларативні* – призначення на посаду, судові вироки; *комісивні* – згоди, гарантії, зобов'язання; *ін'юнктивні* – розпорядження, вимоги, накази; *реквестивні* – закликання, благання, прохання; *адвіситивні* – запрошення, пропозиції, рекомендації, поради. До ритуальних ситуацій І. Семенюк відносить: експресивні – вітання, подяка, вибачення; констативні – нагадування, констатація, спростування; *аффірмативні* – свідчення, повідомлення, інформування, прогнози [13, с. 191].

Тип комунікативної ситуації віддзеркалює спрямованість і зміст взаємодії між комунікантами. Її спрямованість й очікуваний результат зумовлюються цілями, які можуть бути явними та прихованими, ближніми та дальніми. Явні цілі вказують на відкритість особистості, а приховані – бажання не розголошувати інформацію. Безпосередній результат комунікативної ситуації описують ближні цілі. Дальні цілі орієнтовані на перспективне майбутнє. Наприклад, викладач, який покарав студентів за девіантну поведінку, у ближній перспективі отримає обурення, істеріку, сльози, водночас у віддаленому майбутньому матиме більш вихованих, дисциплінованих, старанних студентів [3, с. 135].

Ми погоджуємось із Н. Гончарук, що аналіз комунікативної ситуації необхідно розпочинати з опису первинних анкетних даних: переліку учасників, детермінації часу, місця, типу, змісту та цілей. Як правило, про зміст комунікативної ситуації судять зі слів адресанта. В описі певних фактів, явищ, інформації роблять акцент на їх відображенні й визначають ставлення людини до ситуації. Звертають також увагу на емоційність розповіді, її узагальненість або деталізованість, певні моменти, ставлення до учасників комунікативної ситуації, яке може бути схвальним, негативним, індиферентним, іронічним. Щодо часу та місця, то вони відносяться до більш загальних показників. Часовий і просторовий виміри уможливають аналіз співіснування елементів комунікації, їхню структурність, протяжність, взаємне розміщення. Тривалість та послідовність дій виражають часовий аспект. Зазвичай, розповідь починають із більш важливого й витрачають на його опис найбільше часу [3, с. 132–133].



Л. Орбан-Лембрик трактує комунікативний простір як соціально-психологічне середовище, в якому може формуватися адекватна комунікативна модель спілкування. На її ефективність впливають правила спілкування, мовленнєві ритуали, культурні традиції, звичаї, моральні норми взаємодії [8, с. 437].

Описані в сукупності особливості взаємостосунків у спілкуванні між представниками певного народу отримали назву комунікативної поведінки. Норми комунікативно-полікультурної поведінки майбутніх фахівців аграрної галузі на заняттях з іноземної мови можна розглядати у ракурсі чотирьох аспектів: загальнокультурні, ситуативні, групові та індивідуальні норми. Загальнокультурні норми комунікативної поведінки притаманні для усієї лінгвокультурної спільності й повною мірою відображають прийняті правила етикету, ввічливого спілкування. Вони пов'язані з ординарними ситуаціями, які виникають між людьми незалежно від сфери спілкування, віку, статусу, сфери діяльності тощо. Серед них можна перерахувати такі стандартні ситуації, як привертання уваги, звернення, знайомство, вітання, прощання, вибачення, комплімент, розмова по телефону, письмове повідомлення, привітання, вдячність, побажання, розрада, співчуття. Загальнокультурні норми спілкування є національно специфічними. Наприклад, німці та американці під час вітання обов'язково посміхаються, а українці – ні. Вдячність за послугу є обов'язковою для українців, але не потрібна в китайському спілкуванні, якщо співрозмовник – друг або родич. Під час вітання колег у німців прийнято рукостискання, а в українців потиск руки не є обов'язковим тощо [12, с. 107–109].

Ситуативні норми дають про себе знати тоді, коли спілкування визначається конкретною екстралінгвістичною ситуацією. Така ситуація може призводити до певних обмежень, детермінованих статусами співрозмовників. Вони значно впливають на комунікативну поведінку: вертикальну (вищий за рангом – нижчий, керівник – підлеглий) і горизонтальну (рівний – рівний). Межі між різними типами комунікативної поведінки є гнучкими й можуть порушуватись. Крім того, тут також спостерігається національна специфіка. Наприклад, спілкування чоловіка і жінки в українській культурній традиції виступає як горизонтальне, а в мусульманській – як вертикальне; спілкування старшого з молодшим у мусульман більш вертикальне, ніж у українців тощо.

Групові норми відбивають особливості спілкування, закріплені культурою для

конкретних вікових, гендерних, соціальних, професійних груп. Так, існують певні особливості комунікативної поведінки чоловіків, жінок, лікарів, юристів, гуманітаріїв, технарів, дітей, батьків тощо.

Індивідуальні норми комунікативної поведінки віддзеркалюють індивідуальну культуру й комунікативний досвід особистості. Вони являють собою індивідуальне трактування і «переломлення» загальнокультурних і ситуативних комунікативних норм.

Вивчення комунікативної поведінки здійснюється у трьох головних площинах: теоретичній (теорія, термінологічний апарат), описовій (опис комунікативної поведінки конкретного народу) і пояснювальній (пояснення виявлених закономірностей та особливостей національної комунікативної поведінки).

До комунікативної поведінки входить соціально й комунікативно значима побутова поведінка – сукупність предметно-побутових дій, засвоєних у певному соціумі, та смислова інтерпретація комунікативного процесу в конкретній лінгвокультурній спільності, що впливає на їхню поведінку й спілкування. Це своєрідна «мова повсякденної поведінки» або «соціальний символізм» [15, с. 123].

Соціальний символізм – це відображення у свідомості особистості семіотичної функції, яку набуває в тій або іншій культурі певна дія, вчинок, подія, факт або якийсь елемент предметного світу. Всі ці явища формують у свідомості народу певний символічний сенс, характерний і єдиний для усього соціуму або для якоїсь певної соціальної групи. Соціальний символізм є компонентом національної культури. Зазвичай члени соціуму не помічають соціального символізму, хоча його досить ретельно дотримуються, тобто використовують та інтерпретують у міжособистісних стосунках. Символічний смисл певного явища можуть не сприйняти, не зрозуміти або невірно проінтерпретувати в іншій культурі, що може спричинити конфлікт між представниками рідної та іноземної культури [2, с. 948–950].

Наприклад, прибирання німецькою господинею вина зі столу, принесеного гостями в якості подарунка, розглядається українцями як прояв жадібності, скупості; а у німецькій культурі вино у цьому випадку розглядається як сувенір. Таким чином, один і той же факт побутової комунікативної поведінки інтерпретують по-різному в різних культурах. Так, у Франції на весіллі та день народження не дарують білі хризантеми, їх приносять лише на похорони. Українці дарування квітів асоціюють із ввічливістю, інтелігентністю, а у китайців вони не мають такого значення.



У Німеччині неприпустимо дарувати канцелярське приладдя, особливо щоденники, оскільки німець може зрозуміти це як натяк на непунктуальність. Мусульманам не можна дарувати алкоголь і спиртовмісні продукти. Тому, купуючи цукерки, варто ретельно ознайомитися з їхнім вмістом на етикетці. Не можна підносити в дар усе, що має зв'язок із собаками та свинями, оскільки в ісламі ці тварини вважаються нечистими. Автоматично під табу потрапляють вироби зі свинячої шкіри, м'які іграшки у вигляді свинки або собачок, картини й статуєтки, які зображують цих тварин. Обережність також не завадить щодо всього, що зображає живих істот. В ісламі існують суворі приписи з приводу того, що дозволено малювати та ліпити, а що – ні. Наприклад, заборонено зображати оголені тіла чоловіків і жінок. Не варто дарувати мусульманину європейську музику і літературу. Подарунок необхідно вручати лише правою рукою, оскільки ліва вважається нечистою. Запрошений у будинок чоловік у жодному разі не може дарувати подарунки або квіти господині будинку, тільки голові родини [14].

Висновки з проведеного дослідження.

У ході проведених досліджень ми дійшли висновку, що головну роль у комунікативному підході полікультурного навчання майбутніх фахівців аграрної галузі на заняттях з іноземної мови потрібно відводити організації розумової діяльності з опорою на інтелектуальні потреби студентів. Це досягається у випадку, коли всі завдання на всіх етапах полікультурної освіти являють собою комунікативно-інтелектуальні вправи різного рівня проблемності та складності. Комунікативно-творчі вправи необхідно застосовувати у викладанні всіх аспектів іншомовної культури, оскільки вони покликані забезпечити повноцінний розвиток таких механізмів мислення, як орієнтація у полікультурній ситуації, оцінка сигналів зворотного зв'язку й прийняття рішень; механізм визначення мети, прогнозування результатів, змісту діалогу культур; механізм відбору полікультурних фактів; комбінування, конструювання.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Борисова И.Н. Русский разговорный диалог: проблема интегративности: дисс. на соискание ученой

степ. доктора филол. наук: 10.02.01 «Русский язык» / И.Н. Борисова. – Екатеринбург, 2001. – 430 с.

2. Верещагин Е.М. Язык и культура / Е.М. Верещагин, В.Г. Костомаров. – М.: Индрик, 2005. – 1038 с.

3. Гончарук Н.М. Методологічна схема психологічного аналізу комунікативної ситуації / Н.М. Гончарук // Проблеми сучасної психології. – 2014. – № 24. – С. 131–146.

4. Грайс Г.П. Логика и речевое общение / Г.П. Прайс // Новое в зарубежной лингвистике. – 1985. – № 21. – С. 217–237.

5. Корольов І.Р. Різномовні кооперативні комунікативні ситуації як об'єкт лінгвістичних досліджень // Різномовні кооперативні комунікативні ситуації як об'єкт лінгвістичних досліджень / І.Р. Корольов // Сучасні дослідження з іноземної філології. – 2010. – Вип. 8. – С. 285–291.

6. Ланских А.В. Речевое поведение участников реалии-шоу: коммуникативные стратегии и тактики: диссертация ... кандидата филологических наук: 10.02.01 «Русский язык» / А.В. Ланских. – Екатеринбург, 2008. – 183 с.

7. Національна стратегія розвитку освіти в Україні на 2012–2021 рр. – Київ: КМУ, 2012. – 38 с.

8. Орбан-Лембрик Л.Е. Соціальна психологія / Л.Е. Орбан-Лембрик. – К.: Академвидав, 2005. – 448 с.

9. Пассов Е.И. Коммуникативное иноязычное образование. Концепция развития индивидуальности в диалоге культур / Е.И. Пассов. – Липецк, 1998. – 160 с.

10. Пономарев Н.Ф. Информационная политика органа власти: пропаганда, антипропаганда, контрпропаганда / Н.Ф. Пономарев. – Пермь: Изд-во Пермского гос. техн. ун-та, 2007. – 185 с.

11. Попова И.В. Технология обучения диалогу-обсуждению в неязыковом вузе (на материале английского языка): дисс. на соискание ученой степ. канд. пед. наук: спец. 13.00.02 «Теория и методика обучения и воспитания (по областям и уровням образования)» / И.В. Попова. – СПб., 2001. – 195 с.

12. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации / Г.Г. Почепцов. – К.: Видавничий центр «Київський університет», 1999. – 308 с.

13. Семенюк І.С. Типологія комунікативних ситуацій / І.С.Семенюк // Наукові записки Житомирського державного університету імені Івана Франка. – Серія: Філологія. – 2008. – №10. – С. 190–194.

14. Стернин И.А. О национальном коммуникативном сознании / И.А. Стернин // Лингвистический вестник. – 2002. – Вып. 4. – С. 87–94.

15. Формановская Н.И. Речевой этикет и культура речи / Н.И. Формановская. – М.: Высшая школа, 1989. – 159 с.

16. Черняхевич О.С. Роль ситуативності в навчанні професійно-орієнтованого діалогічного мовлення / О.С. Черняхевич // Вісник Вінницького політехнічного інституту. – 2010. – №2. – С. 115–121.