

Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України  
Національний технічний університет України  
«Київський політехнічний інститут»  
факультет лінгвістики

На правах рукопису

**ДЕМИДЕНКО ОЛЬГА ПАВЛІВНА**

УДК 371.134:811.111

**МЕТОДИКА НАВЧАННЯ СТУДЕНТІВ НЕМОВНИХ  
СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ СТАНДАРТІВ ПОВСЯКДЕННОЇ  
КОМУНІКАТИВНОЇ ПОВЕДІНКИ АМЕРИКАНЦІВ**

Спеціальність: 13.00.02 – теорія і методика навчання (германські мови)

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата педагогічних наук

Науковий керівник  
Тарнопольський Олег Борисович  
доктор педагогічних наук, професор

Київ – 2012

## ЗМІСТ

<b>СПИСОК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ.....</b>	<b>4</b>
<b>ВСТУП.....</b>	<b>5</b>
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ МЕТОДИКИ НАВЧАННЯ СТУДЕНТІВ НЕМОВНИХ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ СТАНДАРТІВ ПОВСЯКДЕННОЇ КОМУНІКАТИВНОЇ ПОВЕДІНКИ АМЕРИКАНЦІВ.....</b>	<b>12</b>
1.1. Передумови включення стандартів комунікативної поведінки до процесу навчання англійської мови.....	12
1.2. Стереотипи і стандарти комунікативної поведінки як основа формування англомовної соціокультурної компетенції студентів немовних спеціальностей.....	27
<b>ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1.....</b>	<b>45</b>
<b>РОЗДІЛ 2. МЕТОДИЧНА МОДЕЛЬ НАВЧАННЯ СТУДЕНТІВ НЕМОВНИХ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ СТАНДАРТІВ ПОВСЯКДЕННОЇ КОМУНІКАТИВНОЇ ПОВЕДІНКИ .....</b>	<b>47</b>
2.1. Мета, завдання та принципи навчання стандартів повсякденної комунікативної поведінки.....	47
2.2. Відбір змісту навчання стандартів повсякденної комунікативної поведінки.....	66
2.3. Система вправ і модель організації навчання стандартів повсякденної комунікативної поведінки .....	86
<b>ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2.....</b>	<b>119</b>
<b>РОЗДІЛ 3. ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНА ПЕРЕВІРКА ЕФЕКТИВНОСТІ МЕТОДИКИ НАВЧАННЯ СТУДЕНТІВ І КУРСУ СТАНДАРТІВ ПОВСЯКДЕННОЇ КОМУНІКАТИВНОЇ ПОВЕДІНКИ АМЕРИКАНЦІВ .</b>	<b>122</b>
3.1. Організація експериментального навчання за розробленою методикою і критерії оцінювання рівня сформованості вмінь використання стандартів повсякденної комунікативної поведінки.....	122

3.2. Матеріали, методика проведення і результати передекспериментальних зрізів.....	136
3.3. Матеріали, методика проведення і результати післяекспериментальних зрізів та статистичний аналіз результатів експерименту.....	156
3.4. Методичні рекомендації щодо навчання студентів немовних спеціальностей стандартів повсякденної комунікативної поведінки.....	166
<b>ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3.....</b>	<b>172</b>
<b>ВИСНОВКИ .....</b>	<b>176</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>	<b>179</b>
<b>ДОДАТКИ.....</b>	<b>209</b>
Додаток А. Орієнтовний список сайтів для пошуку інформації про стандарти повсякденної комунікативної поведінки американців.....	210
Додаток Б. Зразок анкети.....	211
Додаток В. Комплекс вправ для навчання студентів немовних ВНЗ стандартів повсякденної комунікативної поведінки американців .....	217
Додаток Г. Завдання передекспериментального зрізу зі стандартів повсякденної комунікативної поведінки американців.....	321
Додаток Д. Завдання післяекспериментального зрізу зі стандартів повсякденної комунікативної поведінки американців .....	327
Додаток Ж. Результати передекспериментального і післяекспериментального зрізів експерименту.....	329
Додаток З. Список художніх відеофільмів .....	338
Додаток К. Словник-мінімум явищ і понять, що відносяться до стандартів повсякденної комунікативної поведінки американців .....	339
Додаток Л. Акти впровадження .....	346

## ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ

ВНЗ – вищий навчальний заклад

ЗЄР – Загальноєвропейські рекомендації з мовної освіти Ради Європи

ІКК – іншомовна комунікативна компетенція

ЕН – експериментальне навчання

ІМ – іноземна мова

НТУУ «КПІ» – Національний технічний університет України «Київський Політехнічний Інститут»

СКК – соціокультурна компетенція

СКП – стандарти комунікативної поведінки

СПКП – стандарти повсякденної комунікативної поведінки

КР– комунікативна рецептивна вправа

КРП– комунікативна рецептивно-продуктивна вправа

КП– комунікативна продуктивна вправа

НР– некомунікативна рецептивна вправа

НРР– некомунікативна рецептивно-репродуктивна вправа

УКРР– умовно-комунікативна рецептивно-репродуктивна вправа

УКРП– умовно-комунікативна рецептивно-продуктивна вправа

## ВСТУП

**Актуальність дослідження.** Незалежна Україна активно налагоджує і розвиває ділові, професійні та культурні зв'язки з англomовними країнами. У зв'язку з цим особливої важливості набуває підготовка фахівців немовного профілю до міжкультурних контактів не лише у професійній, але й побутовій сферах. Для задоволення цієї мети Програма з англійської мови професійного спрямування (2005 р.) передбачає формування соціокультурної компетенції спеціалістів, розвиток комунікативних умінь, типових для поведінки в різних культурних і професійних ситуаціях.

Крім цього, специфіка сучасної професійної діяльності у сфері глобального менеджменту передбачає часте, а іноді й довготривале перебування за кордоном саме з метою налагодження ділових зв'язків. У контексті навчання англійської мови це обумовлює необхідність вивчення майбутніми спеціалістами не лише англійської мови, але й культурних особливостей країни, мова якої вивчається, що включають специфіку світосприйняття носіїв мови – представників іншомовного соціуму, яка визначає їхню реакцію і поведінку в ситуаціях комунікації, як в діловій, так і в побутовій сфері.

Це обумовлює зміщення акцентів сучасної методики навчання англійської мови з суто мовних на соціокультурні аспекти, тобто врахування так званих позамовних факторів для забезпечення ефективності навчання майбутніх спеціалістів англійської мови.

Проблема формування соціокультурної компетенції у процесі навчання іноземної мови широко висвітлена в зарубіжних методиках (М. Byram, D. Buttjes, M. Canale, M. Erdmenger, C. Kramsh, R. Lado, R. Lafayette, W. E. Lambert, H. N. Seelye, R. Steele, H. H. Stern, B. Tomalin, S. Stempleski та ін.). У працях російських учених у контексті діалогу культур увага приділяється формуванню міжкультурної компетенції студентів мовних і

немовних ВНЗ (Н. І. Алмазова, Л. П. Павлова, В. В. Сафонова, П. В. Сисоєв, В. П. Фурманова та ін.). В Україні формування соціокультурної і лінгвосоціокультурної компетенцій у процесі вивчення іноземної мови досліджено С. В. Боднар, Н. Ф. Бориско, С. С. Коломієць, О. Л. Красковською, М. Л. Писанко, Н. К. Скляренко, О. Б. Тарнопольським, В. М. Топаловою, Л. М. Черноватим, С. І. Шукліною та ін. Однак переважна більшість вітчизняних досліджень орієнтовані на розвиток у процесі навчання іноземної мови соціолінгвістичної компетенції майбутніх філологів і перекладачів та лише частково висвітлюють набуття соціокультурних знань студентами немовних спеціальностей.

Натомість сучасні дослідження психологів (М. С. Андріанов, І. А. Зимня, О. А. Леонтович, О. О. Леонтєв, Л. Хьєлл, Д. Зіглер), соціологів (Т. Д. Нельсон, Н. Смелзер, Г. К. Тріандіс, J. J. Macionis, W. Lippman, P. Wazlawick), культурологів (М. А. Токарева, В. В. Красних), антропологів (Е. Т. Hall, Г. Н. Hofstede), філологів і лінгвістів (О. М. Ільченко, М. Б. Бергельсон, А. В. Кіріліна, Т. В. Ларіна, Є. В. Милосердова, І. І. Морозова, Й. А. Стернін, Г. Д. Томахін) засвідчують, що адаптація людини до іншомовного соціуму залежить не тільки від володіння іноземною мовою професійного спрямування (Н. Б. Ішханян, Н. С. Жданова, Л. П. Павлова, В. М. Топалова), вікових і психологічних особливостей цільової аудиторії (С. С. Бахтеєва, Е. Г. Беляєва, П. М. Якобсон), але й від її готовності до міжособистісної міжкультурної комунікації на повсякденному, побутовому рівні.

Недостатня розробленість науково-теоретичних і методичних засад формування міжкультурної компетенції студентів немовних ВНЗ, їхньої культурної чутливості і здатності обирати та використовувати доречні комунікативні стратегії в ситуаціях спілкування з представниками іншомовних соціумів обумовили вибір теми дисертаційного дослідження

«Методика навчання студентів немовних спеціальностей стандартів повсякденної комунікативної поведінки американців».

**Зв'язок дослідження з науковими програмами, планами, темами.** Дослідження виконано в межах науково-дослідної теми кафедри теорії, практики та перекладу англійської мови Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут» «Навчання професійно спрямованого спілкування у вищій технічній школі в аспекті Європейських вимог згідно принципів Болонського процесу» (протокол № 9 від 15.06.2005 р.).

Тема дисертації затверджена вченою радою факультету лінгвістики Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут» (протокол № 4 від 10.02.2010 р.) та узгоджена у Міжвідомчій раді з координації наукових досліджень з педагогічних і психологічних наук в Україні (протокол № 4 від 26.04.2011 р.).

**Мета дослідження** – теоретично обґрунтувати і розробити методику навчання студентів немовних спеціальностей стандартів повсякденної комунікативної поведінки, притаманних представникам американського соціуму.

**Завдання дослідження:**

1) Схарактеризувати сутність стандартів повсякденної комунікативної поведінки в контексті міжкультурної комунікації, визначити поняття «стандарты комунікативної поведінки», «стандарты повсякденної і ділової комунікативної поведінки», уточнити поняття «культурний шок».

2) Розкрити мету, принципи і зміст навчання студентів немовних спеціальностей стандартів повсякденної комунікативної поведінки американців.

3) Розробити модель організації навчання студентів немовних спеціальностей стандартів повсякденної комунікативної поведінки і систему вправ, що її забезпечує.

4) Визначити показники і рівні володіння студентами стандартами повсякденної комунікативної поведінки американців.

5) Експериментально перевірити ефективність розробленої методики навчання й укласти відповідні методичні рекомендації.

*Об'єкт дослідження* – формування англомовної соціокультурної компетенції студентів немовних спеціальностей у процесі навчання англійської мови.

*Предмет дослідження* – навчання студентів немовних спеціальностей стандартів повсякденної комунікативної поведінки, характерних для носіїв англійської мови у США.

**Методи дослідження.** З метою обґрунтування теоретичних основ методики навчання студентів немовного профілю стандартів повсякденної комунікативної поведінки (далі – СПКП) використано метод аналізу й узагальнення даних з науково-педагогічних, психологічних, лінгвістичних і культурознавчих джерел. Для виявлення основних труднощів комунікації спеціалістів немовного профілю з представниками іншомовної культури за кордоном використано метод анкетування. Перевірку ефективності експериментальної методики і моделі організації навчального процесу здійснено методом педагогічного експерименту. Для визначення достовірності результатів експериментального навчання, їх кількісної та якісної характеристики застосовано методи математичної статистики.

**Експериментальною базою дослідження** виступили Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут», Білоцерківський державний аграрний університет, Дніпропетровська фінансова академія і Міжнародний науково-технічний університет імені академіка Юрія Бугая. Всього в дослідженні взяли участь 384 особи, з них 64 – в основному формувальному експерименті.

**Наукова новизна одержаних результатів:** *уперше* теоретично обґрунтовано методику навчання студентів немовних спеціальностей СПКП



американців; *визначено* поняття «стандарти комунікативної поведінки» (підсвідомий прояв культурної приналежності в ситуаціях реального спілкування, що актуалізується у процесі комунікації з представниками іншої культури), розмежовано поняття «стандарти повсякденної» і «стандарти ділової» комунікативної поведінки та встановлено послідовність їх вивчення на заняттях з англійської мови в немовному ВНЗ; *розкрито* мету (виховання полікультурної особистості, що здатна адекватно і толерантно реагувати на відмінності рідного й іншомовного культурного середовища, ефективно досягати мети міжкультурної комунікації), принципи (інтегрованого навчання СПКП, автентичності, подолання міжкультурних комунікативних бар'єрів, інтерактивності) і зміст навчання студентів немовних спеціальностей СПКП американців. *Розроблено* модель організації навчання студентів немовних спеціальностей СПКП, що складається з підготовчого й основного етапів, форм організації навчальної діяльності та засобів навчання. *Визначено* показники (розуміння причин і наслідків СПКП у конкретній комунікативній ситуації; логічності висловлювання та визначення результатів порівняльного аналізу; адекватності використання вербальних складників СПКП у говорінні і письмі; адекватності використання невербальних складників СПКП у говорінні; автоматизації використання вербальних та невербальних складників СПКП; структурування й узагальнення інформації; розуміння імпліцитної соціокультурної інформації висловлювання в аудіюванні і читанні) та рівні володіння студентами СПКП американців. *Уточнено* поняття «культурний шок» у контексті міжкультурної комунікації. Подальшого розвитку набула методика формування соціокультурної компетенції (далі – СКК) студентів немовних спеціальностей на заняттях з англійської мови.

**Практичне значення одержаних результатів** полягає в розробці методики навчання студентів немовних спеціальностей СПКП американців, визначенні та відборі автентичного матеріалу для формування у студентів

умінь використання СПКП американців; розробці системи вправ для навчання студентів немовних спеціальностей СПКП американців і створенні методичних рекомендацій для викладачів щодо поетапного навчання студентів немовних спеціальностей СПКП.

Матеріали дисертаційного дослідження можуть бути використані у практичному курсі навчання студентів немовних спеціальностей англійської мови, при укладанні робочих програм і посібників для навчання студентів немовних спеціальностей англійської мови та формування їхньої міжкультурної компетенції, зокрема в межах курсів загальнонавчаної англійської мови, англійської мови професійного спрямування, ділової англійської мови студентів немовних спеціальностей ВНЗ. Розроблену методику навчання СПКП можливо адаптувати для навчання студентів немовних вищих навчальних закладів ділової англійської мови і стандартів повсякденної комунікативної поведінки представників інших країн.

Результати дослідження впроваджено в навчальний процес Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут» (акт про впровадження № 0002 / 86 від 08.12.2011 р.), Білоцерківського державного аграрного університету (акт про впровадження № 3 від 10.02.2011 р.), Дніпропетровської державної фінансової академії (акт про впровадження № 2 від 23.02.2009 р.) та Міжнародного науково-технічного університету імені академіка Юрія Бугая (акт про впровадження № 02 / 4105 від 13.07.2010 р.)

**Апробацію результатів дослідження** здійснено на *міжнародних*: «Навчання ділової англійської мови у Східній Європі: для чого та як?» (Дніпропетровськ, 2004), «Вища технічна освіта: проблеми та перспективи розвитку в контексті Болонського процесу» (Київ, 2005), «Навчання ділової англійської мови у Східній Європі: для чого та як» (Ялта, 2006 ), «Іноземна мова як фактор входження в міжнародний освітній простір» (Умань, 2007 ), «Полікультурні аспекти іншомовної освіти в контексті євроінтеграції»

(Чернігів, 2007, 2008), «Навчання загальнонавчаної та ділової англійської мови у Східній Європі: для чого та як?» (Дніпропетровськ, 2009), «Пріоритети германського і романського мовознавства» (Луцьк-Світязь, 2010); *всеукраїнських*: «Мови і культури в сучасному світі», (Київ, 2003), «Лінгвістична наука і освіта в Європейському вимірі» (Київ, 2005) «Каразінські читання: Людина. Мова. Комунікація» (Харків, 2005) науково-практичних конференціях; II *міжрегіональному* методичному семінарі «Підготовка студентів немовних спеціальностей до міжкультурної комунікації у процесі вивчення гуманітарних дисциплін» (Київ, 2011).

**Публікації.** Результати й основні положення дисертації викладено в 15 публікаціях, з яких 8 – у фахових виданнях України, 1 – у зарубіжному виданні, 6 – у збірниках матеріалів конференцій.

**Структура та обсяг дисертації.** Дисертаційна робота складається зі списку умовних скорочень, вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, 9 додатків. Основний текст дисертації викладено на 178 сторінках. Робота містить 11 таблиць, що обіймають 7 сторінок основного тексту. Список використаних джерел містить 285 найменувань (з них 81 англійською та німецькою мовами), що охоплює 29 сторінок. Додатки викладено на 140 сторінках.

# **РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ МЕТОДИКИ НАВЧАННЯ СТУДЕНТІВ НЕМОВНИХ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ СТАНДАРТІВ ПОВСЯКДЕННОЇ КОМУНІКАТИВНОЇ ПОВЕДІНКИ АМЕРИКАНЦІВ**

## **1. 1. Передумови включення стандартів комунікативної поведінки до процесу навчання англійської мови**

Поняття «іноземна мова» (ІМ) є багатовимірним, і це зумовлює існування різноманітних концепцій щодо процесу та засобів навчання ІМ, їх залежності від поставлених цілей. Але у будь-якому випадку основною метою вивчення ІМ є насамперед формування у студентів здатності до спілкування ІМ з представниками іншомовного середовища.

Саме тому навчання ІМ передбачає навчання мовленнєвої комунікації ІМ і зумовлює вивчення культури країни, мову якої вивчають. Як вітчизняні (Н.Ф. Бориско, С. В. Боднар, С.С. Коломієць, М.Л. Писанко, О.Б. Тарнопольський, Н.К. Скляренко, Л. М. Черноватий та ін.), так і зарубіжні (R. Lado, H. Nosrand, S. Savignon, H. Seelye, R. Lafayette, H.H. Stern та ін.) вчені підкреслюють важливість дослідження й опанування культури інших країн і поділяють думку про те, що мову і культуру неможливо вивчати відокремлено одну від одної. Тому особливої актуальності на сьогоднішній день набуває інтегрований підхід до вивчення мови та культури. Як зазначає М.Б. Бергельсон, вивчення міжкультурної комунікації передбачає знайомство з такими явищами та поняттями: принципами комунікації, основними функціями культури, впливом культури на сприйняття та комунікацію в її різних сферах і видах, параметрами для опису впливу культури на людську діяльність [12, с.3].

Як зазначає В. Аллен (W. Allen), до 60-х років ХХ сторіччя між мовою і культурою існували чіткі кордони. Першочерговою метою вивчення ІМ протягом цього періоду було отримання доступу до літературних шедеврів

цивілізації [205, с.138], тобто, вивчення культури здійснювалося не одночасно, а після опанування мови, причому «...саме за допомогою читання ті, хто навчалися, вивчали цивілізацію, пов'язану з цільовою мовою» [223, с.339] (*переклад українською мовою тут і далі наш – О.Д.*). У середині ХХ сторіччя ця ситуація почала змінюватися в основному завдяки появі робіт Р. Ладо (R. Lado) [244] та Х. Носранд (H.Nosrand) [260], які наголошували на важливості вивчення аспектів цільової культури одночасно з вивченням іноземної мови. Зокрема, Х. Носранд запропонував дві мети навчання ІМ: кроскультурна комунікація та розуміння [260, с.4].

Унаслідок цього почалася поступова переорієнтація цілей вивчення ІМ, культура вже вважалася важливою не для вивчення літератури, а для опанування самої мови [275, с.155]. Одночасно з цим посилення уваги до соціології та антропології призвело до розширення розуміння понять культури та мови, а головною метою вивчення ІМ стала мовленнєва комунікація, що визначається дослідниками (див., напр., [1, с.8-9]) як процес спілкування шляхом мови, який має свої внутрішні закони і базується на певній системі усталених культурних норм.

Як результат розвитку соціолінгвістики (70-ті роки ХХ сторіччя), посилилася увага дослідників до контексту і ситуацій, у яких використовується ІМ. У своїх ранніх дослідженнях соціокультурної компетенції С. Савіньон (S. Savignon), наприклад, підкреслювала важливість набуття комунікативних навичок на початку вивчення ІМ [269, с.9], а Х. Сіль (H. Seelye) [270], Р. Лафайет (R. Lafayette) [246] та інші вивчали роль культури в програмі навчання іноземних мов саме з метою набуття таких комунікативних умінь і навичок.

Наприкінці ХХ сторіччя комунікативний підхід замінив аудіолінгвальний метод вивчення ІМ у багатьох частинах світу, що, зокрема, було зумовлено й посиленням уваги до культурних аспектів вивчення ІМ. При описі системи комунікативної компетенції дослідники М. Канале

(M. Canale) та М. Свейн (M.Swain) зазначали, що більш природна інтеграція мови і культури відбувається через більш комунікативний підхід, ніж підхід, що базується на граматиці [218, с.31]. У 80-х роках ХХ сторіччя Х. Х. Штерн (H. H. Stern) у своїх працях визнавав вплив суспільства на вивчення мов і рекомендував чотирикомпонентну модель, яка включала культурний план [276; 277].

Культура країни ІМ вивчається незалежно від того, чи включено цей аспект до програми вивчення самої мови. Це припущення було зроблено Б. МакЛеод, який наголошував, що «...шляхом навчання мови ми неминуче навчаємо культури» [256, с.212]. Дещо пізніше Ю.І. Пассов як представник педагогічної школи пострадянського простору також зазначав, що «...у кожній мові – портрет національної культури, зрозуміти та прийняти його можливо лише через мовний образ. На прагматичному рівні мову можливо вивчити і поза культурою, але лише на основі мови, без культурного фону, увійти до світу мови неможливо» [137, с.18]. Соціолінгвісти, зокрема Дж. Браун (G. Brown), відповідають на питання, чому це так. вказує, що існують цінності, уявлення щодо природи життя, його позитивних та негативних боків, що відтворюються при звичайному використанні мови [210, с.13].

Культура і комунікація, як вважають Л. Самовар (L.Samovar), Р. Портер (R.Porter), Н. Джейн (N.Jain), нерозривно пов'язані, оскільки культура не тільки визначає, хто з ким спілкується, про що та як проходить комунікація, вона також допомагає визначити, як люди декодують повідомлення, значення, які вони вкладають у повідомлення, а також умови та обставини, за яких можуть надаватися, розпізнаватися й інтерпретуватися повідомлення, тобто культура є основою комунікації [268, с.24]., що Комунікативні взаємодії, як підтверджує М.Б. Бергельсон, можуть бути успішними або можуть завершитися комунікативним провалом. Це залежить від культурно зумовленої взаємної комунікативної компетенції учасників

комунікативної події – тобто від балансу між спільним і відмінним у їх процесах сприйняття та символічних системах. Культурно зумовлені відмінності спричиняють появу особливого різновиду комунікації, що називається міжкультурною, під час якої комуніканти з різних культур використовують під час прямого контакту спеціальні мовні варіанти й дискурсивні стратегії. Термін міжкультурна комунікація стосується випадків, коли комунікативна компетенція настільки різна, що це накладає відбиток на результат комунікативної події (часто вживаний термін «крос-культурний»), зазвичай стосується певного конкретного феномену у двох або трьох культурах і має додаткове значення порівняння) [12, с.1]. Оскільки відповідно до сучасних освітніх тенденцій, метою навчання ІМ є формування іншомовної комунікативної компетенції [75], як зазначає М.Байрам (М.Byram), невід’ємною частиною цього процесу є не тільки культура, але й її освітня цінність [215].

Взаємопроникнення мови і культури зумовлює необхідність обґрунтування вивчення культури, крім багатьох інших аспектів навчальної програми, які начебто потребують більшої уваги. Наведемо деякі докази. По-перше, хоча культура присутня в предметі вивчення, припускати, що ті, хто вивчають мову, також отримують культурні знання, необхідні для того, щоб стати компетентним мовцем, не можна, оскільки цьому заперечує складність вивчення культури, мови та комунікації. По-друге, ми маємо включати культуру до навчальної програми спеціально, щоб уникнути появи стереотипів та неправильних висновків. Третьою причиною обов’язкового включення культури до навчальної програми є надання можливості вчителям краще виконувати свою роботу, навчаючи культури, а також нести відповідальність перед учнями за вивчення культури, що відбувається на заняттях з ІМ [242].

За Д.Батджес (D. Buttjes) [212] та С.Крамшем (С. Kramsh) [241] вивчати культуру одночасно з ІМ необхідно, оскільки:

1) кожне суспільство гармонійно поєднує способи участі у певних ситуаціях, що, в свою чергу впливає на форму, функцію та зміст висловлювань;

2) основною причиною труднощів є не вивчення граматики, а передача соціокультурних знань;

3) носії мови, крім власне мови, оволодівають паралінгвістичними стандартами та кінесікою своєї культури [212, с.55];

4) мовні коди неможливо вивчати ізольовано, оскільки процеси передачі соціокультурних знань наявні на багатьох рівнях, наприклад, у змісті мовних вправ, культурному дискурсі підручників, а також у ставленні викладача до цільової культури [241].

Простого знання відмінностей однієї культури від іншої недостатньо для спілкування, яке за природою є інтерактивним і відбувається, таким чином, в умовах міжкультурної ситуації, тобто в контакті культур. Швидкий розвиток соціальних наук змусив систему освіти обрати спочатку проблемний, а потім інтерактивний принцип оволодіння культурою країни, мова якої вивчається. Як зазначає С. Крамш, за останні десятиріччя у європейській педагогіці розроблено такі чотири підходи до включення культурних аспектів до процесу навчання ІМ:

1) **Установлення «сфери інтеркультурності».** Зв'язок між лінгвістичними формами та соціальною структурою не надається, його необхідно встановлювати. Відповідно, розуміння іноземної культури вимагає встановлення зв'язку цієї культури з власною.

2) **Навчання культури як міжособистісного процесу.** Якщо значення виникає внаслідок соціальної інтеракції (взаємодії), немає сенсу намагатися викладати фіксовані, нормативні явища використання мови. У навчанні іноземної мови констатацію інформації про вже відомі культурно обумовлені факти і поведінку носіїв мови варто замінити таким процесом викладання, що спрямований на формування розуміння чужорідності або «інакшості».



3) **Навчання культури як відмінності.** Внаслідок посилення уваги до націоналізму наразі великою спокусою є розгляд культури лише у межах національних особливостей: французи роблять так, німці інакше. Але такі питання надзвичайно ускладнюються, коли у відповіді на них необхідно врахувати зростання мультиетнічності та мультикультурності суспільств. Національні риси є важливими, але їх не можна наводити у якості доказів без подальшої конкретизації інших культурних факторів, таких як вік, стать, регіон походження, етнічне підґрунтя та соціальний клас. Національні особливості є лише одним із багатьох аспектів «культури» особистості.

4) **Перетин дисциплінарних кордонів.** Багато педагогів поєднують вивчення культури з такими академічно визнаними дисциплінами, як антропологія, соціологія та семіологія [241, с.205-207].

Розглядаючи аспекти включення культури до процесу навчання ІМ та визначаючи її цілі, необхідно встановити складові культурного фону та фактори, що спричинюють їх виникнення. Зокрема, К. Адаскоу (K.Adaskou), Д. Бріттен (D.Britten), Б. Фахсі (B.Fahsi) [204] вирізняють чотири значення культури. В **естетичному розумінні** це кіно, література, музика і засоби масової інформації; **соціокультурне значення** стосується організації та природи міжособових стосунків, традицій, матеріальних умов тощо; **семантичний зміст** включає всю систему концептуалізації, що зумовлює процеси сприйняття і мислення, а **прагматичний і соціолінгвістичний зміст** стосується екстралінгвістичних знань, соціальних і паралінгвістичних навичок, а також мовних кодів, що є необхідними для успішної комунікації [204, с.3-4].

Хоча ці процеси не є взаємовиключними або комплексними, вони створюють підґрунтя для загального визначення культури й відтворюють її багатовимірність. У західній методичній літературі [див., напр. 282] традиційно виділяють культуру досягнень або елітарну культуру (*big “C” culture*) та масову культуру або культуру поведінки (*small “c” culture*).

Зокрема, Б. Томалін (B. Tomalin) та С. Стемплескі (S. Stempleski) підкреслюють, що останнім часом контекст вивчення культури ІМ значно розширився, причому культура досягнень залишилася незмінною (що виражається у викладанні таких курсів як *Landeskunde* в Німеччині, *Civilisation* у Франції тощо), але поняття культури поведінки розширилося за рахунок включення культурно-зумовлених вірувань і сприйнятів, виражених через мову та культурну поведінку, що впливає на сприйняття іншомовної спільноти [282, с. 15].

Ці значення культури визначають основу навчання при обговоренні, моделюванні та вивченні іноземної культури на заняттях з ІМ, тобто формування в учнів необхідного рівня культурної обізнаності. Термін «культурна обізнаність» був запропонований Б. Томалін та С. Стемплескі для позначення чутливості до впливу культурно-зумовленої поведінки на мову і комунікацію. На думку дослідників, він охоплює життя та норми, вірування, цінності, а також щоденні ставлення та почуття, що передаються не лише мовою, а й паралінгвістичними засобами, наприклад, одягом, жестами, виразами обличчя, позами та рухами. Саме тому, культурна обізнаність охоплює три аспекти, в яких розвивається іншомовна діяльність: знання власної культурно обумовленої поведінки, знання культурно обумовленої поведінки інших та здатність пояснити власну культурну точку зору [там само, с. 15].

Все вищесказане є співзвучним з визначенням культури та її складових, запропонованого П.В. Сисоєвим, який визначає культуру як систему символів і норм, що передаються історично і поділяються групою людей, консолідованою за певними ознаками (походженням, етнічними ознаками, географічним місцем проживання, освітою, соціальним статусом, професією, політичним поглядам і т.д.). Під символом П.В. Сисоєв розуміє знак, наділений спеціальним значенням представниками певної культури. Нормами культури він називає негласне зведення правил, покладених в

основу формування цієї культури, що поділяються її представниками і відрізняють «своїх» від представників інших культур [166, с.18-19; 167].

Підсумовуючи властивості культури, Е.А. Якуба виділяє її чотири складові: 1) цінності, вірування, переконання; 2) норми, що виражають вимоги суспільства до поведінки; 3) складні зразки поведінки, як-от: звичаї, традиції, обряди та 4) мова як система знаків, що використовуються для зберігання, перетворення і передачі інформації [201, с.78].

Цінності – це загальноприйняті переконання стосовно цілей, до яких повинна прагнути людина. Вони створюють основу моральних принципів [155, с.50]. Цінності можуть не лише об'єднувати, але й стимулювати диференціацію. Вік, стать, етнічна і расова приналежність, а також соціальний клас впливають на життєвий досвід індивідів та цінності, яких вони дотримуються. Цінності виступають регуляторами соціальної поведінки, причому в кожному суспільстві можливо виділити домінуючий тип культури, цінності якого потім поширюються на все суспільство [254, с.70].

Соціальні норми – це правила, що виражають вимоги суспільства, соціальної групи до поведінки особистості, групи в їх взаємовідносинах один з одним, соціальними інститутами і суспільством в цілому та виникають в результаті потреби у певній поведінці [201, с.40]. Регулюючий вплив норм полягає в тому, що вони встановлюють межі, умови, форми поведінки, характер відносин, цілі та способи їх досягнення [254, с.266].

Для комунікативної поведінки особливо важливим є такий підтип норм, як моральні норми, що є обов'язковими для всіх членів певного суспільства в будь-якій ситуації [254, с.71] і порушення яких викликає негативну реакцію або «негативні санкції» з боку членів цього суспільства [155, с.51].

Приналежність до тієї чи іншої культури відбувається шляхом соціалізації до появи нормативних моделей у мисленні, емоціях,

поведінці [186, с.31], в тому числі мовленнєвої, тобто до комунікативних норм, правил, що є обов'язковими для виконання у цій лінгвокультурній спільноті [163, с.183]. Лінгвокультурна спільнота, в якій відбувається формування і розвиток індивіду, по мірі «вростання» в соціалізацію накладає свій відбиток у вигляді норм і правил спілкування, що складаються в певну систему та постійно протягом всього життя суб'єкта вдосконалюються і розвиваються [193, с.8].

Необхідно зазначити, що в цьому контексті дослідники пропонують також визначення прагматичної компетенції. **Прагматична компетенція** визначається Е.В. Милосердовою як володіння усім комплексом комунікативної поведінки, як сукупності норм і традицій спілкування народу, тієї чи іншої лінгвокультурної спільноти [123, с.81]. Але, відповідно до ЗЄР [75, с.41], **прагматичні компетенції** пов'язані з функціональним вживанням лінгвістичних засобів: продукуванням мовних функцій, актів мовлення тощо. Вони пропонують сценарії або програми інтерактивних обмінів. Вони також стосуються умінь дискурсу, злитності та зв'язності, ідентифікації типів і форм текстів, іронії та пародії. Для функціонування цього компонента значення інтеракцій і культурного бачення, у яких формуються ці здібності, навіть більше ніж значення лінгвістичного компонента. Саме тому більш прийнятним ми все ж таки вважаємо термін «соціокультурна компетенція», яка, на нашу думку, включає й те, що розуміється під прагматичною компетенцією. Такий підхід більше співвідноситься з навчанням «культури досягнень» та «культури поведінки» на заняттях з ІМ.

У сучасній вітчизняній методичній літературі соціокультурну компетенцію поділяють на країнознавчу та лінгвокраїнознавчу. Країнознавча компетенція – це знання учнів про культуру країни, мова якої вивчається (знання історії, географії, економіки, державного устрою, особливостей побуту та звичаїв країни). Лінгвокраїнознавча компетенція передбачає

володіння учнями особливостями мовленнєвої та немовленнєвої (міміка, жести, що супроводжують висловлювання) поведінки носіїв мови в певних ситуаціях спілкування, тобто сформованість в учнів цілісної системи уявлень про національно-культурні особливості країни, що дозволяє асоціювати з мовною одиницею ту ж інформацію, що й носії мови, і досягати у такий спосіб повноцінної комунікації [119, с.43].

Як зазначає О.О. Першукова, в процесі історичного розвитку суспільства змінилася мета й організація навчання, значно розширився зміст навчання іноземної мови, зокрема його соціокультурний компонент [139, с.7]. На думку М. Ердмендер (M.Erdmender), неможливо навчати мови без навчання змісту висловлювань цієї мови. І тому на кожному занятті з ІМ неминуче надається інформація про країну і народ, що спілкується цією мовою. Існує тісний зв'язок між країнознавчими знаннями та мовною комунікацією, оскільки розуміння мови пов'язане з розумінням реалій та соціальної поведінки, характерних для носіїв мови. Тому доцільно на заняттях з іноземної мови використовувати відповідні сюжети і матеріали, цим самим спрямовуючи увагу учнів на країну, мову якої вивчають [222, с.14-15].

На сучасному пострадянському освітньому просторі, як зазначають В.В. Хохлова і Ю.В. Хохлова, навчальні цілі предмета «іноземна мова» передбачають розвиток транснаціональних і міжкультурних здібностей до комунікації. Предметний зміст вивчення ІМ визначається тенденціями розвитку країн, мови яких вивчають, міжкультурними співставленнями та порівняннями. До вжитку входять поняття «мовленнєвий акт» і «прагматична лінгвістика», на авансцену заняття висувається діяльність суб'єктів освітнього простору та їх мовлення як її компонент. Мовні структури і форми більше не є самоціллю, вони виступають скоріше як інструмент для реалізації комунікативних намірів мовця. Граматично правильно побудована фраза – не основна вимога до учня, важливіше контекстуально-ситуативно-

адекватне розуміння та активність (в тому числі й мовленнєва) у реальних ситуаціях спілкування мовою, яку вивчають [185, с.77].

Соціолінгвістика, етнолінгвістика, прагмалінгвістика, психолінгвістика, крос-культурна, контрастивна та міжмовна прагматика розглядають проблему взаємовідносин культури і мови з різних точок зору, в різних аспектах але – що є очевидним з самих термінів – у кожній з цих галузей науки мовний аспект відіграє суттєву роль. Адже мовленнєва поведінка людини є однією з важливих складових її соціокультурної поведінки, оскільки будь-який мовленнєвий акт є поведінковим актом. П. Ватцлавік (P.Watzlawick) зазначає, що у поведінки немає антоніму. Діяльність або бездіяльність, слова або мовчання – все є комунікативно значущим [283; 123, с.83].

Таким чином, загальноприйнята мета навчання іноземної мови – набуття учнями комунікативної компетенції – передбачає володіння всім комплексом компонентів комунікативної поведінки як сукупністю норм і традицій спілкування народу, тієї чи іншої лінгвокультурної спільноти. Саме комунікативна компетенція дозволяє повною мірою усвідомити той факт, що мова, свідомість, культура та менталітет є ланками одного ланцюгу. Цей підхід отримав назву соціокультурного і визначається як один з культурологічних підходів до вивчення ІМ, що орієнтує на навчання міжкультурного іншомовного спілкування в контексті соціально-педагогічних домінант педагогіки громадського світу та згоди, що акумулює ідеї загальнопланетарного глобалізму, гуманізації, культурознавчої соціологізації та екологізації цілей та змісту навчання ІМ [150, с.62].

Для соціокультурного підходу характерним є акцент на типах комунікативної компетенції, задіяних у спілкуванні. М.Б. Бергельсон зазначає, що комунікація може характеризуватися за тим, який тип комунікативної компетенції конвенціонально функціонує в комунікативній події. Для соціальної комунікації – це схеми і сценарії поведінки у

відповідних побутових ситуаціях; для професійної комунікації – це сфера знань, пов'язаних з професійною діяльністю на робочому місці. На відміну від вказаних видів комунікації, міжособистісна комунікація спирається на індивідуальний досвід і можлива лише при певному ступені його спільності в учасників спілкування. Виходячи з цього, можливо говорити і про різні функціональні сфери міжкультурної комунікації: міжособистісну, соціальну, публічну, міжгрупову, професійну, масову комунікацію та комунікацію всередині малих груп [11; 12, с.3].

Процес вивчення культури неминуче має базуватися на порівнянні двох (чи більше) культурно-мовних середовищ (рідного та іншомовного) і передбачає розробку відповідної системи вправ. Але порівняння культур необхідно здійснювати за певними критеріями, які позначатимуть вагомість тих чи інших поведінкових аспектів у певній культурі. Основні параметри для опису впливу культури на діяльність людини і розвиток суспільства були сформульовані в працях антропологів Ф. Клуцхон (F.Kluckhohn) і Ф. Штротбек (F.Strodtbeck) [240], лінгвіста і антрополога Е.Т. Холла (E.T.Hall) [227; 228] та соціолога Г.Н. Хофштеде (G.H.Hofstede) [231].

Е.Т.Холл (E.T.Hall) в своїх фундаментальних працях “Silent Language” [228] та “Hidden Dimension” [227] описав різні параметри культурно обумовлених комунікативних відмінностей. Зокрема, саме він запровадив поняття *висококонтекстних* та *низькоконтекстних культур*, залежно від кількості інформації, що експліцитно виражається у повідомленні [228].

Вивчаючи взаємовпливи людини і довкілля, дослідник вважає необхідним вивчення не лише вербальних, але й невербальних аспектів комунікації, наголошуючи на тому, що невербальний компонент є так само важливим для результату комунікативного акту, як і вербальний: Він підкреслює, що існує величезна потреба в перегляді та розширенні нашого розуміння людини, необхідність більше знати й усвідомлювати не лише про інших, а й про себе також. На думку Е.Т. Холла, вивчення невербальних

засобів комунікації надзвичайно важливе для розуміння інших людей, як в межах свого культурного ареалу, так і за кордоном [227, с.6].

Г.Х. Хофштеде (G.H.Hofstede) [231], досліджуючи цінності та особливості поведінки у різних країнах, пропонує порівнювати різні країни за такими критеріями: коефіцієнтом дистанціювання влади, коефіцієнтом індивідуалізму, маскулінності, коефіцієнтом ризикованості (уникнення невизначеності), а також коефіцієнтом довгострокової/короткострокової орієнтації.

Але варто зауважити, що у своєму дослідженні Г.Х. Хофштеде не розглядає країни пострадянського простору і, зокрема, Україну. З іншого боку, як у своїх книжках, так і на власній веб-сторінці, вчений наводить детальну характеристику країн англomовного світу, що, надзвичайно корисно для дослідження стандартів комунікативної поведінки носіїв англійської мови. Крім того, слід відзначити, що Г.Х. Хофштеде розглядає переважно загально психологічні культурно-обумовлені аспекти ділової комунікації. За глибоким переконанням М.Б. Бергельсон, це пов'язано з тим, що соціологічні дослідження знаходять своє практичне застосування, в першу чергу, у сучасних багатонаціональних корпораціях. На основі отриманих соціологами узагальнень про характерні та бажані для тієї чи іншої культурної групи типів поведінки формуються відповідні практичні рекомендації, що реалізуються у вигляді спеціальних міжкультурних тренінгів. Типовими об'єктними зонами цих тренінгів є такі: обмін інформацією, взаємодія з колегами, прийняття рішень, поведінка в конфліктних ситуаціях, ставлення до лідера, зв'язок між роботою і особистим життям, ставлення до інновацій [11, с.27].

Взагалі можливо стверджувати, що для формування іншомовної комунікативної компетенції в процесі навчання англійської мови необхідним є врахування двох видів комунікативної культури: культури ділового спілкування та культури повсякденного спілкування. Але якщо культурі



ділового спілкування слід приділяти увагу на більш просунутих етапах навчання студентів економічних спеціальностей, то культурі повсякденного спілкування їх можливо навчати вже на початковому етапі вивчення ІМ. Положення Е.Т. Холла та Г.Х. Хофштеде є визначальними для обох видів комунікативних культур, але якщо їх вплив є безпосереднім для бізнес-культури, то на культуру повсякденного спілкування вони впливають опосередковано. Незважаючи на це, вказані фактори впливу слід враховувати вже на початковому етапі вивчення ІМ і формування ІКК. Адже, як вважає Н.С. Жданова, таку вкрай важливу для майбутнього менеджера інформацію, що входить до компонента «стилю життя» необхідно залучати вже на основному етапі навчання, інтегруючи цей компонент частково до лінгвосоціокультурного, а частково до предметного. Оскільки саме соціальна і комунікативна поведінка ділового партнера – представника іншої культури – може і повинна бути предметом вивчення на занятті з ІМ [72, с.17].

Важливим також є урахування зазначеної Е.Т. Холлом необхідності навчання невербальних компонентів культури спілкування. Але варто підкреслити, що більшість паралінгвістичних явищ не мають безпосереднього відношення до культури ділового або повсякденного спілкування, а пронизують усю комунікацію. Тому вивчення відмінностей невербального спілкування представників різних культур є не лише можливим, але й необхідним саме на початкових етапах формування іншомовної комунікативної компетенції в процесі навчання іноземної мови. Саме виходячи з цього, одним із завдань нашого дослідження є навчання невербальних засобів спілкування студентів I курсу ВНЗ немовних спеціальностей.

Досліджуючи особливості навчання студентів немовних спеціальностей культури комунікативної поведінки носіїв англійської мови (в її американському варіанті), ми виходили з того, що вивчення стандартів

комунікативної поведінки в США є одним з аспектів формування СКК у майбутніх спеціалістів, який гармонійно вплітається в курс англійської мови, що вивчається студентами. Адже, відповідно до Програми англійської мови для професійного спрямування, СКК як невід'ємна частина змісту програми англійської мови для професійного спілкування спрямована на розвиток розуміння і тлумачення різних аспектів культури та мовної поведінки у професійному середовищі. Вона сприяє розвитку вмінь, характерних для поведінки в певних культурних і професійних ситуаціях, та реагування на них [221, с.8]. А це положення програми безпосередньо стосується культури комунікативної поведінки країн, мову яких вивчають, і таким чином вивчення культурно зумовлених особливостей поведінки представників англосовієтського соціуму стає не лише необхідним, але й обов'язковим.

На основі вищезазначеного можна зробити висновок, що студентів немовних спеціальностей потрібно навчати як культурі повсякденної англосовієтської комунікативної поведінки на початковому етапі ВНЗ (що і є предметом нашого дослідження), і культурі комунікативної поведінки у діловому спілкуванні, що є завданням просунутих етапів курсу англійської мови. Навчаючи культури англосовієтської комунікативної поведінки, обов'язково необхідно враховувати особливості такої поведінки в американському соціумі та звертати увагу на її невербальні аспекти. На базі цих висновків можна розглянути підходи до формування культури комунікативної поведінки студентів немовних спеціальностей у процесі вивчення англійської мови на I курсі ВНЗ.

## **1.2. Стереотипи і стандарти комунікативної поведінки як основа формування англомовної соціокультурної компетенції студентів немовних спеціальностей**

В основі формування СКК лежить принцип навчання ІМ у контексті діалогу культур, що створює умови для вивчення культури країни, мова якої вивчається, та переосмислення вітчизняної культури у дзеркалі світової культури. Навчання іншомовного спілкування в контексті діалогу культур передбачає, що комунікативний і соціокультурний розвиток учнів/студентів засобами ІМ сприяє формуванню в них комунікабельності, мовленнєвого такту, неупередженості у поглядах і оцінках, готовності до спільної діяльності з людьми різних поглядів незалежно від їх расової і соціальної приналежності та віросповідання [150, с.77-78]

Досліджуючи проблему формування СКК на заняттях з ІМ, В.В. Сафонова виділяє такі знання, що входять до її «дидактичного наповнення» [150, с.106]:

- 1) відношення еквівалентності та безеквівалентності між одиницями рідної мови і мови, яку вивчають;
- 2) типи соціокультурних лакун, можливих при спілкуванні носіїв рідної та іноземної мов;
- 3) носії та джерела етнічної, національно-культурної й соціально-класової інформації в мові;
- 4) лінгвокраїнознавче і соціолінгвістичне наповнення лексики програмних тем, що вивчаються;
- 5) соціокультурні стереотипи мовленнєвої поведінки іноземною і рідною мовами, ступінь їх сумісності або несумісності;
- 6) соціокультурні стереотипи невербальної поведінки, ступінь їх сумісності або несумісності, соціокультурні стереотипи, незнання яких може призвести до соціокультурних перешкод;

- 7) загальне і специфічне у соціокультурних стереотипах мовленнєвої поведінки комунікантів, що розмовляють романськими або германськими мовами, при співставленні цих стереотипів крізь призму західної єврокультури;
- 8) загальне і специфічне у світосприйнятті та світобаченні представників різних типів соціумів як носіїв західної єврокультури;
- 9) соціокультурні аспекти мовленнєвої поведінки ІМ в умовах моно- та міжкультурного спілкування.

Як одиниця такого міжкультурного навчання виступає вузол проблем формування культурної особистості, що формулюються у вигляді питань – пускових механізмів діалогу, спрямованих як на себе, так і на співрозмовників [158]. Таким чином, як метою міжкультурного навчання виступає підготовка до контакту з іншою культурою, адекватна поведінка в умовах чужої культури, тобто формування «другої» культури особистості; змістом – твори цільової культури у вигляді текстів різного характеру; основною одиницею навчання – релевантні для міжкультурного контакту проблеми; методом – інтерактивний метод, у центрі якого стоїть процес міжкультурного діалогу, моделювання поведінки у міжкультурних конфліктних і контактних ситуаціях.

Процес зіставлення культур завжди є певним балансом між узагальненням і диференціацією, коли спостереження і досвід окремих людей аналізуються й синтезуються у певну систему, що допомагає орієнтуватися у складних культурних відносинах з іншою країною [185, с. 78-79]. Формування «другої» культури особистості здійснюється в навчальному процесі на основі її базової культури через міжкультурне спілкування (В.Пауелс (W.Pauels)), що має на меті створити у студентів нову культурну свідомість – здатність під час контактів з іншою культурою зрозуміти інший спосіб життя, інші цінності, по-іншому підійти до своїх цінностей і відмовитися від існуючих стереотипів й упереджень [265].

Натомість інші вчені, зокрема, Д.Кіллік (D.Killik) вважають, що навчання стандартним характеристикам поведінки культури цільової мови не означає повного проникнення в цю культуру і втрату своєї національно-культурної ідентичності. Це лише ефективний засіб перетину культурного бар'єру. Внаслідок цього розвивається крос-культурна здатність, що полягає у розширенні та поглибленні можливостей до міжособистісної взаємодії, у навчанні бачити, визначати, критично й об'єктивно оцінювати відмінності та несхожості. Це залежить від самосвідомості, визнанні себе як культурної істоти [237, с.5].

Саме тому, розглядаючи аспекти залучення культури до процесу навчання ІМ, необхідно визначити, який саме з культурних аспектів справляє найбільший вплив на мовленнєву компетенцію. Зокрема, Р. Ладі (R.Lado) [244; 245], який досліджував відношення мови і культури, визначаючи лише ті аспекти культури, що безпосередньо впливають на комунікацію, зазначав, що культура є устандартненою поведінкою. Тому цілком можливо стверджувати, що зіставлення двох культур є порівнянням двох видів стандартної поведінки [171, с.13].

Цей самий підхід поділяє Дж. Корбет (J. Corbett), говорячи, що культура насамперед є розумовим явищем: його основу складають стандартні повір'я, цінності і ставлення, спільні для певних груп. Ці соціально спільні вірування та цінності породжують певні типи поведінки, включаючи всі види лінгвістичної поведінки. Лінгвістична поведінка є частково актом приєднання до культурної групи або виходу з неї, і частково способом прямо або непрямо підтримати або поставити під сумнів вірування спільноти. Культура проникає до кожного аспекту комунікації [219, с.2].

Як зазначають О.Б.Тарнопольський і Н.К.Скляренко, з ідей Дж.Корбет і Р.Ладі можна зробити висновок, що вивчення культури з метою отримання можливості здійснення ефективної комунікації ІМ означає вивчення стандартної (нормативної) поведінки носіїв цільової мови у різних

комунікативних ситуаціях [171, с.13]. Така настанова надзвичайно важлива, оскільки, як зазначає Дж.Корбет, «...комунікативна компетенція полягає не тільки у заповненні інформаційної прогалини відповідно до ситуації; вона полягає у здійсненні особистісного акту, що свідчить про прийняття або неприйняття особою цінностей групи, в якій він/вона здійснює комунікацію» [219, с.2] (*переклад українською мовою тут і далі наш – О.Д.*).

У цьому контексті особливий інтерес для дослідників представляє вивчення бар'єрів комунікації представників різних соціокультурних систем, що можуть викликати культурний і комунікативний шок [160, с.10]. Бар'єри в широкому розумінні визначаються як проблеми, що виникають в процесі взаємодії та знижують її ефективність. Деякі соціологічні трактування комунікативних бар'єрів зводяться до їх визначення як категорії умов або факторів, що утруднюють інтеракції та перешкоджають обміну інформацією [159, с.28].

Комунікативна поведінка, спрямована на конструктивний обмін інформацією, досягнення консенсусу, на відміну від конфліктного дискурсу, регулюється такими загальноприйнятими принципами як принцип кооперації [226, с.41-58] та принцип ввічливості [247, с.292-305; 249; 211]. Формуючись у когнітивній картині світу, що є спільною для вербального і невербального модусів комунікації, принцип ввічливості присутній в мовній картині світу і реалізується у вигляді позитивних і негативних стратегій [128, с.48].

Описуючи комунікативну поведінку, І.А. Стернін виділяє в ній п'ять домінант: опис національного характеру, домінантні особливості спілкування народу, вербальне комунікативне спілкування, невербальне комунікативне спілкування, національний соціальний символізм [160]. Звичайно, вербальний рівень комунікації знаходиться в центрі цієї моделі, що підкреслює важливість вивчення мовних явищ. Вчені погоджуються з тим, що вивчення мови без вивчення культурної поведінки не може допомогти у

вирішенні багатьох проблем, пов'язаних з міжкультурною комунікацією. Так, у лінгвістиці знання норм спілкування, прийнятих у тій чи іншій культурній спільноті, входить до складу поняття «екстралінгвістичних знань» та до вже згаданої раніше «прагматичної компетенції» мовця; у педагогічних науках їх відносять до «соціокультурної компетенції». Як зазначає О.В.Милосердова, у будь-якій мові складовою частиною, найбільш чутливою до проблем як міжособистісного, так і міжкультурного спілкування, є його прагматичний рівень, що повною мірою виявляє відношення між знаком (висловом), мовцем і контекстом/ситуацією, до якої належить слухач. Саме цей (прагматичний) рівень, на її переконання, найлегше формує ті самі стереотипи поведінки, ритуальні форми спілкування, які, якщо вони виконуються, залишаються непоміченими і різко кидаються в очі при їх порушенні [123, с.83].

На детальний розгляд заслуговує питання стереотипу, оскільки вплив стереотипізації на поведінку в іншомовному середовищі є одним з ключових питань цієї роботи, зумовлюючи подальший напрям дослідження.

Говорячи про витоки культурно зумовлених стереотипів, У.Ліпман (W.Lippman) зазначав, що коли ми виділяємо, вихоплюємо те, що наша культура вже визначила для нас, ми виявляємо тенденцію до сприйняття того, що обрали, у стереотипізованій для нас рідною культурою формі [251, с.97]. Іншими словами, стереотипи підказують, яку інформацію важливо сприймати або, навпаки, можна ігнорувати. В цьому процесі виявляється тенденція підтверджувати всі існуючі стереотипи, звертаючи увагу на інформацію, що їм відповідає, й ігноруючи інформацію, що не узгоджується з ними [129, с.19]. Як свідчать дослідження, зміст стереотипів в основному визначається культурою, в якій ми живемо.

На початку 70-х років ХХ сторіччя дослідники починають розглядати стереотип як практично автоматичний процес категоризації, що є визначально притаманним самій природі людського мислення. Так, В.Брайам

(W.Brigham) визначає стереотипізацію як генералізацію по відношенню до групи, що базується на наданні певної риси або особливості, яка стороннім спостерігачем розцінюється як необґрунтована [209, с.31]. Як зазначає Т.Д.Нельсон (T.D.Nelson), деякі дослідники дотримуються визначення стереотипу, запропонованого Д.Л.Гамільтон (D.L.Hamilton) та Т.К.Троллер (T.K.Troller): когнітивна структура, що містить наявні у сприймаючого індивіду знання, упередження та очікування стосовно тієї чи іншої соціальної групи [229]. Але, на переконання, Т.Д. Нельсона, це визначення більше нагадує визначення схеми, ніж стереотипу, оскільки схеми є більш широкими когнітивними структурами, що містять наші знання про стимули, наші очікування стосовно мотивів або поведінки людини (якщо мова йде про людей), а також наші почуття, пов'язані з нею. Стереотипи, на думку дослідника, більш специфічні і можуть включатися до тієї чи іншої схеми як одна з її складових [129, с.22].

Ще одне з відомих визначень стереотипів було запропоноване Р.Д.Ашмор (R.D .Ashmore) та Ф.К. Дель Бокка (F.K.Del Bosca). Ці дослідники визначають стереотип як комплекс уявлень стосовно особистісних атрибутів групи людей [206, с.16], обмежуючи значення поняття віднесенням до групи людей.

За зовнішнім способом формування дослідники розрізняють стереотипи культурні (соціальні) та індивідуальні. **Культурні стереотипи** – це прийняті всіма і спільні для всіх представників певної культури стандарти уявлень та вірувань, тоді як **індивідуальні стереотипи** є уявленнями (і віруваннями) окремого індивіда стосовно тих або інших характеристик певної групи людей. Важливість цієї відмінності пов'язана з тим, що наявний у індивіда культурний стереотип може не співпадати з його індивідуальним стереотипом стосовно самої групи. У таких випадках визначення знань індивіда про стереотипи групи, наявних у його культурі, не



надає інформації про те, чи є у нього інші ідеї, пов'язані з цією групою та які можуть впливати на його ставлення до неї [129, с.23].

У результаті внутрішнього формування стереотипів виникають екзостереотипи, які складаються у представників однієї культури про іншу, та ендостереотипи, або уявлення про самих себе [110, с.291]. І.І.Морозова відзначає, що в дійсності ці різновиди стереотипу нерозривно пов'язані, а розмежування їх є доцільним лише для побудови наукової моделі опису цього явища [128, с.25]. Отже за І.І.Морозовою, стереотип є моделлю поведінки пов'язаною з національно та соціально-історично детермінованим вибором тієї чи іншої стратегії поведінки в певній ситуації. При цьому стереотипи розглядаються як знаки, що є вербальною фіксацією певним чином опредметнених потреб певної соціальної групи, етносу, національно-культурного ареалу, як фіксоване відображення певної діяльності, продукти якої виступають у ролі предметів, що задовольняють певні потреби. Стереотип інтерпретується як комунікативна одиниця цього етносу, здатна шляхом актуальної презентації соціально санкціонованих потреб справляти стимулюючий типізований вплив на свідомість соціалізованої особистості [128, с.24]. Цього визначення поняття стереотипу ми дотримуватимемося в процесі дослідження, оскільки саме воно, на нашу думку, найточніше відтворює суть основи формування стандартів повсякденної комунікативної поведінки у представників культурного середовища.

А.В. Кириліна визначає, що стереотипам притаманні такі характеристики: 1) аксіологічність: ознаки й атрибути, що містяться в стереотипах, використовуються мовцями для віднесення предметів до того чи іншого класу на основі сімейної подібності; 2) виконання ними когнітивної функції (генералізація при упорядкуванні інформації), соціальної функції (розмежування «свого» і «чужого», «внутрішньогрупового» й «позагрупового») [85, с.96; 86]. Процес стереотипізації передбачає переважно

статичний погляд на суспільство і людину, евристично припускається нехтування унікальністю як ознакою людської особистості, проголошується необхідність зведення людей до обмеженої кількості типів зі стандартним набором ознак. Стереотипізація зумовлена особливостями людського мислення, вона відбувається на основі таких легко помітних характеристик як стать, етнічна приналежність, особливості мовленнєвої поведінки.

Особливості національної та етнічної свідомості представників різних культур потенційно можуть виступати бар'єрами міжкультурних взаємодій. На особливу увагу в цьому контексті заслуговують такі аспекти свідомості: 1) тенденція до етноцентризму – схильність негативно оцінювати представників іншої культури крізь призму власної культури; 2) стереотипізація етнічної свідомості, що виявляється у формуванні спрощених образів представників своєї та інших культур; 3) упередження як результат селективних (обраних) включень у процес міжкультурних контактів, у тому числі чуттєвого сприйняття, негативного минулого досвіду тощо.

Ці явища особливо важливі як потенційні бар'єри міжкультурних взаємодій на перших стадіях інтеракції в ситуації неповної інформації про особистості партнерів. Очікування більшого ступеня відмінностей між представниками різних культур порівняно з членами власної групи призводить до тенденції обмеження інтеракцій з чужими. Відмежовуючись від нової інформації, людина лише посилює упередження і втрачає можливість усвідомлення хибності деяких стереотипів [233, с.434].

У контексті навчання ІМ цікавою є перш за все та обставина, що набір поведінкових стереотипів, що був вироблений в ході історичного розвитку певною мовною спільнотою, знаходить своє втілення у певних мовних формах. Використання або невикористання мовцем цих форм у процесі комунікації відразу ж показує, «хто свій, а хто чужий», що відбивається на тональності (а іноді й результатах) спілкування. Отже, філологи визначають стереотип як стійку схему мовленнєвої поведінки комунікантів у типізованих

ситуаціях дискурсу на основі стереотипного образу комунікативної поведінки, що відображається у вигляді ментально-лінгвального уявлення [98, с.179; 194].

Стереотипи поведінки являють собою інваріанти діяльності, в тому числі мовленнєвої, вони визначають поведінку (в тому числі вербальну) в тій чи іншій комунікативній ситуації. У свідомості стереотипи поведінки зберігаються в формі штампів і виконують роль канону/еталону, якого необхідно дотримуватись.

Все вищесказане дозволяє зробити висновок, що при формуванні соціокультурної компетенції тих, хто навчається, ми насамперед повинні забезпечити опанування ними тих стереотипів комунікативної поведінки, які властиві цільовій культурі та цільовій мовно-культурній спільноті. Однак, саме цей аспект навчання залишається поза увагою на заняттях з ІМ, особливо у немовних ВНЗ. Результатом нерідко є виникнення «культурного шоку» під час перебування в іншомовному середовищі. Як зазначають вітчизняні [171; 96; 142; 21 та ін.] та зарубіжні [261; 267] учені, культурний шок спричиняється перш за все незнанням норм поведінки у незнайомій культурі.

У цьому плані важливо розрізнити поняття «лінгвістичного» і «культурного» шоку. «Культурний шок виникає під час знайомства з чужою культурою, з елементами якої відбувається порівняння нових фактів. Лінгвістичний шок можливо визначити як стан подиву, сміху чи ніяковості, що виникає у слухача при спілкуванні з носієм іноземної мови, коли він чує в іноземному мовленні мовні елементи, що звучать його рідною мовою дивно, смішно або непристойно» [15]. Сучасні дослідники [21; 96; 261 та ін.] виділяють три різновиди культурного шоку, а саме: культурний шок як результат недостатнього володіння мовним і мовленнєвим аспектами мови, культурний шок як результат специфічних міжособистісних стосунків, прийнятих у новому суспільстві та культурний шок як результат протиріч

між системою цінностей і нормами повсякденного життя, прийнятих у новому суспільстві та суспільстві індивіда [21, с.57].

Вперше явище «культурного шоку» було описане американським антропологом К. Оберг (K. Oberg) у 1954-1960 роках ХХ сторіччя [261]. Учений досліджував проблеми психологічного впливу нового культурного середовища на людину. Він розглядав цей вплив як такий, що насамперед характеризується почуттями розгубленості, тривоги та заперечення. Розглядаючи «культурний шок» як хворобу, що має власні симптоми, стадії та потребує відповідного лікування, К. Оберг описав такі етапи пристосування людини до нового культурного середовища: 1) «*Медовий місяць*» – відчуття оптимізму та захоплення; 2) «*Ворожість*» – емоційне стереотипізоване ставлення до нового суспільства, спілкування з «товаришами по нещастю»; 3) «*Одужання*» – набуття мовної та культурологічної компетенції; 4) «*Усунення розгубленості*» – прийняття та пристосування до нових традицій.

Ця теорія набула розвитку в дослідженнях послідовників К. Оберг (Y.Y. Kim [238; 239], D. Hart, M.Sobre [274]) і з того часу стала складовою сучасних наукових дискусій у сфері міжкультурної комунікації, де все більше підкреслюється важливість психологічного пристосування до умов іншої культури. Крім цього, сучасні дослідники визначають ще одну стадію культурного шоку – «*зворотний культурний шок*» при поверненні до рідної країни. Це відбувається внаслідок того, що людина пристосовується до нового культурного середовища і при поверненні додому по-іншому сприймає реалії та традиції рідної країни, в результаті чого знову відчуває шок.

На сьогоднішній день визначають такі симптоми культурного шоку: відчуття смутку, самотності, меланхолії; надмірна турбота про здоров'я; поява різних захворювань та алергій; зміни у темпераменті, виникнення депресії, почуття вразливості та безсилля; відчуття злості, дратівливості,

незадоволення, небажання взаємодіяти з іншими; ідентифікація себе як представника рідної культури або ідеалізація рідної культури; втрата індивідуальності; надмірні спроби сприйняти все, що пов'язано з новою культурою; нездатність вирішувати прості проблеми; втрата впевненості; почуття неадекватності або небезпеки; формування стереотипів щодо нової культури; формування упереджень, наприклад, надмірна потреба в чистоті; смуток за сім'єю; почуття розгубленості, переслідування, відчуття наруги над собою [179, 157].

Дослідники підкреслюють, що для мінімізації відчуття «культурного шоку» та прискорення адаптації до умов іншого культурного середовища, людині необхідно не лише працювати над собою (тобто знайти хобі, розвивати в собі оптимістичне ставлення до оточуючих, терпимість, навчитися розслаблятися і почати займатися фізкультурою), але й обов'язково підтримувати контакт з представниками рідної культури (що має усунути почуття самотності та «інакшості») та не уникати контактів з представниками нової культури, що допоможе не лише покращити знання ІМ, а й наблизитися до розуміння менталітету жителів нової країни і налагодити стосунки. Для того, щоб ефективно пристосуватися до нових умов життя і подолати культурний шок, людина має прийняти цінності нової культури, не заперечуючи цінності та традиції рідної культури. Для цього їй необхідно відкрити себе для сприйняття нового культурного середовища, не ідеалізувати рідну країну та виробити в собі неупереджене ставлення до представників нового середовища. Лише за умови такої відкритості й готовності неупереджено сприймати інший стиль життя, розуміння і толерантного ставлення до відмінностей в комунікативній поведінці представників рідної та чужої культури людина може стати дійсно полікультурною особистістю.

Можливо виділити основні фактори, що призводять до культурного шоку, та розподілити їх на два типи: зовнішні та внутрішні.

До *зовнішніх факторів* належать: 1) вплив довкілля: побутові відмінності, реалії, що є виявом особливостей світосприйняття і самовираження представників різних культур, спричиняють виникнення не лише смутку за рідною країною, де все здається таким близьким, але й посилюють почуття інакшості у «чужинців»; 2) стереотипізоване уявлення представників нової країни про «чужинців», підкреслення різниці в процесі комунікації, ввічливе, але відсторонене ставлення; 3) відмінності світосприйняття представників різних культур, виражених вербально і невербально, що призводить до невдач під час комунікації.

До *внутрішніх факторів* можливо віднести: стереотипне й упереджене ставлення до представників нового культурного середовища; надмірні спроби пристосуватися до умов іншомовного середовища, відмова від цінностей рідної культури; заперечення потреби у психологічній допомозі, нерозуміння власного стану здоров'я, психологічна закритість до впливу довкілля; погане знання ІМ, незнання реалій іншомовного культурного середовища, неможливість порозумітися з його представниками.

Слід зазначити, що ці вищевказані фактори можуть виникати не лише під час довгострокового, але й у разі короткострокового перебування за кордоном. Саме тому культурному шоку можливо запобігти лише за умови володіння стереотипами комунікативної поведінки, властивими носіям цільової мови. Ці стереотипи знаходять своє матеріальне втілення у стандартах комунікативної поведінки, прийнятих у цільовій соціокультурній спільноті.

Термін *стандарти комунікативної поведінки* було запропоновано О.Б.Тарнопольським і Н.К.Скляренко одночасно з терміном *етикет комунікативної поведінки* [171, с.23; 15] для позначення явища відтворення під час комунікації *стереотипів*, набутих у процесі життя в певному культурному середовищі. Дослідники наводять такі визначення цих понять. Якщо *етикет* у цілому визначається як фактор, що регулює поведінку в

стандартних ситуаціях культур певних націй, а **мовленнєвий етикет** – це комплексна система одиниць певної етнічної мови, що вживаються за правилами мовленнєвої поведінки в стандартних ситуаціях субкультур [79, с.6], то **етикет комунікативної поведінки** – це поведінка, що відповідає соціально, культурно, історично й традиційно встановленим комунікативним стереотипам поведінки у стандартних ситуаціях людського спілкування і комунікації [171, с.15]. Саме цей етикет складається з наборів стандартів такої поведінки як матеріального втілення стереотипів, наявних у свідомості людей.

**Стандарти повсякденної комунікативної поведінки** (тут і далі – СПКП), які є предметом дослідження, можуть визначатися як стандарти поведінки людей у повсякденних стандартних життєвих ситуаціях для досягнення повсякденних стандартних життєвих цілей (наприклад, як стояти в черзі в тій чи іншій культурі, на якій відстані спілкуватися з людьми тощо) [171, с.23]. О.Л. Красковська вводить також термін **моделі комунікативної поведінки**, визначаючи їх як одиниці навчання етикетної комунікативної поведінки, що вміщує в собі певні лінгвістичні характеристики та відображає культуру поведінки носіїв мови відповідно до ситуації і умов міжкультурного спілкування [96, с.4]. У свою чергу М.Л. Писанко під стандартом комунікативної поведінки розуміє одиницю навчання етикетної поведінки, що вміщує певні лінгвістичні характеристики і відображає культуру поведінки носіїв мови відповідно до ситуацій і умов міжкультурного спілкування [143, с.5]. Ми пропонуємо визначати ***стандарти комунікативної поведінки як підсвідомий прояв культурної приналежності в ситуаціях реального спілкування, що актуалізується в процесі комунікації з представниками іншої культури.***

Такі стандарти комунікативної поведінки (тут і далі – СКП) можуть бути **вербальними і невербальними**. Як зазначають О.Б.Тарнопольський і Н.К.Скляренко, до вербальних стандартів належать всі випадки вибору

лексики, граматики та інтонації залежно від того, з ким говорить мовець, в якій ситуації та з якою метою. До них належать усі випадки наявності альтернативних лінгвістичних способів вираження одного значення, коли вибір між двома (або більше) альтернативами під час комунікації регулюється не лише мовними нормами, але й нормами етикету соціальної поведінки. Стандарти комунікації, створені такими нормами, є стандартами комунікативної поведінки, оскільки вони відтворюють прийняті способи соціальної поведінки, хоча самі стандарти є виключно вербальними [171].

Те, що ці стандарти є винятково вербальними не означає, що в них немає невербального компонента. Наприклад, стандарти привітання зазвичай містять посмішку (невербальний компонент). Але у цьому випадку вербальний аспект домінує, а невербальні аспекти є необов'язковими або фоновими. Тому такий стандарт комунікативної поведінки мовця належить до вербальних. Прикладами вербальних стандартів комунікативної поведінки можуть слугувати стандартні запитання-відповіді при зустрічі. В англomовній країні на запитання "How are you?" прийнято відповідати "Fine, thank you", незалежно від того, як насправді йдуть справи. Більш детально про реальний стан справ в англomовному середовищі прийнято розповідати лише в дуже особистій бесіді. В Україні запитання «Як справи?» може викликати безліч варіантів відповідей – від «Прекрасно!» до «Гірше не буває» – причому відповідь більше залежить від психологічного стану людини, ніж від ступеня її близькості з тим, з ким вона спілкується.

Невербальні СКП полягають у наданні соціально і культурно зумовлених повідомлень виключно невербальними засобами. Це не означає, що в цій категорії повністю відсутній вербальний компонент. Такий компонент може бути, але він не є домінуючим. Прикладом невербального стандарту поведінки може бути потискання рук при зустрічі. У США серед чоловіків не прийнято потискати руки при кожній зустрічі, як це роблять українці. Здебільшого чоловіки потискають один одному руки під час



першого знайомства або при успішному завершенні переговорів, при підписанні угоди тощо. Так само серед носіїв англійської мови не прийнято торкатися один одного під час комунікації (якщо, звичайно, це не є інтимним спілкуванням близьких людей), як це часто трапляється серед українців, зокрема під час дружніх зустрічей. Останні два приклади пояснюються підвищеною увагою носіїв англійської мови до їх приватності, що виявляється як у вербальному плані, наприклад, уникненні особистісно-інтимних тем спілкування, чітке розмежування дружніх і ділових стосунків, так і в невербальному дистанціюванні, наприклад, підвищеній увазі до збереження особистого простору під час спілкування.

Ще одним яскравим прикладом невербального засобу спілкування є посмішка. Досліджуючи посмішку як культурний феномен, М.А.Токарева [175, с.3,12] відзначає, що як один з елементів міміки, посмішка є культурно обумовленим конвенціональним знаком-жестом, що виконує певні функції в комунікації. У кожній культурі сформувалися власні правила використання посмішки, а також ставлення до посмішки як до феномена життя людини, що має певне символічне значення. Порівнюючи посмішку в американській, англійській та російській культурах, дослідниця підкреслює, що значення *формальної посмішки* (тобто посмішки, що має місце в ситуаціях спілкування незнайомих один з одним людей) відрізняється в російській і західних культурах. Так, в англійській та американській культурах посмішка означає відсутність агресивності, приналежність до одного соціуму, зацікавленість у комунікації, готовність до співробітництва, готовність допомогти, повагу і прислужливість, соціальний успіх, певний рівень, добробут. У російській культурі посмішка означає несерйозність, а також відвертий вияв гарного настрою, особливе ставлення до співрозмовника, загравання, перехід до більш особистих стосунків, насмішку і критику, іноді хитрість (обман), знак поваги до особи більш високого соціального статусу.

«Комерційна» посмішка, що з'явилась у Росії в наш час, має властиве західній культурі значення зацікавленості в комунікації.

Вивчення невербальних СКП є необхідним для успішної комунікації, оскільки, якщо комунікант дотримується них, люди, з якими він спілкується, сприймають його як «свого» (інсайдера), а якщо ні – його сприйматимуть як «чужака» (аутсайдера).

Невербальний аспект спілкування розглядався сучасними психологами [5; 78; 141], антропологами [184; 227; 228; 231], але до недавнього часу залишався поза увагою методистів. Лише нещодавно з'явилися дослідження [157; 95], присвячені навчанню особливостей невербальної поведінки в процесі формування іншомовної комунікативної компетенції.

Досліджуючи особливості навчання невербальних аспектів комунікативної поведінки в контексті формування іншомовної комунікативної компетенції, С.В.Соколова до паралінгвістичних засобів, яких доцільно навчати використовувати в усному спілкуванні англійською мовою, відносить контакт очей, вираз обличчя, відстань (проксемику), позицію, жести (кінесіку) [157, с.16].

Як вважає Ч.Х'юбер, мова тіла як така має на увазі повідомлення, складені за допомогою жестів, поз і положень тіла, виразу обличчя, а також дотиків і міжособистісних контактів. За допомогою цієї мови можливо передавати почуття і ставлення, що мають величезне значення у стосунках людей. В деяких випадках така форма спілкування може служити заміником усного мовлення. Проте, сприйняття символів мови тіла, як правило, відбувається не за принципом дослівного перекладу, а на більш глобальному рівні [157, с. 12-13]. При цьому психологи [5; 78; 113] підтверджують, що під час акту комунікації невербально передається більше 50% повідомлення. Отже, можна зробити висновок про важливість, обов'язкового навчання не лише вербальних СКП, а й невербальних компонентів, тобто паралінгвістичних засобів комунікації, які і є невербальними СКП. Їх

навчання має здійснюватися одночасно з вивченням вербальних СКП в процесі формування ІКК на заняттях з ІМ, хоча може бути і відокремленим, оскільки невербальні СКП пронизують усю комунікацію.

Як зазначає О.Л. Красковська, вагомість оволодіння вербальними і невербальними моделями (стандартами) комунікативної поведінки полягає в тому, що без них людина стає майже безпорадною в самих простих ситуаціях, пов'язаних з організацією свого повсякденного побуту й функціонування, вона припускається помилок і поводитьсь безтактно у контакті з людьми, в неї виникає безліч проблем із користуванням міським транспортом, під час покупок у магазині, при звертанні до банку тощо. Це рідко трапляється з носіями мови, які мешкають у своїй власній культуро-мовній спільноті, однак з іноземцями, які хоч і володіють мовою цієї культуро-мовної спільноти, різноманітні ляпсуси, особливо у спілкуванні в соціально-побутовій сфері, трапляються постійно [97, с. 19]. Слід підкреслити, що без знання вербальних і невербальних СПКП неможливо виїжджати за кордон навіть у ділових цілях, оскільки в людини виникатимуть труднощі у забезпеченні своїх звичайних, повсякденних потреб, оскільки носії мови, як зазначає М.Л. Писанко, болісно реагують на порушення соціально закріплених стереотипів спілкування, притаманних їхній культурі [143, с.5]. Н.С. Жданова підкреслює, що професійно орієнтована міжкультурна комунікативна компетенція – це здатність фахівця до кваліфікованої професійної діяльності ІМ у приватній, суспільній, професійній та освітній сферах спілкування в багатонаціональному суспільстві, а також шляхом використання невербальних (формул, графіків, жестів, міміки) засобів спілкування у контексті цільової культури, яка забезпечується сукупністю знань, навичок і вмінь на базі відповідних мотивів, інтересів та настанов особистості [72, с.19].

Таке знання є особливо важливим для спеціалістів, оскільки їм доведеться виїжджати за кордон для проведення ділових переговорів, а це

потребує від них здатності забезпечувати себе у побутовому плані і вести повсякденне культурно устандартнене спілкування. Оскільки фактором, що істотно і негативно впливає на успішність комунікації, є стереотипне ставлення представників різних культур один до одного, навчання СПКП спрямоване на вивчення **стилю життя** представників іншокультурного середовища, вироблення в них розуміння та етнотолерантного ставлення до відмінностей у реаліях різних культурних середовищ, психологічної відкритості до сприйняття нових звичаїв, інформації та поглядів, що можуть суперечити їхнім власним поглядам. Це є основним етапом у вихованні студентів як полікультурних особистостей, що здатні ефективно проводити міжкультурну комунікацію і швидко адаптуються до умов іншомовного культурного середовища. За Загальноєвропейськими Рекомендаціями [75; 228], міжкультурні вміння і навички включають: здатність привести до спільного знаменника рідну й іноземну культури; культурну чутливість, здатність визначати і використовувати різні стратегії для контакту з представниками інших культур; виконувати роль культурного посередника між рідною культурою та іноземною, успішно долати міжкультурні непорозуміння і конфліктні ситуації; долати стереотипи у стосунках.

Запорукою успішності будь-якої ділової комунікації є не лише знання мови і предмета спілкування, а й позитивне, неупереджене ставлення до іншомовних партнерів по комунікації, культурно обумовлених аспектів їх вербальної та невербальної поведінки, відтворених у стандартах такої поведінки. Саме опанування цих стандартів повинно створювати **фокус** формування іншомовної соціокультурної компетенції тих, хто навчається на I курсі немовного ВНЗ.

Як зазначалося вище, особливий інтерес у цьому плані представляють СПКП американців, яких ми навчали студентів у ході дослідження. Слід нагадати, що О.Б.Тарнопольський [279, с. 91-98] особливо підкреслює значущість американського варіанту англійської мови саме для навчання англомовного ділового спілкування, зважаючи на провідну роль США у міжнародних ділових стосунках сьогодення.

## ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1

1. Процес навчання ІМ має бути органічно інтегрованим з вивченням культури відповідного іншомовного соціуму. Враховуючи комплексність і різнобічність поняття культури, слід виділити два види культури, що мають обов'язково вивчатися одночасно з вивченням ІМ у немовному ВНЗ економічного профілю – культуру повсякденного спілкування і культуру ділового спілкування.

2. Вивченню культури ділового спілкування повинно обов'язково передувати вивчення культури повсякденного спілкування, оскільки людина, що не може задовольнити власні щоденні побутові потреби в іншомовному суспільстві внаслідок незнання культурно обумовлених особливостей світосприйняття носіїв ІМ, не зможе ефективно здійснювати й міжкультурну ділову комунікацію.

3. Для ефективного навчання культури необхідно насамперед сформувати у тих, хто навчається, розуміння та неупереджене ставлення до психологічних стереотипів комунікативної поведінки, характерних для носіїв ІМ цільового культурного соціуму.

4. Поведінковим проявом таких стереотипів є СКП, у яких матеріалізується культурно обумовлене світосприйняття представників іншомовного соціуму та які пронизують усі сфери людської діяльності – від повсякденної й побутової до ділової.

5. СПКП є об'єктом формування СКК на I курсі ВНЗ. Їх вивчення, як і вивчення загальної англійської мови, повинно передувати вивченню стандартів ділової комунікативної поведінки в контексті вивчення ділової англійської мови.

6. СПКП, яким слід навчати студентів немовних спеціальностей, мають вербальні та невербальні компоненти. І тим, й іншим необхідно навчати одночасно на початку вивчення студентами англійської мови у ВНЗ. При цьому невербальні СПКП можуть відокремлюватися у процесі навчання,

оскільки вони «пронизують» усю комунікацію, в тому числі самі вербальні СПКП.

7. Навчаючи СПКП у курсі англійської мови для студентів немовних спеціальностей, доцільно спиратися на СПКП, характерні для США. Це пов'язано з особливим статусом цієї країни у світовому економічному просторі, що впливає на провідний статус американського варіанта ділової англійської мови в міжнародному діловому спілкуванні.

## **РОЗДІЛ 2. МЕТОДИЧНА МОДЕЛЬ НАВЧАННЯ СТУДЕНТІВ І КУРСУ НЕМОВНИХ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ СТАНДАРТІВ ПОВСЯКДЕННОЇ КОМУНІКАТИВНОЇ ПОВЕДІНКИ**

### **2.1. Мета, завдання та принципи навчання стандартів повсякденної комунікативної поведінки**

Основну загальну мету навчання студентів стандартів англomовної комунікативної поведінки можна сформулювати як **виховання полікультурної особистості, що здатна адекватно і толерантно реагувати на відмінності рідного та іншомовного культурного середовища, ефективно досягати мети міжкультурної комунікації**. Варто зауважити, що в контексті цієї роботи використовуватимемо поняття «етнотолерантності», що більш співвідноситься з метою дослідження. Як зазначає Ю.П. Івкова [80], поняття «толерантності» та «етнотолерантності» мають низку спільних і відмінних ознак. Специфіка поняття «етнотолерантність» полягає в тому, що по-перше, вона розуміється як вид толерантності, в основі якої – прийняття «інакшого», обумовленого приналежністю до іншої етнічної групи. По-друге, толерантність може розглядатися як риса особистості, що характеризує весь спектр особистісних проявів, тоді як етнічна толерантність розуміється як комплекс установок стосовно іншої (інших) етнічних груп. Виходячи з цього, толерантність як особистісна риса є стабільнішою характеристикою, а етнічна толерантність чи її відсутність, що обумовлена як внутрішніми, так і зовнішніми факторами, легше піддається змінам. Ю.П. Івкова визначає етнотолерантність як соціально-психологічну характеристику, що проявляється в ступені прийняття/неприйняття представників різних етнічних груп і виділяє такі її структурні компоненти:

- когнітивний – уявлення про інші етнічні групи, їх культуру, міжетнічні відношення, знання про феномен толерантності, права людей незалежно від їх етнічної приналежності;
- емоційний – ставлення до інших етнічних груп;
- поведінковий – конкретні акти толерантного/ нетолерантного реагування, що проявляються у прагненні до спілкування/дистанціювання/ демонстрації агресії стосовно представників інших етнічних груп [80, 12].

Саме тому основна увага дослідженні приділялася вихованню у студентів етнотолерантності до представників англомовного культурного середовища, з урахуванням усіх структурних характеристик вказаного поняття.

Беручи до уваги усе зазначене вище, конкретні завдання навчання СПКП, спрямовані на досягнення поставленої мети, можливо сформулювати таким чином:

- 1) виховання у студентів толерантного ставлення до особливостей світогляду представників іншої культури;
- 2) навчання студентів уникненню «комунікативних пасток» і зведенню до мінімуму симптомів «культурного шоку» в майбутньому;
- 3) усунення можливих помилок при спілкуванні з представниками іншої культури, визначення способів виходу з культурно-конфліктних ситуацій;
- 4) виховання у студентів здатності розпізнавати й адекватно реагувати на невербальні культурно обумовлені складові комунікації.

Реалізація вищевказаних завдань потребує:

- 1) використання спеціально відібраних автентичних інформативних текстів і наочних матеріалів, включаючи відео, що містять інформацію про СПКП американського культурного середовища, та відповідних пояснень викладача;
- 2) виконання спеціально розробленої системи вправ, спрямованої на порівняння СПКП українців та американців;



- 3) моделювання і програвання ситуацій, у яких реалізуються СПКП американців, з огляду на культурно-толерантний підхід;
- 4) здійснення студентами самостійного пошуку інформації про СПКП, прийняті у США, за допомогою мережі Інтернет;
- 5) використання спеціальних тестових завдань та розроблення критеріїв оцінювання сформованих умінь.

Для навчання СПКП вважаємо за доцільне використовувати такі форми навчальної діяльності і засоби навчання: читання інформативно-пізнавальних текстів, використання наочності та відеоматеріалів, рольових ігор, мережі Інтернет, написання творів, виконання тестових завдань різних типів. Обґрунтуємо такий вибір.

Для ефективного навчання студентів СКП важливим є впровадження відповідних засобів навчання, які К.С. Кричевська називає «прагматичними матеріалами», оскільки за умови введення національно-культурного компонента до змісту навчання іноземної мови необхідні відповідні засоби для його засвоєння [99, с.13, 17]. Було виділено такі ефективні форми навчальної діяльності, матеріали і засоби формування у студентів розуміння і вмінь використання СПКП, притаманних США, на заняттях з англійської мови: 1) належним чином розроблені матеріали – інформативно-пізнавальні тексти (їх визначення надається далі); 2) предмети наочності: фотографії, предмети вжитку, відеоматеріали; 3) мережа Інтернет; 4) рольові ігри; 5) короткі твори; 6) тестові завдання різних типів.

Вибір саме таких матеріалів і засобів навчання зумовлено тим, що, з одного боку, вони можуть зробити СКП зрозумілими і наочними для студентів (використання інформативно-пізнавальних текстів, предметів зорової наочності, відеоматеріалів), а з іншого боку, буде забезпечений пошуковий, проблемний характер навчальної діяльності та комунікативна практика в засвоєнні СКП (пошук в Інтернеті, проведення рольових ігор).

Крім того, з'явиться можливість забезпечити творче усвідомлення засвоєного (написання коротких творів) та перевірити засвоєння (тести).

Значення **інформативно-пізнавальних текстів** у формуванні іншомовної СКК неможливо переоцінити. Як зазначає Н.Ю. Філімонова, враховуючи, що художній текст є формою існування культури, що в літературному творі відображений досвід мовленнєвої особистості певної національно-культурної спільноти, викладач повинен будувати роботу з художнім текстом так, щоб вона сприяла одночасному співвивченню фактів мови і культури [182, с.40]. Це твердження може стосуватися практично всіх видів текстів, і особливо інформативно-пізнавальних, спрямованих насамперед на надання читачеві саме культурологічної інформації.

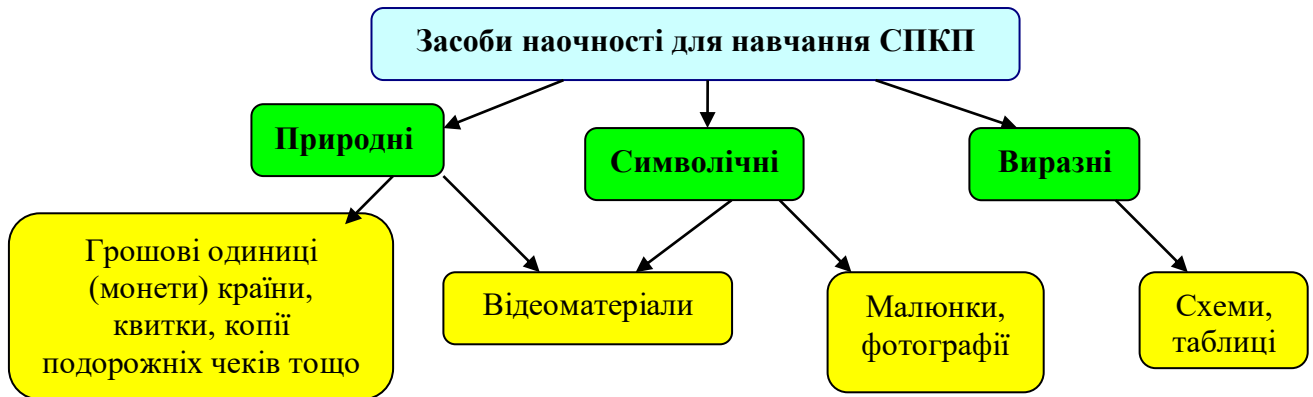
У контексті дослідження інформативно-пізнавальні тексти визначаються як англomовні науково-публіцистичні або науково-популярні тексти, що містять інформацію про стандарти повсякденної комунікативної поведінки в країні, мову якої вивчають, у різних комунікативних ситуаціях.

З огляду на специфіку цієї роботи та для забезпечення реалізації дидактичного принципу посильності як навчальний текстовий матеріал нами було відібрано не художні, а інформативно-пізнавальні тексти. Саме на їхній основі побудовані укладені нами навчально-методичні матеріали, які будуть детально розглянуті в наступному розділі. Це забезпечує можливість дати максимальну кількість культурознавчої інформації, експліцитно вираженої у текстах такого типу. На думку Н.О. Михальчук, не викликає сумніву той факт, що на заняттях з ІМ неможливо створити повної об'єктивної картини іншомовного світу та його культури. Але все ж не слід недооцінювати можливість змоделювати світ іншомовної культури з тією чи іншою мірою повноти й комплексності [127, с.143]. Тому читання інформативно-пізнавальних текстів з метою ознайомлення з СПКП, характерними для представників іншомовного культурного середовища, дає можливість

використання отриманої за допомогою цих текстів інформації під час моделювання комунікативних ситуацій на післятекстовому етапі.

Як підкреслюють психологи, якість засвоєння матеріалу залежить від кількості аналізаторів, що беруть участь у його сприйнятті. Це пояснюється тим, що об'єкти, які вивчаються, впливають на учнів різними своїми сторонами і якостями, а кожен окремий аналізатор здатен виділяти і трансформувати у нервовий процес лише один вид енергії. Таким чином використання різних **видів наочності** на уроці є необхідною умовою успішного опрацювання і засвоєння теоретико-літературних понять [38, с.231-232]. У процесі розвитку теорії наочності вчені-педагоги Н.Д. Нікіфорова, В.І. Євдокімова та ін.. неодноразово робили спроби класифікувати наочні засоби за різними ознаками. Е.Г. Мінгазов поділяє засоби наочності на два види – образні (природні, об'ємні, графічні) та необразні (схеми, таблиці, формули) [121, с.18-25]. Залежно від способу відображення дійсності засоби наочності поділяються на 1) природні (реальні об'єкти), 2) виразні (малюнки, макети, муляжі), 3) символічні (схеми, таблиці, графіки, формули) [70]. Н.Д. Нікіфоров та С.Ф. Складенко побудували класифікацію видів наочності на основі змісту (виразна та умовна наочність) і форми (саморобні, друковані, екранні) [130]. Таким чином, єдиної узгодженої класифікації засобів наочності в методиці не існує до цього часу. Наочність, що використовується в процесі навчання студентів І курсу немовного ВНЗ СПКП у США можливо представити у вигляді рис 2.1.1.

Для досягнення мети розвитку вмінь розуміння й використання СПКП у контексті формування СКК на заняттях з ІМ і, особливо, для формування навичок невербального спілкування, використання різноманітних засобів наочності є абсолютно необхідним. Студенти обов'язково повинні **побачити** реалізацію СПКП носіями мови, інакше їх засвоєння буде схоластичним, ніяк не пов'язаним з реальним життям.



*Рис. 2.1.1. Види наочних засобів для навчання стандартів комунікативної поведінки у США*

Саме тому при розробці навчальних матеріалів особливу увагу необхідно приділяти використанню засобів **символічної** наочності, тобто фотографій, малюнків, схем і таблиць. Тим самим значно покращується сприйняття та розуміння соціокультурної інформації. Крім цього, одним з елементів динамічної наочності є також відеоматеріали, але з огляду на їх специфіку, вони розглядаються окремо.

Характеристики СПКП найкраще сприймаються за допомогою відеоматеріалів, переглядаючи які, студенти мають можливість побачити, яким саме чином використовуються ті чи інші аспекти цих стандартів у реальній ситуації спілкування. Це змушує виділити відеоматеріали в окрему категорію серед інших наочних засобів. Незалежно від того, що автентичні фільми не призначені для освітніх цілей, як зазначає Дж. Лонерган (J. Lonergan), їх можливо використовувати на заняттях іноземної мови з такою ж ефективністю як інші реалії, такі як газетні статті, фотографії з журналів або записи популярних пісень. Вони є реальними та важливими для учня, оскільки за їх допомогою він краще усвідомлює реальні ситуації спілкування мовою, що вивчається [252, с.8].

Кожен з відеоепізодів, запропонованих студентам для перегляду, повинен містити ситуації, які найтяжче описати без наочного пояснення. Перед переглядом відеосюжету викладачеві необхідно вказати на його особливості та звернути увагу студентів на ті аспекти поведінки в іншомовному середовищі, які становлять особливе значення для засвоєння теми заняття. Крім цього, використання відеоматеріалів під час навчання значно підвищує зацікавленість студентів не тільки у предметі, який вивчається, а й у культурі та СКП представників іншомовного середовища, що допомагає досягти мети навчання таких стандартів. Як показує практика, при перегляді фільмів іноземного виробництва, студенти починають самі звертати увагу на ті елементи поведінки та стилю життя, що не привертали їхню увагу до початку вивчення предмета.

На думку Дж.Лонергана, важливою характеристикою відеофільмів є їх здатність представляти комунікативну ситуацію в цілому. Комбінація звуку і зображення є динамічною, миттєвою і доступною. Це означає, що процес комунікації можливо показати у контексті, а багато факторів комунікації з легкістю можуть сприйматися глядачами (у нашому випадку – тими, хто вивчає іноземну мову) [252, с.4]. Використання автентичного відео на заняттях може надати студентам можливість оцінити середовище, з яким вони стикатимуться під час перебування у країні, мову якої вони вивчають. При цьому увага студентів до невербальних аспектів поведінки при перегляді відеофільмів значно посилюється.

За останні десятиріччя **Інтернет** став невід'ємною частиною життя сучасної людини, що дає широкі можливості спілкування з представниками інших країн і створює сприятливе підґрунтя для діалогу культур.

Питаннями використання Інтернету в освітніх цілях на сьогоднішній день займаються багато дослідників [73; 94; 284 та ін.]. Усі вони підкреслюють важливість комп'ютерної мережі для формування СКК студентів, вагомість її використання для забезпечення індивідуальної і

самостійної роботи з ІМ та високого рівня автономії студентів у процесі навчання.

Інтернет є величезним і постійно оновлюваним ресурсом отримання екстралінгвістичної інформації про країну, мову якої вивчають, а самостійний пошук студентами такої інформації робить процес навчання різноманітним та захоплюючим.

Як зазначають З.Л.Жовнірук і Г.Т.Ісаєва, Інтернет робить реальністю мрію кожного викладача іноземних мов – якомога повніше ввести до студентів в аудиторію мову і культуру певних народів. Електронна пошта дозволяє студентам підтримувати зв'язки з носіями мови, спонукає їх до діалогу з ними. Особливо корисною і результативною є робота з Інтернетом у тому випадку, коли для цього є досить вільного часу та немає проблем з доступом [73, с.249]. Виходячи з цього, а також з того, що робота з Інтернетом забезпечує задоволення принципу автономності навчальної діяльності і є надзвичайно ефективним засобом формування СКК в позаурочний час, комп'ютерні технології можна використовувати для самостійного пошуку студентами додаткової інформації щодо стандартів комунікативної поведінки в мережі в позаурочний час. Інтернет також дає можливість студентам спробувати самостійно проаналізувати відмінності й подібності рідної та іноземної культур, стандартів поведінки, проявити ініціативу й відчути себе справжніми дослідниками, відшуковуючи та аналізуючи відповідну інформацію.

**Рольові ігри** є надзвичайно ефективним засобом навчання іноземної комунікації в цілому, і стандартів комунікативної поведінки як її складової зокрема. Засвоєння СПКП є найефективнішим у процесі моделювання студентами такої поведінки. Адже, як вважає Г.А.Чередниченко, ігровий підхід до організації навчання містить у собі великі можливості для стимулювання рефлексивної діяльності студентів. Програвання ролі, пошук виходу з запропонованої комунікативної ігрової ситуації, аналіз ходу гри й

досягнутих результатів сприяє тому, що студенти усвідомлюють себе, свої власні дії, переживання, прийоми саморегуляції, нові утворення, що виникають в пізнавальному і комунікативному досвіді [192, с.531].

Рольові ігри передбачають умовне відтворення практичної діяльності представників тієї чи іншої мовної спільноти. Найважливішими характеристиками рольових ігор є: імпровізаційне виконання ролей, умовність ситуацій, у яких проходить гра, їх соціальний характер; наявність рольових очікувань; стимуляція колективно-індивідуального спілкування, створення умов для розкриття творчих здібностей [174, с.196].

У процесі проведення рольової гри імітування природної та невимушеної атмосфери сприяє виникненню у студентів психологічної розкнутості, забезпечує умови для того, щоб студенти мали змогу продемонструвати свої творчі здібності у повній мірі [88, с.404]. Як наслідок посилюється вмотивованість студентів до вивчення іноземної мови в цілому і допомагає не лише вивчити, але й «програти» вивчений матеріал, опановуючи СКП у штучно створеному іншомовному культурному середовищі.

Розробляючи методичні матеріали до рольових ігор необхідно дотримуватися принципу комунікативної спрямованості. Тому для навчання СКП серед завдань, запропонованих студентам для виконання, повинні бути такі, у яких пропонується не лише розіграти певні ситуації, але й створити свої власні, моделюючи правильну і неправильну поведінку в іншомовному середовищі. Це значно покращує засвоєння матеріалу, оскільки процес гри є максимально наближеним до умов реальної комунікативної ситуації. Адже, як зазначає С. Крамш, інтеграція мови і культури в межах діалогу забезпечує задоволення справжньої освітньої мети, якою довго нехтували в процесі навчання іноземних мов [241, с.31].

**Письмо (написання коротких творів)** є важливим, оскільки саме воно дає змогу студентам узагальнено викласти і тим самим найкраще усвідомити й підсумувати своє розуміння СПКП, що вивчалися.

Поглиблене розуміння і усвідомлення, що досягаються завдяки письму, сприяють кращому запам'ятовуванню, а тим самим підвищується вірогідність правильного реагування на культурно зумовлені фактори в реальних ситуаціях комунікації. У процесі навчання СПКП на початковому етапі студенти мають написати твір в опорі на комунікативну ситуацію. Таким чином не лише покращується засвоєння матеріалу певного заняття, але й розвиваються вміння логічного структурування і узагальнення інформації про СПКП.

Проблема **тестування** СКК як складової ІКК до цього часу залишається актуальним питанням методики навчання ІМ. Незважаючи на те, що тестуванню присвячено багато вітчизняних і зарубіжних досліджень, виокремлення складових СКК (до яких, як вже зазначалося вище, належать вербальні та невербальні стандарти комунікативної поведінки) як об'єкту окремого тестування є досить проблемним завданням.

Вирішення цього завдання можливо завдяки застосуванню концепції «прагматичного тестування», що розроблялася ще в 70-х рр. ХХ сторіччя. Вона передбачає використання інтегральних тестів, спрямованих на перевірку не одного аспекту чи вміння, а їх сукупності. Як зазначають І.А.Раппопорт, Р.Сельг, І.Соттер, головними критеріями прагматичних тестів є те, що 1) вони повинні вимагати від того, хто навчається, використовувати природний контекст у мовленнєвій послідовності; 2) вони повинні вимагати розуміння і продукування значущих послідовностей елементів мови та їх співвідношення з екстралінгвістичним контекстом [146, с.56].

Оскільки основною метою вивчення ІМ, згідно з сучасними вимогами, є формування ІКК, тести повинні також підпорядковуватися вищевказаній меті і мати інтегральний характер. О.П. Петрашук підкреслює, що розробка



тесту з позицій комунікативного підходу має здійснюватися з опорою на модель комунікативної компетенції. В цьому випадку тестування здатне спонукати тестованого до демонстрації в тестових обставинах тих якостей іншомовної діяльності, які притаманні іншомовній діяльності в обставинах реального, позатестового спілкування [140, с.7]. Тому для перевірки рівня сформованості вмінь використання СПКП, характерних для представників англomовного соціуму (у нашому випадку – США), необхідні такі інтегровані практичні тестові завдання, які були б спрямовані на перевірку не лінгвістичної, а саме соціокультурної компетенції тих, хто навчається, в аспекті володіння ними СПКП.

У процесі дослідження визначено підготовчий та основний етапи розвитку розуміння та вмінь використання СПКП на заняттях з англійської мови, кожен з яких включає декілька фаз.

Підготовчий етап починається з **фази ознайомлення** з новим СПКП, в якій передбачається читання інформативно-пізнавальних текстів одночасно з використанням засобів наочності для покращання розуміння інформації, наведеної в текстах. При цьому також використовуються відеоматеріали, виділені в окремий блок схеми завдяки тому, що забезпечують не лише розуміння і наочну демонстрацію використання СПКП носіями англійської мови, але й створюють можливість проміжного контролю засвоєння інформації. Для задоволення цієї мети після завершення читання та опрацювання інформативно-пізнавальних текстів (з використанням засобів наочності) студентам пропонується прокоментувати поведінку героїв відеосюжету з точки зору СПКП, доцільних в зображуваній ситуації, і визначити можливі розбіжності у використанні таких СПКП носіями англійської та української мов на основі інформації, отриманої внаслідок читання інформативно-пізнавальних текстів.

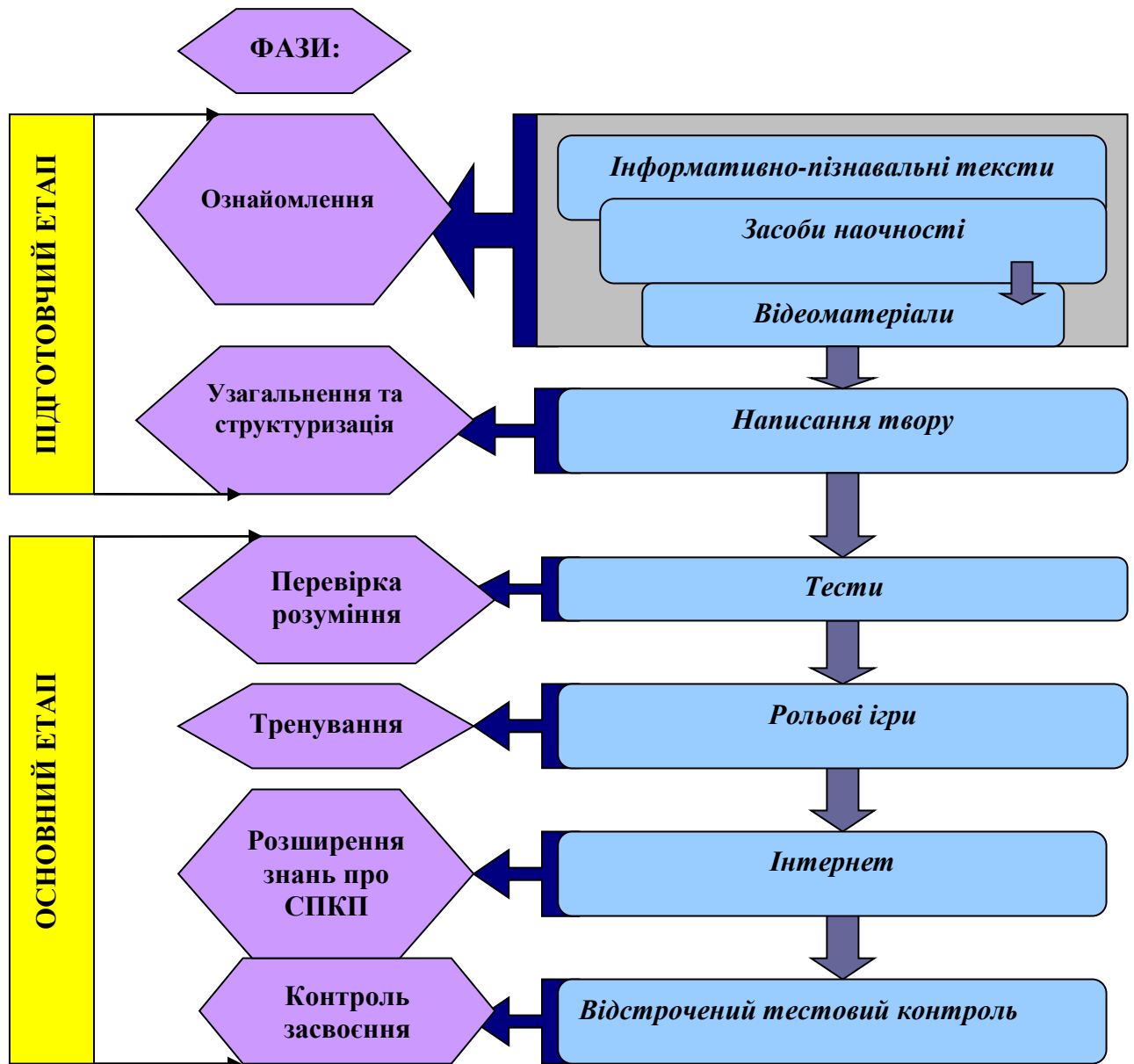
Після фази ознайомлення відбувається **фаза узагальнення й структуризації**, якою передбачається написання творів за тематикою заняття

або на основі інформації, отриманої протягом усіх попередніх занять. Це, як вже зазначалося, сприяє кращому запам'ятовуванню, узагальненню і структуризації інформації про СПКП. Основний етап починається з **фази перевірки розуміння** отриманої інформації, що реалізується у вигляді тестових завдань різних типів. Після нього відбувається **фаза тренування**, що передбачає проведення рольових ігор та обговорень. Під час цієї фази студенти на практиці реалізують набуті знання про використання СПКП, моделюючи комунікативні ситуації реальної комунікації з представниками іншомовного культурного середовища. За ним слідує **фаза розширення знань про СПКП**, протягом якої студенти мають здійснювати самостійний пошук інформації про СПКП за тематикою заняття в мережі Інтернет.

Остання **фаза – контролю засвоєння** – передбачає проведення комплексної перевірки рівня сформованості знань про СПКП та вмінь їх використовувати в реальних ситуаціях спілкування.

Взаємозв'язок наведених засобів навчання СПКП та етапів розвитку вмінь використання СПКП представлено у вигляді схеми (рис. 2.1.2). Представлений взаємозв'язок засобів навчання СПКП можна розглядати як **узагальнену модель** такого навчання. Наявність цієї моделі дозволяє перейти до розробки практичної методики навчання СПКП студентів немовних спеціальностей.

Відповідно до сформульованих вище мети і завдань навчання СПКП нами були висунуті такі принципи оволодіння студентами цими стандартами на заняттях з англійської мови: **принцип інтегрованого навчання СКПП і чотирьох видів мовленнєвої діяльності в процесі формування соціокультурної компетенції на заняттях з англійської мови, принцип автентичності, принцип подолання міжкультурних комунікативних бар'єрів, принцип інтерактивності.**



*Рис. 2.1.2. Схема взаємозв'язку засобів навчання СКПП*

У процесі дослідження і при розробці відповідної методики навчання ми спиралися на загальнодидактичні принципи – **наочності** [92;181] та **посильності**, загальнометодичні принципи навчання англійської мови – принцип **автономії навчальної діяльності** [168], **мотивації навчальної діяльності студентів** [181;31;68;69; 124].

Принцип взаємопов'язаного навчання всіх видів мовленнєвої діяльності є загальнометодичним принципом, що стосується методики

навчання ІМ в цілому (119; 51). В контексті цієї роботи і для досягнення цілей навчання СКП країни, мову якої вивчають, одним з основних принципів ми вважаємо *принцип інтегрованого навчання СПКП і чотирьох видів мовленнєвої діяльності (аудіювання, читання, говоріння, письма) в процесі формування СКК на заняттях з ІМ.*

Цей принцип означає, що для досягнення у тих, хто навчається, необхідного рівня сформованості СКК на заняттях з ІМ (у нашому випадку – англійської), основну увагу під час навчання слід приділяти саме соціокультурним питанням, виправляючи в першу чергу саме соціокультурні, а не лексичні чи граматичні помилки студентів. Згідно з цим принципом, навички використання певних лексичних одиниць чи граматичних конструкцій формуються у процесі вивчення відповідних СПКП (якщо таке використання є культурно зумовленим), а вміння говоріння, письма, аудіювання і читання розвиваються в процесі виконання вправ на формування умінь використовувати СПКП у ситуаціях повсякденного спілкування з представниками іншомовних культур.

За такого підходу до вивчення ІМ студенти почуваються більш вільно, виражаючи власну думку з того чи іншого питання, і не бояться зробити лексичну чи граматичну помилку (особливо в усному мовленні), оскільки вправи, в їхньому розумінні, мають інше спрямування. В результаті це призводить до правильного використання відповідних СПКП, а також, як наслідок, до подолання власних психологічних бар'єрів щодо користування мовою у мовленні і, відповідно, до супутнього розвитку мовленнєвих навичок і вмінь.

Крім цього, слід зазначити, що саме на першому курсі ВНЗ у студентів зазвичай спостерігається зниження зацікавленості до вивчення ІМ, що особливо характерно для студентів немовних спеціальностей. Однією з причин цього є те, що у зв'язку зі зміною місця навчання, оточення, яке теж має власні стандарти комунікативної поведінки, та інших факторів, що

розглядалися вище, студенти певною мірою відчують «культурний шок». У поєднанні з відповідними віковими психологічними особливостями поведінки юнаків і дівчат це призводить до того, що, вступивши до ВНЗ, багато з них почуваються абсолютно самостійними і вільними від батьківської опіки, й у своїх намаганнях самовираження, відмовляються вивчати те, що їм нецікаво. З цієї точки зору вчити граматику і лексику – нецікаво, а от порівняти поведінку своїх співвітчизників та іноземців, «зіграти» правильну й неправильну поведінку (див. далі) – це не лише цікаво, але й весело, особливо якщо при цьому не карають, наприклад, за неправильне використання артикля. Це створює позитивну психологічну атмосферу на занятті, після якого ті, хто навчається, починають на підсвідомому рівні сприймати заняття з англійської мови більш позитивно, у них посилюється навчальна вмотивованість і бажання долати комунікативні бар'єри, що призводить до підвищення загальної ефективності навчального процесу.

Саме через це принцип, що розглядається, тісно пов'язаний з загальнодидактичним принципом *мотивації навчальної діяльності студентів*, сприяючи посиленню зацікавленості у вивченні ІМ та культури країни, мову якої вивчають.

*Принцип автентичності* в контексті нашого дослідження має комплексний характер. Насамперед, цей принцип стосується відбору автентичного навчального матеріалу, використання кожного з видів якого слугує задоволенню конкретної мети. Для того, щоб навчати СПКП і для досягнення кінцевої мети такого навчання, а саме сформованості вмінь використання таких СПКП у відповідних ситуаціях реального спілкування з представниками американського соціуму, використання автентичних матеріалів є абсолютно необхідним. Так, на початку заняття необхідно, щоб студенти зрозуміли особливості поведінки представників іншомовної культури. Це неможливо без добору автентичних (англомовних)

інформативно-пізнавальних текстів, відеофонограм тощо, що містять необхідну інформацію про особливості вербальної та невербальної поведінки американців. Інакше студенти не зможуть вірно зрозуміти реальні особливості та шляхи використання в реальних життєвих ситуаціях тих конкретних СПКП, що засвоюються.

Принцип *автентичності* поєднується із загальнодидактичним принципом *наочності*, особливо при навчанні невербальних СПКП, оскільки саме в цьому випадку «краще один раз побачити, ніж сто разів почути». Невербальні СПКП важко правильно зрозуміти і застосувати на основі навіть дуже детальних описів. Проте процес їх сприйняття та розуміння значно полегшується за наявності засобів зорової наочності (фотографій, відео), що містять зображення того, як носії мови, яку вивчають студенти, використовують ці стандарти.

Принцип автентичності також реалізується в процесі моделювання автентичних комунікативних ситуацій на заняттях з англійської мови. Сучасні дослідники в галузі методики навчання ІМ підкреслюють важливість і необхідність створення на заняттях з ІМ моделі іншомовного культурного середовища, «перенесення» тих, хто навчається, до такого середовища, що підвищує ефективність засвоєння матеріалу заняття. Отже, для формування вмінь використання автентичних СПКП необхідним є моделювання на заняттях з англійської мови автентичних ситуацій, а їх використання здійснюється шляхом проведення відповідних рольових ігор.

*Принцип подолання міжкультурних комунікативних бар'єрів.* Цей принцип спрямований на формування у студентів розуміння і, відповідно, стійкості до «культурного шоку» під час перебування в іншомовному культурному середовищі. У цьому контексті цей принцип більше стосується вироблення у тих, хто навчається, психологічної готовності до сприйняття відмінностей іншомовної культури від рідної. Як вже зазначалося вище, однією з особливостей розробленої методики є зміщення в процесі навчання

англійської мови акцентів з мовних на соціокультурні. Практичною реалізацією цього є виправлення соціокультурних помилок і нехтування несуттєвими лексичними та граматичними помилками, зробленими студентами під час виконання завдань. Це призводить до подолання студентами власного страху сказати чи зробити щось неправильно, вжити невірне слово чи граматичну форму, тобто страху зробити помилку. Саме в цьому і полягає початок реалізації принципу подолання бар'єрів міжкультурної комунікації. Адже для того, щоб подолати ці бар'єри тим, хто навчається, необхідно спочатку подолати власні психологічні бар'єри, створені небажанням вивчати мову, страхом зробити помилку або бути неправильно зрозумілим. Лише після подолання власних комплексів щодо іншомовної комунікативної діяльності студенти можуть виробити психологічну стійкість до відмінностей іншомовного культурного середовища порівняно з рідним.

Загальне призначення цього принципу полягає у вихованні студентів як психологічно сильних особистостей, готових до сприйняття відмінностей поведінки представників іншомовної культури і толерантного ставлення до них. Це сприяє розумінню симптомів «культурного шоку» і дає тим, хто навчається, психологічну стійкість до впливу іншомовного культурного середовища під час короткострокового або довгострокового перебування в країні, мову якої вони вивчають.

Такий підхід є актуальним і важливим з огляду на культурні особливості країни, вивчення стандартів поведінки представників якої передбачає розроблена методика. Відомо, що США є полікультурною країною, «сплавом» різних націй, представники яких мали власні культурно зумовлені СПКП. Розроблена у дослідженні методика передбачає вивчення основних, найбільш загальних СПКП (стандартів комунікативної поведінки), спільних для більшості жителів США. Але, залежно від штату, району, міста, де перебуватимуть під час візиту до США майбутні менеджери, вони можуть

зіткнутися з проявом індивідуальних або внутрішньо-групових СПКП, зумовлених уявленнями та стереотипами, а також навіть умовами проживання та соціальним статусом людей. Тому саме сформоване розуміння СПКП і готовність до сприйняття та розуміння представників іншомовної культури, неупереджене й етнотолерантне ставлення до них допоможуть правильно зреагувати на незрозумілу поведінку співрозмовників, зумовлену як культурно, так і ситуативно.

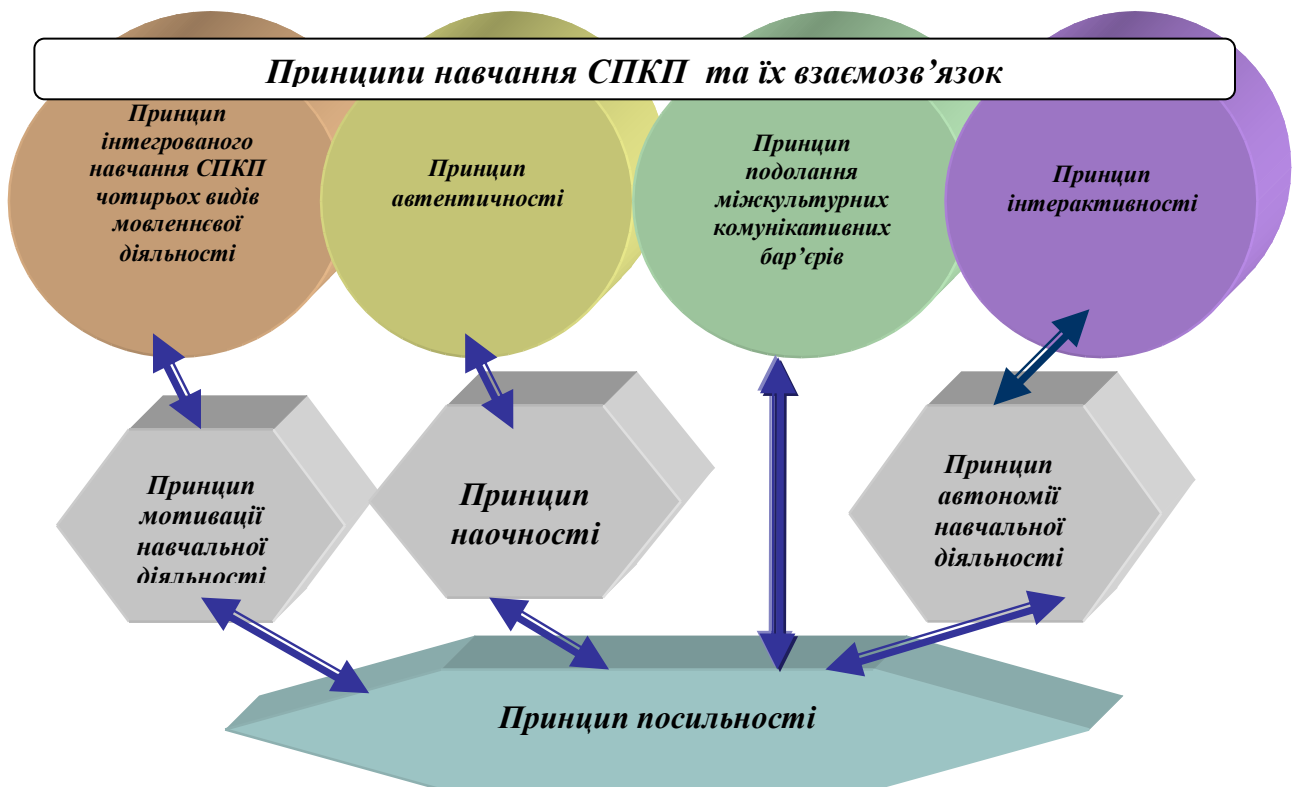
*Принцип інтерактивності* виходить із зазначеного вище факту, що запорукою успішного оволодіння СПКП представників англomовного (американського) культурного середовища є моделювання ситуацій реального спілкування на заняттях з ІМ. Комунікація за своєю природою є інтерактивним явищем як вербально-невербальна взаємодія співрозмовників. Саме тому процес навчання СПКП будується на засадах інтерактивності, тобто не лише інтеракцій «студент – викладач», але й комунікації студентів під час виконання вправ, спрямованих на формування вмінь використовувати СПКП у реальних ситуаціях комунікації в іншомовному культурному середовищі. Вправи, виконання яких передбачається, повинні бути переважно комунікативними або умовно-комунікативними, такими, що передбачають обговорення або програвання реальних ситуацій спілкування. Реалізація вказаного принципу забезпечує тренування та «шліфування» студентами власної вербальної та невербальної поведінки під час комунікації з представниками іншомовної культури, формування в них уміння звертати увагу на невербальний компонент кожного комунікативного акту, «розпізнавати» інформацію, що передається співрозмовником невербально.

Крім цього, інтерактивність заняття, тобто система взаємодії між викладачем та студентами, студентів з викладачем і студентів між собою, виникає тому, що створюється система інтенсивної взаємної комунікації всіх учасників навчального процесу, яка вимагає передачі та отримання інформації за всіма можливими каналами. Все це є складовими принципу



інтерактивності, що за рахунок постійної інтеракції студентів, та викладача, дозволяє будувати моделі ситуацій реального спілкування на заняттях з ІМ. Саме такі моделі забезпечують формування вмінь використовувати належні СПКП у відповідних ситуаціях комунікації, а також удосконалювати суто мовленнєві вміння. Оскільки в процесі виконання вправ студенти мають часткову, а іноді й повну автономію (див.далі), цей принцип є взаємопов'язаним із ***принципом автономії навчальної діяльності студентів.***

Усі перелічені вище принципи поєднуються із загальнодидактичним принципом ***посильності.*** Він реалізується у розробленій методиці шляхом добору такого навчального матеріалу і виконання таких вправ, які були б посильними для тих, хто навчається. З огляду на те, що цільовою аудиторією для навчання СПКП є студенти I курсу немовного ВНЗ, автентичний навчальний матеріал має добиратися й адаптуватися таким чином, щоб він 1) був посильним для сприйняття (тобто містив достатньо нової інформації, але не був перенасичений нею); 2) забезпечував подальший розвиток вже сформованих мовленнєвих навичок та вмінь студентів з метою досягнення наступного рівня їх сформованості. Програмою з англійської мови для професійного спрямування [221], передбачається, що студенти I курсу немовного ВНЗ на початку навчання повинні мати рівень сформованості англійської комунікативної компетенції B1, а після закінчення першого року навчання – досягти рівня B2. Взаємозв'язок проаналізованих принципів та їх зв'язок з загальнодидактичними принципами може бути представленим як показано на рис.2.1.3.



**Рис. 2.1.3. Принципи відбору змісту навчання стандартів повсякденної комунікативної поведінки**

## **2.2. Відбір змісту навчання стандартів повсякденної комунікативної поведінки**

У сучасній методиці навчання іноземних мов проблема добору змісту навчання до цього часу остаточно не вирішена, оскільки вона залежить від складу компонентів цього змісту, який приймається як вихідний [170, 41]. З огляду на комунікативну спрямованість розроблюваної методики у процесі добору змісту навчання ми спиралися на процедуру, запропоновану О.Б. Тарнопольським [169; 170] на основі підходу, розробленого В.Л. Скалкіним [151; 152]. Таким чином, відбір змісту навчання СПКП проводився у напрямку: від компонентів, що складають комунікативний аспект, через компоненти, що входять до лінгвістичного аспект, і

завершувався компонентами психофізіологічного і процесуального аспектів. Такий підхід відповідає загальнометодичному принципу комунікативності, оскільки відбір повністю відштовхується від комунікації і проводиться, виходячи з її потреб. У комунікативному аспекті проводився відбір тематики і ситуацій спілкування, а з них – змісту текстів і значень мовних знаків. У лінгвістичному аспекті відбиралися тексти і мовний інвентар у них. У процесуальному та психофізіологічному аспектах визначалися знання і вміння, якими мають оволодіти студенти для ефективного застосування СПКП в умовах реальної комунікації з представниками цільової культури.

Відповідно, при відборі змісту навчання СПКП відбір тематики навчання був пріоритетним і передував відбору ситуацій спілкування, що мають підпорядковуватися обраній тематиці. Як зазначають О.Б. Тарнопольський та С.П. Кожушко, відбір тематики має здійснювати ся лише на основі аналізу потреб тих, хто навчається [170, 45]. Основною практичною потребою навчання СПКП є здатність уникнення «культурного шоку» під час перебування в країні, мову якої вивчають. Оскільки культурний шок є комплексним явищем, що виникає на основі впливу екстралінгвістичних соціокультурних факторів у різних ситуаціях спілкування, відбір тематики базувався на результатах анкетування осіб, що перебували в США протягом певного періоду часу (короткостроково або довгостроково). Крім цього, вказане опитування проводилося для визначення актуальності дослідження, тобто наявності нагальних потреб випускників немовного ВНЗ в оволодінні СКП.

Респондентами були 100 громадян України, що мають вищу немовну освіту і перебували у США. Всі вони були спеціалістами немовного відповідного профілю, які перебували в США і які спілкувалися з представниками американського соціуму у ділових цілях. Лише думка таких спеціалістів є об'єктивною, щоб, спираючись на неї, визначити конкретні

ситуації, у які можуть потрапити в своїй майбутній професійній діяльності ті, хто навчається.

Потрібно зазначити, що вихідною метою проведеного опитування був пошук таких громадян, що перебували за кордоном довготривалий строк (3-4 місяці і більше). Але в процесі реалізації поставленої мети з огляду на об'єктивні причини, ми сконцентрувалися на тих громадянах, що перебували в англomовних країнах у відрядженні. Це зробило результати опитування менш надійними, тому що програма перебування фахівця, наприклад, у США у відрядженні, планується заздалегідь. У цій ситуації існує мало шансів для виникнення «культурного шоку», оскільки гостями країни постійно опікуються представники приймаючої сторони.

Незважаючи на це, навіть у такому опитуванні, респонденти визначили ситуації, в яких вони відчували комунікативні труднощі (культурного, а не мовного характеру). Це дало підстави зробити висновок, що, якщо навіть під час короткого перебування в країні все ж виникають ситуації, пов'язані з незнанням особливостей стилю життя і комунікативної поведінки, то при перебуванні в англomовній країні протягом більш тривалого терміну це незнання може спричинити не тільки труднощі у спілкуванні (зазначимо ще раз, маються на увазі труднощі не мовного, а культурного характеру), а й призвести до виникнення «культурного шоку». Тому результати опитування можна було вважати як такі, що давали узагальнену картину потреб випускників ВНЗ в оволодінні СПКП, притаманними жителям США.

Під час опитування 100 респондентам пропонувалося відповісти на питання анкети, у якій було виокремлено 12 ситуацій, в яких могли виникати комунікативні труднощі. Такими ситуаціями були: 1) *приїзд до /виїзд з країни;* 2) *отримання медичних послуг;* 3) *повсякденне спілкування;* 4) *пошук житла;* 5) *користування громадським транспортом;* 6) *відвідування магазинів;* 7) *отримання побутових послуг;* 8) *навчання/робота в університетах;* 9) *ведення фінансових справ;* 10) *пошук та відвідування*

закладів харчування; 11) відпочинок, туризм; 12) отримання комунікаційних послуг. При опитуванні респонденти мали вказати, чи відчували вони у цих ситуаціях труднощі виключно культурного характеру, тобто пов'язані з різними стилями життя, реаліями тощо. Зразок анкети наведено у Додатку Б.

Перш ніж проаналізувати результати анкетування, варто насамперед зауважити, що респондентів попередили про те, що комунікативні труднощі, про які йшла мова в анкеті, носили культурний, а не мовний характер, тобто були пов'язані з різним стилем життя, реаліями, поведінкою тощо. Крім цього, з огляду на специфіку перебування опитуваних у цільовій країні, ми враховували відповідь «Іноді» як позитивну, припускаючи, що, якщо при постійному опікуванні з боку приймаючої сторони, труднощі все ж виникають, це означає, що під час самостійної комунікації з представниками іншомовної культури, матиме місце дискомфорт та складнощі у досягненні порозуміння.

Перша група запитань стосувалася приїзду до США/ виїзду з США. Було встановлено, що комунікативні труднощі під час приїзду до/виїзду з країни, а саме, при проходженні митниці (1.1), при проходженні імміграційного контролю (1.2) та при замовленні квитків на літак (1.3) відчували 25% опитуваних, оскільки «Так» відповіли 11% опитуваних, а «Іноді» – 14%. Отже, цей блок ситуацій було включено до переліку навчальних тем.

На другу групу питань, стосовно труднощів під час звернення до лікаря (2.1), виклику машини невідкладної медичної допомоги (2.2), розрахунку за медичні послуги (2.3) та використанні медичного страхування (2.4) ствердну відповідь дали 1% респондентів, «Іноді» відповіли 3% опитуваних. Такий низький відсоток певною мірою зумовлювався короткостроковим перебуванням в іншій країні, але, незважаючи на це, ми не включали цю ситуацію (як малочастотну) до переліку навчальних тем при подальшій розробці комплексу вправ.

Третя група питань стосовно повсякденного спілкування передбачала отримання відповідей респондентів про труднощі, які вони відчували під час пересування в місті (3.1), забезпечення особистої безпеки (3.2), спілкування з поліцейськими (3.3), у приватному спілкуванні з жителями США (3.4). «Так» відповіли 5% опитуваних, «Іноді» – 8%. Отже, цей блок ситуацій було включено до навчання СПКП.

У четвертій групі питань розглядалися труднощі у пошуках житла. Виявилось, що під час пошуку інформації про готелі, розрізненні їх видів і послуг, що в них надаються (4.1), резервування кімнати у готелі (4.2), сплати рахунків за готель (4.3), в'їзду до/виїзду з готелю, кімнати, будинку, що орендували (4.4), та спілкування з персоналом готелю (4.5) регулярно відчували труднощі 5%, іноді – 13% опитуваних. Отже, цей блок ситуацій було включено до навчання СПКП.

На п'яту групу питань стосовно труднощів під час користування громадським транспортом, і, зокрема, користування таксі (виклик/зупинка, плата за проїзд) (5.1), користування автобусом (вхід/вихід, плата за проїзд) (5.2), користування метрополітеном (вхід/вихід, плата за проїзд) (5.3), купівлі (5.4) або оренди (5.5) автомобіля, «Так» відповіли 4%, а «Іноді» – 13% опитуваних. Отже, цей блок ситуацій було включено до навчання СПКП.

Шоста група питань стосувалася відвідування магазинів. З'ясувалося, що під час вибору товару у кожному з видів американських магазинів (6.1), спілкування з працівниками магазинів (6.2), виявлення можливості отримання знижки (6.3), купівлі товарів за допомогою Інтернету і телефону (6.4), розрахунку готівкою/кредитною картою регулярно відчували комунікативні труднощі 8%, іноді – 24% опитуваних. Отже, цей блок ситуацій було включено до навчання СПКП.

Відповідаючи на сьому групу запитань про комунікативні труднощі під час отримання побутових послуг, а саме користування послугами

хімчистки (7.1), пральні (7.2), майстерні по ремонту взуття (7.3), салонів краси і перукарень (7.4), ремонтних майстерень і станцій технічного обслуговування (7.5), 2% респондентів дали відповідь «Так», 5% – «Іноді».

Восьма група питань стосувалася труднощів щодо навчання/роботи в американських університетах. Зокрема, труднощі під час навчання на бакалавра /у магістратурі/ аспірантурі (8.1), спілкування з викладачами або студентами (8.2), проживання у студмістечку (8.3), оплати за навчання (8.4), у навчальному процесі (8.5) відчували 1% опитуваних, іноді – 2%. Але знову ж, варто зазначити, що більшість респондентів перебувало у США протягом короткого періоду часу у ділових поїздках і, на момент проведення опитування вже мали вищу освіту, що, швидше за все стосується і студентів, для навчання яких розробляється ця методика. Саме тому результати за цією групою питань були низькими і цей блок не було включено до навчання СПКП.

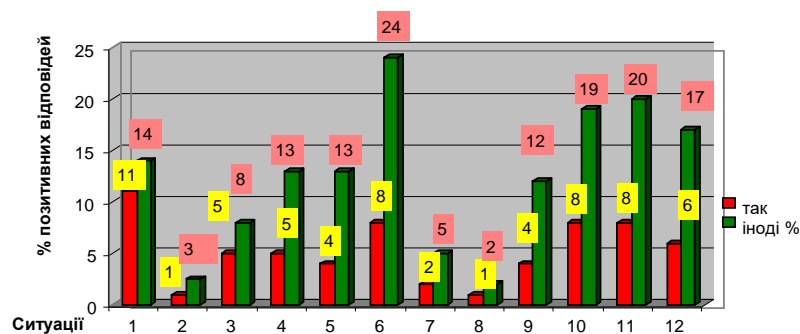
Під час ведення фінансових справ у США (дев'ята група питань) і, зокрема, використання готівки (9.1), кредитних карток (9.2), чекової книжки (9.3), відкриття рахунку в банку (9.4), розрахунку в різних ситуаціях (9.5), відвідування банків і спілкування з персоналом (9.6), користування банкоматами (9.7) регулярно відчували труднощі 4% респондентів, іноді їх відчували–12%. Отже, цей блок було включено до навчання СПКП.

Відповідаючи на десяту групу питань стосовно труднощів у закладах харчування, і, зокрема комунікативних, труднощів під час добору та відвідування ресторану/кафе, різних видів громадських закладів харчування (10.1), замовлення їжі, сплати за рахунком тощо у дешевих ресторанах (10.2), у ресторанах з помірними цінами (10.3), у дорогих ресторанах (10.4), відвідування барів (10.5), закладів швидкого обслуговування (10.6), при купівлі їжі на вуличних лотках (10.7) ствердно відповіли 8% опитуваних, «Іноді»–19%. Отже, цей блок ситуацій було включено до навчання СПКП.

Стосовно комунікативних труднощів під час відпочинку і ділових поїздок (одинадцята група питань), відвідування театру (11.1), кіно (11.2), подорожі до іншого міста автобусом (11.3), поїздом (11.4), літаком (11.5), відвідування історичних місць (11.6), музеїв (11.7), здійснення екскурсій (11.8.) «Так» відповіли 8%, «Іноді»–20% опитуваних. Отже, цей блок ситуацій було включено до навчання СПКП.

На дванадцятю групу питань про труднощі під час отримання послуг з відправлення листа/бандеролі на пошті (12.1), отримання листа (12.2), відправлення/отримання грошового переказу (12.3), здійснення дзвінка з міських таксофонів (12.4), міжнародного дзвінка (12.5), міжміського дзвінка (12.6), сплати рахунків за користування телефоном (12.7), встановлення та використання телефону в квартирі/будинку (12.8), користування факсом (12.9), електронною поштою (12.10) були отримані такі результати: «Так»–6%, «Іноді»–17%.

Зауважимо, що ми узагальнили результати опитування за групами питань, оскільки основною метою анкетування було визначення ситуацій, в яких з найбільшою ймовірністю виникатимуть комунікативні труднощі. Складові кожної групи запитань урахувалися під час розробки навчальних матеріалів і добору текстів для опрацювання. Результати анкетування представлено на рис. 2.1.4.





За результатами опитування було чітко виділено вісім основних ситуативних блоків, які становлять найбільші труднощі для українців, що відвідують США у ділових або освітніх цілях. До них належать:

- *приїзд до /виїзд з країни (так – 11%, іноді – 14%);*
- *пошук житла (так – 5%, іноді – 13%)*
- *користування громадським транспортом (так – 4%, іноді – 13%)*
- *відвідування магазинів (так – 8%, іноді – 24%)*
- *ведення фінансових справ (так – 4%, іноді – 12%)*
- *пошук і відвідування закладів харчування (так – 8%, іноді – 19%)*
- *відпочинок, туризм (так – 8%, іноді – 20%)*
- *отримання комунікаційних послуг (так – 6%, іноді – 17%).*

Зрозуміло, що, якщо труднощі в таких ситуаціях регулярно і досить часто виникали в процесі короткочасного перебування за кордоном, вони обов'язково виникатимуть та погіршуватимуться в процесі довгострокового перебування у США. Виходячи з цього, студентів немовних спеціальностей необхідно навчати міжкультурного діалогу, що передбачає не лише володіння цільовою мовою, а й стандартами комунікативної поведінки в перелічених вище восьми ситуаціях. Саме тому організація відповідного навчання є актуальним питанням, яке необхідно розглядати в межах викладання англійської мови студентам немовних спеціальностей у ВНЗ України.

Отже, на основі ситуативних блоків, визначених респондентами під час анкетування було визначено 8 ситуативно-тематичних блоків, що стали складовими загальної **тематики навчання** і комплексу вправ, розробленого для реалізації поставленої мети.

Вищеназване поняття «ситуативно-тематичний блок» означає, що кожен з перелічених восьми ситуативних блоків містить в собі певний набір комунікативних ситуацій, які визначають **ситуативне наповнення змісту**

**навчання.** Таким чином, ситуації добираються в межах визначеної тематики. Такий досвід не потребував окремого опитування, оскільки характер СПКП такий, що він однозначно визначає ті ситуації, в яких вони вживаються, коли тематика спілкування вже відома.

Представимо співвідношення зазначених тем та комунікативних ситуацій у таблиці 2.2.1.

*Таблиця 2.2.1.*

**Співвідношення тем та ситуацій у змісті навчання СПКП США**

<b>Ситуативно-тематичний блок</b>	<b>Ситуації</b>
<b><i>Приїзд до/виїзд із США</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• проходження митниці</li> <li>• проходження імміграційного контролю</li> <li>• замовлення квитків на літак (міжнародний рейс)</li> </ul>
<b><i>Пошук житла</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• отримання інформації про готелі, їх види та послуги, що в них надаються</li> <li>• резервування кімнати в готелі</li> <li>• сплата рахунків за готель</li> <li>• в'їзд до /виїзд з готелю, кімнати, будинку, що орендували</li> <li>• спілкування з персоналом готелю щодо отримання послуг</li> </ul>
<b><i>Користування громадським транспортом</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• користування таксі (виклик/зупинка, плата за проїзд)</li> <li>• користування автобусом (вхід/вихід, плата за проїзд)</li> <li>• користування метрополітеном (вхід/вихід, плата за проїзд)</li> <li>• купівля/оренда автомобіля</li> </ul>

<p><b><i>Відвідування магазинів</i></b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• вибір товару в кожному виді магазинів</li> <li>• спілкування з працівниками магазину стосовно придбання або вибору товару</li> <li>• можливість отримання знижок</li> <li>• купівля товару за допомогою мережі Інтернет і телефонного зв'язку</li> <li>• розрахунок готівкою/кредитною карткою</li> </ul>
<p><b><i>Ведення фінансових справ</i></b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• використання готівки</li> <li>• використання кредитних карток</li> <li>• використання чекової книжки</li> <li>• відкриття рахунку в банку</li> <li>• відвідування банків і спілкування з персоналом з питань відкритого рахунку</li> <li>• користування банкоматами</li> </ul>
<p><b><i>Пошук і відвідування закладів харчування</i></b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• пошук та відвідування ресторану/кафе, різних інших видів громадських закладів харчування</li> <li>• замовлення їжі, сплата рахунку в дешевих ресторанах</li> <li>• замовлення їжі, сплата рахунку в ресторанах з помірними цінами</li> <li>• замовлення їжі, сплата рахунку в дорогих ресторанах</li> <li>• відвідування закладів швидкого обслуговування</li> <li>• купівля їжі на вуличних лотках</li> </ul>
<p><b><i>Відпочинок, туризм</i></b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• подорож до іншого міста автобусом</li> <li>• подорож до іншого міста поїздом</li> <li>• подорож до іншого міста літаком</li> <li>• відвідування історичних місць</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• відвідування музеїв</li> <li>• здійснення екскурсій</li> </ul>
<b>Отримання комунікаційних послуг</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• відправлення листа/бандеролі на пошті</li> <li>• отримання листа</li> <li>• відправлення/отримання грошового переказу</li> <li>• здійснення дзвінків з міських таксофонів</li> <li>• здійснення міжнародних дзвінків</li> <li>• здійснення міжміських дзвінків</li> <li>• сплата рахунків за користування телефоном</li> <li>• встановлення /використання телефону в квартирі/будинку</li> <li>• користування факсом</li> <li>• користування електронною поштою</li> </ul>

Крім вищезазначених ситуативно-тематичних блоків до змісту навчання також був включений блок *«Культурний шок і загальні особливості менталітету американців»* з інформацією про фактори, що викликають культурний шок та його симптоми, а також про СПКП, що не належать до конкретних ситуацій, але можуть викликати дискомфорт у процесі комунікації, якщо вони не усвідомлюються, оскільки є притаманними представникам американського соціуму у будь-якій ситуації. Цей тематичний блок було покладено в основу першого тематичного уроку розроблених навчальних матеріалів, які будуть детально описані далі. Для інших восьми ситуативно-тематичних блоків було також відібрано відповідні інформативно-пізнавальні тексти й розроблено відповідну систему вправ для розвитку вмінь використовувати належні СПКП у відібраних ситуаціях спілкування (див.далі).

Виходячи зі сказаного вище, навчальні матеріали, що розглядатимуться далі, були побудовані на основі дев'яти відібраних ситуативно-тематичних блоків, що охоплюють всю тематику. Ці дев'ять блоків забезпечили можливість охопити всі визначені ситуативні блоки, точніше, представити в навчальному процесі, під час організації спілкування студентів, відібрані комунікативні ситуації. Визначення складу тематики і ситуацій, необхідних для вивчення СПКП, завершило перший етап відбору змісту навчання, що передбачалося включити до набору навчальних матеріалів. На цій основі розпочався наступний, лінгвістичний етап відбору змісту текстів та мовних і мовленнєвих одиниць.

Як зазначають О.Б. Тарнопольський та С.П. Кожушко, ця стадія зводиться до відбору з автентичних джерел та створення моделей письмового й усного дискурсів у письмовій та усній комунікації, що були б характерними для відібраних тем і ситуацій [170, с. 51].

Для цього необхідно було визначити критерії добору відповідного текстового матеріалу. Згідно з сучасною методикою навчання іноземних мов, загальними вимогами до навчальних текстів є їх **виховна цінність, пізнавальна цінність, відповідність віковим особливостям та інтересам тих, хто навчається** [119; 191]. З огляду на конкретні цілі навчання за запропонованою методикою, крім вищевказаних загальних критеріїв, до критеріїв добору навчального текстового матеріалу ми віднесли такі: **посильність і доступність, тематичність, соціокультурна спрямованість, комунікативна цінність** [29; 30; 125; 241; 242]. Джерелами добору текстового матеріалу стали підручник О.Б. Тарнопольського і Н.К. Скляренко «Стандарти комунікативної поведінки» [171], Н.В. Готліб і О.І. Флешнер “Cross-cultural reading” [44] та англomовні Інтернет-сайти, що містять необхідну соціокультурну інформацію (перелік сайтів наведено у Додатку А).

З огляду на особливості цільової аудиторії студентів (а саме, студентів немовних спеціальностей, що навчаються на I курсі ВНЗ), а також на цілі та принципи навчання, тексти нерідко були синтезованими [52; 53] з урахуванням усіх параметрів автентичної мовленнєвої поведінки та методичних вимог, що висуваються до такого навчального матеріалу [25; 29; 30; 91]. У результаті було отримано навчальні тексти, що не втратили властивості *автентичності*, притаманної оригіналу.

Прикладом відібраних текстів можуть бути тексти тематико-ситуативного блоку «Культурний шок та загальні особливості менталітету американців». Доцільно проаналізувати, наскільки відібраний текстовий матеріал відповідає визначеним критеріям.

Приклад 2.2.1.

### PEOPLE

*You should remember several common features of the Americans, which you should take into account when contacting them.*

*1. The Americans are usually **open and friendly** even at the first meeting. They always make acquaintance with a smile, greet people with a smile, and in general smile more often than we do. Openness and friendliness is combined with **politeness**. Most of them try not to say anything that can hurt other person's feelings and to be of help where they can in small daily matters. Being informal is also the way of being open and friendly. For example, people would often introduce themselves by their first name even after a few moments of acquaintance. But be cautious about the American informality. In our home culture if people start calling one another by their first names, it means some degree of intimacy and even friendship. In American culture it means nothing but a desire to make communication more informal and relaxed. So don't hurry to start calling people by their first names until they ask you to. It should be also remembered that in professional situations more formal addressing using a last name and a title (Ms, Mrs., Dr., Prof., etc) is often preferable.*

2. Don't forget also that, being often rather informal, the Americans **value their privacy** very much and do not mean to let other people approach too close—both literary and figuratively. **Normal talking distance** between two people is no closer than the length of outstretched arm, and it is bad manners trying to touch your interlocutor(s) while conversing. Another example. When two men from Ukraine or Russia who know each other meet, they usually exchange a handshake, and sometimes do it again, after having a talk, when saying goodbye. It is often done even if people meet every day. In the USA it is not customary for men who know each other to shake hands at every meeting – **handshakes** are more for the situations of introduction, and then woman-to-woman and woman-to-man's handshakes are just as regular as man-to-man's ones. So, if a person from Ukraine stretches his hand for a handshake every time he meets his American colleagues, they may be quite surprised or even a little annoyed. It is also customary for the Americans to telephone even their friends before coming to visit them, otherwise it will be considered bad manners.

3. The Americans consider themselves very individualistic and **value their individuality** very much. They are brought up to believe that everyone of them is the equal of any other woman or man and master of her or his own life. That is why the Americans are in no way what we call “class-conscious”; except for the very rich and the very poor, everybody considers herself or himself belonging to the middle class, and class and social distinctions are not a matter of great interest to anybody. That's why people don't show excessive deference or superiority to each other. However, in a professional setting it may be different since people are very much afraid of losing their jobs. Besides, many Americans are very **career-oriented**— so doing everything for one's career and to be successful in it is often an obsession. It also lies at the bottom of having so many workaholics in the USA.

4. The Americans are almost always **direct in their communications**; they feel free to speak their mind on every subject and are quite frank and sincere in

*expressing their opinions, preferences, likes and dislikes; they are not embarrassed to ask questions when they need information and confess that they do not know something. In fact they like to ask questions and answer them— so, **always ask when you do not understand** something in America, people will usually be glad to explain and help you.*

*5. The Americans tend to be “**politically correct**” (as it is called) in what they say not to hurt the feelings of adherents of other political beliefs, national and ethnic minorities, etc. Examples of this are politically correct appellation of the black citizens of the USA (“black people”, “blacks”, “African-Americans”) or how disabled persons are called (“physically challenged persons”). But at the same time they are very patriotic and are always interested in what foreigners think of America. Though they are quite willing to criticize their country and its institutions, they think that only they have a right to do it and may become rather touchy if a foreigner shows critical attitudes.*

*6. In general, the Americans like differences in lifestyles, customs, and habits. The only requirement is that a person, living as he/she wishes, does not harm other people.*

*7. The Americans value **punctuality** very much. If any appointment is made, American may be expected to **come exactly at the appointed time**. They will expect the same from others, and in professional life, especially in business, if someone is late, this person can hardly count on successful talks. One should come within five minutes of the appointed time to be considered punctual and therefore worth dealing with. If it is not a professional appointment but a social occasion (a party or a meal), being ten or fifteen minutes late is considered normal— but if it is more than that your hosts may think you inconsiderate. And **NEVER** come before the appointed hour on social occasions— it is believed to be highly improper. It is not advisable to visit anybody without a previous appointment for a definite hour. If you are unavoidably delayed, you should telephone and warn about it...i m.đ.[171, 20-25]*



Оскільки основною метою навчання СПКП є виховання у студентів таких морально-етичних якостей як толерантне ставлення до інакшості представників іншомовної культури, розуміння культурно обумовлених причин відмінностей поведінки представників різних соціумів, а відібраний текстовий матеріал, як видно з прикладу, спрямований на досягнення цієї мети, це забезпечує реалізацію *виховної цінності* під час читання та обговорення матеріалу заняття. *Пізнавальна цінність* відібраних текстів полягає в тому, що вони містять інформацію про особливості культурно-зумовленої поведінки представників американського соціуму. Ці тексти задовольняють потреби учнів у пізнанні нового, вивченні особливостей світосприйняття інших людей, містять цікаву інформацію про життя в іншій країні (США) та мають практичну цінність з огляду на інформацію, що може допомогти у вирішенні конфлікту в реальних ситуаціях спілкування з іноземцями, а отже, відповідають інтересам майбутніх спеціалістів.

Тексти добрані та синтезовані відповідно до критерію *посильності й доступності*, оскільки необхідно було також враховувати, що курс англійської мови для студентів немовних спеціальностей зазвичай розрахований на невелику кількість годин (в середньому 2-4 години на тиждень). У результаті, тексти добиралися таким чином, щоб більшість мовного матеріалу в них була знайомою, а якщо незнайомою, то цілком зрозумілою з контексту.

Слідування критерію *тематичності* добору текстового матеріалу забезпечувалося тим, що тексти відповідали визначеним ситуативно-тематичним блокам. Критерій *соціокультурної спрямованості* текстів відповідав меті навчання, оскільки всі тексти, наявні у навчальних матеріалах, містили інформацію про особливості СПКП у країні, мову якої вивчають. Нарешті, критерій *комунікативної цінності* реалізувався в тому, що всі тексти забезпечували теми для обговорення і проведення рольових ігор, спрямованих на моделювання стандартних комунікативних ситуацій. За

цими критеріями було відібрано та розроблено усі навчальні 23 тексти, представлені у додатку В, та лексика.

Стосовно *обсягу та складу відібраної лексики* варто зазначити, що СПКП, вивчення яких передбачалося розробленою методикою, охоплюють відповідні ситуації спілкування. Це спілкування є побутово тематичним, а не професійно зумовленим. І тому відбір лексики проводився відповідно до тем, визначених у результаті анкетування, описаного вище. Крім цього, основна увага з точки зору вокабуляра приділялася тим лексичним одиницям, що містять культурно зумовлені конотації, тобто є специфічними для американського соціуму і пов'язані з відповідною устандартненою поведінкою його представників. Для ефективної комунікації в умовах культурного середовища США знання таких реалій є необхідним, і тому, в межах кожного з ситуативно-тематичних блоків було відібрано саме культурно-специфічний лексичний матеріал, засвоєння якого, як в плані рецепції, так і плані продукції, передбачалося в процесі виконання вправ. Таким чином, ця лексика мала увійти як до активного, так і до пасивного словника студентів. До словника-мінімуму, представленого у Додатку К, було включено 90 основних культурно-специфічних для США явищ і понять, які розглядаються під час опрацювання ситуативно-тематичних блоків комплексу вправ.

Прикладами такої специфічної лексики є: *kneeling bus* (*the bus that tilts down when it stops for the physically challenged and elderly people to enter it without problems*), *physically challenged person* (*correct definition used in the USA for the person with physical difficulties, inborn or caused by disease or accident. "Invalid person" is a very offensive and rude definition from the point of view of the Americans*).

Граматичний мінімум окремо не відбирався. Навчання базувалося на знайомих студентам зі шкільного навчання граматичних явищах, яких є цілком достатньо для досягнення порозуміння у відібраних ситуаціях

спілкування. Але не враховувати граматичний аспект мови було б некоректно. Тому розроблена методика передбачала мимовільне (попутне) вдосконалення студентами набутих ними раніше мовленнєвих граматичних навичок.

Фонетичний матеріал також не відбирався. Раніше сформовані фонетичні навички студентів лише вдосконалювалися в процесі мовленнєвої діяльності.

З огляду на специфіку розробленої методики, окремою складовою добору змісту навчання був *паралінгвістичний аспект*. Він полягав у доборі матеріалів для навчання невербальних аспектів комунікації. Цей компонент є особливим і потребує відповідних навчальних матеріалів. Невербальні СПКП також є тематично та ситуативно зумовленими, оскільки в більшості випадків супроводжують вербальну поведінку комунікантів.

У цьому випадку, більше, ніж в усіх інших, особливу увагу слід приділяти наочності добраних матеріалів, оскільки ефективність засвоєння невербальних СПКП безпосередньо залежить від візуального знайомства з ними тих, хто навчається. Крім цього, такі наочні навчальні матеріали, дібрані для формування вмінь застосовувати невербальні СКП, повинні також задовольняти вимогу автентичності, тобто містити зображення жестів, міміки, проксемики і кінесіки у виконанні носіїв мови, яка вивчається. З цією метою до навчального матеріалу увійшли фотографії та відеоматеріали, що відтворюють автентичну поведінку представників американського соціуму.

Звичайно, ідеальним варіантом проведення такого добору було б здійснення відеозапису автентичної поведінки носіїв англійської мови (у нашому випадку – американців) у автентичних комунікативних ситуаціях. Але з огляду на труднощі, пов'язані з проведенням такого добору в умовах нашої країни, відеосюжети було відібрано з автентичних художніх фільмів. Крім цього, використання художнього фільму в навчальних цілях має окремі переваги. Міміка і жести акторів є виразнішими, ніж у пересічних громадян.

Оскільки, граючи свою роль, актор/акторка має донести до глядача емоції свого героя/героїні, відповідним чином посилюються й експресія культурно обумовлених жестів. Таким чином, для усвідомлення тими, хто навчається, невербальних культурно зумовлених аспектів комунікації художні відеофільми є найефективнішими.

Оскільки паралінгвістичний компонент пронизує будь-яку, як міжкультурну, так і внутрішньокультурну комунікацію, для того, щоб студенти зрозуміли культурно зумовлені аспекти невербальної поведінки, їм спочатку необхідно було пояснити ті аспекти невербальної поведінки, що є спільними для більшості людей незалежно від їх культурної приналежності (наприклад, мімічні жести, що супроводжують гнів, горе, радість). Тому процедурою добору матеріалів для навчання невербальних складових комунікації, на основі сучасних досліджень у сфері психології передбачався, по-перше, добір тих матеріалів, що містять основні і найбільш широкоживані засоби невербальної комунікації, значення і форми виразу яких є спільними для українського та американського культурного середовищ. По-друге, відбиралися такі засоби, що є найбільш типовими та загальноживаними в усіх сферах спілкування представників американського культурного соціуму. Прикладом може бути жест, за допомогою якого можна зупинити таксі у США – рука, високо піднята вгору (щоб зупинити таксі в Україні слід простягнути праву руку вправо). Основою такого відбору слугували посібники з навчання невербальної комунікації в англomовному соціумі [наприклад, 6; 141].

Результатом добору паралінгвістичного матеріалу стала відеофонограма, що містить 10 фрагментів художніх відеофільмів (список яких представлено у додатку К), кожен з яких, може переглядатися як без звукового супроводу, так і з ним. Також з друкованих матеріалів, вказаних вище, було відібрано 21 зображення невербальних засобів комунікації, які безпосередньо увійшли до комплексу вправ, представленому у Додатку В, та

20 зображень, які використовувалися як додатковий наочний матеріал. Всього було відібрано 41 зображення невербальних засобів комунікації.

Завершення добору паралінгвістичного матеріалу змісту навчання дозволило перейти до наступного етапу – *формування процесуального та психофізіологічного аспектів змісту*, тобто відбору знань, навичок і вмінь, які опановують ті, хто навчається, в процесі оволодіння СПКП.

Мовленнєві вміння, розвиток яких було передбачено, є загальними вміннями читання, говоріння, письма й аудіювання на основі СПКП. Тому передбачається лише попутне формування таких вмінь, які спеціально не відбиралися. Те саме стосується суто мовленнєвих навичок (граматичних, лексичних, фонетичних), формування яких, як і розвиток мовленнєвих вмінь, передбачається програмою вивчення англійської мови в загальноосвітній школі.

Що ж до знань, навичок і вмінь, які безпосередньо стосуються СПКП, то говорити тут про навички виявляється взагалі некоректним. Іноземець може знати, які стандарти поведінки властиві носіям мови, і вміти їх використовувати відповідно до потреб. Але щоб використовувати їх автоматизовано, повністю підсвідомо, йому потрібно досить довго прожити в умовах цільової культури. Таким чином, у цьому випадку може йтися тільки про відбір знань стосовно СПКП і вмінь їх використовувати. Окремо відбирати їх також непотрібно, оскільки вони безпосередньо витікають з відібраних ситуативно-тематичних блоків (наприклад, знання того, як придбати квиток на літак у США та вміння це практично робити у разі потреби).

Завершуючи, можемо відзначити, що на основі проведеного добору змісту навчання і його складових виявилася можливість розробки системи вправ для набуття студентами знань та формування у них умінь використання СПКП, характерних для представників американського соціуму, у відповідних ситуаціях спілкування. Ця система вправ була втілена

у комплексі вправ для навчання студентів немовних спеціальностей стандартів повсякденної комунікативної поведінки американців, представленому у Додатку В.

### **2.3. Система вправ і модель організації навчання студентів немовних спеціальностей стандартів повсякденної комунікативної поведінки**

Виходячи зі сформульованих принципів навчання і його відібраного змісту, було розроблено систему вправ та, на її основі, комплекс вправ для навчання студентів немовних спеціальностей СПКП у США. Перед тим як представити зазначену систему доцільно обґрунтувати вибір етапів, фаз та вправ відповідних видів і типів, послідовність яких і забезпечує системність підходу до розробки комплексу вправ.

Як вже зазначалося, в процесі дослідження ми визначили підготовчий та основний етапи розвитку розуміння та вмінь використання СПКП у США на заняттях з англійської мови, кожен з яких включає декілька фаз. Зокрема, *підготовчий етап* має фазу ознайомлення з СПКП і фазу узагальнення та структуризації отриманої інформації. На цьому етапі забезпечується адекватне розуміння студентами деяких конкретних СПКП як складових міжкультурної комунікації. Саме тому на підготовчому етапі студентам повідомляється інформація про певне явище, характерне для англомовного культурного середовища. Крім цього, метою цього етапу є «занурення» студентів у іншомовне культурне середовище.

До *основного етапу* входять фаза перевірки розуміння, фаза тренування, фаза розширення знань про СПКП і фаза контролю засвоєння. Метою цього етапу є формування навичок і вмінь володіння відповідними вербальними і невербальними СПКП.

Ці етапи було покладено в основу розробленої системи вправ, в якій для кожної з фаз кожного етапу передбачені певні групи вправ, типи і види яких будуть наведені і описані далі.

Визначаючи необхідні нам типи і види вправ, ми опиралися на вимоги до вправ, розроблені Н.К. Складенко (1999), які висуваються до трьох основних структурних компонентів вправи: 1) до завдання, 2) до виконання завдання та 3) до контролю за виконанням завдання. Н.К. Складенко визначає такі вимоги до вправ для формування іншомовних мовленнєвих навичок і вмінь: комунікативність вправ, вмотивованість мовленнєвих дій учнів, новизна, культурологічна спрямованість, наявність ігрового компонента, ступінь забезпечення необхідними опорами [153, 3-7]. У нашому дослідженні культурологічна спрямованість вправи визначається не як додаткова, а як обов'язкова вимога. Крім цього, до завдання і змісту вправи висувається така вимога як проблемність, оскільки у багатьох вправах перед студентами ставляться саме проблемні завдання.

Перед детальним розглядом системи вправ надамо пояснення щодо призначення кожної групи вправ та вмінь, які розвиваються під час виконання вправ кожної групи.

**Підготовчий етап** розпочинається з виконання *групи вправ для налаштування студентів на тематику заняття* (умовно-комунікативних рецептивно-репродуктивних). Ці вправи призначені для визначення попереднього рівня обізнаності студентів про СПКП, які розглядаються у кожному з уроків.

Під час виконання *групи вправ для ознайомлення з СПКП у США* (комунікативних рецептивних), що передбачають читання інформативно-пізнавальних текстів, у студентів розвиваються вміння ознайомлювального, пошукового та вивчаючого читання. Крім цього, у тих, хто навчається, розвиваються вміння цілеспрямованого пошуку інформації за темою заняття.

Далі передбачається виконання вправ *групи для порівняння СПКП у*

*США з відповідними СПКП в Україні* (комунікативних рецептивно-продуктивних та умовно-комунікативних рецептивно-репродуктивних). Під час виконання таких вправ розвиваються не лише вміння аудіювання. монологічного (відповіді на запитання) та діалогічного мовлення (обговорення), ознайомлювального й пошукового читання, а й вміння логічного структурування інформації, необхідні для надання обґрунтованих відповідей на запитання.

Після виконання вправ вищевказаної групи відбувається перехід до виконання вправ *групи для розвитку вмінь аналізу причин/наслідків комунікативної поведінки* (що є умовно-комунікативними рецептивно-продуктивними вправами і, крім власне вмінь проведення причинно-наслідкового аналізу, передбачають розвиток діалогічного мовлення та аудіювання).

Для розвитку вмінь прагматичної інтерпретації висловлювання, що містить імпліцитну соціокультурну інформацію про СПКП, передбачено виконання вправ *групи для розвитку вмінь прагматичної інтерпретації висловлювання* (що належать до комунікативних рецептивно-продуктивних вправ). Крім цього, під час виконання вправ цієї групи у студентів розвиваються вміння діалогічного та монологічного мовлення та аудіювання.

Далі передбачається виконання *групи вправ на ознайомлення з невербальними СПКП* (умовно-комунікативних рецептивно-репродуктивних та комунікативних рецептивно-продуктивних вправ). Цими вправами передбачено розвиток вмінь розуміння та диференціювання значення жестів, що є складовими невербальних СПКП у США. Поряд з цим розвиваються також вміння аудіювання та монологічного мовлення, що реалізуються під час обговорення значення жестів.

**Підготовчий етап** завершується виконанням *групи вправ для розвитку вмінь опису СПКП* (комунікативних продуктивних вправ), у процесі якого



розвиваються вміння логічного структурування та підсумування інформації, а також вміння письма.

Після завершення підготовчого етапу системою передбачається перехід до виконання вправ **основного етапу**. Цей етап починається виконанням *групи вправ для перевірки знання вербальних складових СПКП* (некомунікативних рецептивних та рецептивно-репродуктивних вправ), спрямованих на перевірку знання культурно-специфічних лексичних одиниць. Далі передбачається виконання вправ *групи для розвитку вмінь проведення порівняльного аналізу* (умовно-комунікативних рецептивно-репродуктивних вправ, під час виконання яких розвиваються вміння читання, письма, а також вміння проведення порівняльного аналізу) і *групи вправ для розвитку вмінь пошуку ідей щодо вирішення проблеми* (комунікативних продуктивних вправ, під час виконання яких розвиваються вміння подолання психологічних бар'єрів, покращуються вміння говоріння й аудіювання).

Далі, як і під час підготовчого етапу, передбачається виконання вправ, пов'язаних з невербальними складовими комунікації. Зокрема, це *група вправ для розвитку вмінь аналізу невербальних засобів комунікації* (комунікативні рецептивно-продуктивні вправи), під час яких розвиваються не лише вміння аналізу невербальних складових комунікації, а й вміння монологічного мовлення. Після цього виконуються вправи *групи для розвитку вмінь роботи в команді* (що також є комунікативними рецептивно-продуктивними вправами) та вправи *групи для розвитку вмінь уникнення комунікативних прорахунків* (умовно-комунікативні рецептивно-репродуктивні вправи). Під час виконання таких вправ у тих, хто навчається, розвиваються вміння діалогічного мовлення та аудіювання, аналізу інформації та наслідків комунікативної поведінки.

Далі слідує виконання *групи вправ для розвитку вмінь прогнозування наслідків обраної стратегії комунікативної поведінки* (комунікативних рецептивно-продуктивних вправ), у процесі якого розвиваються вміння

логічного аналізу і прогнозування можливих наслідків комунікативної поведінки, а також, опосередковано — вміння говоріння та аудіювання.

**Основний етап** завершується виконанням *групи вправ для розвитку вмінь ідентифікації та опису СПКП* (умовно-комунікативних рецептивно-продуктивних вправ), що передбачають розвиток та удосконалення вмінь пошукового, вивчаючого та ознайомлювального читання, логічного структурування інформації, письма під час підготовки та монологічного мовлення під час презентації доповіді.

Система вправ для розвитку вмінь розуміння і використання СПКП у ситуаціях міжкультурного спілкування представлена у таблиці 2.3.1. На основі запропонованої системи вправі відібраного навчального матеріалу створений комплекс вправ розрахований на навчання СПКП у США протягом I семестру. Цей комплекс представлений у Додатку В.

Наведемо приклади з кожної групи вправ нашої системи. Стосовно деяких прикладів, що представляють дії, специфічні для менеджерів, надамо пояснення, а щодо деяких інших вправ обмежимося лише прикладами.

Приклад 1.

**Тип і вид вправи.** Умовно-комунікативна рецептивно-продуктивна вправа у відповідях на запитання.

**Мета.** Налаштувати студентів на тематику заняття, визначити попередній рівень їх обізнаності з соціокультурних питань за темою заняття.

**Task.** *You are going to make a report about culture shock at one of our next classes. Before starting to prepare for your report, check your knowledge on the subject. Try to finish the following statements without reading the texts below.*

- a. Culture shock is...
- b. Culture shock is caused by....
- c. To overcome culture shock you need to...
- d. What Americans value the most is
- e. What are Americans mostly concerned about is...

**Спосіб виконання.** Фронтальний режим роботи.

**Спосіб контролю.** Контроль з боку викладача.

Таблиця 2.3.1

**Система вправ для навчання студентів немовних спеціальностей стандартів повсякденної комунікативної поведінки американців**

<i>Етапи</i>	<i>Групи вправ</i>	<i>Типи вправ</i>	<i>Види вправ</i>
<i>Підготовчий</i>	1. Для налаштування студентів на тематику заняття	УКРР	Відповіді на передтекстові запитання
		УКРР	Виконання тесту множинного вибору
	2. Для ознайомлення з СПКП у США	КР	Читання тексту
	3. Для порівняння СПКП у США з відповідними СПКП в Україні	КРП	Порівняння СПКП у США й України на основі інформації, отриманої з тексту
		УКРР	Відповіді на запитання на основі інформації, отриманої з тексту
	4. Для розвитку вмінь аналізу причин/наслідків комунікативної поведінки	УКРП	Створення причинно-наслідкових діаграм на основі тексту
	5. Для розвитку вмінь прагматичної інтерпретації висловлювання	КРП	Пояснення імпліцитного значення висловлювання
	6. Для ознайомлення з невербальними СПКП	УКРР	Розпізнання жестів на основі малюнків і фотографій невербальних засобів комунікації
		КРП	Обговорення комунікативної поведінки героїв відеосюжету після його перегляду
	7. Для розвитку вмінь опису СПКП	КП	Написання коротких творів і листа-подяки

<i>Продовження таблиці 2.3.1.</i>			
<b>Основний</b>	8. Для перевірки знання вербальних складових СПКП	НР	Називання відповідників культурно-специфічних лексичних одиниць
		НРР	Виконання тесту множинного вибору
	9. Для розвитку вмінь проведення порівняльного аналізу	УКРР	Проведення порівняльного аналізу СПКП у США і Україні
	10. Для розвитку вмінь пошуку ідей щодо вирішення проблеми	КП	Обговорення ідей з використанням прийому «мозковий штурм»
	11. Для розвитку вмінь аналізу невербальних засобів комунікації	КРП	Повторний перегляд відеосюжету, пояснення невербальних засобів комунікації
		КРП	Обговорення невербальних засобів комунікації на основі карток
	12. Для розвитку вмінь роботи в команді	КРП	Проведення рольової гри
	13. Для розвитку вмінь уникнення комунікативних прорахунків	УКРР	Проведення аналізу прорахунків
	14. Для розвитку вмінь прогнозування наслідків обраної стратегії комунікативної поведінки	КРП	Створення діаграми наслідків обраної стратегії поведінки
	15. Для розвитку вмінь ідентифікації та опису СПКП	УКРП	Створення доповіді про СПКП на основі результатів самостійного пошуку інформації у мережі Інтернет

Приклад 2.

**Тип і вид вправи.** а) Комунікативна рецептивна в читанні інформативно-пізнавального тексту, б) комунікативна рецептивно-продуктивна у порівнянні СПКП у США і Україні, с) комунікативна рецептивно-продуктивна у обговоренні СПКП у США і Україні.

**Мета.** Повідомити студентам інформацію про СПКП у США, ініціювати обговорення тексту, на основі якого студенти мають визначити подібні/відмінні СПКП у аналогічних ситуаціях в Україні

**Task.** а) *Read the following text for gathering materials for your future reports (Додаток В).* б) *In pairs compare the situation with the taxis in the USA and in this country.* с) *Discuss these differences in your group and make a list of the principal ones.*

**Спосіб виконання.** а) Індивідуальне опрацювання, б) робота в парах, с) фронтальний режим роботи

**Спосіб контролю.** а) Відстрочений контроль викладача, б) вибіркового контроль викладача, с) безпосередній контроль викладача.

Приклад 3.

**Тип і вид вправи.** Умовно-комунікативна рецептивно-репродуктивна вправа у відповідях на запитання.

**Мета.** Удосконалити навички ознайомлювального й пошукового читання з метою виявлення інформації про СПКП у США.

**Task.** *Continuing to prepare materials for writing your report on using cabs in the USA a) answer the following questions. b) Then present your ideas to the class.*

1. *Are there any differences between using taxis in Ukraine and cabs in the USA?*
2. *What are the possible causes of such distinctions, if any?*
3. *How to use the cab in the USA properly?*

**Спосіб виконання.** а) одночасна індивідуальна робота, б) послідовне індивідуальне надання відповідей на запитання.

**Спосіб контролю.** а) відстрочений контроль викладача, самоконтроль студентів, б) безпосередній контроль викладача і взаємоконтроль студентів.

У вправах, описаних вище, реалізуються такі методичні принципи: взаємопов'язаного навчання СПКП і чотирьох видів мовленнєвої діяльності (часткова реалізація за рахунок отримання студентами інформації про СПКП шляхом читання текстів, виконання ними передтекстових та післятекстових завдань та надання відповідей на запитання – читання, аудіювання і говоріння), і частково – принцип подолання міжкультурних комунікативних бар'єрів (за рахунок отримання інформації про СПКП та порівняння СПКП у США і в Україні під час обговорення).

Приклад 4.

**Тип і вид вправи.** Умовно-комунікативна рецептивно-продуктивна вправа у створенні діаграм з опорою на зміст тексту.

**Мета.** Розвинути вміння логічного аналізу та структурування можливих причин виникнення явища «культурного шоку» та їх взаємозв'язку.

**Task.** а) *On the basis of the information given in the text (Додаток В, с.193) in teams discuss and try to identify the reasons of the culture shock and their interdependences. б) Then draw the Fishbone diagram showing the results of your discussion.*

**Спосіб виконання.** а) робота у малих групах; б) фронтальний режим роботи

**Спосіб контролю.** а) вибірковий контроль і допомога з боку викладача, взаємоконтроль студентів; б) безпосередній контроль з боку викладача і взаємоконтроль студентів.

Створення таких *діаграм причинно-наслідкових зв'язків* є не лише ефективним засобом засвоєння вивченого матеріалу, але й вправою на

тренування логічного мислення. На особливостях виконання таких вправ слід зупинитися окремо.

**Діаграми причинно-наслідкових зв'язків** є графічним відображенням зв'язку між наслідком (проблемою) та можливими причинами її виникнення. Ці діаграми допомагають аналізувати проблеми шляхом визначення їх причин таким чином, щоб забезпечити можливість їх систематичного розгляду. Діаграми причинно-наслідкових зв'язків також називаються “Fishbone diagrams”, що зумовлено формою завершеної діаграми, або діаграмами Ішікави, названими на честь професора Каору Ішікави (K.Ishikawa), що запровадив використання діаграм цього типу для оцінки якості [234; 235]. Такі діаграми можна і доцільно використовуватися і для оцінки ефективності того чи іншого рішення, прийнятого в процесі обговорення. Існує три типи діаграм причинно-наслідкових зв'язків: причинно-наслідкова діаграма, діаграма аналізу процесу та діаграма аналізу рішення.

**Причинно-наслідкова діаграма** створюється для визначення всіх можливих причин однієї проблеми або наслідку.

**Діаграма аналізу процесу** створюється для визначення всіх причин, що впливають на кожен етап процесу. Ця діаграма більше схожа на схему процесу і використовується для пошуку причин шляхом аналізу окремих етапів процесу.

**Діаграма аналізу рішення** створюється для аналізу всіх можливих наслідків запропонованого рішення і за виглядом є дзеркальним відображенням діаграми причинно-наслідкових зв'язків та аналізу процесу. Діаграма аналізу рішення може використовуватися для оцінки або класифікації запропонованих рішень.

Для навчального процесу ефективним є використання діаграм аналізу причинно-наслідкових зв'язків (Рис.2.3.1) та діаграм аналізу рішення (Рис. 2.3.3.), що допоможе студентам визначити причини появи того чи

іншого фактору та проаналізувати рішення щодо стратегій поведінки, прийняті ними в процесі обговорення.

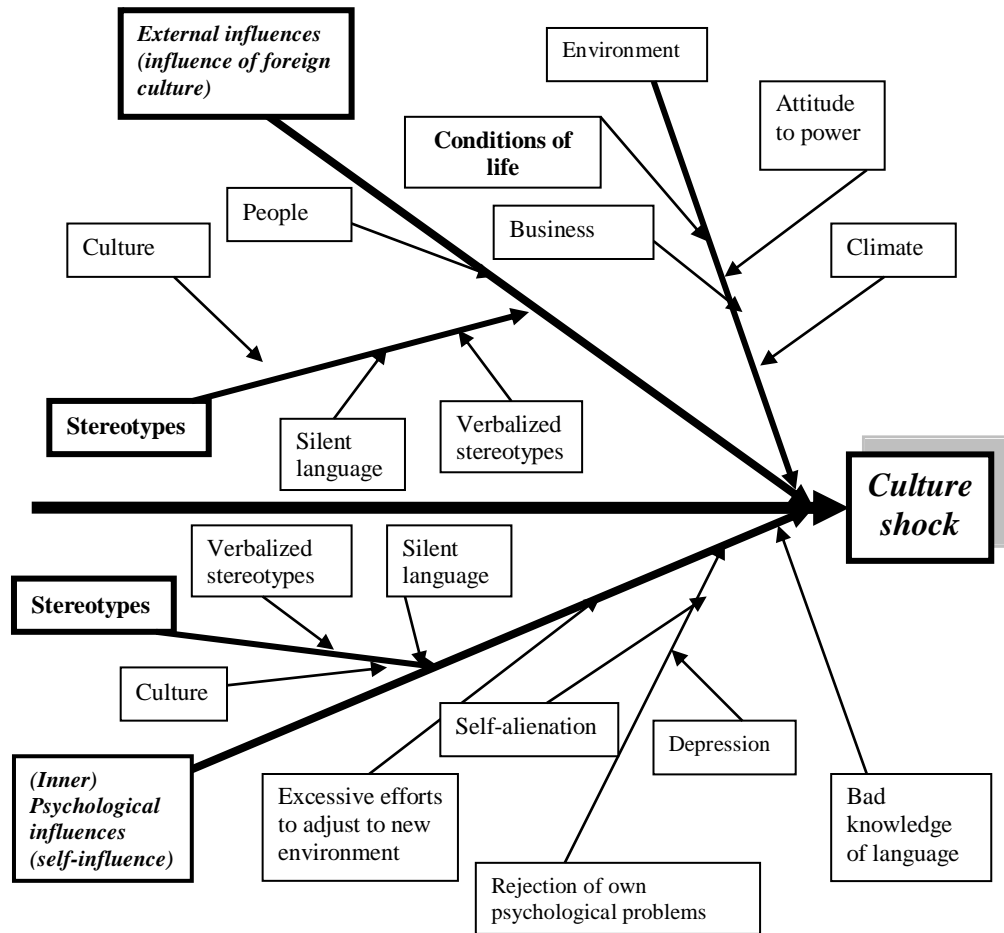
Процес створення діаграм причинно-наслідкових зв'язків можливо описати наступним чином. Спочатку слід сформулювати проблему і записати її справа на дошці у прямокутнику. Після цього через усю дошку слід провести горизонтальну лінію зі стрілкою, що вказує на цей прямокутник. Потім необхідно визначити основні причини виникнення проблеми, наприклад, причини виникнення культурного шоку, як на Рис.2.3.1. Ці основні причини повинні утворювати прямокутники навколо основної лінії. Зазвичай їх з'єднують з основною лінією стрілками, нахиленими під кутом  $45^{\circ}$ . Після цього для визначення більш детальних причин зазвичай виконується вправа з використанням прийому «мозковий штурм», в процесі якої студенти мають визначити всі можливі фактори, що спричиняють виникнення кожної з основних причин. Для цього групу можливо поділити на малі групи по 3-4 студенти, кожна мала група має обговорювати передумови появи однієї з основних причин. З цією метою можна також провести групове обговорення передумов виникнення кожної з основних причин. Ці передумови слід записувати у відповідній частині дошки і стрілками поєднувати з причинами, яких вони стосуються. Таким чином забезпечується ілюстрація взаємозв'язків передумов, факторів та причин виникнення певного явища. Після цього аналізується та оцінюється вагомість та впливовість кожного з визначених чинників.

Слід відзначити, що дуже важливою додатковою перевагою вправ зазначеного виду є те, що вони створюють оптимальні умови для проведення в аудиторії дискусії англійською мовою, тим самим розвивають навички і вміння творчого говоріння на досить високому рівні складності.

При виконанні таких вправ відбувається також реалізація принципу інтерактивності (шляхом інтерактивного обговорення причин і наслідків виникнення проблем студентами в процесі створення діаграми) та принципу



автентичності (за рахунок проведення обговорення англійською мовою відповідно до автентичних принципів проведення дискусій такого типу, тощо).



**Рис. 2.3.1. Очікуваний результат виконання вправи на створення діаграми причинно-наслідкових зв'язків, що викликають культурний шок**

Далі для покращання розуміння і розвитку вмінь прагматичної інтерпретації висловлювання, що містить імпліцитну соціокультурну інформацію, пов'язану з СПКП, притаманними представникам американського соціуму, студентам пропонується виконати таку вправу:

Приклад 5.

**Тип і вид вправи.** Комунікативна рецептивно-продуктивна вправа у поясненні імпліцитного значення висловлювання.

**Мета.** Покращати розуміння імпліцитної соціокультурної інформації у заданому контексті міжкультурної комунікації.

**Task.** *You are going to take part in the discussion on harmful habits between American and Ukrainian students. Try to explain the meaning of the following phrase: “Harmful habits”. a) For this purpose one group of the students will consider this phrase from the point of view of the Americans and another – from the point of view of Ukrainians. b) Then representatives of each group will present the ideas to the class.*

**Спосіб виконання.** а) Одночасна робота в командах. Можливе поєднання з прийомом «мозкового штурму» всередині команди; б) послідовне індивідуальне представлення результатів командної роботи

**Спосіб контролю.** а) вибірковий контроль викладача; б) безпосередній контроль викладача і взаємоконтроль студентів.

Така вправа задовольняє принципи подолання міжкультурних комунікативних бар'єрів (за рахунок розвитку вмінь прогнозування можливих відмінностей у комунікативній поведінці представників американського і українського культурних середовищ), принцип інтерактивності (в разі роботи в командах, у поєднанні з прийомом «мозкового штурму»), а також принцип автентичності (шляхом прогнозування та пояснення автентичної комунікативної поведінки представників різних соціумів).

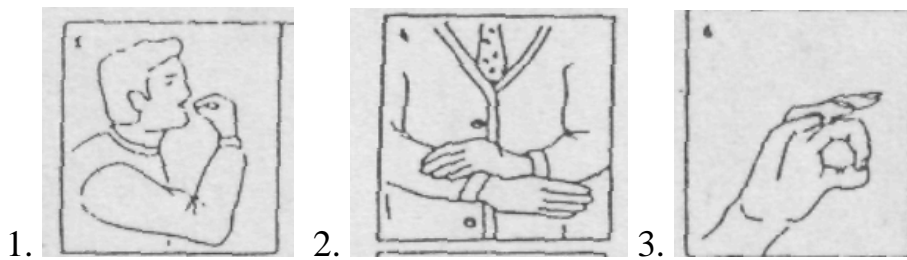
Далі у навчальних матеріалах передбачається виконання вправ на формування розуміння невербальних засобів комунікації, притаманних жителям США та розвиток вмінь використання таких засобів у модельованих комунікативних ситуаціях. Вивчення невербальної комунікативної поведінки за запропонованою методикою здійснюється одночасно з вивченням вербального компоненту СПКП, оскільки метою цієї роботи є розробка методики, що передбачає вироблення у студентів вмінь ефективного міжкультурного спілкування як на вербальному, так і невербальному рівні.

Приклад 6.

**Тип і вид вправи.** Умовно-комунікативна рецептивно-репродуктивна вправа на розуміння жестів з опорою на малюнок.

**Мета.** Навчити студентів розуміти жести людей та диференціювати значення жестів, характерних для різних культур.

**Task.** a) *Look at the following pictures and try to explain what these gestures mean. Decide if these gestures have different meanings in different cultures.*  
b) *Share your opinion with the class.*



[141, с.56]

**Спосіб виконання.** а) Індивідуальна одночасна робота б) фронтальна робота.

**Спосіб контролю.** а) відстрочений контроль викладача  
б) безпосередній контроль викладача.

Групою вправ на розвиток вмінь опису СПКП передбачається написання студентами коротких творів або листа-подяки. Наведемо приклад такої вправи.

Приклад 7.

**Тип і вид вправи.** Комунікативна продуктивна вправа з опорою на зразок мовлення (лист-подяка).

**Мета.** Розвинути вміння написання культурно-специфічної кореспонденції.

**Task.** *You were invited to a dinner in American family (they are your friends, but it was your first visit to their home). You liked the dinner and their*

*hospitality very much. Write a thank-you letter according to the sample given below* (зразок листа-подяки наведено у додатку В)

**Спосіб виконання.** Індивідуальна одночасна робота.

**Спосіб контролю.** Відстрочений контроль з боку викладача.

Варто зауважити, що написання *листа-подяки* (*A thank-you letter*) є культурно-специфічним явищем для американського соціуму, в якому відтворюється толерантність представників цієї культури до співвітчизників або іноземців, виявляється ввічливе ставлення до інших, навіть близьких людей і, крім усього іншого, дистанціювання та збереження власної приватності. Написання такого листа було обрано саме для першого уроку, оскільки цей вид листування практично залишається поза увагою на заняттях з англійської мови загального спрямування як проміжний етап між звичайною запискою й офіційним або особистим листом, яким приділяється достатньо уваги як під час вивчення курсу General English на початкових етапах навчання у немовному ВНЗ, так і курсу English for Specific Purposes на більш просунутих етапах.

Такі письмові вправи відповідають принципам інтегрованого навчання СПКП та чотирьох видів мовленнєвої діяльності (оскільки студенти пишуть твір на основі інформації, отриманої під час заняття в процесі читання інформативно-пізнавальних текстів та обговорення ситуацій), автентичності (за рахунок опису можливих автентичних комунікативних ситуацій або відтворення культурно-специфічної кореспонденції) та подолання міжкультурних комунікативних бар'єрів (за рахунок закріплення та перевірки рівня розуміння інформації про СПКП).

Основний етап розпочинається повторенням інформації, опрацьованої протягом підготовчого етапу. Це передбачає виконання групи вправ для перевірки знання вербальних складових СПКП. Наведемо приклад.

Приклад 8.

**Тип і вид вправи.** Некомунікативна рецептивно-репродуктивна вправа у поясненні культурно-специфічних лексичних одиниць.

**Мета.** Перевірити знання культурно-специфічних лексичних одиниць.

**Task.** *Do the following test.*

1. Dinner is
  - a) the last meal of the day usually taken not earlier than 7 PM;
  - b) a meal usually taken at 2-3 PM that includes soup;
  - c) just a meal taken irrespectively of exact time.
2. In American restaurants strong drinks
  - a) are permissible only in the evening;
  - b) may be taken at any time of the day;
  - c) are prohibited totally.
3. A salad-bar is
  - a) a bar specializing in different salads;
  - b) a long counter with a lot of vegetable salads and simply vegetables ready for eating;
  - c) a section of the menu-card with all the salads which can be ordered.
4. A brunch is
  - a) a lunch containing a set number of dishes for a fixed price. Usually starts at 10 AM and is over at midday;
  - b) a buffet-type meal when a customer himself takes foods and drinks from a big counter and brings them to his/her table to eat without limitation in number of dishes taken. Usually starts in the morning and is over at about 2 PM;
  - c) a buffet-type meal when a customer may choose from limited foods taken for free. Usually starts at midday and is over at about 2 PM;
5. In the medium-price restaurants:
  - a) the waiter is never tipped — his/her salary doesn't depend on the amount of tips;

- b) it's considered as very bad manners to tip the waiter—it's his/her job, so this may be considered as a bribe and have rather serious consequences;
  - c) it's customary to tip the waiter if the service hasn't been included in the check.
6. A “doggie bag” is:
- a) remains of your meal, for example chicken bones, which you take home to feed your pet;
  - b) all the food you have not eaten packed by the waiter for you to take away;
  - c) a special bag in the restaurant aimed for donations made by the customers to help homeless animals.
7. The “American cuisine” :
- a) is hamburgers, Coca-Cola, barbecues etc.;
  - b) is almost impossible to be found in the restaurants because America is the “melting pot” of the nations so there is no cuisine representing the customs of the whole country;
  - c) is a kitchen designed according to the modern American fashion.

**Спосіб виконання.** Індивідуальна робота.

**Спосіб контролю.** Самоконтроль за ключем.

У вправах такого типу реалізується принцип подолання міжкультурних комунікативних бар'єрів (шляхом перевірки рівня сформованості знань про СПКП у США).

Далі слідує вправа, спрямована на розвиток вмінь проведення порівняльного аналізу, читання та письма. Під час виконання такої вправи студенти мають заповнити таблицю, порівнюючи СПКП в США з відповідними СПКП в Україні, записуючи останні до відповідних граф таблиці.

Приклад 9.

**Тип і вид вправи.** Умовно-комунікативна рецептивно-репродуктивна вправа у порівнянні СПКП у США і в Україні.

**Мета.** Порівняння СПКП, прийнятих у США та Україні, розвиток умінь читання, діалогічного мовлення і письма.

**Task.** *You are preparing a reference book on American communicative behavioral patterns to be used by Ukrainian visitors to the USA. a) Read the left column of the table below and discuss with your partner who is working on the reference book together with you the behavioral patterns of using buses in the USA. Write down similar or distinct behavioral patterns of Ukrainians in the right column of the table. b) Share your ideas with the class.*

### **BUSES**

<b>USA</b>	<b>UKRAINE</b>
There are the so-called “ <i>kneeling buses</i> ” which tilt down towards the curb at stops. The “kneeling” mode is activated by the driver when he sees that an elderly or disabled person is going to board. There is also a wheelchair elevator and special devices inside to keep a wheelchair in a fixed position during running of the bus.	
Bus stops are usually marked by a <i>big letter M</i> . Since “M” stands for any kind of public transport operated by municipal authorities (Metro Bus, Metro Rail), it can be seen as an indication of subway stations and bus stops.	
Bus stops are as a rule situated at street corners.	
It’s usually of no use to ask the other passengers or people at the bus stop how to get to the place you need and about the number of the bus. That’s why always take the <i>map</i> of the city or “ <i>guide-a-ride</i> ” with you.	

**Спосіб виконання.** а) одночасна парна робота, б) індивідуальна послідовна робота.

**Спосіб контролю.** а) вибірковий контроль з боку викладача і взаємоконтроль студентів, б) безпосередній контроль викладача.

Під час виконання таких вправ реалізується принцип подолання міжкультурних комунікативних бар'єрів та принцип інтегрованого навчання СПКП у США та чотирьох видів мовленнєвої діяльності (за рахунок проведення обговорення та письмового заповнення граф таблиці).

Для розвитку вмінь пошуку ідей щодо вирішення проблеми використовуються вправи що передбачають застосування прийому «мозковий штурм». Наведемо приклад.

Приклад 10.

**Тип і вид вправи.** Комунікативна продуктивна, у проведенні «мозкового штурму» та визначенні позитивних і негативних стереотипів україномовного та англомовного культурних середовищ.

**Мета:** Розвинути у студентів вміння долати психологічні бар'єри комунікації, покращати уміння говоріння і аудіювання, автоматизувати дії студентів з лексичним матеріалом.

*Task. Try to guess and summarize some typical differences in stereotypes of the Americans and the Ukrainians. Make a short list of such differences and possible ways of coping with them. Note positive and negative stereotypes. Discuss if the positive stereotype of one country could be negative for the other. One of the students will be the leader of the discussion.*

**Спосіб виконання.** Груповий.

**Спосіб контролю.** Безпосередній контроль викладача і взаємоконтроль студентів.

Прийом «мозкового штурму» (*Brainstorming*) заслуговує на окремий розгляд. Технологія «мозкового штурму» була запропонована А.Ф. Осборн (A.F. Osborn) у 50-х роках ХХ сторіччя в праці «Applied Imagination» [263]. Це технологія була створена для генерування великої кількості варіантів рішення проблеми. А.Ф.Осборн припустив, що команда може подвоїти



результативність своєї діяльності за допомогою технології «мозкового штурму», оскільки ідеї, сформульовані групою є більш численними і креативними, ніж ідеї однієї особи.

На сьогоднішній день названа технологія широко використовується в практиці ведення бізнесу, зокрема при проведенні компаніями різних тренінгів для працівників, і у сфері навчання, оскільки «мозковий штурм» є оптимальним способом ідентифікації проблем, їх причин та знаходження рішень. В основу вправ «мозкового штурму» покладено рекомендації АРЕХ [203] з навчання працівників принципів роботи в команді. При цьому викладач може виконувати роль лідера дискусії або призначати лідером одного зі студентів та виконувати роль куратора та коментатора.

Етапи «мозкового штурму» є такими. Спочатку обирається лідер дискусії. Вправа мозкового штурму починається з роз'яснення студентам мети проведення обговорення, а також розподілу ролей. Для виконання завдання може використовуватися структурований або неструктурований підхід. При структурованому підході ті, хто навчаються, виражають свої ідеї щодо розв'язання проблеми по черзі. У цьому випадку всі студенти мають однакові шанси на участь в обговоренні. При неструктурованому підході студентам дозволяється виражати свої ідеї, щойно вони виникають. Це створює більш вільну атмосферу на заняттях, але при такому підході існує ризик більш активної участі одних «членів команди» та зменшення участі тих студентів, що менш впевнені в собі. Тому з самого початку викладач разом зі студентами має встановити правила проведення обговорення. Для цього на дошці записуються основні правила й обговорюються зі студентами, в результаті чого можуть виникнути нові правила або коригуватися вже існуючі. Наприклад, правила проведення обговорень можуть включати:

- висловлюватися слід по одному (Only one person may speak at a time);

- поки мовець не виявить бажання реагувати на ремарки інших членів групи, його не слід перебивати (No interruptions may occur until the speaker shows readiness to accept them);
- учасники повинні серйозно ставитися до всіх запропонованих рішень (Participants should accept all views as serious contributions);
- учасники повинні говорити за себе, а не за інших учасників (Participants speak for themselves, not for other participants);
- ідеї обговорюються по черзі (One idea is discussed at a time);
- всі ідеї добрі (All ideas are good ones);
- жодна з ідей не повинна критикуватися (No idea is criticized);
- кожен має брати участь в обговоренні (Everyone is encouraged to participate);
- всі ідеї слід записувати (All ideas are recorded);
- всі мають рівні права щодо участі в обговоренні (All members have equal opportunity to participate).

Для ефективного управління «мозковим штурмом» можна надати такі рекомендації:

1. При проведенні обговорень такого типу викладач або студент-лідер дискусії може ставити уточнюючі питання, спрямовані на подолання будь-яких психологічних бар'єрів учасників стосовно виразу своїх ідей, підтримувати вже висловлені ідеї.

2. Всі ідеї слід записувати на дошці, причому список слід перечитувати декілька разів протягом виконання вправи, оскільки таке повторення (як елемент ретроспективного аналізу) іноді стимулює виникнення нових ідей. Ідеї та варіанти рішення не слід редагувати та інтерпретувати. Вони повинні записуватися дослівно, а рішення стосовно якості ідей слід приймати в кінці обговорення. Але лідер дискусії може запитати, наприклад, чи можливо використовувати цей варіант рішення за інших обставин. Таким чином студенти можуть генерувати нові ідеї.

3. Варто пам'ятати, що на початку дискусії ідеї з'являються рідше, тому вправа не повинна бути занадто короткою. Тому, щоб дати змогу студентам обдумати варіанти дій в тій чи іншій ситуації доцільно проводити короткі сесії «мозкового штурму» по черзі з рольовими іграми. Рольові ігри дають можливість програвання вже сформульованих варіантів дії в тій чи іншій ситуації, підтвердження їх правильності або хибності та формулювання нових ідей під час подальшого обговорення.

4. Після того, як всі варіанти записані на дошці, їх слід повторно проаналізувати і визначити основні.

5. Вправи з виконання прийому «мозковий штурм» варто проводити на початку заняття перед читанням базового тексту заняття, при виконанні вправи на порівняння та наприкінці заняття для обговорення вражень та формування нових ідей.

Ці вправи є комунікативними і продуктивними, вони не лише покращують засвоєння студентами навчального матеріалу, розвивають навички і вміння діалогічного мовлення (що є необхідним для забезпечення ефективної міжкультурної комунікації), посилюють мотивацію вивчення англійської мови, адже обговорення проводиться цільовою мовою і завжди проходить насичено й весело, але й допомагають студентам подолати власні психологічні бар'єри при роботі в групі (наприклад, невпевненість в собі, страх зробити помилку, виразити думку, що відрізнятиметься від поглядів інших) та навчити їх роботи в команді. Крім цього, під час виконання вправ такого типу студенти обговорюють відмінності в поведінці представників різних культур, визначають можливі причини такої поведінки або ставлення і внаслідок цього починають краще розуміти та сприймати саме соціокультурну інформацію, що і є кінцевою метою навчання за методикою, що розробляється.

Група вправ для розвитку вмінь аналізу невербальних засобів комунікації передбачає перегляд відеосюжету зі створеної відеофонограми і

проведення обговорень невербальних складових комунікації на основі карток. Наведемо приклад однієї з вправ цієї групи.

Приклад 11.

**Тип та вид вправи.** Комунікативна рецептивно-продуктивна у монологічному мовленні з опорою на відео.

**Мета.** Навчити студентів розпізнавати і пояснювати невербальні аспекти спілкування під час перегляду художніх фільмів, а також розвиток вмінь монологічного мовлення в процесі пояснення жестів.

*Task. a) Watch the fragment of the film and try to suggest the meaning of the characters' gestures. b) Explain each gesture to the group trying to imitate culture-specific gestures.*

**Спосіб виконання.** а) Індивідуальна одночасна робота;  
б) індивідуальна послідовна робота.

**Спосіб контролю.** а) відстрочений контроль викладача,  
б) безпосередній контроль з боку викладача і взаємоконтроль студентів.

Слід зазначити, що художні відеофільми є багатим джерелом навчання як вербальної (про що свідчать багато сучасних досліджень [202; 52; 53]), так і невербальної комунікації. Як зазначає Ч.Х'юбер, перегляд телевізійних програм з вимкненим звуком може стати дуже цікавою вправою, що дозволить спостерігати та інтерпретувати мову тіла. Найкраще для цієї цілі використовувати два види програм: фільми і політичні дебати. Дослідник підкреслює, що найкраще для такого навчання обрати той фільм, що вже переглядався, тому що ті, хто навчається не будуть відволікатись на сюжет і зможуть зосередитись на жестах, рухах та позах акторів [187, с. 110]. Відповідно, для навчання невербальної комунікації під час основної фази студентам пропонується ще раз переглянути фрагмент відеофільму, передбачений для цього уроку, але вже з вимкненим звуком і спробувати пояснити жести акторів. Після цього фрагмент переглядається ще раз зі

звуковим супроводом і проводиться аналіз помилок в інтерпретації засобів невербальної комунікації.

З метою надання студентам інформації про невербальні засоби комунікації було розроблено відеофонограму, що містить фрагменти автентичних відеофільмів, у яких використовуються певні культурно-обумовлені невербальні засоби комунікації (див. список художніх відеофільмів, представлений у Додатку К).

Група вправ для розвитку вмінь роботи в команді передбачає проведення рольових ігор. При цьому студенти поділяються на пари або малі групи. За кожною з ситуацій, вказаних у завданні до вправи, одна пара або група студентів повинна обіграти неправильну комунікативну поведінку українців у США, а інша – вказати на їх помилки та обіграти ситуацію правильно. Наведемо приклад такої вправи.

Приклад 12.

**Тип і вид вправи.** Комунікативна рецептивно-продуктивна у створенні діалогів на основі комунікативних ситуацій.

**Мета вправи.** Використати отримані відомості про правильну і неправильну поведінку в середовищі іншомовної культури, розвивати вміння говоріння й аудіювання.

**Task.** *Work in pairs or small groups (maximum 4 students).*

*a) Read the following description of a sample situation.*

*You are a Ukrainian and you've come to the USA on business. Some day you were invited to a party at your American colleagues' home. It's not a celebration of a certain occasion – just a party, not an official meeting. Role-play the wrong behavior of a Ukrainian guest and the reactions of the Americans present (for instance, you bring a very expensive present or arrive 45 minutes late, or drink too much during the party).*

*b) Invent the situations of your own using a sample situation as an example.*

*c) Then role-play it before the class.*

**Спосіб виконання.** а) індивідуальна одночасна робота, б) одночасна робота у парах або малих групах; с) послідовна робота в парах або малих групах.

**Спосіб контролю.** а) відстрочений контроль викладача, б) вибірковий контроль викладача і взаємоконтроль студентів, с) безпосередній контроль викладача.

При вивченні обставин міжкультурного спілкування, в яких важливу роль відіграють невербальні засоби комунікації, їх засвоєння ефективно в процесі моделювання студентами комунікативної ситуації. Саме тому студентам пропонується не тільки програвати задані ситуації, але й створювати свої власні, моделюючи правильну та неправильну поведінку в іншомовному середовищі. Це не тільки підвищує зацікавленість студентів (що є впливовим психологічним фактором), а й покращує процес засвоєння матеріалу. Під час обговорення неправильної комунікативної поведінки може застосовуватися методика проведення «мозкового штурму». Крім цього може використовуватись «аналіз прорахунків» (**gap analysis**). Такий вид обговорення проводиться між програванням ситуацій неправильної та правильної поведінки. Сутність його така.

Члени групи, які не брали участь у програванні ситуації, мають визначити, що з точки зору американців було неправильним у комунікативній поведінці українців у США. Для цього на дошці слід створити три списки. В першому з них слід записати всі дії учасників з точки зору використання вербальних і невербальних СКП. В останньому списку необхідно записати правильні (з точки зору американців) аспекти відповідної комунікативної поведінки. У середньому списку слід записати те, що необхідно змінити для досягнення мети і забезпечення правильної комунікації. Наведемо приклад.

### Приклад 13.

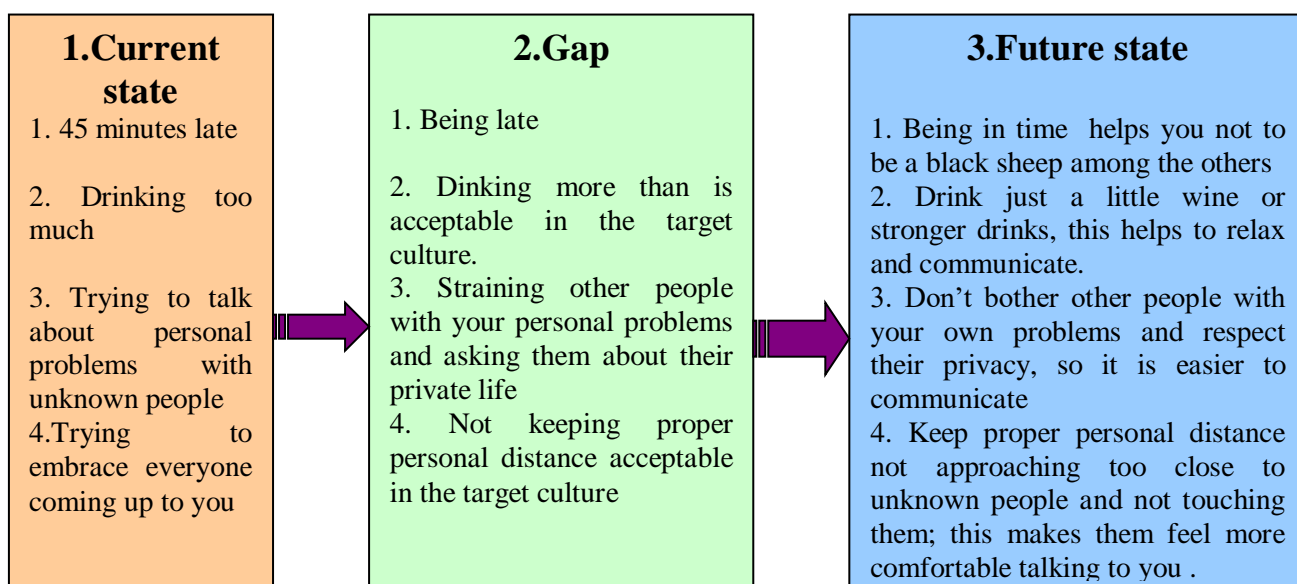
**Тип і вид вправи.** Комуникативна рецептивно-продуктивна у проведенні «аналізу прорахунків» з опорою на результати попередньої рольової гри.

**Мета.** Розвинути у студентів вміння аналізу комуникативних прорахунків.

**Task.** *Perform gap analysis of the previous role-play identifying the steps necessary for improving communication with your American colleagues in the lists. The first list indicates the current state of the situation (i.e. each wrong behavior causing communicative failure), the third one—future state of the situation (i.e. correct behavior in this situation). In the second list you should indicate the steps necessary to avoid corresponding unpleasant situation.*

**Спосіб виконання.** Фронтальний.

**Спосіб контролю.** Безпосередній контроль з боку викладача та взаємоконтроль.



**Рис.2.3.2.** Приклад результату проведення «аналізу прорахунків»

Далі передбачається створення студентами «діаграм аналізу рішення» (або діаграм наслідків обраної стратегії поведінки), що входять до групи

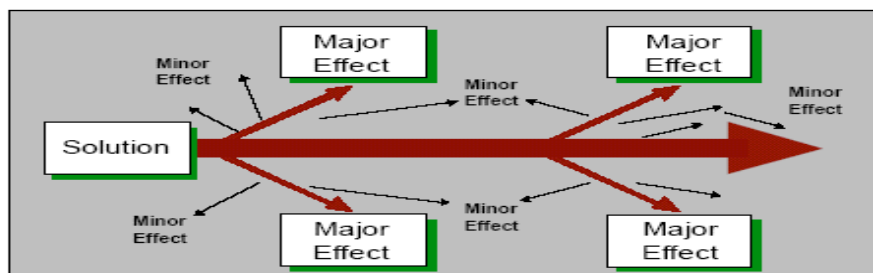
вправ для розвитку вмінь прогнозування наслідків обраної стратегії комунікативної поведінки. Ці діаграми мають вигляд дзеркального відображення діаграм причинно-наслідкових зв'язків, описаних вище. Процес створення такої діаграми є наступним. Зліва на дошці слід намалювати прямокутник, в якому вказується прийняте рішення. Від цього прямокутника вправо проводиться горизонтальна стрілка. Після цього визначаються основні категорії або підкатегорії наслідків такого рішення (так само, як описано вище для діаграм аналізу причин, рис.2.3.1.) і детально обговорюються можливі наслідки. В результаті проведеного обговорення наслідки розподіляються на позитивні та негативні, після чого студенти разом з викладачем приймають рішення або відхиляють його.

Приклад 14.

**Тип і вид вправи.** Умовно-комунікативна рецептивно-репродуктивна вправа у визначенні наслідків прийнятного рішення з опорою на результати обговорення.

**Мета.** Розвинути вміння логічного аналізу і прогнозування можливих наслідків прийнятного варіанта комунікативної поведінки у комунікативній ситуації.

**Task.** *Try to prognosticate the results of the decision about the communicative behavior shown during the previous discussion. Draw the diagram showing interdependences and the order of priority of such results making use of the skeleton given below.*



**Рис. 2.3.3.** Схема діаграми аналізу наслідків обраної стратегії комунікативної поведінки.



**Спосіб виконання.** Фронтальний.

**Спосіб контролю.** Безпосередній контроль з боку викладача і взаємоконтроль студентів.

Слід зазначити, що такі вправи доцільно застосовувати для випадків, коли стратегія поведінки викликає багато протиріч під час обговорення. Але вони є надзвичайно ефективним засобом засвоєння складних питань та посилення мотивації студентів у процесі навчання, що забезпечує реалізацію принципу **мотивації навчальної діяльності студентів**. Процес створення такої діаграми вимагає логічного мислення і глибокого аналізу поставленої проблеми. Тренуючись таким чином, студенти не лише розвивають свою логіку, але й починають усвідомлювати причини появи тих чи інших явищ або результати тих чи інших дій, що значно покращує процес засвоєння ними навчального матеріалу. Це особливо стосується інформації щодо культурних відмінностей, розбіжностей світосприйняття та інших явищ, що мають психологічне підґрунтя і можуть спричинити навіть виникнення конфліктних ситуацій.

Остання група вправ для розвитку вмінь ідентифікації та опису СПКП передбачає самостійний пошук студентами за допомогою мережі Інтернет додаткової інформації про СПКП, що відповідають темі заняття, і потім представлення знайденої інформації у вигляді короткої доповіді на наступному занятті (вправа на розвиток вмінь пошукового читання, структурування отриманої інформації та монологічного мовлення). Слід зазначити, що під час розробки методики ми не ставили за мету розробку спеціального комплексу вправ з використанням Інтернет-ресурсів. Ми виходили з того факту, що сучасні студенти ще до вступу до ВНЗ мають навички роботи з Інтернет і можуть, хоча б на базовому рівні, здійснювати пошук необхідної інформації в інформаційній системі. Про результати пошуку студенти повідомляють на наступному занятті. Зразок такої вправи наведено далі.

Приклад 15.

**Тип і вид вправи.** Умовно-комунікативна рецептивно-продуктивна вправа у пошуку інформації в мережі Інтернет і обговоренні отриманих результатів.

**Мета.** Розвинути вміння пошукового читання, структурування отриманої інформації та монологічного мовлення.

**Task.** *a) Search the Internet to find some interesting facts related to the information already known to you on the basis of the previous discussions. b) Then orally present the results of your search to the class.*

**Спосіб виконання.** а) індивідуальна одночасна робота, б) індивідуальна послідовна робота студентів.

**Спосіб контролю.** а) Відстрочений контроль з боку викладача, б) безпосередній контроль з боку викладача.

Комплекс вправ, представлений в Додатку В, призначений для опрацювання на I курсі немовного ВНЗ. Він розрахований на 18 аудиторних занять (36 академічних годин) і таку ж кількість годин позааудиторної самостійної роботи. В контексті впровадження кредитно-модульної системи навчання у ВНЗ України, такий розподіл годин відповідає одному змістовому модулю.

Виходячи з зазначеного у попередніх підрозділах, роботу з навчальними матеріалами доцільно розпочинати з I семестру I курсу, але можливі принаймні два варіанти організації такої роботи. Відповідно, можливі **два варіанти моделі** організації навчального процесу з англійської мови за розробленою методикою.

1. Усі розроблені навчальні матеріали цілком опрацьовуються протягом першого семестру, враховуючи те, що студенти немовних спеціальностей вивчають англійську мову зазвичай протягом чотирьох годин на тиждень (72 години на семестр відповідно). Потім переходять до роботи над

основними прийнятими для курсу навчальними матеріалами, з якими працюють до кінця семестру.

2. Над розробленими навчальними матеріалами працюють тільки протягом одного аудиторного заняття кожного тижня (2 години). Інші дві години на тиждень присвячуються роботі з основними навчальними матеріалами курсу загальної англійської мови. Таким чином, робота з комплексом вправ продовжується протягом навчального року.

Надамо опис впровадження розробленої методики до навчального процесу з англійської мови студентів немовних спеціальностей.

Так, на перших заняттях проводиться перевірка рівня сформованості ІКК (для чого доцільно використовувати матеріали, створені на основі РЕТ), оскільки для роботи над розробленою методикою рівень сформованості у студентів ІКК має бути не нижчим за А1. Також доцільно перевірити рівень ознайомленості студентів з СПКП за допомогою тесту, розробленого нами і представленого у Додатку Г. Таким чином, на вихідне тестування відводиться 4,5 години. Далі починається робота з комплексом вправ, в процесі якої на опрацювання кожного з уроків відводиться 7 годин аудиторних занять. Якщо для роботи над комплексом вправ обрано перший варіант моделі організації навчального процесу з СПКП, то навчання проводиться без використання інших навчальних матеріалів (затверджених кафедрою) і завершується наприкінці I семестру навчального року.

У разі обрання другого варіанта моделі організації навчального процесу з СПКП, робота над комплексом вправ проводиться, як вже зазначалося, 2 години на тиждень протягом навчального року, але при цьому на опрацювання кожного з уроків комплексу вправ бажано виділити не 7, а 8 годин аудиторних занять з огляду на те, що студентам необхідно більше часу на опрацювання матеріалу, адже передбачається, що протягом інших двох годин вони вивчатимуть загальнонавчальну англійську мову.

Після завершення роботи над комплексом вправ (тобто наприкінці I семестру у разі обрання першого варіанту моделі та наприкінці навчального року у разі обрання другого варіанта моделі) проводиться перевірка рівня сформованості знань про СПКП та вмінь їх використання (для цього можливо використовувати розроблений нами тест, представлений у додатку Д). Також доцільно перевірити вихідний рівень сформованості ІКК (за допомогою тесту, розробленого на основі РЕТ). На перевірку навченості студентів з СПКП та рівня сформованості їх ІКК слід, так само як і на початку, виділити 4,5 години.

Схематично це можливо зобразити так, як на рис. 2.3.1, яка показує два можливі варіанти моделі організації навчального процесу, на які ми спиралися під час проведення дослідження.

Ми вважали доцільним взяти за основу перший варіант моделі у зв'язку з тими мотиваційними перевагами роботи над навчальними матеріалами, про які йшлося раніше. Але остаточний вибір варіанта моделі організації навчального процесу вимагає експериментальної перевірки (див. розділ 3).

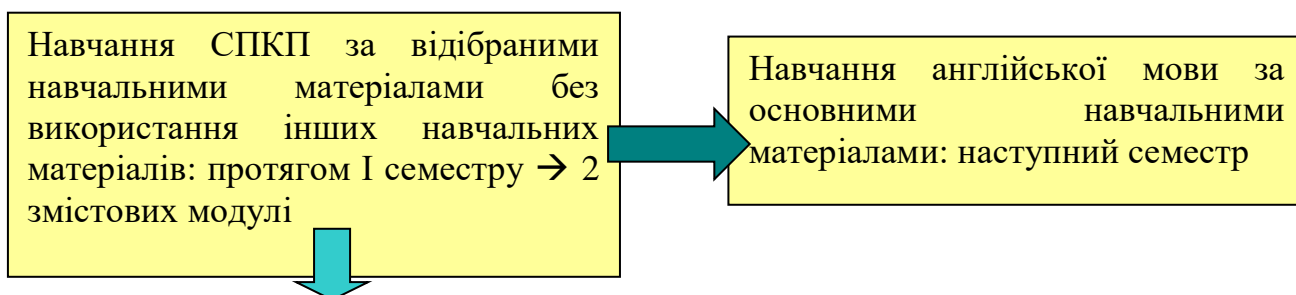
**Рис. 2.3.1. Модель організації навчання студентів немовних спеціальностей СПКП американців**

Умовні позначення:

- |  |                                 |
|--|---------------------------------|
| К—контрольні заходи                          | IV—опрацювання четвертого уроку |
| G—вивчення загальнозживаної англійської мови | V—опрацювання п'ятого уроку     |
| I—опрацювання першого уроку                  | VI—опрацювання шостого уроку    |
| II—опрацювання другого уроку                 | VII—опрацювання сьомого уроку   |
| III—опрацювання третього уроку               | VIII—опрацювання восьмого уроку |
|  | IX—опрацювання дев'ятого уроку  |

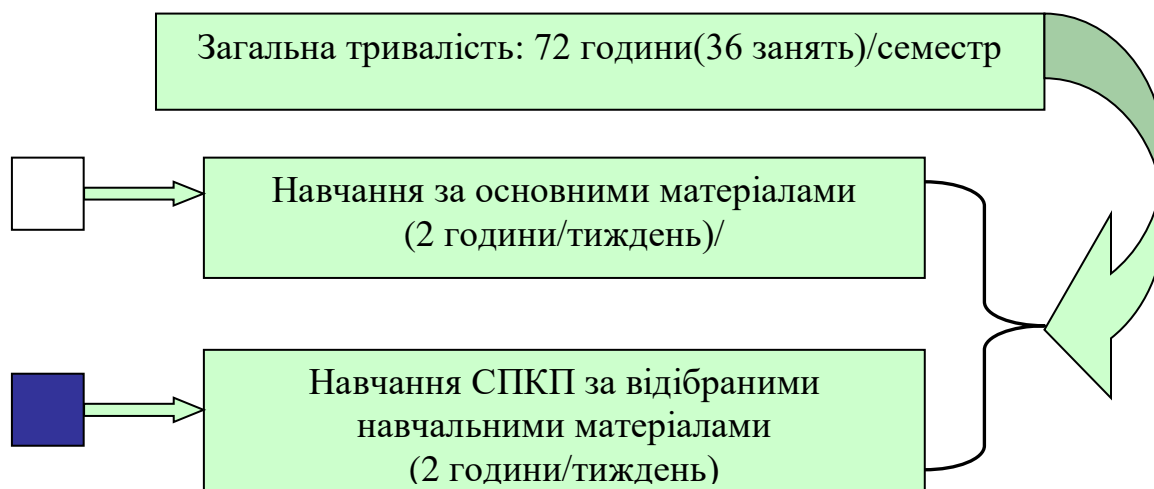
### Варіант 1

Загальна тривалість: 72 години (2 змістових модулі)/семестр,  
4 години/тиждень



1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
K	K	K	K	I	I	I	I	I	I	I	II	II	II	II
16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
II	II	II	III	III	III	III	III	III	III	IV	IV	IV	IV	IV
31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45
IV	IV	V	V	V	V	V	V	V	VI	VI	VI	VI	VI	VI
46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60
VI	VII	VII	VII	VII	VII	VII	VII	VIII	VIII	VIII	VIII	VIII	VIII	VIII
61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72			
IX	IX	IX	IX	IX	IX	IX	K	K	K	K	K			

## Варіант 2



<i>I СЕМЕСТР</i>														
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
K	K	K	K	I	I	G	G	I	I	G	G	I	I	G
16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
G	I	I	G	G	II	II	G	G	II	II	G	G	II	II
31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45
G	G	II	II	G	G	III	III	G	G	III	III	G	G	III
46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60
III	G	G	III	III	G	G	IV	IV	G	G	IV	IV	G	G
61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72			
IV	IV	G	G	IV	IV	G	G	V	V	G	G			
<i>II СЕМЕСТР</i>														
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
V	V	G	G	V	V	G	G	V	V	G	G	VI	VI	G
16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
G	VI	VI	G	G	VI	VI	G	G	VI	VI	VII	VII	G	G
31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45
VII	VII	G	G	VII	VII	G	G	VII	VII	G	G	VIII	VIII	G
46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60
G	VIII	VIII	G	G	VIII	VIII	G	G	VIII	VIII	G	G	IX	IX
61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72			
G	G	IX	IX	G	G	IX	IX	K	K	K	K			

## ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2

1. Метою вивчення СПКП студентами I курсу немовних спеціальностей є розвиток умінь своєчасного й адекватного реагування на культурно зумовлені особливості вербальної та невербальної поведінки представників іншомовного соціуму в реальних ситуаціях спілкування.

2. До конкретних завдань навчання СПКП відносяться виховання толерантного ставлення до світогляду представників іншої культури, зведення до мінімум симптомів «культурного шоку», усунення можливих помилок при спілкуванні з представниками іншомовної культури і визначення способів виходу з культурно-конфліктних ситуацій.

3. Для навчання студентів немовних спеціальностей СПКП американців було обрано такі форми навчальної діяльності, матеріали і засоби: інформативно-пізнавальні тексти; предмети наочності: фотографії, предмети вжитку, відеоматеріали; мережа Інтернет; рольові ігри; короткі твори; тестові завдання різних типів.

4. На основі сформульованих мети та завдань у дослідженні було висунуто такі принципи навчання СПКП, а саме: принцип інтегрованого навчання СПКП та чотирьох видів мовленнєвої діяльності (аудіювання, говоріння, письма, читання), принцип автентичності, принцип подолання міжкультурних комунікативних бар'єрів, принцип інтерактивності, що базуються на загальнодидактичних принципах мотивації, автономії навчальної діяльності, наочності та посильності.

5. Добір змісту навчання СПКП у США починався з комунікативного аспекту (добір тематики і ситуацій спілкування) та переходив до лінгвістичного аспекту (відбір текстів і мовного інвентаря), а потім процесуального та психофізіологічного аспектів (відбір знань, навичок і умінь, які формуються та розвиваються під час навчання). З огляду на специфіку розробленої методики окремою складовою добору змісту

навчання СПКП було виділено паралінгвістичний аспект, суть якого полягала у відборі матеріалів для навчання невербальних засобів комунікації.

6. Тематика навчання визначалась на основі опитування, проведеного серед 100 спеціалістів, що протягом певного періоду часу перебували в США і відчували симптоми культурного шоку та психологічний дискомфорт внаслідок незнання культурно зумовлених особливостей поведінки представників цільового соціуму.

7. Ситуації, визначені в межах тематики за результатами опитування як такі, в яких респонденти відчували найбільший психологічний дискомфорт і труднощі культурного характеру, було покладено в основу 9 ситуативно-тематичних блоків, які склали ситуативне наповнення змісту навчання.

8. Відповідно до визначених ситуативно-тематичних блоків було відібрано інформативно-пізнавальні тексти, синтезовані з урахуванням усіх вимог до збереження автентичності таким чином, щоб містити інформацію про СПКП, що є достатнім для розуміння особливостей комунікативної поведінки представників іншомовного соціуму у конкретних ситуаціях спілкування.

9. В якості лексичного наповнення змісту навчання було відібрано словник-мінімум явищ і понять, що відносяться до СПКП у США.

10. Окремим аспектом добору змісту навчання був паралінгвістичний аспект, що полягав у пошуку засобів наочності для навчання невербальних засобів комунікації. У результаті було відібрано 7 автентичних художніх відеофільмів, 10 епізодів з яких увійшли до відеофонограми, яка є додатком до комплексу вправ для навчання СПКП. Крім цього, для навчання невербальних засобів комунікації було відібрано 41 зображення невербальних засобів комунікації, які було використано під час розробки комплексу вправ для навчання СПКП у США.

11. Оскільки розробленою методикою навчання СПКП у США передбачається лише опосередкований розвиток мовленнєвих навичок і



вмінь, мовленнєві навички та вміння окремо не відбиралися, оскільки їх формування передбачається програмою вивчення англійської мови в загальноосвітній школі. Що ж до знань, навичок і вмінь, які безпосередньо відносяться до СПКП, то ці знання і вміння окремо також не відбиралися, оскільки вони безпосередньо витікають з відібраних ситуативно-тематичних блоків.

12. Система вправ, що реалізована в розробленому комплексі вправ, передбачає два етапи роботи – підготовчий (ознайомлення з СПКП) та основний (засвоєння вербальних і невербальних СПКП у США), а також контроль. Кожен з етапів включає певні групи вправ, які спрямовані на реалізацію поставлених цілей.

13. Впровадження навчання СПКП до навчального процесу може здійснюватися за двома варіантами моделі організації навчального процесу. Першим варіантом моделі є навчання СПКП студентів протягом I семестру I курсу виключно за запропонованою методикою без використання інших навчальних матеріалів. У разі вибору другого варіанта навчання СПКП у США проводиться 2 години на тиждень протягом усього року. Решта годин (залежно від кількості годин, передбачених навчальним планом) присвячується вивченню загальнонавчальної англійської мови за матеріалами кафедри.

### **РОЗДІЛ 3. ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНА ПЕРЕВІРКА ЕФЕКТИВНОСТІ МЕТОДИКИ НАВЧАННЯ СТУДЕНТІВ І КУРСУ СТАНДАРТІВ ПОВСЯКДЕННОЇ КОМУНІКАТИВНОЇ ПОВЕДІНКИ АМЕРИКАНЦІВ**

#### **3.1. Організація експериментального навчання за розробленою методикою і критерії оцінювання рівня сформованості вмінь використання СПКП**

Підготовка, організація і проведення експериментального дослідження здійснювалися відповідно до вимог, що висувають до методичного експерименту провідні вчені, зокрема В.А. Бухбіндер [26], П.Б.Гурвич [49; 50], М.В. Ляховицький [116], Е.А. Штульман [196] та ін.

Методичний експеримент визначається П.Б. Гурвичем як організована для вирішення методичної проблеми спільна діяльність учасників експерименту та експериментатора, невід'ємними ознаками якої є: 1) точна обмеженість у часі (початок і кінець); 2) наявність попередньо сформульованих гіпотез; 3) план і організаційна структура, адекватні висунутим гіпотезам; 4) можливість ізольованого урахування методичного впливу досліджуваного фактора; 5) вимірювання початкового і заключного стану релевантних для проблеми дослідження знань, навичок і вмінь учасників експерименту за критеріями, які повинні відповідати специфіці проблеми, що розглядається, та меті експерименту [50, с.40].

Проведена нами експериментальна перевірка ефективності розробленої методики навчання студентів І курсу немовних спеціальностей СПКП у США, як і будь-яке методичне експериментальне дослідження, складалася з таких етапів, визначених М.В. Ляховицьким: 1) організація експерименту, 2) проведення експерименту, 3) констатація та інтерпретація отриманих даних [115, с.47-48; 116].

Етап організації експериментального дослідження передбачав формулювання робочої гіпотези, підготовку і тиражування експериментальних навчальних матеріалів для роботи у групах, визначення складу учасників експерименту, визначення параметрів оцінки рівня сформованості розуміння та вмінь володіння вербальними і невербальними СПКП у США учасниками експерименту, в нашому випадку – студентами I курсу ВНЗ, що навчаються за спеціальністю «0502. Менеджмент». На основі теоретичних положень, розглянутих у попередніх розділах, було сформульовано таку основну **гіпотезу експерименту**: навчання стандартів повсякденної комунікативної поведінки за запропонованою методикою забезпечить їх ефективне засвоєння. Ефективним засвоєнням вважається такий рівень володіння СПКП у США, який відповідає мінімальному коефіцієнту навченості за В.П. Беспалько (0,7) або перевищує його. При цьому рівень сформованості у студентів ІКК з загальнонавчальної англійської мови не тільки не знизиться, але й суттєво підвищиться.

Перед початком експерименту слід було визначити його основну мету. Вона полягала у перевірці ефективності розробленої в ході дослідження методики навчання СПКП. Супутньою метою було обрано визначення оптимальної моделі організації навчального процесу засвоєння СПКП в США в контексті навчання англійської мови на I курсі студентів немовних спеціальностей.

На основі визначеної мети експериментального навчання було обрано природний вертикально-горизонтальний експеримент. Його вертикальний характер забезпечив можливість визначення загальної ефективності розробленої методики навчання студентів I курсу немовного ВНЗ, СПКП у США, тобто порівняння рівня сформованості в учасників експерименту вмінь використання СПКП до експериментального навчання та після нього. Горизонтальний характер експерименту виявлявся таким чином. Варіативним складником було визначення доцільності виокремлення

навчання СПКП в процесі навчання англійської мови та оптимальної моделі організації навчального процесу СПКП у США, що проводилось у двох варіантах: 1) студенти навчаються протягом I семестру I курсу виключно за розробленими навчальними матеріалами, 2) студенти навчаються за стандартною програмою з англійської мови, але протягом року 2 години на тиждень вивчають СПКП за запропонованою методикою. Структура експерименту представлена у Таблиці 3.1.1.

Як вже зазначалося у вступі, всього у дослідженні взяли участь 384 особи, з них 100 взяли участь в анкетуванні, 220 – у впровадженні методики у Дніпропетровській фінансовій академії, Білоцерківському державному аграрному університеті та Міжнародному науково-технічному університеті імені академіка Юрія Бугая (Київ).

Безпосередньо в експериментальному дослідженні брали участь 64 студенти факультету менеджменту і маркетингу Національного технічного університету України «Київський Політехнічний Інститут» (I рік навчання), які погодились взяти участь у експерименті.

До дослідження були залучені студенти таких груп: ЕГ-1 (10 студентів, з них 5 жінок, 5 чоловіків, віком 17-19 років), ЕГ-2 (11 студентів, з них 5 жінок, 6 чоловіків, віком 17-19 років), ЕГ-3 (12 студентів, з них 8 жінок, 4 чоловіків, віком 17-19 років), ЕГ-4 (10 студентів, з них 5 жінок, 5 чоловіків, віком 17-19 років), ЕГ-5 (11 студентів, з них 8 жінок, 3 чоловіків, віком 17-19 років), ЕГ-6 (10 студентів, з них 5 жінок, 5 чоловіків, віком 17-19 років). Розподіл студентів на експериментальні групи описано далі. ЕН проводилося в природних умовах з 1 вересня 2006 року по 30 травня 2007 року (студенти груп ЕГ-1, ЕГ-2, ЕГ-3, ЕГ-4, ЕГ-5, ЕГ-6).

Таблиця 3.1.1

## Структура проведення експериментального навчання

Етапи експериментального навчання	Час та терміни проведення	Кількість годин	Кількість груп/учасників	Основні завдання
Передекспериментальний зріз	1-5.XI. 2006	2/2	6 груп / 64 студенти	Визначення вихідного рівня сформованості ІКК(1) і вмінь володіння СПКП у США(2)
Експериментальне навчання	1.XI- 24.XII. 2006	144	6 груп / 64 студенти	Перевірка ефективності розробленої методики і порівняльної ефективності двох варіантів організації навчального процесу з СПКП у США
Післяекспериментальний зріз	24-30.V 2007	2/2	6 груп / 64 студенти	Визначення досягнутого рівня сформованості ІКК(1) і вмінь використання СПКП у США(2)

Організація і проведення експерименту передбачали виконання таких завдань:

- 1) розробити критерії та шкали оцінювання рівня сформованості вмінь використання вербальних і невербальних СПКП під час комунікації;

- 2) розробити матеріали, що відповідали б поставленій меті експериментального навчання;
- 3) провести передекспериментальне тестування учасників експериментального навчання, експериментальне навчання на основі розроблених навчальних матеріалів, а також післяекспериментальне тестування учасників експериментального навчання;
- 4) проаналізувати та інтерпретувати результати проведеного експерименту.

Основним об'єктом навчання стали вміння розуміння і використання вербальних і невербальних СПКП у США студентами I курсу немовного ВНЗ в ситуаціях міжкультурної комунікації.

Розглянемо поетапну реалізацію поставлених завдань в процесі проведення експериментальної частини дослідження.

Слід зазначити, що, незважаючи на численність сучасних досліджень з методики навчання іноземних мов, присвячених питанню формування соціокультурної компетенції на заняттях з ІМ, питання адекватного оцінювання рівня сформованості саме соціокультурних умінь залишається до цього часу відкритим і недостатньо розробленим. Це, на наш погляд, обумовлено тісним взаємозв'язком і взаємопроникністю культури та мови. Мова є вербалізованим відображенням менталітету народу, який нею спілкується, і тому мовленнєві вміння (аудіювання, говоріння, читання і письмо) носіїв мови в будь-якому випадку містять соціокультурну інформацію, що може бути виражена явно або імпліцитно (за рахунок, наприклад, культурно обумовлених алюзій в розмовному мовленні), свідомо (з метою повідомлення певної культурно-специфічної інформації) або підсвідомо (відповідно до стереотипів, вироблених у процесі перебування в певному соціумі). Саме тому оцінити загальний рівень сформованості виключно соціокультурної компетенції, зокрема вмінь використання СПКП як її складової, в різних видах мовленнєвої діяльності виявляється складним

завданням. Для його вирішення ми й проводили передекспериментальну і післяекспериментальну перевірки експерименту в два етапи, тобто окремо визначали рівень сформованості суто мовленнєвих вмінь в різних видах мовленнєвої діяльності, а окремо, за спеціально розробленими критеріями, визначали рівень сформованості вмінь використання СПКП.

Як вже зазначалося в попередніх розділах (див. Розділ 2), розробленою методикою не передбачається розвиток суто мовленнєвих вмінь (аудіювання, говоріння, читання і письма). Але ми перевіряли рівень сформованості ІКК студентів до та після навчання за запропонованою методикою, що здійснювалося з метою визначення оптимального варіанту моделі організації навчального процесу з англійської мови та підтвердження ефективності розробленої методики не лише для навчання СПКП у США, але й супутнього розвитку мовленнєвих умінь, принаймні протягом I семестру I курсу та створення оптимального підґрунтя для вивчення англійської мови професійного спрямування майбутніх менеджерів і маркетологів та студентів інших немовних спеціальностей. Причини вибору цільової аудиторії експериментального навчання були такими.

По-перше, на території України переважна більшість компаній мають іноземний (і часто американський) основний капітал, що визначає необхідність для керівників і співробітників компаній підтримувати ділові стосунки та постійно спілкуватися з представниками зарубіжних фірм, зокрема американських. Це стосується як менеджерів, так і технічних спеціалістів, оскільки в процесі кар'єрного зростання працівникам доводиться приймати керівні рішення і вирішувати адміністративні та управлінські питання, пов'язані зокрема з впровадженням створеної продукції як на внутрішній, так і на міжнародний ринок. Як зазначає Б.-Д. Мюллер (B.-D. Muller), непорозуміння більш загрожують діловому спілкуванню, ніж міжкультурній комунікації в інших ситуаціях, наприклад, в туристичній подорожі. Дослідник пояснює це тим, що обидва партнери

знаходяться під тиском «успіху», якого необхідно досягти в ситуаціях переговорів і домовленостей. Це обмежує готовність відчувати культурно обумовлені розбіжності в світосприйнятті, в значеннях та мовленнєвій діяльності [257].

По-друге, згідно з сучасними фаховими дослідженнями в сфері менеджменту знання культурно-обумовлених особливостей поведінки ділових партнерів є запорукою успішної співпраці. В сфері маркетингу і менеджменту закордонні компанії, що відкривають представництва в Україні, навіть проводять спеціальні тренінги з міжкультурного спілкування та часто окремим документом навіть визначають цінності компанії, деякі з яких можуть бути незрозумілими для українців, оскільки обумовлюються виключно особливостями менталітету і культури іншомовних (як правило, англomовних) керівників. Як підкреслюють Н.М. Драгомирецька [67] та, слідом за нею, Н.С. Жданова [72], менеджер повинен володіти певними здібностями, від яких залежить успіх його діяльності. Ці здібності можна структурувати за їх домінуючим впливом на процес і результати ділового спілкування. До основних відносять:

- комунікативні здібності, які включають в себе дипломатичність, артистизм, гнучкість;
- цілеспрямованість, мотивація досягнення успіху в професійній діяльності, ініціативність, пошук нового;
- здатність швидко і впевнено приймати рішення.

Допоміжними є:

- здатність до поглибленого аналізу подій, що відбуваються;
- здатність керувати своїми емоціями [67, с.54; 72, с.47].

Як зазначають дослідники, на сьогоднішній день найважливішими факторами, що визначають успішність менеджера є знання ІМ, а на першому місці – «знання менталітету своїх партнерів» [285, с.96].



Для перевірки рівня володіння студентами I курсу всіма видами мовленнєвої діяльності ми використовували матеріали тесту «PET» (розрахованого для рівня B1, що відповідає прогнозованому рівню сформованості ІКК студентів, які вступили на I курс ВНЗ).

Тест, розрахований на рівень B1 (За English for Specific Purposes [ESP].National Curriculum for Universities...) було обрано не випадково. Як вже зазначалося у попередніх розділах, передбачається, що рівень підготовки студентів з англійської мови на початку навчання на I курсі ВНЗ має бути B1 (як осіб, що вступають до ВНЗ). Наприкінці навчального року прогнозований рівень підготовки студентів з англійської мови визначено як B1+. Але, оскільки при аналізі емпіричного матеріалу ми маємо виходити з реальних фактів, слід підкреслити, що на практиці більшість студентів не мають навіть рівня A2 як випускники загальноосвітніх шкіл (за очікуваним результатом Всеукраїнського тестування (ІМ, 2008)), не кажучи вже про рівень B1, який серед студентів немовних спеціальностей зустрічається нечасто. Тому протягом I року навчання проводиться таким чином, щоб студенти досягли рівня, прогнозованого для них на початку навчання і ліквідували прогалини в їхніх знаннях, навичках і вміннях. Саме з цієї причини ми обрали тест, розрахований на рівень B1.

За рекомендаціями з оцінювання PET [266], остаточний бал, отриманий після складання цього тесту, являє собою суму балів за складовими частинами тесту (Читання, Письмо, Аудіювання, Говоріння), причому кожна з частин складає 25% вагомості результатів. Для PET визначають такі позитивні результати: «тест складено успішно» (Pass with Merit) та «тест складено» (Pass). Якщо тест не складено, результатом є «незадовільно» (Fail). В разі надання правильних відповідей на 85-100% запитань тесту, результат визначається як «успішний» і присвоюється рівень B1. В разі успішної відповіді на 70-84% запитань тесту, коли результатом є «тест складено», присвоюється рівень A2. Особи, що надали правильну відповідь на 55-69%

запитань, отримують рівень А1. Особами, що не склали тест, вважаються ті, що отримали кількість балів, нижчу за А1. Методика оцінювання результатів РЕТ детально описана нижче..

Для підтвердження ефективності запропонованої методики за результатами тестування рівень сформованості ІКК у студентів було статистично проаналізовано до та після початку роботи за запропонованою методикою. Результати перевірки буде наведено і проаналізовано далі.

Критерії оцінювання рівня сформованості СПКП були визначені нами на основі теоретичних положень, розглянутих у попередніх розділах. Якщо підсумувати і узагальнити фактори, що впливають на формування і розвиток вмінь адекватного використання СПКП у конкретних ситуаціях міжкультурної комунікації, можливо зробити висновок, що до таких факторів, крім, звичайно, володіння мовою для спілкування, належать:

- 1) розуміння комунікантами причин розбіжностей менталітету представників рідного та іншомовного соціуму;
- 2) сформованість у комунікантів умінь логічного структурування отриманої інформації та проведення порівняльного аналізу для об'єктивного визначення подібностей і розбіжностей СПКП представників різних соціумів;
- 3) здатність до толерантного сприйняття відмінностей у СПКП представників різних соціумів;
- 4) усвідомлення власного вибору і вибору співбесідником стратегії комунікативної поведінки у кожній комунікативній ситуації, здатність до уникнення культурних або особистих конфліктів шляхом вибору відповідних вербальних і невербальних засобів вираження стратегій комунікативної поведінки;
- 5) підсвідоме використання адекватних вербальних і невербальних складових комунікації.

Всі вказані фактори обумовлюють адекватність і ситуативну доцільність використання СПКП у певній ситуації спілкування.

На основі всього вищесказаного для перевірки ефективності оволодіння студентами I курсу – майбутніми менеджерами і маркетологами – СПКП у США нами були визначені такі критерії:

- 1) розуміння причин і наслідків СПКП у конкретній комунікативній ситуації;
- 2) логічності висловлювання і визначення результатів порівняльного аналізу;
- 3) адекватності використання вербальних складових СПКП у говорінні і письмі;
- 4) адекватності використання невербальних складових СПКП у говорінні;
- 5) рівень автоматизації використання вербальних складових СПКП;
- 6) рівень автоматизації використання невербальних складових СПКП;
- 7) рівень логічного структурування і підсумування інформації;
- 8) розуміння імпліцитної соціокультурної інформації висловлювання в аудіюванні і читанні.

Кожному конкретному критерію відповідала певна кількість балів. Розглянемо кожен з визначених критеріїв, а також параметри нарахування суми балів за відповідним критерієм. Слід зауважити, що всі визначені критерії є якісними та рівноцінними, з огляду на їх соціокультурну спрямованість, що передбачало використання відповідної шкали оцінювання.

Першим з основних критеріїв ми визначили **критерій розуміння причин і наслідків використання СПКП** в конкретній ситуації, оскільки ми вважаємо його передумовою ефективної та адекватної реалізації студентом поставленого перед ним комунікативного завдання. Цей показник вимірюється за десятибальною ранговою шкалою [140, с.143], в якій рівень розуміння причин використання СПКП оцінюється балами від «0» до «10»:

0-2	Показник за даним критерієм майже відсутній
3-4	Показник за даним критерієм має дуже слабкі ознаки
5-6	Показник за даним критерієм має чітко виражені ознаки
7-8	Показник за даним критерієм має достатні ознаки
9-10	Показник за даним критерієм має повністю виражені ознаки

Таким чином, максимальна кількість балів, яку міг отримати студент за визначеним критерієм, становила 10 балів. Сказане вище щодо визначення відповідності критерію і шкали відповідності стосується і всіх інших критеріїв, які розглядаються нижче, тому надалі згадуватися не буде.

**Критерій логічності висловлювання і визначення результатів порівняльного аналізу** (логічності вибору стратегій комунікативної поведінки) дає змогу оцінити розвиток у студентів умінь логічно структурувати отриману інформацію та на основі проведеного логічного порівняльного аналізу робити висновки щодо доцільності вибору тієї чи іншої стратегії комунікативної поведінки задля досягнення мети комунікації. Цей критерій також є визначальним для рівня сформованості вмінь використання СПКП в окремих комунікативних ситуаціях, оскільки він дає змогу визначити логічність та послідовність дій комунікантів.

**Критерій адекватності використання вербальних складових СПКП у говорінні і письмі** призначений для визначення доцільності вибору тих чи інших мовних засобів вираження стратегій поведінки, обумовлених СПКП, у конкретній ситуації спілкування. До вербальних складових відносяться як культурно-специфічні реалії, мовленнєві кліше та інші мовні засоби вираження стратегій поведінки у ситуаціях міжкультурного спілкування.

**Критерій адекватності використання невербальних складових СПКП у говорінні** призначений для визначення доцільності й адекватності використання невербальних складових СПКП у конкретній ситуації комунікації. Цей критерій допомагає перевірити адекватність використання невербальних СПКП у конкретних комунікативних ситуаціях.

**Критерій рівня автоматизації використання вербальних складових СПКП** призначений для визначення рівня засвоєння студентами вивченого матеріалу і сприйняття ними стереотипно-обумовлених особливостей комунікативної поведінки представників іншомовного соціуму в конкретній ситуації спілкування. Цей критерій визначає швидкість реакції співрозмовників на репліки один одного в комунікативних ситуаціях та швидкість вибору ситуативно адекватної репліки-відповіді.

**Критерій рівня автоматизації використання невербальних складових СПКП** визначає рівень володіння невербальними засобами комунікації, характерними для представників іншомовного соціуму, швидкість вибору правильних з точки зору носіїв англійської мови (в нашому випадку її американського варіанта) паралінгвістичних складових СПКП та правильність їх використання в конкретній комунікативній ситуації.

**Критерій рівня логічного структурування і підсумування інформації** визначає рівень розвитку вмінь короткого викладу отриманої інформації та схематичного представлення (у формі діаграм) взаємозв'язків факторів, що впливають на виникнення певного явища.

**Критерій розуміння імпліцитної соціокультурної інформації висловлювання в аудіюванні і читанні** допомагає оцінити рівень розуміння імпліцитної соціокультурної інформації лексичних одиниць.

Оскільки всі 8 критеріїв вважалися однаково вагомими для забезпечення успішності комунікативного акту в ситуаціях реального спілкування з представниками американського соціуму, а за максимальну відповідність дій вимогам за кожним критерієм студент міг отримати по 10 балів, в сукупності це становило максимальну кількість за всіма показниками—80 балів. Ця кількість балів була прийнята як така, що дорівнює найвищому коефіцієнту навченості за В.П.Беспалько—1,0 [18] або 100% виконанню тесту. Всі наведені критерії підсумовані у таблиці 3.1.2.

З огляду на специфіку дослідження, рівень автоматизації використання вербальних і, особливо, невербальних складових СПКП можливо було проаналізувати лише за допомогою спостереження й аналізу поведінки учасників експерименту в модельованих ними комунікативних ситуаціях. Крім цього, також проводилося письмове тестування, що забезпечувало об'єктивність, надійність і підтвердження отриманих результатів щодо рівня сформованості вмінь використання СПКП у кожного окремого студента.

Таблиця 3.1.2

**Шкала оцінювання рівня сформованості вмінь використання стандартів повсякденної комунікативної поведінки у США**

<b>Критерій</b>	<b>Показники</b>	<b>Максимальна кількість балів</b>
Розуміння причин та наслідків використання СПКП в конкретній комунікативній ситуації	Впевненість у використанні СПКП, свідомий вибір правильної стратегії поведінки, ступінь досягнення мети комунікації.	<b>10</b>
Логічності висловлювання і визначення результатів порівняльного аналізу	Точність схематичного зображення причинно-наслідкових зв'язків в конкретній ситуації спілкування, логічна зв'язність висловлювання, точність висновків, зроблених внаслідок проведення порівняльного аналізу	<b>10</b>
Адекватності використання вербальних складових СПКП у говорінні і письмі	Ситуативна відповідність висловлювань, використання тематично і ситуативно адекватних реалій, мовних кліше, скорочень	<b>10</b>

<p>Адекватності використання невербальних складових СПКП у говорінні</p>	<p>Ситуативна відповідність використання невербальних засобів комунікації: жестів, міміки, положення тіла, проксемічних характеристик</p>	<p><b>10</b></p>
<p>Рівня автоматизації використання вербальних складових СПКП</p>	<p>Швидкість адекватної реакції на культурно/ситуативно обумовлену репліку співрозмовника у формі вибору адекватної стратегії вербальної поведінки (використання мовних кліше, етикетизованих висловлювань, реалій тощо)</p>	<p><b>10</b></p>
<p>Рівня автоматизації використання невербальних складових СПКП</p>	<p>Швидкість адекватної реакції на культурно або ситуативно обумовлену репліку і поведінку співрозмовника у формі вибору адекватної стратегії невербальної поведінки (використання певних жестів, міміки, погляду, встановлення дистанції між співрозмовниками)</p>	<p><b>10</b></p>
<p>Рівня логічного структурування і підсумування інформації</p>	<p>Вміння коротко викласти зміст отриманої інформації та структурно представити її у вигляді схеми (діаграми)</p>	<p><b>10</b></p>
<p>Розуміння імпліцитної соціокультурної інформації висловлювання в аудіюванні і читанні</p>	<p>Правильна інтерпретація та вміння коротко пояснити соціокультурний підтекст висловлювання</p>	<p><b>10</b></p>
<p><b>ВСЬОГО</b></p>		<p><b>80</b></p>

Оскільки визначені критерії оцінювання неможливо було перевірити за допомогою однотипних завдань, матеріали передекспериментальних і післяекспериментальних зрізів розроблялися таким чином, щоб за допомогою одного завдання перевіряти рівень сформованості вмінь використання СПКП за одним/двома критеріями. На основі вищесказаного розглянемо матеріали, розроблені для проведення передекспериментальних зрізів.

### **3.2. Матеріали, методика проведення і результати передекспериментальних зрізів**

Як вже зазначалося, передекспериментальний зріз проводився в два етапи. Оскільки, однією з цілей експерименту було визначення ефективності розробленої методики для опосередкованого оволодіння загальнонавчаною англійською мовою, на початку і в кінці кожної серії ЕН ми перевіряли рівень володіння студентами загальнонавчаною англійською мовою за допомогою матеріалів тесту PET, розрахованого для рівня B1. Причини такого вибору описані вище. Розглянемо завдання цієї частини тесту. Слід одразу зауважити, що при проведенні цього тесту ми не мали на меті надання студентам сертифікатів з володіння загальнонавчаною англійською мовою і не зверталися до офіційно акредитованих центрів тестування Cambridge ESOL, але повністю дотримувалися рекомендацій і структури тесту [266]. Це дало можливість забезпечити об'єктивність визначення рівня сформованості ІКК студентів до та після проведення як першої, так і другої серій експерименту.

Власне екзамен PET передбачає проходження трьох етапів тестування: Читання та Письмо (Reading/Writing), Аудіювання (Listening) та Говоріння



(Speaking). Тривалість, зміст та вагомість кожної частини тесту представлені у таблиці 3.2.1. нижче.

Таблиця 3.2.1.

**Тривалість, зміст і вагомість кожного етапу Preliminary English Test**

Назва етапу PET	Зміст	Тривалість	Вагомість (% від загальної оцінки)
Читання та письмо	Читання: 5 частин /35 запитань Письмо: 3 частини /7 запитань	1 год 30хв.	Читання: 25 % Письмо: 25 %
Аудіювання	4 частини/25 запитань	35 хв	25 %
Говоріння	4 частини	10-12 хв на кожну пару кандидатів (2 екзаменатора, 2 кандидати)	25 %

Для проведення передекспериментальної перевірки ІКК під час експерименту ми використовували тест PET №3 [207, с.64-80]. Опишемо методику проведення і оцінювання тесту.

Як показано у таблиці вище, тест з **читання** складається з 5 частин. У **частині 1** (запитання 1-5) необхідно прочитати і зрозуміти різні типи коротких текстів. Це можуть бути записки й повідомлення, інформація про пакування товарів (наприклад, інструкція на упаковці продукту харчування або на пляшечці з ліками) та комунікативні повідомлення (наприклад, записки, електронні листи, поштові картки тощо).

У **частині 2** (запитання 6-10) наведено п'ять описів людей. Після цього надаються вісім коротких текстів з певної тематики. Це можуть бути певні товари чи послуги (наприклад, придбання книжок, відвідування музеїв, перебування у готелі тощо). Надаючи відповіді на запитання, слід поєднати опис кожної з п'яти осіб з одним із текстів.

У **частині 3** (запитання 11-20) необхідно прочитати більш довгий текст, що містить факти і відшукати у ньому точну інформацію з певного запитання. Текстами можуть бути витяги з брошур, рекламні оголошення у журналах та інформація, що міститься на веб-сторінках. Завданням є надання відповіді на десять запитань, що є реченнями-твердженнями щодо інформації з тексту. Студенту слід вказати, чи є ці твердження правильними (у бланку для відповіді вказується літера А), чи ні (у бланку для відповіді вказується літера В).

У **частині 4** (запитання 21-25) слід прочитати певне ставлення чи думку, оформлені у вигляді тексту. Після цього слід відповісти на п'ять запитань, обираючи з чотирьох можливих варіантів відповіді (А, В, С, D).

**Частина 5** (запитання 26-35) містить короткий текст, що містить десять пронумерованих пропусків. У відповіді слід вказати слово, пропущене у кожному випадку. Таким чином в основному перевіряється знання лексики, але також і граматичних аспектів, таких як займенники, модальні дієслова, сполучники і прийменники. Після тексту наведено чотири можливі варіанти відповіді (А, В, С, D) для кожного з пропусків, з яких слід обрати один.

Виконання тесту з **читання** передбачало отримання 1 балу за кожен правильну, і 0 балів за кожен неправильну відповідь. Відповідно, максимальна можлива кількість становила 35. Шкала оцінювання була такою:

30-35 балів — «5»

25-29 балів — «4»

20-24 бали — «3»

15-19 балів — «2»

10-14 балів — «1»

Менше 10 балів — «0»

Етап перевірки навичок і вмінь *письма* за РЕТ включає 3 частини. У частині 1 (запитання 1-5) наведено п'ять запитань, на які необхідно дати відповідь. Для кожного запитання дається одне завершене речення і одне, в якому пропущено слово або декілька слів. Необхідно закінчити друге речення, доповнивши його одним, двома або трьома словами таким чином, щоб його значення співпадало зі значенням першого речення. Всі речення належать до однієї тематики.

У частині 2 (запитання 6) необхідно написати коротке комунікативне повідомлення обсягом від 35 до 45 слів. Інструкції до завдання містять вказівку на адресата і причини написання повідомлення, а також ключові моменти, які визначають зміст і повинні бути включені до відповіді.

У частині 3 (запитання 7 або 8) можливо обрати між написанням неофіційного листа або історії обсягом приблизно 100 слів. У разі вибору листа слід прочитати уривок з листа друга і написати йому відповідь. На основі опори, якою є уривок з листа, визначається зміст відповіді. У разі вибору історії як опора дається коротка назва або перше речення історії.

У частині письма за кожен складову тесту нараховувалося максимум по 5 балів. Відповідно, максимальна кількість балів за цю частину тесту становила 15 балів. Оцінювання проводилося за такими критеріями.

У *першій частині* тесту кожна правильна відповідь оцінювалася у 1 бал. Якщо перефразування було неправильним (структурно або змістовно), нараховувалося 0 балів. Таким чином, у разі правильної відповіді на всі 5 запитань, студент отримував 5 балів, 4 запитання – 4 бали і т.д. У разі неправильної відповіді на всі запитання цієї частини тесту з письма нараховувалося 0 балів.

У *другій частині* тесту з письма оцінка «5» виставлялася у разі належного розкриття всіх елементів змісту і чіткого повідомлення читачу. Оцінку «4» студент отримував за адекватне повідомлення всіх елементів змісту і в цілому досить успішне письмове повідомлення. Оцінка «3»

виставлялася у разі адекватного розкриття всіх елементів змісту при досить нерозбірливому написанні повідомлення або пропуску одного з елементів змісту при адекватному повідомленні інших. Оцінку «2» студент отримував за пропуск двох елементів змісту або неналежне їх розкриття і часткове надання повідомлення або ж дуже коротке повідомлення (20-25 слів). Оцінка «1» виставлялася за практично невідповідне повідомлення або дуже нерозбірливий почерк, або ж якщо повідомлення було максимально коротким (10-15 слів). Оцінку «0» студент отримував за абсолютно невідповідне або незрозуміле повідомлення, або ж якщо повідомлення складало менше 10 слів.

Критерії оцінювання *третьої частини* тесту з письма були такими. Оцінку «5» студент отримував за впевнене й однозначне використання мовних одиниць, використання широкого спектру структур та словникового запасу при виконанні завдання, добре організоване і зв'язне повідомлення внаслідок використання простих засобів забезпечення зв'язності тексту, мінімальні помилки і розбірливий почерк.

Оцінку «4» студент отримував за досить впевнене використання мовних одиниць, досить адекватний діапазон використання мовних одиниць та структур, достатню організацію і певну зв'язність письмового повідомлення, деякі помилки, що в цілому не були значними, досить розбірливий почерк.

Оцінку «3» студент отримував за невпевнене використання мовних одиниць, достатній діапазон використання мовних одиниць і структур в межах одного завдання, спробу організації письмового тексту, але незабезпечення зв'язності та логічної послідовності речень, наявність досить великої кількості помилок, що в цілому не справляють негативного впливу на зміст повідомлення, та досить нерозбірливий почерк.

Оцінку «2» студент отримував за спрощеність, обмеженість або повторюваність використання мовних одиниць, вузький діапазон

використання мовних одиниць і структур, певну логічну незв'язність повідомлення, пунктуаційні помилки, численні помилки, що іноді справляли негативний вплив на зміст повідомлення та нерозбірливий почерк.

Оцінку «1» студент отримував за дуже обмежене використання мовних одиниць, використання однотипних структур і постійне повторення тих самих лексичних одиниць, суттєву логічну незв'язність повідомлення, відсутність пунктуації, дуже велику кількість помилок, що створює великі труднощі для розуміння повідомлення та дуже поганий почерк.

Оцінка «0» виставлялася у разі неможливості зрозуміти повідомлення або повну невідповідність відповіді поданому завданню.

Етап перевірки навичок і вмінь *аудіювання* складається з чотирьох частин. У частині 1 (запитання 1-7) прослуховуються сім коротких текстів з побутової тематики. Це може бути бесіда між членами родини або друзями, радіоголошення, частина бесіди, обмін репліками у магазині тощо. Для кожного з текстів наводиться 1 запитання та 3 малюнки (позначені А, В та С). Під час виконання завдання слід прослухати запис тексту і обрати малюнок, а якому зображена відповідь.

У частині 2 (запитання 8-13) необхідно прослухати більш тривалий запис, що може бути монологом або інтерв'ю, запитання до якого наводяться мовцем у записі. Таке повідомлення прослуховується двічі. Після цього необхідно дати відповідь на шість запитань множинного вибору, для кожного з яких даються три можливі варіанти відповіді.

У частині 3 (запитання 14-19) прослуховується ще довший текст. Це може бути радіоголошення або запис повідомлення, що містить інформацію про певні місця і події. Іноді це бесіда або радіопрोगрама, під час якої люди обговорюють подорожі, маршрути або канікули. Запис прослуховується двічі. У бланку для відповіді наведено текст, в якому підсумовується зміст прослуханого повідомлення. Цей текст містить шість пронумерованих пропусків, які слід заповнити на основі прослуханого тексту.

У частині 4 (запитання 20-25) прослуховується запис бесіди двох людей, що є неофіційною розмовою на теми щоденного спілкування, в якій люди виражають свою думку та згоду або незгоду з певних питань. Після прослуховування слід вказати правильність/неправильність кожного з шести тверджень з такої бесіди.

У частині аудіювання, де за кожну правильну відповідь нараховувався 1 бал, а неправильну відповідь—0 балів, максимальна можлива кількість балів становила 25. Оцінювання проводилось за такою шкалою:

20-25 балів—«5»

15-19 балів—«4»

10-14 балів—«3»

5-9 балів—«2»

2-4 бали—«1»

0-1 бал—«0».

Тест з *говоріння* за РЕТ включає чотири частини і має складатися в парі з іншим студентом. У разі, якщо наприкінці тестування залишається непарне число тих, хто складає тест, три останні кандидати складають тест разом.

У **частині 1** тесту перевіряється рівень сформованості вмінь спілкування на загальну тематику. На прохання одного з екзаменаторів ті, хто складає тест, мають розповісти про себе, свій звичайний день, уподобання тощо. При цьому на прохання екзаменаторів слід по літерах промовити все або частину свого імені.

У **частині 2** необхідно взяти участь у змодельованій ситуації, яку слід розіграти разом з іншим студентом. Наприклад, обговорити різні альтернативи, дати рекомендації або обговорити угоду з партнером. Як опору екзаменатор має дати малюнки, на яких зображено основні етапи бесіди, та інструкції з основних аспектів ситуації.

У **частині 3** надається кольорове фото, яке слід описати. У **частині 4** студенти мають провести обговорення з тематики, що стосується двох (трьох) фотографій, які описувалися студентами у **частині 3**.

У частині *говоріння* студенти оцінювалися за критеріями, що інтерпретуються на рівні PET. Оцінювання проводилось двома викладачами, один з яких безпосередньо проводив бесіду зі студентами і виставляв загальну оцінку, а інший виставляв оцінку за такими критеріями: використання граматичних структур і лексичних одиниць; зв'язність та логічність повідомлення; вимова; інтерактивне спілкування.

Точність і відповідне використання граматичних структур і лексичних одиниць оцінювалися на основі загальної якості мовлення, що використовувалося при виконанні завдань. З точки зору логічності і зв'язності оцінювалася зв'язність, обсяг і ситуативна відповідність мовлення кожного студента, тобто здатність створювати зв'язне повідомлення в межах одного або декількох висловлювань та його/їх відповідність ситуації спілкування. З точки зору вимови оцінювалася здатність студента створювати зрозумілі висловлювання для задоволення вимог завдання. До критеріїв входили наголос, ритм та інтонація мовлення, а також вимова окремих звуків. Екзаменаторами оцінювався загальний вплив вимови на результативність мовлення та рівень зусиль, необхідний для розуміння мовлення студента.

Інтерактивність оцінювалася за рівнем здатності студента використовувати мову для забезпечення значущості комунікації. Це включало ініціювання мовлення та надання відповіді без непотрібних вагань, здатність використовувати стратегії інтеракції для підтримки або покращання комунікації, а також чутливість до норм надання відповіді. З точки зору загальної результативності оцінювалася загальна ефективність виконання студентом всіх чотирьох частин тесту PET з говоріння. Ця оцінка була незалежною оцінкою ефективності мовлення студента з точки зору

екзаменатора-співбесідника. Слід зазначити, що оцінювання тесту з говоріння передбачало оцінку за успішність виконання всього тесту, а не ефективність мовлення студентів при виконанні окремого завдання. Після проведення тесту з говоріння екзаменатори обговорювали виставлені кожним з них оцінки і визначали загальну оцінку для кожного зі студентів за 5-тибальною шкалою.

Визначення загального результату за тестом PET проводилося таким чином. По-перше, враховувався той факт, що загальна оцінка з PET є сумою оцінок, отриманих за чотири рівноцінні складові тесту. По-друге, рівень володіння англійською мовою, за рекомендаціями з оцінювання PET, визначався у такому діапазоні. Рівень B1 визначався, якщо студент отримував 85-100% балів, рівень A2 – у разі отримання 70-84% від максимально можливої кількості балів, рівень A1 – у разі отримання 55-69% від максимально можливої кількості балів. У разі отримання студентом менше 55% від максимально можливої кількості балів, його/її рівень визначався як A0.

Таким чином, діапазон балів та їх співвіднесеність з відповідними рівнями сформованості ІКК, оцінками і результатом за PET можливо представити у таблиці. Максимальна кількість балів становила 130 і була прийнята як така, що дорівнює 1,0 коефіцієнту навченості за В.П.Беспалько [18] або 100% виконанню тесту.

Таблиця 3.2.2.

### Співвідношення балів, оцінок та рівнів за тестом PET

Загальна кількість балів	Оцінка	Результат PET	Рівень
111-130 балів	5	Pass with merit	B1
91-110 балів	4	Pass	A2
75-90 балів	3	Fail	A1
Менше 75 балів	2	Fail	A0



Оскільки, з огляду на специфіку нашого дослідження, при проведенні РЕТ нас перш за все цікавив рівень володіння студентами загальнонавчаною англійською мовою до і після проведення експерименту, під час аналізу результатів проведеного тесту ми враховували загальну кількість балів, отриманих кожним із студентів в процесі виконання РЕТ, а не кількість балів і рівень сформованості кожного з видів мовленнєвої діяльності (хоча для визначення сумарної загальної кількості балів, звичайно, аналізувалися оцінки, отримані студентами за виконання кожної складової частини тесту). У якості матеріалів РЕТ використовувалися опубліковані зразки тесту [207].

Матеріали, призначені для проведення *передекспериментальних перевірок рівня сформованості вмінь використання СПКП* протягом I та II серій експерименту, розроблялися відповідно до критеріїв, визначених і описаних вище. Розглянемо кожне з завдань передекспериментального зрізу та критерії, відповідність яким перевірялася за допомогою кожного з завдань.

**Першим завданням** передекспериментального зрізу була некомунікативна рецептивно-репродуктивна вправа у формі тесту множинного вибору. Метою було виявити відповідність критерію №1 «Розуміння причин та наслідків використання СПКП у конкретній комунікативній ситуації». Завдання було таким.

*Task 1. Complete the following test. Try not to think long before answering and use all the information you know about communicative behavior in the USA. Only one answer is possible for each question*

### **1.1 .Smoking in the plane:**

- a) is totally prohibited;
- b) is permitted only in the smoking areas if they are present onboard;
- c) is allowed everywhere.

### **1.2. Round trip ticket allows you:**

- a) to travel about the country;
- b) to travel there and back;

c) to travel round the world.

**1.3. “Picture ID” is:**

- a) an identification paper with photo;
- b) your identification data;
- c) “Internet-draft” (your Internet documents).

**1.4. In the USA the place where you can buy things is called**

- a) shop;
- b) store;
- c) magazine.

**1.5. “Brown bag”**

- a) is a paper bag of thick brown paper used for packing purchased articles;
- b) a bag of brown color;
- c) a special bag used by the collector (инкасатор) for carrying money.

(...)

(Тест повністю представлено у Додатку Г).

На виконання цього завдання студентам давалося 15 хвилин. Алгоритм оцінювання показників за цим критерієм був таким. За правильну відповідь на кожне з запитань студент отримував 0,5 балів.

Відповідно до шкали оцінювання, описаної вище, якщо студент дав правильну відповідь на 17-20 запитань з 20 поданих, вважалося, що він успішно виконав завдання, якщо ж правильна відповідь надавалася лише на менше, ніж 2 запитання, показник за цим критерієм був практично відсутнім і студент не розумів причин і наслідків використання СПКП у конкретній комунікативній ситуації. Максимальна кількість балів за це завдання становила 10.

**Друге завдання** передекспериментального зрізу було спрямоване на виявлення показників за критерієм 2 «**Логічність висловлювання і визначення результатів порівняльного аналізу**». Завдання, було умовно-комунікативною рецептивно-репродуктивною вправою у вигляді таблиці, у

кожній з граф якої наведена певна ситуація використання СПКП. На основі інформації про США, відомої їм на момент виконання завдання, студенти мали порівняти комунікативну поведінку/явище, характерні для українського суспільства з поведінкою/явищем характерним для американського соціуму і письмово викласти результат порівняльного аналізу у відповідній графі таблиці. Завдання мало такий вигляд.

*Task 2. Fill in the following table. Compare the communicative behavioral patterns in Ukraine and the USA using all the information you know.*

UKRAINE	USA
2.1. In Ukraine you can get strong drinks any time in the restaurants or café.	
2.2. In Ukraine it is customary to stand close to other people when talking to them and it is not bad manners to touch your interlocutor while conversing.	
2.3. When two men who know each other meet they usually exchange a handshake and often do it again after having a talk, when saying goodbye. It is often done even when people meet every day.	
2.4. It is not obligatory to call your friends before visiting them – as it is said in Ukraine, “guests are always welcome here”.	
2.5. In Ukraine the taxi drivers are employed with their own cars and are not provided with company ones. Besides there are so-called “private drivers” – those who may pick you up and take you to your destination for moderate payment.	
2.6. To stop a taxi you should stretch your hand to the side. The taxi drivers often pick up some other passengers while driving you to your destination.	

2.7. In the taxi you may take any seat you like – either near the driver or the back seat and you don't need to tip the driver.	
2.8. It often happens that you have to explain the driver how it's better to get to the destination because a lot of the taxi-drivers don't know the city well.	
2.9. Supermarkets in Ukraine greatly vary in size – from rather small to gigantic ones.	
2.10. The price of the stuff indicated on the shelves in the supermarket includes value added tax.	
2.11. When you are standing in the line in the bank or any other place you may try to persuade people to let you step in before him/her as they usually may help you.	
2.12. It is also often happens that the other person may intrude into your communication with the teller or any other employee of the bank.	
2.13. To check in the hotel you are to provide your passport or any other identification paper.	
2.14. The payment in the hotel is most often done immediately when checking in.	
2.15. The keys to the rooms in the hotels are usually traditional.	
2.16. You are required to leave the key at reception while going out of the hotel.	
2.17. Mail boxes can be found all over the city – they may hang on walls of the buildings or stand on the sidewalk.	
2.18. Big letter “M” found in the streets indicates the entrance to the underground station.	
2.19. While moving in the bus, trolley bus or tram you need to keep you ticket as a proof of payment for the conductor to check it.	

2.20. Ukrainians are mostly open-minded people and often discuss events occurring in their private life with their friends, relatives and even strangers.	
---	--

На виконання завдання студенту надавалося 30 хвилин. За кожну правильну та логічно обґрунтовану відповідь студент отримував 0,5 балів, оцінювання рівня сформованості цього критерію проводилося за алгоритмом ы шкалою, описаними вище. Показник за цим критерієм вважався таким, що має чітко виражені ознаки, якщо студент надав правильну та логічно обґрунтовану відповідь на 17-20 запитань, тобто отримував 9-10 балів. Тобто вважалось, що студент логічно висловлюється та визначає результати порівняльного аналізу. За це завдання студент міг отримати максимум 10 балів.

Третє завдання також було спрямоване на перевірку відповідності критерію «**Логічного структурування і підсумування інформації**». Включення такого завдання до матеріалів передекспериментального зрізу було досить виправдане, оскільки передбачалося, що студенти виконуватимуть його на основі вмінь логічного структурування інформації, вже опосередковано сформованих у них в процесі навчання у середній школі, під час вивчення математики, фізики, інформатики та інших предметів, успішне опанування яких передбачає достатній рівень сформованості логіки. Завдання було таким.

***Task 3.** Try to give a short definition to the term “culture shock” summarizing everything you know about this phenomena (перша частина завдання). Then draw the diagram indicating the reasons for the culture shock and their possible interrelations (друга частина завдання).*

На виконання завдання надавалося 30 хвилин. Критерій «логічного структурування і підсумування інформації» вважався задовільним, якщо студент надавав правильну відповідь на обидві частини завдання, кожна з

яких оцінювалася максимум у 5 балів. Відповідно, за виконання завдання студент міг отримати максимум 10 балів, мінімум – 0 балів. Оцінювання проводилося за шкалою, описаною вище.

Критерій **розуміння імпліцитної соціокультурної інформації в аудіюванні і читанні** перевірявся за допомогою такого завдання. Студент мав коротко пояснити значення поданої фрази з точки зору представників цільової культури. На виконання цього завдання надавалося 15 хвилин. За виконання цього завдання у повній відповідності вказаному критерію студент отримував 10 балів, оцінювання проводилось за шкалою, описаною вище.

Крім цього, також перевірялася відповідність письмового мовлення студента критерію **адекватності використання вербальних складових СПКП у говорінні і письмі**. За відповідність письмового мовлення цьому критерію студент отримував максимум 5 балів, оскільки цей же критерій перевірявся за допомогою усної частини тесту. Оцінювання проводилось за такою шкалою:

0-1	Показник за даним критерієм майже відсутній
2	Показник за даним критерієм має дуже слабкі ознаки
3	Показник за даним критерієм має чітко виражені ознаки
4	Показник за даним критерієм має достатні ознаки
5	Показник за даним критерієм має повністю виражені ознаки

**Task 4.** *Try to shortly explain what the phrase “to handle failure” means to some representatives of the US culture.*

Таким чином, письмова частина передекспериментального зрізу тривала протягом 90 хвилин.

Протягом усної частини передекспериментальної перевірки частково перевірялася відповідність критерію **«Адекватності використання вербальних складових СПКП у говорінні і письмі»** (5 балів максимум), а

відповідність критеріям *«Адекватності використання невербальних складових СПКП у говорінні»* (10 балів максимум), *«Рівня автоматизації використання вербальних складових СПКП»* (10 балів максимум), *«рівня автоматизації використання невербальних складових СПКП»* (10 балів максимум). Якщо письмова частина передбачала індивідуальну роботу кожного зі студентів, то протягом усної частини студенти мали працювати в парах або малих групах. Під час такої перевірки кожен зі студентів міг отримати максимум 35 балів. Завданням було проведення рольової гри за запропонованою ситуацією.

*Task. Work in groups.*

*Student A (and student B). You are an American(s) coming in business to Ukraine. At the airport you are met by your Ukrainian colleague(s). Try to behave and speak in a way you think Americans do.*

*Student C (and student D). You meet your American colleague(s) at the airport and take him/her/them to the trip down Kyiv. Try to talk about topics of mutual interest.*

*Role-play the situations in the café/ in the public transport.*

За допомогою вказаного завдання перевірявся рівень сформованості вмінь у студентів використовувати СПКП, притаманні американській культурі, до початку роботи за розробленою методикою. Пояснимо **розподіл студентів на експериментальні та контрольні групи** і проаналізуємо **результати проведених передекспериментальних зрізів**.

Учасниками ЕН були студенти груп ЕГ-1, ЕГ-2, ЕГ-3, ЕГ-4, ЕГ-5 та ЕГ-6 факультету менеджменту і маркетингу Національного технічного університету України «Київський Політехнічний Інститут», які погодилися взяти участь в експерименті.

Варійованою умовою ЕН було використання одного з двох розроблених варіантів моделі організації навчального процесу з СПКП у США. Паралельно перевірявся рівень сформованості ІКК студентів, які брали

участь у дослідженні. Метою ЕН було підтвердження ефективності навчання за розробленою методикою (вертикальний характер експерименту); визначення оптимального варіанту організації навчального процесу з СПКП у США (горизонтальний характер експерименту). Для реалізації поставленої мети достатнім було визначити середній рівень сформованості ІКК кожної групи студентів. Результати були такими (див. таблицю 3.2.3.).

Таблиця 3.2.3.

**Середній рівень сформованості ІКК груп студентів I курсу факультету менеджменту і маркетингу НТУУ «КПІ» за результатами вихідної перевірки**

<i>Група</i>	<i>Середня кількість балів за тест PET (максимальне число балів— 130)</i>	<i>Коефіцієнт навченості</i>	<i>Результативність за тестом PET</i>	<i>Рівень сформованості ІКК</i>
ЕГ-1	90,6	0,69	Не складено	A1
ЕГ-2	87,8	0,67	Не складено	A1
ЕГ-3	83	0,63	Не складено	A1
ЕГ-4	85,6	0,66	Не складено	A1
ЕГ-5	87,1	0,67	Не складено	A1
ЕГ-6	88,3	0,68	Не складено	A1

Як видно з наведеної таблиці, середній рівень підготовки студентів з загальнонавчаної англійської мови був приблизно однаковим і свідчив про те, що тест виконувався в середньому на 66%. Це означає, що більшість студентів була близька до рівня A2 володіння загальнонавчаною англійською мовою.

Виходячи з цього, розподіл на експериментальні групи здійснювався у випадковому порядку, але так, щоб в експериментальних групах були студенти тих спеціальностей, які у ВНЗ мають дещо різну кількість годин на



вивчення англійської мови. Ця кількість годин в групах різних спеціальностей розподілялася, як показано у таблиці 3.2.4.

Таблиця. 3.2.4.

**Розподіл навчального часу у групах студентів, що навчалися на I курсі факультету менеджменту і маркетингу НТУУ «КПІ» протягом 2006-2007 н.р.**

Шифр групи/напрямок підготовки	Практичні заняття	МКР	Консультації	Залік	Самостійна робота	Всього
УЗ/ Зовнішньоекономічна діяльність	72 год	6 год	4 год	4 год	86 год	172 год
УМ/Маркетинг	90 год	6 год	4 год	4 год	104 год	208 год
УС/Світова економіка	180 год	6 год	4 год	4 год	194 год	388 год

Відповідно, для напрямку підготовки «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності» (УЗ), 10 студентів увійшли до складу першої експериментальної групи (далі ЕГ-1), 11 студентів увійшли до складу другої експериментальної (далі ЕГ-2). Для напрямку підготовки «Маркетинг» (УМ), 12 студентів увійшли до складу третьої експериментальної (далі ЕГ-3), 10 студентів – четвертої експериментальної (далі ЕГ-4). Для напрямку підготовки «Світова економіка» (УС), 11 студентів увійшли до складу п'ятої експериментальної групи (далі ЕГ-5), 10 студентів – до шостої експериментальної групи (далі ЕГ-6).

Оскільки під час ЕН ми перевіряли ефективність двох моделей впровадження розробленої методики до навчального процесу, у першій, третій та п'ятій експериментальних групах (ЕГ-1, ЕГ-3 та ЕГ-5) було використано перший варіант моделі організації навчального процесу: протягом I семестру студенти цих груп навчалися виключно за навчальними

матеріалами, розробленими автором без використання інших навчальних матеріалів.

Таким чином, студенти ЕГ-1, для яких відповідно до навчального плану, передбачалося 72 години аудиторних занять з англійської мови, протягом семестру навчалися лише за експериментальними матеріалами. Студенти групи ЕГ-3, для яких передбачалося 90 годин аудиторних занять з англійської мови, 72 години семестру вивчали СПКП за розробленою методикою, а решта 8 годин відводилась на вивчення загальнонавчальної англійської мови.

Студенти групи ЕГ-5, для яких згідно навчального плану передбачалося 180 годин аудиторних занять з англійської мови, протягом перших 72 годин навчалися за розробленими автором дослідження навчальними матеріалами, а решта 108 годин відводилась на вивчення загальнонавчальної англійської мови. Слід одразу зауважити, що для чистоти експерименту післяекспериментальна перевірка з СПКП проводилась відразу після закінчення вивчення студентами СПКП за розробленою методикою, тобто через 72 години практичних занять.

Студенти другої, четвертої та шостої експериментальних груп (ЕГ-2, ЕГ-4, ЕГ-6) навчалися за другим варіантом моделі організації навчального процесу, тобто вони вивчали СПКП за запропонованою методикою протягом 2 годин на тиждень, а решта годин відводилась на вивчення загальнонавчальної англійської мови за загальноприйнятими навчальними матеріалами (у нашому випадку—“Market Leader”).

Таким чином, для студентів групи ЕГ-2, (36 годин аудиторних занять з англійської мови/семестр (72 год/рік), відповідно до навчального плану) передбачалося, що протягом 2 годин на тиждень вони вивчали СПКП за розробленими навчальними матеріалами, а загальнонавчальну англійську мову починали вивчати з III семестру. Студенти групи ЕГ-4, для яких навчальним планом передбачалося 45 годин аудиторних занять з англійської мови на

семестр (90 год/рік), вивчали СПКП протягом 2 годин/тиждень, а 0,5 години/тиждень (тобто 2 години/місяць) вивчали загальнонавчання англійську мову за матеріалами кафедри. Студенти групи ЕГ-6, для яких передбачалося 90 годин практичних занять з англійської мови на семестр (180 год/рік), вивчали СПКП протягом 2 годин на тиждень, а 3 години на тиждень—загальнонавчання англійську мову. Післяекспериментальна перевірка з загальнонавчання англійської мови проводилась наприкінці року, тобто після виконання навантаження у повному обсязі.

Слід зауважити, що під час післяекспериментальної перевірки ми, враховували факт різної кількості годин, передбачених для вивчення англійської мови студентами різних груп. Звичайно, ми допускали, що студенти груп ЕГ-3, ЕГ-5, ЕГ-4, ЕГ-6 досягнуть більших успіхів у вивченні загальнонавчання англійської мови, ніж студенти груп ЕГ-1 та ЕГ-2, власне внаслідок значно більшої кількості годин, передбачених для студентів цих груп навчальним планом.

Слід зауважити, що по-перше, ми перевіряли можливість впровадження двох моделей навчання СПКП в процесі вивчення загальнонавчання англійської мови незалежно від кількості годин, передбачених навчальним планом. По-друге, порівняння вихідного та кінцевого рівня володіння загальнонавчання англійською мовою студентами експериментальних груп проводилось для студентів груп кожного напрямку, оскільки нас цікавив той факт, що вивчення СПКП не впливає на загальну результативність навчання англійської мови.

Перейдемо до розгляду матеріалів і результатів післяекспериментальних перевірок, проведених наприкінці ЕН.

### **3.3. Матеріали, методика проведення і результати післяекспериментальних зрізів та статистичний аналіз результатів експерименту**

Відповідно до основних принципів проведення методичного експерименту, матеріали післяекспериментальної перевірки повинні бути розроблені таким чином, щоб перевіряти варіативні складові експерименту за тими самими критеріями, за якими проводилася передекспериментальна перевірка, тобто вони також мають відповідати меті проведення експерименту.

Саме тому з метою перевірки рівня володіння загальнонавчаною англійською мовою також використовувався тест PЕТ, завдання якого були аналогічними (але, звичайно, не однаковими) завданням передекспериментального зрізу ЕН. Для проведення післяекспериментальної перевірки ІКК під час ЕН використовувався тест PЕТ №4 [207, с.81-96].

З метою перевірки рівня сформованості вмінь використання СПКП в основу тесту для післяекспериментального зрізу було покладено критерії, визначені вище. Так само, як і у випадку передекспериментальної перевірки, тест складався з двох частин – письмової та усної, причому письмова частина тесту передбачала індивідуальне виконання кожним студентом, а усна – роботу в парах або малих групах.

Розглянемо матеріали, що використовувалися в процесі післяекспериментальних перевірок розуміння та вмінь використання студентами СПКП, притаманних культурі США в процесі комунікації, під час ЕН.

**Першим завданням** післяекспериментального зрізу був тест з вільно конструйованою відповіддю, на виконання якого студентами надавалося 20 хвилин. Студент мав письмово пояснити значення 10 культурно маркованих лексичних одиниць. Таким чином перевірялася відповідність критерію **«Розуміння імпліцитної інформації висловлювання»**. За правильну

відповідь на кожне з запитань нараховувалося 1 бал. Таким чином, за правильне виконання завдання студент міг отримати максимум 10 балів. Саме завдання було таким.

*Task 1. Give the definitions to the following items:*

1. *A mall is.....*
2. *An apartment hotel is...*
3. *A collect call is....*
4. *A white card is ....*
5. *A round trip ticket is...*
6. *A shuttle flight is ....*
7. *A kneeling bus is*
8. *An individual barrier is ....*
9. *A brunch is ....*
10. *A doggie bag is ...*

Друге завдання зрізу було спрямоване на перевірку одразу трьох критеріїв: критерію «розуміння причин та наслідків використання СПКП в конкретній комунікативній ситуації», критерію «логічності висловлювання і визначення результатів порівняльного аналізу» та критерію «логічного структурування і підсумування інформації». Студенти мали порівняти стандарти комунікативної поведінки у вказаній комунікативній ситуації та схематично зобразити причини й наслідки комунікативної поведінки співрозмовників.

За правильне виконання завдання студент отримував 25 балів (10 балів за перший з вищевказаних критеріїв, 5 бали максимум – за другий та 10 балів за третій з критеріїв, відповідність яким перевірялася за допомогою цього завдання). Завдання було таким.

*Task 2. You and your American friend are going to walk in the center of Kyiv. To get to your destination you have to take the bus and then pass several metro stations. Compare daily communicative behavioral patterns of using public*

*transport in the USA and Ukraine and then draw the Fishbone diagram showing the reasons why your American friend feels strange and uncomfortable during your trip.*

**Третім завданням** було написання твору, спрямоване на перевірку відповідності критеріям **«Логічності висловлювання і визначення результатів порівняльного аналізу», «Адекватності використання вербальних складових СПКП у говорінні і письмі»**. За логічну структурованість і адекватність відповіді студент отримував по 5 балів максимум за кожен з критеріїв (оскільки обидва критерії також частково перевірялися за допомогою інших завдань), тобто максимальна кількість отриманих балів становила 10. На виконання цього завдання студенту давалося 40 хвилин. Завдання мало такий вигляд:

***Task 3.** Write a composition using about 100 words about your one moment of your visit to the USA comparing communicative behavioral patterns in the USA and in Ukraine.*

Протягом усної частини, перевірялася відповідність критеріям **«Адекватності використання вербальних складових СПКП у говорінні і письмі»** (5 балів максимум), **«Адекватності використання невербальних складових СПКП у говорінні»** (10 балів максимум), **«Рівня автоматизації використання вербальних складових СПКП»** (10 балів максимум) та **«Рівня автоматизації використання невербальних складових СПКП»** (10 балів максимум). Максимально можлива кількість балів за це завдання становила 35. Завдання було аналогічним відповідному завданню передекспериментального зрізу.

***Task 4.** Work in pairs or small groups.*

*Student A (and student B). You are an American(s) coming to the birthday party of your Ukrainian friend. Try to behave and speak in a way you think the Americans do.*

*Student C (and Student D). You meet your American colleague(s) and take her/him/them to your birthday party. Try to behave as usual talking about topics of mutual interest, introducing friends and spending time in the café where you celebrate your birthday party.*

*Role-play the situation.*

Співвіднесеність завдань передекспериментального та післяекспериментального зрізів визначеним критеріям та розподіл балів можливо представити у таблиці 3.3.1.

Таблиця 3.3.1.

**Співвіднесеність завдань передекспериментального і післяекспериментального зрізів визначеним критеріям та розподіл балів**

<b>Критерій</b>	<b>Завдання передекспериментального зрізу</b>	<b>Максимальна кількість балів</b>	<b>Завдання післяекспериментального зрізу</b>	<b>Максимальна кількість балів</b>
Розуміння причин та наслідків використання СПКП в конкретній комунікативній ситуації	Завдання №1	10	Завдання № 2	10
Логічності висловлювання і визначення результатів порівняльного аналізу	Завдання №2	10	Завдання №2, Завдання № 3	по 5 балів

*Продовження таблиці 3.3.1*

Адекватності використання вербальних складових СПКП у говорінні і письмі	Завдання № 4, Усна частина	по 5 балів	Завдання № 3, Усна частина	по 5 балів
Адекватності використання невербальних складових СПКП у говорінні	Усна частина	10	Усна частина	10
Автоматизації використання вербальних складових СПКП	Усна частина	10	Усна частина	10
Автоматизації використання невербальних складових СПКП	Усна частина	10	Усна частина	10
Логічного структурування і підсумування інформації	Завдання №3	10	Завдання № 2	10



Продовження таблиці 3.3.1.				
Розуміння імпліцитної соціокультурної інформації в аудіюванні і читанні	Завдання №4	10	Завдання №1	10
Всього балів за тест		80		80

Перейдемо до аналізу результатів післяекспериментальних зрізів.

Таблиця 3.3.2.

**Результати навчання студентів  
немовних спеціальностей СПКП американців**

Групи	Володіння англійською мовою за тестом PET				Приріст коефіцієнту навченості	Сформованість знань про СПКП і вмінь їх використання				Приріст коефіцієнту навченості
	До експерименту в середніх балах	Коефіцієнт навченості	Після експерименту в середніх балах	Коефіцієнт навченості		До експерименту в середніх балах	Коефіцієнт навченості	Після експерименту в середніх балах	Коефіцієнт навченості	
EG-1	90,6	0,69	109,3	0,84	0,15	19,3	0,24	71,0	0,89	0,65
EG-2	87,8	0,68	105,8	0,81	0,13	17,5	0,22	61,3	0,84	0,62
EG-3	83,0	0,64	99,7	0,77	0,13	19,3	0,24	67,9	0,85	0,61
EG-4	85,6	0,66	103,9	0,8	0,14	16,3	0,20	65,0	0,81	0,61
EG-5	87,1	0,67	103,2	0,79	0,12	17,4	0,22	70,0	0,88	0,66
EG-6	88,3	0,68	105,4	0,81	0,13	18,1	0,23	66,3	0,83	0,60

Кількісні результати перевірки були оброблені статистично за методикою, описаною нижче. Середні показники рівня сформованості знань про СПКП та вмінь їх використання, а також рівня сформованості англомовної комунікативної компетенції за результатами перед- та післяекспериментальних зрізів експерименту представлені у таблиці 3.3.2.

Як бачимо, найбільший приріст рівня сформованості вмінь використання СПКП спостерігався в групах ЕГ-1 та ЕГ-5. Групи ЕГ-2, ЕГ-3, ЕГ-4, ЕГ-6 мали дещо нижчий, але при цьому достатній рівень сформованості вмінь використання СПКП.

Ще одним із завдань експериментального дослідження була перевірка ефективності розробленої методики для навчання загальнонавчаної англійської мови.

Для цього результати I частини передекспериментальної перевірки порівнювали з результатами I частини післяекспериментальної перевірки. Отже, порівнювався приріст середньої кількості балів, отриманих студентами експериментальних груп за тест із загальнонавчаної англійської мови (PET) у групах ЕГ-1, ЕГ-3, ЕГ-5, ЕГ-2, ЕГ-4, ЕГ-6. Розподіл студентів на групи, в яких було впроваджено перший та другий варіант моделі організації навчання студентів немовних спеціальностей СПКП американців описано вище. Результати наведені в таблиці 3.3.2.

На основі отриманих результатів робимо висновок про можливість впровадження обох моделей навчання СПКП до навчального процесу з англійської мови на I курсі немовного ВНЗ. З точки зору навчання студентів немовних спеціальностей СПКП, притаманних американцям, найбільш ефективним є варіант, коли студенти навчаються виключно за запропонованою методикою протягом першого семестру I курсу. Відповідно до кількісних та якісних показників експериментального навчання можливо зробити висновок про те, що ефективним і доцільним для впровадження у навчальний процес з англійської мови у немовному вищі є варіант, коли

студенти навчаються за розробленою методикою протягом 2 годин на тиждень, а протягом решти годин практичних занять вивчають загальнонавчальну англійську мову. При цьому рівень володіння загальнонавчальною англійською мовою не лише не знижується, але й навіть підвищується, про що свідчать результати тесту PET (див. вище).

Таким чином, гіпотеза експерименту була повністю підтверджена. Два запропоновані варіанти моделі організації навчального процесу з СПКП виявилися ефективними і такими, що мають право на існування, що підтверджується статистичним обрахунком отриманих результатів ЕН.

Аналіз кількісних характеристик цього дослідження проводився із використанням методів математичної статистики за допомогою комп'ютерної програми «Статистика в педагогіці», розробленої Д.А. Новіковим [131]

Для аналізу результатів експерименту необхідно було порівняти дев'ять незалежних вибірок (ЕГ-1, ЕГ-2, ЕГ-3, ЕГ-4, ЕГ-5, ЕГ-6), отриманих з однієї генеральної сукупності шляхом змінення незалежного фактору (форма організації навчального процесу з СПКП).

Надійність отриманих результатів експерименту перевірялася за допомогою статистичних методів. Усі вимірювання проводилися в шкалі відносин [131, с.11-14]. У зв'язку з цим для перевірки гіпотези доцільно було використовувати статистичний критерій Крамера-Уелча, який за даними сучасної статистики вважається більш ефективним, ніж такий відомий критерій як *t-критерій (критерій Стьюдента)* [131].

Алгоритм визначення вірогідності збігу і відмінностей характеристик порівнюваних вибірок для експериментальних даних, вимірюваних у шкалі відносин за допомогою критерію Крамера-Уелча, полягав в наступному.

1.Обчислити для порівнювальних вибірок  $T_{\text{емп}}$  – емпіричне значення критерію Крамера-Уелча за формулою:

$$T_{\text{емп}} = \frac{\sqrt{M * N * |\bar{x} - \bar{y}|}}{\sqrt{M * D_x + N * D_y}},$$

(3.3.1)

де:

M – обсяг вибірки контрольних груп,

N – обсяг вибірки експериментальних груп,

 $\bar{x}$  – середнє арифметичне вибірки для експериментальних груп, $\bar{y}$  – середнє арифметичне вибірки для контрольних груп, $D_x$  – вибіркова дисперсія для експериментальних груп, $D_y$  – вибіркова дисперсія для контрольних груп.

2. Порівняти отримане значення із критичним значенням критерію, яке наводиться для рівня значущості 0,05 і відповідно 95 %-им рівнем вірогідності збігів і відмінностей характеристик, тобто допускається не більше, ніж 5 % помилки. Отже,  $T_{0,05} = 1,96$ .

3. Якщо  $T_{\text{емп}} > 1,96$ , то можна зробити висновок, що вірогідність відмінностей характеристик порівнюваних вибірок складає 95%, тобто використання запропонованої методики призводить до статистично значущих на рівні 95% різницям результатів за критерієм Крамера-Уелча.

Для порівняння характеристик експериментальних груп використовувалися результати, отримані у передекспериментальному і післяекспериментальному зрізах (див. Таблицю 3.3.2.). Оскільки завдання передекспериментального і післяекспериментального зрізів за своєю суттю були аналогічними, групи було розподілено на три масиви – перший експериментальний, до якого входили експериментальні групи ЕГ-1 і ЕГ-2, другий експериментальний, до якого увійшли експериментальні групи ЕГ-3 і ЕГ-4, і третій експериментальний, який склали експериментальні групи ЕГ-5 і ЕГ-6. Це спростило аналіз і дозволило поліпшити якість вибірки.

Емпіричне значення критерію Крамера-Уелча обчислювалося на основі інформації про обсяг  $N$  та  $M$  вибірок  $x$  та  $y$ , вибіркових середніх  $\bar{x}$  та  $\bar{y}$  та

вибіркових дисперсій  $D_x$  та  $D_y$  порівняних вибірок. Наведемо формули для обчислювання основних показників.

Середнє арифметичне вибірки для експериментальних та контрольних груп обчислюється за формулами (3.3.2) та (3.3.3) відповідно:

$$\bar{x} = \frac{1}{N} (x_1 + x_2 + \dots + x_{n-1} + x_n) = \frac{1}{N} \sum_{i=1}^n x_i$$

(3.3.2)

$$\bar{y} = \frac{1}{M} (y_1 + y_2 + y_3 \dots + y_{m-1} + y_m) = \frac{1}{M} \sum_{i=1}^M y_i$$

(3.3.3)

Вибіркова дисперсія для експериментальних груп  $D_x$  і контрольних груп  $D_y$  обчислюється за формулами (3.3.4) та (3.3.5) відповідно:

$$D_x = \frac{1}{N-1} \sum_{i=1}^N (x_i - \bar{x})^2$$

(3.2.4)

$$D_y = \frac{1}{M-1} \sum_{i=1}^M (y_i - \bar{y})^2$$

(3.2.5)

Спочатку було обчислено вибіркові середні  $x$  та  $y$  для контрольних і експериментальних груп відповідно за формулою (3.3.2) та (3.3.3):

За формулами (3.3.4) і (3.3.5) отримали значення вибіркових дисперсій для контрольних та експериментальних груп. Отримані значення показників вибіркових середніх і вибіркових дисперсій дають змогу обчислити емпіричне значення критерію Крамера-Уелча за формулою (3.3.1).

Емпіричне значення критерію Крамера-Уелча після проведення першої серії експерименту для груп ЕГ-1 та ЕГ-2 склало  $13,4232 > 1,96$ , для груп ЕГ 3 та ЕГ-4 –  $16,0269 > 1,96$ , а для груп ЕГ-5 та ЕГ-6 –  $14,0752 > 1,96$ . Отже, достовірність різностей характеристик за статистичним критерієм Крамера-

Уелча дорівнює  $1 - 0.05 = 0.95$  (95%). Таким чином, можна зробити висновок про достовірність різниці показників у експериментальних групах під час ЕН, що математично підтверджує загальну ефективність запропонованої методики.

Результати написання перед- та післяекспериментальних зрізів кожним студентом наведено у Додатку Ж.

### **3.4. Методичні рекомендації щодо навчання студентів немовних спеціальностей стандартів повсякденної комунікативної поведінки**

За результатами проведеного дослідження можливо навести такі методичні рекомендації щодо впровадження розробленої методики до навчального процесу.

Вивчення стандартів повсякденної комунікативної поведінки (СПКП) за розробленою методикою доцільно впроваджувати до навчального процесу з англійської мови на I курсі немовного ВНЗ для підвищення ефективності навчання загальнонавчаної англійської мови (на початкових етапах навчання у ВНЗ), оскільки успішна адаптація до цільової культури передбачає вироблення толерантного ставлення до іншомовної країни та її мешканців, прийняття іншого стилю життя, не заперечуючи стилю життя мешканців рідної країни, розуміння стандартів та етикету комунікативної поведінки, яких доцільно дотримуватись у певних ситуаціях спілкування у тому чи іншому мовному соціумі. Це забезпечить можливість ефективного вивчення і стандартів ділової комунікативної поведінки, за умови розробки відповідної методики, на просунутих етапах навчання у немовних ВНЗ.

Запропоновану методику можливо ефективно використовувати для навчання студентів, вихідний рівень підготовки яких з загальної англійської мови є не нижчим за A1, оскільки це сприяє активізації вивчення англійської

мови такими студентами, а в результаті такого навчання підвищується рівень сформованості англomовної комунікативної компетенції.

Викладачу слід пам'ятати, що розробленою методикою навчання СПКП не передбачається цілеспрямований розвиток власне мовленнєвих умінь (аудіювання, говоріння, читання і письма), які розвиваються опосередковано в процесі виконання вправ. Так, в процесі сприйняття інформації про СПКП, наведеної у інформативно-пізнавальних текстах та в мережі Інтернет (в межах самостійної роботи студентів), розвивається вміння читання. Вміння аудіювання і говоріння розвиваються при виконанні умовно-комунікативних та комунікативних рецептивно-продуктивних та продуктивних вправ, реалізованих у комплексі вправ. Вміння письма розвивається в процесі написання творів за тематикою кожного заняття, а також під час проведення порівняльного аналізу й створення діаграм.

Саме тому, а також задля посилення мотивації студентів до вивчення англійської мови, викладачу не слід акцентувати увагу аудиторії на лексичних і граматичних помилках, зроблених тими, хто навчається, в процесі виконання вправ, оскільки знання граматики не є основною метою навчання за запропонованою методикою. Але доцільно і досить ефективно фіксувати помилки і коментувати їх наприкінці заняття. Оскільки основною метою навчання є формування і розвиток умінь розуміння й використання СПКП у США, основну увагу слід приділяти виправленню і поясненню помилок культурного характеру, але навіть при цьому, виходячи з комунікативної спрямованості розробленої методики, викладачу бажано лише спрямовувати обговорення студентів таким чином, щоб вони самостійно визначали й виправляли помилки, допущені колегами. Але у будь-якому випадку коментар викладача повинен даватися лише після закінчення обговорення або виконання інших вправ студентами.

Для того, щоб навчати студентів за запропонованою методикою необхідно, по-перше, відібрати навчальні матеріали, що відповідатимуть меті

такого навчання. Слід зауважити, що розроблена методика навчання СПКП може використовуватися як для навчання СПКП у США (як у випадку нашого дослідження), так і СПКП в інших країнах (за умови відбору навчальних матеріалів, що мають у такому разі містити відповідні інформативно-пізнавальні тексти, засоби наочності, а вправи – мати відповідне ситуативно-тематичне наповнення).

Методику можливо впроваджувати у навчальний процес двома шляхами. У разі використання першого варіанта моделі організації навчального процесу – протягом першого семестру навчання проводиться виключно з використанням розроблених навчальних матеріалів, протягом решти годин практичних занять з англійської мови, запланованих на I рік навчання вивчається загальнонавчана англійська мова за матеріалами кафедри. При застосуванні другого варіанта моделі організації навчального процесу навчання СПКП за розробленою методикою проводиться протягом 2 годин на тиждень, а протягом решти годин проводиться навчання загальнонавчаної англійської мови за матеріалами кафедри. Вибір будь-якого з двох вищевказаних варіантів моделі організації навчання залежить від умов навчального процесу з англійської мови у відповідному ВНЗ, особистих побажань викладача тощо і, як підтверджують результати проведеного дослідження, забезпечить ефективне оволодіння СПКП тими, хто навчається. Але при цьому слід зазначити, що ми вважаємо *перший варіант моделі організації навчального процесу більш доцільним* для впровадження через низку причин. По-перше, під час роботи за розробленою методикою протягом 1 змістового модуля студенти не відволікаються на опрацювання інших навчальних матеріалів, що, безперечно, сприяє кращому засвоєнню інформації, яка вивчається. По-друге така організація навчального процесу значно полегшує роботу викладача. По-третє, як свідчать результати дослідження, кількісні показники студентів експериментальних груп, які навчалися за першим варіантом моделі організації навчального процесу, були



дещо вищими за показники студентів експериментальних груп, які навчалися за другим варіантом моделі організації навчального процесу. Звичайно, другий варіант моделі, за даними експериментального навчання, також має право на існування, але, за можливості, доцільно надавати перевагу першому варіанту.

Під час навчання за розробленою методикою слід дотримуватись визначеної послідовності підготовчого та основного етапів, оскільки це обумовлено системністю підходу до розробки відповідного комплексу вправ. Так, навчання на підготовчому етапі розпочинається з ознайомлення тих, хто навчається, з інформацією про СПКП, після чого отримана й опрацьована інформація узагальнюється і структурується під час виконання студентами домашнього завдання. На початку основного етапу слід перевірити розуміння студентами опанованої інформації на основі тестових завдань, а потім – провести тренування навичок і вмінь використання СПКП за допомогою рольових ігор, «мозкового штурму» і т.д. За допомогою мережі Інтернет, на основі ресурсів якої студенти за результатами самостійного пошуку складають короткі доповіді, відбувається розширення знань про СПКП. Завершує цю послідовність контроль засвоєння інформації про СПКП вмінь використання СПКП у комунікативних ситуаціях.

Викладачу слід пам'ятати, що в процесі роботи за методикою навчання СПКП йому/їй відводиться роль куратора/консультанта, який лише спрямовує дискусії студентів у напрямку теми заняття і пояснює незрозумілі аспекти теми, оскільки бажано щоб студенти самостійно проводили обговорення і знаходили рішення, що сприяє покращанню розуміння ними предмета вивчення.

Робота в аудиторії повинна проходити у невимушеній атмосфері, в умовах, що сприяють висловлюванню студентами своїх думок. В процесі обговорення викладачу слід забезпечити толерантне ставлення студентів один до одного, відсутність домінування поглядів одних студентів над

поглядами інших, підкреслюючи необхідність віднайдення спільного, командного рішення будь-кого питання, що є надзвичайно необхідним для їхньої подальшої професійної діяльності. Якщо студенти не зовсім добре зрозуміли висловлювання, вони можуть ставити англійською мовою відповідні запитання. Значення незнайомих лексичних одиниць викладач повинен пояснювати англійською мовою, і використовувати рідну мову виключно у випадку, якщо розуміння не було досягнуто.

Для виконання більшості вправ студенти мають реалізувати творчий підхід, оскільки в процесі самостійного пошуку в мережі Інтернет та на основі власного досвіду перебування у цільовій країні вони можуть знайти додаткову інформацію за тематикою заняття, що може бути не лише цікавою, але й корисною в опануванні відповідних СПКП.

Також студенти можуть і повинні використовувати Інтернет або бібліотечні ресурси для виконання самостійної роботи. Викладач може надати студентам список рекомендованих Інтернет-ресурсів (наведений у Додатку А), але бажано, щоб студенти самостійно працювали з пошуковими системами Інтернету, відшукуючи необхідну інформацію самостійно, без опори на список.

Робота за розробленою методикою передбачає використання великої кількості наочних матеріалів. Якщо такі матеріали даються викладачем, йому/їй слід забезпечити наочними матеріалами всіх студентів групи. Якщо ж засоби наочності відшукуються студентами як результат проведеного самостійного пошуку в Інтернеті, вони повинні бути оформлені або подані таким чином і в такій кількості, щоб всі інші студенти мали можливість ознайомитись з ними.

При формуванні й розвитку невербального компонента СПКП велику увагу слід приділяти поясненню особливостей використання жестів, міміки представниками іншомовного культурного середовища, оскільки правильне використання невербальних СПКП потребує їх розуміння тими, хто

навчається. З цією метою доцільно використовувати відеофонограму, розроблену нами в процесі дослідження, або за аналогією створювати власні відеофонограми на основі автентичних художніх відеофільмів. Основною умовою є дотримання принципів використання таких відеоматеріалів за цією методикою.

Під час проведення обговорень і виконання вправ на створення діаграм слід дотримуватися рекомендацій, наведених у Розділі II. Щодо самих обговорень слід зауважити, що в якості лідера дискусії бажано кожного разу обирати іншого студента, щоб дати можливість кожному з них відчувати себе лідером, що сприятиме їхній ефективній професійній діяльності як керівників.

Викладач повинен самостійно оцінювати виконання студентами вправ відповідно до критеріїв, описаних у розділі 3.1. Щодо форми підсумкового контролю сформованості вмінь використання СПКП, рекомендується використовувати комплексне тестування (наприклад, як завдання післяекспериментального зрізу, наведене у Додатку Д).

Навчання СПКП за розробленою методикою передбачає, що студенти беруть активну участь у навчальному процесі, який сприяє їхньому особистісному й професійному розвитку, навчаються працювати самостійно і в команді, у них формується толерантне ставлення до представників іншомовного соціуму. В результаті такого навчання у студентів розвивається розуміння процесів пристосування особистості до умов іншомовного соціуму, а також підвищується рівень володіння загальнонавчальною англійською мовою.

### ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3

Експеримент, що проводився на базі факультету менеджменту і маркетингу Національного технічного університету України «Київський Політехнічний Інститут», був відкритим вертикально-горизонтальним експериментом. Для перевірки ефективності розробленої методики слід було визначити рівень володіння студентами СПКП у США. Для цього було виділено вісім критеріїв, а саме: розуміння причин використання тих чи інших СПКП у конкретній комунікативній ситуації; логічності висловлювання і визначення результатів порівняльного аналізу; адекватності використання вербальних складових СПКП у різних видах мовленнєвої діяльності; адекватності використання невербальних складових СПКП під час комунікації; рівень автоматизації використання вербальних складових СПКП; рівень автоматизації використання невербальних складових СПКП; рівень логічного структурування і підсумування інформації; розуміння імпліцитної соціокультурної інформації висловлювання.

В ході ЕН перевірялася 1) загальна ефективність розробленої методики та 2) порівняльна ефективність двох варіантів запропонованої моделі організації навчання студентів I курсу немовних спеціальностей СПКП у США.

Ефективність навчання СПКП за двома варіантами моделі організації навчального процесу – протягом першого семестру (з розрахунку 72 години/семестр) або протягом I-II семестрів з розрахунку 2 години на тиждень – була підтверджена експериментально, оскільки, як свідчать результати проведеного дослідження, таке навчання є практично однаково ефективним.

Найвищі показники рівня сформованості вмінь використання СПКП після проведення ЕН спостерігалися в групах ЕГ-1, ЕГ-3 та ЕГ-5 (середній коефіцієнт навченості для цих груп становив 0,89, 0,85 та 0,88 відповідно).

Групи ЕГ-2, ЕГ-4, ЕГ-6 мали дещо нижчий, але при цьому достатній рівень сформованості вмінь використання СПКП (середній коефіцієнт навченості становив 0,84, 0,81 та 0,83 відповідно).

Перший варіант організації навчального процесу з СПКП американців є, на нашу думку, найбільш доцільним для впровадження у ВНЗ немовного профілю, хоча ефективність навчання СПКП у США протягом 2 годин на тиждень також була підтверджена експериментально. По-перше це обумовлено, по-перше зручністю навчання за розробленою методикою протягом першого змістового модулю і переходу до навчання загальнонавчаної англійської мови під час другого змістового модулю першого семестру, тобто переходу від соціокультурних до власне мовних аспектів навчання англійської мови. По-друге, це сприяє підвищенню мотивації студентів до вивчення загальнонавчаної англійської мови, що забезпечує формування у них комплексного розуміння особливостей міжкультурної комунікації.

Крім цього, в ході експерименту перевірялася ефективність розробленої методики для розвитку мовленнєвих навичок і вмінь тих, хто навчається. З цією метою протягом ЕН використовувався тест РЕТ, розрахований для рівня В1, тобто прогнозованого рівня володіння студентами загальнонавчаною англійською мовою наприкінці I курсу немовного ВНЗ. Як свідчать результати проведених зрізів, приріст навичок і вмінь володіння загальнонавчаною англійською мовою студентами, що навчалися за розробленою методикою, був таким, що студенти не лише досягли мінімального рівня володіння ІКК (0,7 за В.П.Беспалько), а й дещо перевищили його. Так середній коефіцієнт навченості з загальної англійської мови студентів експериментальних груп ЕГ-1, ЕГ-2, ЕГ-3, ЕГ-4, ЕГ-5, ЕГ-6 становив 0,80. Тим самим було доведено, що під час навчання СПКП за розробленою методикою рівень володіння студентами загальнонавчаною англійською мовою не лише знижується, але й підвищується.

Результати, отримані в ході ЕН, були оброблені статистично. Дані такого статистичного аналізу свідчать про повну достовірність отриманих результатів і надійність сформульованих висновків.

Наведено методичні рекомендації стосовно навчання студентів немовних спеціальностей стандартів повсякденної комунікативної поведінки американців, основні з них такі.

Під час навчання за розробленою методикою слід дотримуватись визначеної послідовності підготовчого та основного етапів, оскільки це обумовлено системністю підходу до розробки відповідного комплексу вправ. Так, навчання на підготовчому етапі розпочинається з ознайомлення тих, хто навчається, з інформацією про СПКП, після чого отримана й опрацьована інформація узагальнюється і структурується під час виконання студентами домашнього завдання. На початку основного етапу слід перевірити розуміння студентами опанованої інформації на основі тестових завдань, а потім – провести тренування навичок і вмінь використання СПКП за допомогою рольових ігор, «мозкового штурму» і т.д. За допомогою мережі Інтернет, на основі ресурсів якої студенти за результатами самостійного пошуку складають короткі доповіді, відбувається розширення знань про СПКП. Завершує цю послідовність контроль засвоєння інформації про СПКП вмінь використання СПКП у комунікативних ситуаціях.

У процесі роботи за методикою навчання СПКП викладачу відводиться роль куратора/консультанта, який лише спрямовує дискусії студентів у напрямку теми заняття і пояснює незрозумілі аспекти теми, оскільки бажано щоб студенти самостійно проводили обговорення і знаходили рішення, що сприяє покращанню розуміння ними предмета вивчення.

Робота в аудиторії проходить у невимушеній атмосфері, в умовах, що сприяють висловлюванню студентами своїх думок. У процесі обговорення викладачу слід забезпечити толерантне ставлення студентів один до одного, відсутність домінування поглядів одних студентів над поглядами інших,

підкреслюючи необхідність віднайдення спільного, командного рішення будь-кого питання, що є надзвичайно необхідним для їхньої подальшої професійної діяльності.

Навчання СПКП за розробленою методикою передбачає, що студенти беруть активну участь у навчальному процесі, який сприяє їхньому особистісному й професійному розвитку, навчаються працювати самостійно і в команді, у них формується толерантне ставлення до представників іншомовного соціуму. В результаті такого навчання у студентів розвивається розуміння процесів пристосування особистості до умов іншомовного соціуму, а також підвищується рівень володіння загальнонавчальною англійською мовою.

## ВИСНОВКИ

Дисертацію присвячено проблемі навчання студентів немовних спеціальностей СПКП американців на заняттях з англійської мови.

1. Підготовка майбутніх фахівців немовного профілю в контексті входження України до світової спільноти обумовлює зміщення акцентів навчання іноземної мови студентів ВНЗ з мовних на соціокультурні. Відсутність культурної обізнаності спричиняє «культурний шок» під час перебування в умовах іншомовного соціуму, а позитивне, неупереджене ставлення до партнерів по міжкультурній комунікації є запорукою її успіху. Подоланню «культурного шоку» як відчуття психологічного дискомфорту внаслідок впливу нового культурного середовища, що уповільнює адаптацію в ньому, сприяє соціокультурна компетенція, формування якої у процесі навчання іноземної мови студентів немовних спеціальностей базується на опануванні певних культурних стандартів мовленнєвої і немовленнєвої поведінки носіїв мови в різноманітних комунікативних ситуаціях.

2. У дослідженні стандарти комунікативної поведінки визначено як підсвідомий прояв культурної приналежності в ситуаціях реального спілкування, що актуалізується у процесі комунікації з представниками іншої культури. На заняттях з іноземної мови у ВНЗ доречним є розмежування стандартів повсякденної і ділової комунікативної поведінки. При цьому навчання СПКП має передувати навчанням стандартів ділової комунікативної поведінки і відбуватися на початкових етапах. Одним із шляхів підготовки студентів немовних спеціальностей до міжкультурної комунікації є навчання стандартів комунікативної поведінки американців, які суттєво відрізняються від стандартів комунікативної поведінки представників британського соціуму.

3. Метою навчання студентів немовних ВНЗ СПКП американців є опанування особливостей стандартів комунікативної поведінки американців.



Цей процес має здійснюватися за принципами інтегрованого навчання СПКП, автентичності, подолання міжкультурних комунікативних бар'єрів, інтерактивності, що доповнюються загальнодидактичними принципами наочності і посильності та загальнометодичними принципами навчання англійської мови – автономії і мотивації навчальної діяльності.

У дослідженні відібрано зміст навчання студентів СПКП американців, визначено доречні форми навчальної діяльності і засоби навчання (інформативно-пізнавальні тексти, предмети наочності, мережа Інтернет, рольові ігри, короткі твори, тестові завдання). Розроблена модель організації навчання студентів немовних спеціальностей СПКП американців, яка складається з підготовчого й основного етапів. Метою першого, підготовчого етапу було ознайомлення з сутністю й особливостями СПКП американців, узагальнення і структурування отриманої інформації; другого, основного – закріплення знань про СПКП і формування вмінь щодо їх використання у відповідних комунікативних ситуаціях.

Експериментально виявлено, що успішне навчання студентів немовних спеціальностей СПКП американців можливе лише за умови використання спеціального комплексу вправ, що складається з 9 частин. Кожна з частин цього комплексу містить 15 груп вправ, послідовне виконання яких сприяє формуванню у студентів розуміння і вмінь використання СПКП американців. За змістом ці вправи пов'язані з побутовими ситуаціями, що виникають у зв'язку з приїздом / від'їздом з країни, пошуками житла, користуванням громадським транспортом, відвідуванням магазинів, вирішенням фінансових питань, пошуком і відвідуванням закладів харчування, відпочинком, туризмом (пересуванням по країні), отриманням комунікаційних послуг. Їх вирішення потребує активного використання стандартів комунікативної поведінки, типових для культури певної спільноти.

4. За результатами методичного експерименту доведено ефективність розробленої методики навчання студентів немовних спеціальностей СПКП

американців, побудованої на системній інтеграції СПКП до курсу загальнонавчальної англійської мови за двома варіантами моделі організації навчального процесу. Перевірку рівнів сформованості у студентів СПКП американців здійснено за спеціально визначеними показниками. Рівень володіння студентами загальнонавчальною англійською мовою до і після експериментального навчання визначався за допомогою тесту PET.

5. Порівняльний аналіз результатів передекспериментальних і післяекспериментальних зрізів продемонстрував, що всі студенти експериментальних груп суттєво перевищили рівень навченості з СПКП (в середньому 0,85). Після вивчення СПКП за розробленою методикою середній коефіцієнт навченості із загальнонавчальної англійської мови студентів експериментальних груп становив 0,80, що свідчить про доцільність інтеграції СПКП до курсу загальнонавчальної англійської мови.

Перспективою подальших наукових розвідок може бути теоретичне дослідження і практична адаптація розробленої методики для навчання студентів немовних спеціальностей ВНЗ стандартів ділової комунікативної поведінки і стандартів повсякденної комунікативної поведінки представників інших країн.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абрамович С. Д. Мовленнєва комунікація: [підручник]. / С. Д. Абрамович, М. Ю. Чікарькова – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 472 с.
2. Александрова Г. П. Развитие устно-речевых навыков в ходе сопоставления действительности страны изучаемого языка и нашей страны при билингвальном обучении / Г. П. Александрова // Ментор. – 1998. – №2. – С.22-24.
3. Алмазова Н. И. Когнитивные аспекты формирования межкультурной компетентности при обучении иностранному языку в неязыковом вузе: дис ... доктора пед. наук : 13.00.02 / Алмазова Надежда Ивановна. – СПб., 2003. – 446 с.
4. Американское коммуникативное поведение / [ред. И. А. Стернин, М. А. Стернина]. – Воронеж, 2001. – 352 с.
5. Андрианов М. С. Влияние принадлежности к большой группе на невербальную коммуникацию личности: Факторы групповой идентификации и межгруппового восприятия : дис. ... канд. псих. наук : спец. : 19.00.01 / Андрианов Михаил Семенович. – М., 1995. – 203 с.
6. Армстронг Н. Полное руководство. Язык жестов. Как распознать и истолковать практически любой известный жест / Н. Армстронг, М. Вагнер; [пер. с англ. В. Г. Панова]. – М. : АСТ Астрель, 2007. – 223 с.
7. Артемов В. А. Психология обучения иностранным языкам / В. А. Артемов. – М. : Просвещение, 1969. – 279 с.
8. Баронин А. С. Этническая психология / А. С. Баронин. – К.: Тандем, 2000. – 264 с.
9. Барабанова Н. Р. Междисциплинарная координация в формировании коммуникативно-речевой компетенции студентов / Н. Р. Барабанова // Актуальные проблемы теории коммуникации [сб. науч. тр. ]. – СПб.: Изд-во СПбГПУ, 2004. – С. 271-280.

- 10.Бахтеева С. С. Формирование социальной компетентности специалиста в процессе обучения иностранному языку в вузе экономического профиля / С. С. Бахтеева – Казань : Центр инновационных технологий, 2004. – 147 с.
- 11.Бергельсон М. Б. Прагматическая и социокультурная мотивированность речевой формы : автореф. дис. на соискание науч. степени доктора фил. наук: спец. 10.02.19 «Теория языка» / М. Б. Бергельсон – М : МГУ им. М. Ломоносова, 2005. – 45 с.
- 12.Бергельсон М. Б. Лингвистические методы исследования в области (межкультурной) коммуникации [Электронный ресурс] / М. Б. Бергельсон // Коммуникация: концептуальные и прикладные аспекты («Коммуникация-2004») : II Междунар. конф. РКА, 2004 г. : тезисы докл. – Режим доступа: [http://www.russcomm.ru/rca\\_biblio/b/bergelson01.shtml](http://www.russcomm.ru/rca_biblio/b/bergelson01.shtml).
- 13.Беляев Б. В. Очерки по психологии овладения иностранными языками / Б. В. Беляев – М. : Просвещение, 1965. – 227 с.
- 14.Беляева Е. Г. Теория и практика лингвистического аудита как новой технологии диагностики языковых потребностей в контексте корпоративного обучения иностранным языкам: автореф. дис. на соискание науч. степени канд. пед. наук : спец.13.00.02. “Теория и методика обучения (германские языки)” / Е. Г Беляева. – М., 2006. – 24 с.
- 15.Белянин В. П. Лингвистический шок [Электронный ресурс] /В. П. Белянин. – 2004. – Режим доступа : [http://www.textology.ru/belyanin/bel\\_shok.html](http://www.textology.ru/belyanin/bel_shok.html)
- 16.Бенедиктов Б. А. Психология овладения иностранными языками / Б. А. Бенедиктов. – Минск : Вышэйш.школа, 1974. – 335 с.
- 17.Бердичевский А. Л. Содержание обучения иностранному языку на основе базовой культуры личности / А. Л.Бердичевский // ИЯШ – М., 2004. – №2. – С. 17–20.
- 18.Беспалько В. П. Опыт разработки и использования критериев качества усвоения знаний / В. П. Беспалько // Советская педагогика. – 1968. – № 4. – С.52-69.

- 19.Берман И. М. Методика обучения английскому языку в неязыковых вузах / И. М.Берман. – М. : Высш. шк., 1970. – 232 с.
- 20.Боднар С.В. Формування дискурсивної компетенції як складової комунікативної компетенції майбутніх викладачів іноземних мов / С.В. Боднар // Педагогічні науки: зб. наук. пр. – Херсон, 2010. - Випуск 55. - С. 211-215.
- 21.Бондарчук Т. О. Явище культурного шоку та шляхи його запобігання в процесі навчання японської мови студентів мовних вищих навчальних закладів / Т. О. Бондарчук // Мова і культура. – К. : Видавничий дім Дмитра Бураго. – 2005. – Вип. 8. – Т.7. Культурологічний підхід до викладання мови і літератури. – С. 55-61.
- 22.Бориско Н. Ф., Социально-психологические предпосылки формирования лингвосоциокультурной компетенции / Н. Ф.Бориско, Н. Б. Ишханян // Иноземні мови. – 1997. – №1. – С. 53-55.
- 23.Брагина Н. А. Языковая номинация и культурные стереотипы / Н. А. Брагина // Языковая номинация : междунар. науч. конф.: тезисы докл. – Минск : Беларусь, 1996. – С. 6.
- 24.Бутаков С. А. Структурирование учебного материала в соответствии с принципом восхождения от абстрактного к конкретному : автореф. дис. на соискание науч. степени канд. пед. наук : спец. 13.00.01. “Общая педагогика, история педагогики и образования” / С. А.Бутаков. – Магнитогорск, 2001. – 24 с.
- 25.Бухбиндер В. А. О системе упражнений / В. А. Бухбиндер // Общая методика обучения иностранным языкам: хрестоматия [сост. А. А. Леонтьев]. – М.:Рус.яз., 1991. – С.92-98.
- 26.Бухбіндер В. А. Про структуру гіпотези та її роль у методичному дослідженні / В. А. Бухбіндер // Матеріали Республіканської конференції з проблем експериментування в методиці навчання іноземних мов [тези доповідей]. – К., 1971. – С.38-39.

27. Бухбиндер В. А. Устная речь как процесс и как предмет обучения / В. А. Бухбиндер // Очерки методики устной речи на иностранных языках [ред. В. А. Бухбиндер]. – К. : Высш.шк., 1980. – 246 с.
28. Вайсбурд М. Л. Использование учебно-речевых ситуаций при обучении устной речи на иностранном языке: [учеб. пособие для проведения спецкурса по обучению иноязычному общению в системе повышения квалификации учителей] / М. Л. Вайсбурд. – Обнинск: Титул, 2001. – 128 с.
29. Вейзе А. А. Пути выявления главных компонентов текста при чтении / А. А. Вейзе // Методика обучения иностранным языкам: [республиканский межведомственный сборник]. – Минск : Высш.шк., 1982. – С.77-83.
30. Вейзе А. А. Чтение, реферирование и аннотирование иностранного текста / А. А. Вейзе. – М. : Высшая школа, 1985. – 127 с.
31. Вербицкий А. А. Психология мотивации студентов. / А. А. Вербицкий, Н. А. Бакшаева. – М. : Логос, 2006. – 184 с.
32. Верещагин Е. М. Язык и культура. Лингвострановедение в преподавании русского языка как иностранного / Верещагин Е. М., Костомаров В. Г. – М.: Русский язык, 1990. – 247 с.
33. Вікова та педагогічна психологія : [навч. посіб.] / [уклад. Скрипченко О. В., Долинська І. В., Огороднійчук З. В. та ін.]. – К. : Просвіта, 2001. – 416 с.
34. Выготский Л. С. Избранные психологические исследования / Л. С. Выготский – М. : АПН РСФСР, 1956. – 519 с.
35. Гальскова Н. Д. Межкультурное обучение: Проблема и содержание обучения иностранным языкам / Н. Д. Гальскова // ИЯШ. – 2004. – №1. – С.3-8.
36. Гез Н. И. Система упражнений и последовательность развития учений и навыков / Н. И. Гез // ИЯШ. – 1969. – С.31-35.
37. Гейхман Л. К. Интерактивное обучение межкультурному общению как модель межкультурной коммуникации / Л. К. Гейхман // Вестник МГУ.

Серия 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2003. – №3. – С. 138-147.

38.Глебова Ю. А. Проблема класифікації видів наочних засобів / Ю. А. Глебова // Мова і культура. – К. : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2005. – Вип. 8. – Т.7. Культурологічний підхід до викладання мови і літератури. – С. 231-237.

39.Голованчук Л. П. Навчання учнів основної загальноосвітньої школи культурно-країнознавчої компетенції на уроках англійської мови: дис. ...кандидата пед. наук : 13.00.02 / Голованчук Людмила Павлівна – К., 2003. – 171 с.

40.Гончаренко С. У. Педагогічне дослідження. Методологічні поради молодим науковцям / С. У. Гончаренко. – К., 1995. – 45 с.

41.Городецкая Л. А. Универсальная теория вежливости и ее значение для сопоставительной культурологии / Л. А. Городецкая // Дискуссионный клуб FLT. Современные тенденции и опыт профессионалов. Межкультурная коммуникация: теория и практика [ред. Ю. Б. Кузьменкова]. – М., 2000. – С.104-128.

42.Гмурман В. Е. Теория вероятностей и математическая статистика: учеб. пособие для студентов вузов / В. Е. Гмурман. – М.:Высш. шк., 2003. – 478 с.

43.Горелова Г. В. Теория вероятностей и математическая статистика в примерах и задачах с применением Excel : уч. пособ. для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / Г. В. Горелова. – Ростов на Дону : Феникс., 2005. – 475 с.

44.Готлиб Н. В., О. И. Флешнер. Cross-cultural reading: уч. пособ. по книге D. Waitley «Being the best» / Н. В. Готлиб, О. И. Флешнер. – М. : АСТ : Восток-Запад, 2005. – 122,[6]с.

45.Гришаева Л. И. Введение в теорию межкультурной коммуникации: учеб. пособ. для студ. лингв. ф-в высш. учеб. зав-й / Л. И. Гришаева,

- Л. В. Цурикова – 4-е изд., стер. – М. : Издательский центр «Академия», 2007. – 336 с.
46. Гришкова Р. О. Культурологічні та соціальні бар'єри на шляху формування іншомовної соціокультурної компетенції студентів нефілологічних спеціальностей / Р. О. Гришкова // Мова і культура. – К.: Видавничий дім Дмитра Бураго, 2005. – Вип. 8. – Т. 7. Культурологічний підхід до викладання мови і літератури. – с. 23-27.
47. Грушевицкая Т. Г. Основы межкультурной коммуникации: учеб. для вузов / Т. Г. Грушевицкая, В. Д. Попков, А. П. Садохин. – М., 2003. – 236 с.
48. Гумбольдт В. фон. Язык и философия культуры / В. фон Гумбольдт. – М : Прогресс, 1985. – 451 с.
49. Гурвич П. Б. Теория и практика эксперимента в методике преподавания иностранных языков / П. Б. Гурвич. – Владимир : Изд-во Владимирского государственного педагогического института, 1974. – Ч. II. – 175 с.
50. Гурвич П. Б. Теория и практика эксперимента в методике преподавания иностранных языков / П. Б. Гурвич. – Владимир: Изд-во Владимирского государственного педагогического университета имени Лебедева-Полянского, 1980. – 104 с.
51. Двухязычие – проблема социокультурная : материалы круглого стола (26 июня 2002 г.) / [ ред. Р. Д. Хунагов и др.]. – Майкоп: Адыг. гос. ун-т. Центр билингвизма, 2003. – 71 с.
52. Дегтярьова Ю. В. Методика навчання студентів вищих немовних навчальних закладів читання англійською мовою для ділового спілкування : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук : спец. 13.00.02 “Теорія та методика навчання (германські мови)”/ Ю. В. Дегтярьова – К., 2006. – 22 с.
53. Демиденко О. П. Лінгвосоціокультурний компонент в системі навчання англійської мови для негуманітарних спеціальностей / О. П. Демиденко // Вісник Національного технічного університету України «Київський



- політехнічний інститут». Філософія. Психологія. Педагогіка : зб. наук. праць. – № 1(7) / 2003. – К. : ІВЦ «Політехніка», 2003. – С. 183–188.
54. Демиденко О. П. Про необхідність навчання студентів мовних факультетів комунікативної поведінки, характерної для носіїв англійської мови, з використанням відеоматеріалів / О. П. Демиденко // Проблеми освіти : Наук.-метод. зб. НМЦ ВО МОН України. – К. : Вид-во «Знання», 2005. – Вип. 45 : Болонський процес в Україні. – Ч. 1. – С. 144–147.
55. Демиденко О. П. Деякі аспекти формування англомовної соціокультурної компетенції у студентів вищих навчальних закладів / О. П. Демиденко // Теоретичні питання культури, освіти та виховання: зб. наук. праць. – К. : Вид. центр КНЛУ, 2006. – Вип. 30. – С. 40–42.
56. Демиденко О. П. Методичні засади та структура посібника з навчання стандартам комунікативної поведінки студентів вищих навчальних закладів / О. П. Демиденко // Вісник Чернігівського державного педагогічного університету. – Чернігів, 2007. – Вип. 48. – С. 87–91.
57. Демиденко О. П. Навчання студентів вищих навчальних закладів економічного профілю стандартів комунікативної поведінки в США / О. П. Демиденко // Іноземні мови. – Вип. 4. – К. : Вид. центр КНЛУ, 2008. – С. 48–53.
58. Демиденко О. П. Принципи та критерії оцінювання рівня сформованості вмінь використання студентами I курсу ВНЗ економічного профілю стандартів комунікативної поведінки в США (передмова до аналізу результатів експериментальної перевірки розробленої методики навчання) / О. П. Демиденко // Вісник Чернігівського державного педагогічного університету. – Вип. 62. – Чернігів, 2009. – С. 32–36.
59. Демиденко О. П. Стереотипи та стандарти комунікативної поведінки як основа формування англомовної соціокультурної компетенції / О. П. Демиденко // Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. – Вип. 8. – Луцьк, 2010. – С. 334–339.

60. Демиденко О. П. Експериментальна перевірка ефективності методики навчання студентів I курсу стандартів повсякденної комунікативної поведінки американців / О. П. Демиденко // Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Серія 17. Теорія і практика навчання та виховання. – Вип. 16 : зб. наук. пр. – К. : Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2011. – С. 230–241.
61. Demydenko O. Teaching US Behavioral Patterns in a Programme of Business English / O. P. Demydenko // Business Issues, The publication of the Business English Special Interest Group of IATEFL. – Issue 3. – UK, London, 2004. – P. 12–13.
62. Демиденко О. П. Необхідність навчання студентів вищих технічних закладів освіти англомовної комунікативної поведінки / О. П. Демиденко // Тези доповідей VII міжнар. наук.-метод. конф. [«Вища технічна освіта : проблеми та перспективи розвитку в контексті Болонського процесу»], (Київ, 26–27 травня 2005 р.) – К. : ІВЦ «Видавництво «Політехніка», 2005. – С. 34–35.
63. Демиденко О. П. Необхідність навчання студентів вищих технічних закладів освіти етикету англомовної комунікативної поведінки / О. П. Демиденко // Матеріали V Всеукр. наук. конф. [«Каразінські читання : Людина. Мова. Комунікація»], (Харків, 11 листопада 2005 р.) – Харків, 2005 – С. 53–54.
64. Демиденко О. П. Лінгвосоціокультурний компонент навчання ділової англійської мови / О. П. Демиденко // Тези доповідей II Міжнар. наук. конф. [«Навчання ділової англійської мови у Східній Європі: для чого та як?»], (Ялта, 19–20 травня 2006 р.) – Дніпропетровськ : Вид-во ДУЕП, 2006. – С. 42–44.
65. Демиденко О. П. Використання Інтернет-ресурсів в процесі формування соціокультурної компетенції студентів ВНЗ на заняттях з англійської мови / О. П. Демиденко // Матеріали міжнар. наук.-практ. конф. [«Іноземна мова як

фактор входження в міжнародний освітній простір»], (Умань, 15–16 червня 2007 р.) – Умань : АЛМІ, 2007. – С. 43–45.

66. Демиденко О. П. Деякі аспекти навчання стандартів повсякденної та ділової комунікативної поведінки у США в контексті формування англійської комунікативної компетенції майбутніх менеджерів та маркетингологів / О. П. Демиденко // Тези доповідей III міжнар. наук. конф. [«Навчання загальнонавчальної та ділової англійської мови у Східній Європі: для чого та як?»], (Дніпропетровськ, 15–16 травня 2009 р.) – Дніпропетровськ : Вид-во ДУЕП, 2009. – С. 67–69.

67. Демиденко О. П. Навчання студентів немовних спеціальностей стандартів комунікативної поведінки американців в процесі навчання англійської мови / О. П. Демиденко // Матеріали Міжрегіонального методичного семінару [«Підготовка студентів немовних спеціальностей до міжкультурної комунікації у процесі вивчення гуманітарних дисциплін»], (Київ, 15 червня 2011 р.) – К. : Університет «Україна», 2011. – С. 15–18.

68. Дусавицкий А. К. Развивающее образование: теория и практика / А. К. Дусавицкий. – Харків, 2002. – 172 с.

69. Евдокимов В. И. Наглядность и эффективность обучения. / В. И. Евдокимов. – Харків, 1988. – 85с.

70. Жданова Н. С. Зміст і структура навчально-методичного комплексу з німецької мови для менеджерів : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук: спец. 13.00.02 «Теорія і методика навчання: германські мови» / Н. С. Жданова. – К., 2008 – 26 с.

71. Жданова Н. С. Зміст і структура навчально-методичного комплексу з німецької мови для менеджерів : дис. ...кандидата пед. наук: 13.00.02 / Жданова Наталія Сергіївна. – К., 2008 – 344 с.

72. Жовнірук З. Л., Ісаєва Г. Т. Застосування комп'ютерних технологій на заняттях з іноземних мов у вузі / З. Л. Жовнірук, Г. Т. Ісаєва //

Лінгвометодичні концепції викладання іноземних мов у немовних вищих навчальних закладах України. – К., 2003. – С. 244-251.

73. Загальна психологія: [навч. посібник] / [Скрипченко О. та ін.]. – К. : «АПН», 1999. – 463 с.

74. Загальноєвропейські рекомендації з мовної освіти: вивчення, викладання, оцінювання / [Наук. ред. українського видання доктор пед. наук С. Ю. Ніколаєва] – К. : Ленвіт, 2003. – 273 с.

75. Зимняя И. А. Психология обучения неродному языку / И. А. Зимняя. – М.: Русский язык, 1989. – 221 с.

76. Зимняя И. А. Педагогическая психология: [учеб. для вузов: 2-е изд., испр. и перераб.] / И. А. Зимняя. – М : Логос, 2001. – 384 с.

77. Золотухин С. А. Различное у американцев и казахстанцев / С. А. Золотухин // Теория и практика коммуникации [сб. науч. трудов Вестник Российской коммуникативной ассоциации / ред. И.Н.Розина]. – Ростов/н-Д : ИУБиП, 2004. – № 2. – С. 72-77

78. Ільченко О. М. Етикетизація англо-американського наукового дискурсу: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра філол. наук: спец. 10.02.04 «Германські мови» / О. М. Ільченко. – К., 2002. – 37 с.

79. Ивкова Ю. П. Формирование этнической толерантности старшеклассников в деятельности классного руководителя: автореф. дис. на соиск. науч. степени канд. пед. наук: спец. 13.00.01 «Общая педагогика, история педагогики и образования» / Ю. П. Ивкова. – Петрозаводск, 2006. – 24 с.

80. Ишханян Н. Б. Пути формирования лингвосоциокультурной компетенции в интенсивном курсе обучения иностранного языка (английский язык в неязыковом вузе) : автореф. дис. на соиск. науч. степени канд. пед. наук: спец. 13.00.02 «Теория и методика обучения и воспитания (германские языки)» / Н. Б. Ишханян. – М., 1996. – 24 с.

81. Кабакчи В. В. Практика англоязычной межкультурной коммуникации / В. В. Кабакчи. – СПб. : Издательство «Союз», 2001. – 480 с.
82. Карасик А. В. Непонимание юмора в межкультурном общении / А. В. Карасик, В. И. Карасик // Язык, коммуникация и социальная среда [межвуз. сб. науч. трудов] – Воронеж : Изд-во ВГТУ, 2001. – Вып. 1. – С. 13-27.
83. Кашкин В. Б. Введение в теорию коммуникации / В. Б. Кашкин. – Воронеж: изд-во ВГТУ, 2000. – 305 с.
84. Кирилина А. В. Гендер. Лингвистические аспекты / А. В. Кирилина. – М.: Ин-т социологии РАН, 1999. – 189 с.
85. Кирилина А. В. Особенности и тенденции развития гендерных исследований в российской лингвистике / А. В. Кирилина // Гендер : язык, культура, коммуникация : первая междунар. конф. – М. : МГЛУ, 1999. – С. 32-47.
86. Китайгородская Г. А. Коммуникативный поход к созданию системы упражнений (небольшой исторический экскурс) / Г. А. Китайгородская // Вестник МГУ. Серия 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация, 2001. – № 2. – С. 7-13.
87. Кобзар О. І. Значення рольових ігор у формуванні мовної комунікативної компетенції / О. І. Кобзар, Н. О. Лешньова // Лінгвометодичні концепції викладання іноземних мов у немовних вищих навчальних закладах України: зб. наук. статей. – К. : Вид-во Європейського університету, 2003. – С. 400-407.
88. Козлова А. Г. Констатирующий эксперимент в педагогике / А. Г. Козлова. – СПб. : Verba magistri, 2000. – 120 с.
89. Козлова О. В., Деловые игры и их роль в повышении квалификации кадров / О. В. Козлова, М. Л. Разу. – М. : Знание, 1978. – 64 с.

90. Коломиец С. С. Обучение специалистов профессионально ориентированному обучению с зарубежными партнерами: дис. ... кандидата пед наук.: 13.00.02 / Коломиец Светлана Семеновна. – К., 1994. – 253 с.
91. Коменский Я. А., Лонк Д., Руссо Ж.-Ж., Песталоцци И. Г. Педагогическое наследие [Сост. В. М. Кларин, А.Н.Джурицкий]. – М. : Педагогика, 1989. – 416 с.
92. Комп'ютерна програма «Статистика в педагогике» [Електронний ресурс]. – 2,9 Мб. – Сист. вимоги: Pentium; 32 Mb RAM; Windows 98/2000/NT/XP. – Режим доступу: <http://www.mtas.ru/uploads/stat.zip>
93. Кононська Ю. Г. Практичні питання використання Інтернет у викладанні англійської мови у вищому навчальному закладі / Ю. Г. Кононська // Лінгвометодичні концепції викладання іноземних мов у немовних вищих навчальних закладах України. – К., 2003. – С. 258-262.
94. Конотоп О. С. Навчання майбутніх філологів англomовного діалогічного спілкування з використанням відеофільмів / О. С. Конотоп // Вісник КНЛУ. – № 10. – К., 2006. – С. 22-27.
95. Красковська О. Л. Навчання старшокласників загальноосвітніх шкіл моделей комунікативної поведінки британців: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук : спец. 13.00.02 «Теорія і методика навчання: германські мови» / О. Л. Красковська. – К., 2006. – 25 с.
96. Красковська О. Л. Навчання старшокласників загальноосвітніх шкіл моделей комунікативної поведінки британців. дис. ... кандидата пед. наук : 13.00.02 / Красковська Ольга Леонідівна. – К., 2006. – 335 с.
97. Красных В. В. Этнопсихолінгвистика и лингвокультурология: курс лекций / В. В. Красных. – М.: ИТДГК «Гнозис», 2002. – 284с.
98. Кричевская К. С. Прагматические материалы, знакомящие учеников с культурой и средой обитания жителей страны изучаемого языка / К. С. Кричевская // ИЯШ. – М. : 1996. – № 1. – С. 11-17.

99. Кузьмина Л. Г. Типология социокультурных ошибок в англоязычной письменной речи русских обучаемых / Л. Г. Кузьмина, В. В. Сафонова // ИЯШ. – М. : 1998. – № 5. – С. 31-34; № 6. – С. 10-18.
100. Кузьменко Ю. В. Методика формування соціокультурної компетенції учнів основної школи в процесі навчання англійського діалогічного мовлення: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук : спец. 13.00.02 «Теорія і методика навчання: германські мови» / Ю. В. Кузьменко. – Київ, 2007. – 26 с.
101. Кузнецов И. Н. Современный язык жестов / И. Н. Кузнецов. – М. : АСТ; Мн. : Харвест, 2007. – 448 с.
102. Кулиш Л. Ю. Отбор и составление учебных текстов для разговорного пособия специального назначения: автореф. дис. на соиск. науч. степени канд. пед. наук: спец. 13.00.02 «Теория и методика обучения и воспитания (германские языки)» / Л. Ю. Кулиш. – К., 1967. – 18 с.
103. Лазуткина Е. М. Коммуникативные цели, речевые стратегии, тактики и приемы / Е. М. Лазуткина // Культура русской речи. – М. : Эдиториал УРСС, 1998. – С. 72-82.
104. Лapidус Б. А. Проблемы содержания обучения в языковом вузе / Б. А. Лapidус. – Москва : Высш. шк., 1986. – 144 с.
105. Ларина Т. В. Вежливость в английском и русском коммуникативном сознании / Т. В. Ларина // тезисы докладов XIV Международного симпозиума по психолингвистике и теории коммуникации [«Языковое сознание: устоявшееся и спорное»]. – М. : РАН., 2003. – С. 146-148.
106. Ларина Т. В. Вежливость как национально-специфическая коммуникативная категория / Т. В. Ларина // Коммуникативное поведение. Вежливость как коммуникативная категория. – Воронеж : Истоки, 2003. – Вып. 17. – С. 48-57.

107. Ларина Т. В. Вежливость как предмет научного исследования / Т. В. Ларина // Коммуникативное поведение. Вежливость как коммуникативная категория. – Воронеж : Истоки, 2003. – Вып. 17. – С. 10-22.
108. Ларина Т. В. Коммуникативная категория вежливости: межкультурный аспект / Т. В. Ларина // Коммуникативное поведение. Вежливость как коммуникативная категория. – Воронеж: Истоки, 2003. – Вып.17. – С.116-133.
109. Леонтович О. А. «Кривое зеркало» стереотипов / О. А. Леонтович // Русские и американцы: Парадоксы межкультурного общения.– Волгоград: Перемена, 2002. – С. 286-297.
110. Леонтович О. А. Россия и США: Введение в межкультурную коммуникацию : [уч. пособ.] / О. А. Леонтович. – Волгоград: Перемена, 2003 – 399 с.
111. Леонтьев А. А. Национально-культурная специфика речевого поведения./ [ред. кол. А. А. Леонтьев и др.]. – М. : Наука, 1977. – 352 с.
112. Леонтьев А. А. Психология общения [2-е изд., испр. и доп] / А. А. Леонтьев. – М. : Смысл, 1997. – 365 с.
113. Леонтьев А. Н. Деятельность. Сознание. Личность / А.Н.Леонтьев. – М. : Политиздат, 1975. – 305 с.
114. Ляховицкий М. В. Методика преподавания иностранных языков / М. В. Ляховицкий. – М. : Высш. шк., 1981. – 159 с.
115. Ляховицький М. В. Про методичний експеримент / М. В. Ляховицький // Іноземні мови в школі. – К. : Рад. шк., 1965. – С. 52-59.
116. Маслова В. А. Лингвокультурология: [учеб. пособ. для студ. высш. учеб. завед.] / В .А. Маслова. – М. : Изд.«Академия», 2001. – 208 с.
117. Махмутов М. И. Теория и практика проблемного обучения / М. И. Махмутов. – Казань : Татарское книжное издательство, 1972. – 552 с.
118. Методика викладання іноземних мов у середніх навчальних закладах/ [уклад. С. Ю. Ніколаєва та ін.] – К. : Ленвіт, 1999. – 320 с.



119. Методика обучения иностранным языкам в средней школе / [Н. И. Гез, М. В. Ляховицкий, А. А. Миролубов и др.]. – М. : Высш. шк., 1982. – 374 с.
120. Мингазов Э. Г. Гносеологические основы принципа наглядности обучения / Э. Г. Мингазов // Советская педагогика. – 1975. – № 9. – С. 18-25.
121. Миньяр-Белоручев Р. К. Методика обучения французскому языку / Р. К. Миньяр-Белоручев. – Москва : Просвещение, 1990. – 224 с.
122. Милосердова Е. В., Национально-культурные стереотипы и проблемы межкультурной коммуникации / Е. В. Милосердова // ИЯШ. – 2004 – № 3. – С. 81-84.
123. Мильман В. Э. Метод изучения мотивационной сферы личности / В. Э. Мильман // Практикум по психодиагностике. Психодиагностика мотивации и саморегуляции. – М., 1990. – С. 23-40.
124. Мильруд Р. П. Порог ментальности российских и английских студентов при сопоставлении культур /Р. П. Мильруд // ИЯШ. – 1997. – № 4. – С. 17-22.
125. Миролубов А. А. Цели, задачи и содержание обучения / А. А. Миролубов // Теоретические основы методики обучения иностранным языкам в средней школе. – М. : Педагогика, 1981. – С. 75-83, 86-95.
126. Михальчук Н. О. Культурологічно-орієнтоване навчання як шлях ефективного оволодіння студентами іноземною мовою / Н. О. Михальчук // Мова і культура. – К. : Видавничий дім Дмитра Бураго. – 2005. – вип. 8. – Т.7. Культурологічний підхід до викладання мови і літератури. – С. 137-144.
127. Морозова И. И. Коммуникативные стратегии вежливости в стереотипном речевом поведении викторианской женщины : дис. ... кандидата фил. наук :10.02.04. / Морозова Ирина Игоревна. – Харьков, 2004. – 181 с.
128. Нельсон Т. Психология предубеждений. Секреты шаблонов мышления, восприятия и поведения / Т. Нельсон. – Санкт-Петербург: «Прайм-Еврознак», 2003. – 384 с.

129. Никифоров Д. Н. Наглядность в преподавании истории и обществоведения / Д. Н. Никифоров, С. Ф. Складенко. – М. : Просвещение, 1978. – 318 с.
130. Новиков Д. А. Статистические методы в педагогических исследованиях (типовые случаи) / Д. А. Новиков. – М. : МЗ-Пресс, 2004. – 67 с.
131. Нос И. И. Использование видеоматериалов в аудитории как средство повышения межкультурной грамотности студентов / И. И. Нос // Вестник Российской коммуникативной ассоциации [«Теория коммуникации и прикладная коммуникация»] : сб. науч. трудов. [ред. И. Н. Розина ]. – Ростов н/Д : ИУБиП, 2004. – вып. 2. – С. 124-130.
132. Орицин І. С. Соціокультурний компонент змісту навчання іноземної мови в немовному вузі / І. С.Орицин, О. З.Біжок, Г. М. Хім'як // Мова і культура. – К. : Видавничий дім Дмитра Бураго. – 2005. – Вип. 8. – Т.7. Культурологічний підхід до викладання мови і літератури. – С. 153-156.
133. Орлов Ю. М. Эксперимент в педагогике / Ю. М. Орлов. – М. : Импринт-Гольфстрим, 1997. – 27 с.
134. Основы межкультурной коммуникации : [учеб. для вузов] / [ред. А. П. Садохин]. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – 352 с.
135. Павлова Л. П. Исследование влияния игровой учебной деятельности на формирование межкультурной компетенции студентов вуза: на материале иностранного языка: автореф. дис. на соискание науч. степени канд. пед. наук.: спец.13.00.08 «Теория и методика профессионального образования» / Л. П. Павлова. – Ставрополь, 2004. – 22 с.
136. Пассов Е. И. Коммуникативное иноязычное образование / Е. И. Пассов. – Липецк, 1998. – 161 с.
137. Пассов Е. И. Основы методики обучения иностранным языкам / Е. И. Пассов. – М.: Русский язык, 1977. – 216 с.
138. Першукова О. О. Розвиток соціокультурного компонента змісту навчання іноземної мови в європейській шкільній освіті: автореф. дис. на

- здобуття наук. ступеня канд. пед. наук : спец. 13.00.02 «Теорія і методика навчання: германські мови» / О. О. Першукова. – К., 2002. – 25 с.
139. Петрашук О. П. Тестовий контроль у навчанні іноземної мови в середній загальноосвітній школі [монографія] / О. П. Петрашук. – К. : Видавничий центр КДЛУ, 1999. – 216 с.
140. Пиз А. Язык телодвижений. Расширенная версия / А. Пиз, Б. Пиз; [пер.с англ. Т.Новиковой]. – М.:Эксмо, 2008 – 464 с.
141. Писанко М. Л. Модель організації навчання студентів мовних спеціальностей стандартів англomовної комунікативної поведінки / М. Л. Писанко // Іноземні мови. – К. : Ленвіт, 2007. – Вип.4.– С.33-39.
142. Писанко М. Л. Формування англomовної соціокультурної компетенції у студентів мовних спеціальностей на базі німецької мови як іноземної: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук : спец. 13.00.02 «Теорія і методика навчання: германські мови» / М. Л. Писанко – К.: КНЛУ, 2008 – 25 с.
143. Платов В. Я. Деловые игры: разработка, организация и проведение: [учебник] / В. Я. Платов. – М. : Профиздат, 1991. – 192 с.
144. Попова З. Д. Язык и национальная картина мира / З. Д. Попова, И. А. Стернин. – Воронеж : Истоки, 2003. – 60 с.
145. Раппопорт И. А. Тесты в обучении иностранным языкам в средней школе / И. А. Раппопорт, Р. Сельг, И. Соттер.– Таллин : Валтус, 1987.– 352 с.
146. Раппопорт И. А. Об экспериментальной проверке тестовых материалов / И. А. Раппопорт, И. Соттер. // Проблемы обучения иностранным языкам [сб.статей]. – Таллин, 1979. – С. 81-100.
147. Рахштейн А. Д. Национально-культурный аспект интеркоммуникации / А. Д. Рахштейн // ИЯШ. – 1986. – № 5. – С. 10-14.
148. Саблина С. Г. Барьеры коммуникации в межкультурной среде / С. Г. Саблина // Актуальные проблемы теории коммуникации. – СПб. : Изд-во СПбГП, 2004. – С. 52-74.

149. Сафонова В. В. Изучение языков международного общения в контексте диалогов культур и цивилизаций / В. В. Сафонова. – Воронеж : ИСТОКИ, 1996. – 237 с.
150. Скалкин В. Л. Основы обучения устной иноязычной речи / В. Л. Скалкин. – М. : Русский язык, 1981. – 248 с.
151. Скалкин В. Л. Коммуникативные упражнения на английском языке : [пособие для учителя] / В. Л. Скалкин. – М.: Просвещение, 1983. – 128 с.
152. Складенко Н. К. Сучасні вимоги до вправ для формування іншомовних мовленнєвих навичок та вмінь / Н. К. Складенко // Іноземні мови. – 1999. – №3. – С.3-7.
153. Складенко Н. К. Типологія вправ в інтенсивному навчанні іноземних мов / Н. К. Складенко // Гуманістичні аспекти лінгвістичних досліджень і методики викладання іноземних мов. – К.: КДППМ, 1992. – 212 с.
154. Смелзер Н. Социология: [пер с англ] / Н.Смелзер. – М. : Феникс., 1994. – 688 с.
155. Сорокин Ю. А. Стереотип, штамп, клише. К проблеме определения понятий / Ю. А. Сорокин // Общение: Теоретические и прагматические проблемы. – М.,1978. – С.133-138.
156. Соколова С. В. Методика навчання майбутніх учителів англійської мови використовувати паралінгвістичні засоби в усному спілкуванні: дис. ... кандидата пед. наук : 13.00.02. / Соколова Світлана Володимирівна. – К., 2006. – 176 с.
157. Соломадин И. М. Диалог в педагогике: проблемы организации и исследования (с точки зрения учителя истории) / И. М. Соломадин // Школа диалога культур: идеи, опыт, проблемы [ред. В. С. Библер]. – Кемерово: АЛЕФ., 1993. – С. 330-350.
158. Социологический энциклопедический словарь. На русском, английском, немецком, французском и чешском языках / [ред. Г. В. Осипов]. – М. : Издательская группа ИНФРА-М, 1998., – 488 с.

159. Стернин И. А. Коммуникативное поведение и национальная культура / И. А. Стернин // Вестник ВГУ. Серия: Гуманитарные науки. – Воронеж, 1996. – Вып. 2. – С. 45-64.
160. Стернин И. А. Проблема описания гендерного стереотипа коммуникативного поведения / И. А. Стернин // материалы III междунар. конф. [«Гендер: Язык, Культура, Коммуникация»]. – М. : МГЛУ, 2003. – С. 106-109.
161. Стернин И. А. Проблемы описания вежливости как коммуникативной категории. / И. А. Стернин // Коммуникативное поведение. Вежливость как коммуникативная категория. – Воронеж : Истоки, 2003. – Вып. 17. – С. 22-47.
162. Стернин И. А. Очерк английского коммуникативного поведения / И. А. Стернин, Т. В. Ларина, М. А. Стернина. – Воронеж: Истоки, 2003. – 183 с.
163. Сурмин Ю. П. Ситуационный анализ, или Анатомия Кейс-метода / Ю. П. Сурмин, А. И. Сидоренко, В. Лобода и др. – К. : Центр инноваций и развития, 2002. – 286 с.
164. Сухарев В. А. Психология народов и наций / В. А. Сухарев, М. В. Сухарев. – Д. : Сталкер, 1997. – 440 с.
165. Сысоев П. В. Концепция языкового поликультурного образования (на материале культуроведения США) : [монография] / П. В. Сысоев. – Москва: Изд-во «Еврошкола», 2003. – 406 с.
166. Сысоев П. В. Multicultural America: Teaching about Cultural Diversity in the United States: [учеб. пособ. по культуроведению США для студентов языковых факультетов]. – М. : Изд-во «Еврошкола», 2005 – 219 с.
167. Тарнопольський О. Б. Методика навчання іншомовної мовленнєвої діяльності у вищому мовному закладі освіти: [навч. посіб.] / О. Б. Тарнопольський. – Д. : Вид-во ДУЕП, 2005. – 248 с.
168. Тарнопольський О. Б. Основы оптимизации обучения иностранному языку в неязыковом вузе: дис. ... доктора пед. наук : 13.00.02 / Тарнопольський Олег Борисович – Одесса, 1991. – 524 с.

169. Тарнопольский О. Б. Методика обучения английскому языку для делового общения: [учеб. пособ.] / О. Б. Тарнопольский, С. П. Кожушко. – К. : Ленвит, 2004. – 192 с.
170. Тарнопольський О. Б., Склярєнко Н. К. Стандарти комунікативної поведінки у США / О. Б. Тарнопольський, Н. К. Склярєнко. – К. : Видавничий центр КДЛУ, 2003. – 208 с.
171. Теоретические основы методики обучения иностранным языкам в средней школе / [ред. А. Д. Климентенко, А. А. Мироллюбов]. – М.: Педагогика, 1981. – 456 с.
172. Тер-Минасова С. Г. Язык и межкультурная коммуникация / С. Г. Тер-Минасова. – М. : Слово, 2000. – 624 с.
173. Тер-Саакянц Г. М. Применение ролевой игры / Г. М. Тер-Саакянц, Н. А. Красовская // Методика интенсивного обучения иностранным языкам. – К. : Рад. шк., 1988. – С. 194-208.
174. Токарева М. А. Феномен улыбки в русской, английской и американской культуре: автореф. дис. на соискание науч. степени канд. культурологии: спец. 24.00.01 «Теория и история культуры» / М. А. Токарева. – М., 2007. – 25 с.
175. Томахин Г. Д. Реалии в языке и культуре / Г. Д. Томахин // ИЯШ. – 1997. – № 3. – С. 13-18.
176. Томахин Г. Д. Реалии-американизмы. Пособие по страноведению: [учеб. пособ. для институтов и факультетов иностранных языков] / Г. Д. Томахин. – М. : Высш. шк., 1988. – 239 с.
177. Топалова В. Н. Формирование социокультурной компетенции студентов технического вуза (на материале английского языка): дис. ... кандидата пед. наук : 13.00.02 / Топалова Виктория Николаевна. – К., 1998. – 302 с.
178. Триандис Г. К.. Культура и социальное поведение : [учебное пособие (пер. Соснина В.А.)] / Г. К. Триандис. – М. : Форум, 2007. – 284 с.
179. Устименко Т. А. Основи міжкультурної взаємодії / Т. А. Устименко. – Полтава, 1998. – 214 с.

180. Ушинский К. Д. Две главы из «Педагогической антропологии» / К. Д. Ушинский // Народное образование. – 1999. – № 10. – С. 243-254.
181. Филимонова Н. Ю. Повышение лингвокультурологической компетенции с помощью художественного текста / Н. Ю. Филимонова // Мова і культура. – К.:Видавничий дім Дмитра Бураго, 2005. – Вип. 8. – Т.7. Культурологічний підхід до викладання мови і літератури. – С. 39-46.
182. Фурманова В. П. Межкультурная коммуникация и культурно-языковая прагматика в теории и практике преподавания иностранных языков: языковой вуз: автореф. дис. на соискание науч. степени .д-ра пед. наук : спец. 13.00.02 «Теория и методика обучения: германские языки» – М.,1994. – 58 с.
183. Холл Э. Как понять иностранца без слов: [пер.с англ] / Э. Т. Холл // Язык тела. – М.: Вече, Персей, АСТ, 1995. – С. 225-429.
184. Хохлова В. В., Хохлова Ю. В. Особенности восприятия культуры страны изучаемого языка / В. В.Хохлова, Ю. В Хохлова // Иностранные языки в школе. – 2004. – №3. – С. 76-80.
185. Хьелл Л., Зиглер Д. Теории личности: [пер с англ] / Л. Хьелл, Д. Зиглер. – СПб: Питер, 2003. – 608 с.
186. Хьюбер Ч. Первое впечатление: язык мимики и жестов / Ч. Хьюбер [пер.с исп. О. Г. Мунтяновой ]. – М.АСТ: Астрель, 2007. – 197 с.
187. Цетлин В. С. Контроль речевых учений в обучении иностранным языкам в средней школе / В. С. Цетлин. – М. : Просвещение, 1970. – 150 с.
188. Цетлин В. С. Реальные ситуации общения на уроке / В. С. Цетлин // Иностранные языки в школе. – 1970. – № 1. – С. 21-25.
189. Цетлин В. С. Эксперимент в методических исследованиях / В. С. Цетлин // Иностранные языки в школе. – 1958. – № 3. – С. 60-70.
190. Цурикова Л. В. Анализ межкультурной коммуникации : когнитивно-прагматический поход / Л. В. Цурикова // Вестник ВГУ. Серия: Гуманитарные науки. – 2003. – № 2. –С. 162-180.

191. Чередниченко Г. А. Ігровий підхід у навчанні англійської мови як засіб розвитку професійного та творчого потенціалу студентів / Г. А. Чередниченко // Лінгвометодичні концепції викладання іноземних мов у немовних вищих навчальних закладах України: [зб.наук.статей]. – К.: вид-во Європейського університету. – 2003. – С. 527-534.
192. Черноватий Л. М. Механізми прийняття рішень в усному перекладі / Л. М. Черноватий // Українське мовознавство: міжвід. наук. зб. – Вип. 40/1 – К. : КНУ ім. Тараса Шевченка, 2010. – С. 343-347.
193. Шевченко М. Ю. Культурный и вежливый: сходства и различия / М. Ю. Шевченко // Коммуникативное поведение. Вежливость как коммуникативная категория. – Воронеж : Истоки, 2003. – Вып. 17. – С. 63-65.
194. Швачко Е. В. Так формируются стереотипы /Е. В. Швачко // Журнал практикующего психолога. – 1997. –№ 3. –С.147-152.
195. Штульман Э. А. Основы эксперимента в методике обучения иностранным языкам / Э. А. Штульман. – Воронеж: Изд-во ВГУ, 1971.–144 с.
196. Шукліна С. І. Методика контролю рівня сформованості англomовної соціокультурної компетенції в рецептивних видах мовленнєвої діяльності майбутніх учителів автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук : спец. 13.00.02 «Теорія і методика навчання: германські мови» / С. І. Шукліна.– К., 2006. – 20 с.
197. Як викладати ситуаційні вправи /[ред. О. І. Сидоренко]. – К. : Центр інновацій та розвитку, 1999. – 64 с.
198. Якобсон П. М. Психологические проблемы мотивации поведения человека / П. М. Якобсон. – М.: Просвещение, 1969. – 317 с.
199. Яковлева Е. В. Об англоязычной культуре на английском языке. Language and culture (A Manual of English) / Е. В. Яковлева, Е. Ю. Вертишена. – М. : Изд-во Московский Лицей, 1994. – 248 с.
200. Якуба Е. А. Социология / Е. А. Якуба. – Х. : Константа, 1996. – 192 с.



201. Яхнюк Т. О. Використання фрагментів художніх відеофільмів для навчання студентів мовних спеціальностей соціокультурної англійської лексики. автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук : спец. 13.00.02 «Теорія і методика навчання: германські мови» / Т. О. Яхнюк. – К., 2002. – 24 с.
202. PDCA toolkit. Instruments and techniques of APEX (AES Performance Excellence) teams // Корпоративне видання корпорації AES у формі презентації. Сист. вимоги: Pentium; 32 Mb RAM; Windows 98/2000/NT/XP – К., 2007. – 118 слайдів.
203. Adaskou K. Design decisions on the cultural content of a secondary English course for Morocco / K. Adaskou, D. Britten, B. Fahsi // *ELT Journal* – 1990. – 44(1). – P. 3-10.
204. Allen W. Toward cultural proficiency / W. Allen // [A. C. Omaggio (Ed.)] *Proficiency, curriculum, articulation: the ties that bind.* – Middlebury, VT: Northeast Conference, 1985. – P. 137-166.
205. Ashmore R. D. Conceptual approaches to stereotypes and stereotyping / R. D. Ashmore, F. K. Del Boca – Orlando, Florida : Academic Press, 1981. – P. 247-305.
206. Ashton S. PET. Preliminary English Test. Practice Tests Plus 2 / S. Ashton, B. Thomas. – Pearson Education, 2008 – 224 p.
207. Bloomfield L. *Language* / L. Bloomfield. – London: George Allen & Unwin Ltd., 1935. – 566 p.
208. Brigham J. C. Ethnic stereotypes / J. C. Brigham // *Psychological Bulletin.* – 1971. – P. 15-38.
209. Brown G. Cultural values: The interpretation of discourse / G. Brown // *ELT Journal.* – 1990. – 44(1). – P. 11-17.
210. Brown P. Politeness: Some Universals in Language Use / P. Brown, S. Levinson. – L., NY, etc.: CUP, 1987. – 345 p.

211. Buttjes. D. Teaching foreign language and culture : social impact and political significance / D.Buttjes // Language learning Journal. – 1990. – № 2. –P. 53-57.
212. Buttjes D. Mediating languages and cultures: Toward and intercultural theory of foreign language education / D. Buttjes, M. Byram. – Clevedon, Avon: Multilingual Matters. – 1991. – 333 p.
213. Byram M. Culture studies in foreign language teaching / M. Byram // Language teaching. – № 19 – P. 322-336.
214. Byram M. Foreign Language education and cultural studies / M. Byram // Language, Culture and Curriculum. – № 1(1). – 1988. – P.15-31.
215. Byram M. Cultural studies in foreign language education / M. Byram. – Clevedon, Avon: Multilingual Matters. – 1989. – 165 p.
216. Byram M. Teaching and assessing intercultural communicative competence / M. Byram. – Clevedon, Avon: Multilingual Matters. – 1997. – 127 p.
217. Canale M. Theoretical bases of communicative approaches to second language teaching and testing / M. Canale, M. Swain // Applied linguistics. – 1980. – № 1(1)– P. 1-47
218. Corbett J. “Chewing the fat” is a cultural issue / J. Corbett // IATEFL Issues. – 1999. – №148. – P.2-3.
219. Emmert P. Human Communication: elements and contexts / P. Emmert, W. C. Donaghy.– Reading MA : Addison-Wesley Publishing Company, 1981. – 400 p.
220. English for Specific Purposes [ESP]. National Curriculum for Universities. – Kyiv : British Council, 2005. – 110 p.
221. Erdmenger M. Landeskunde im Fremdsprachenunterricht / M.Erdmenger. – Max Hueber Verlag, 1996. – 146 c.
222. Flewelling J. Teaching culture in the '90-s: Implementing the National Core French Study Syllabus / J. Flewelling // Canadian Modern language Review. – 1993. – № 49(2)– P.338-344.

223. Flewelling J. The teaching of culture: guidelines from the National Core French Study of Canada / J. Flewelling // *Foreign Language Annals*. – 1994. – № 27(2) – P.133-142.
224. Gardner R. C. Social psychology and second language learning / R. C. Gardner. – London: Arnold, 1985. – 208 p.
225. Grice C. P. Logic and conversation / C. P. Grice // *Syntax and Semantics*. – NY: Academic Press, 1975. – P. 41-58
226. Hall E. T. The Hidden Dimension / E. T. Hall. – N.Y : Doubleday Anchor, 1990. – 217 p.
227. Hall E. T. The Silent Language / E. T. Hall. – N.Y.: Doubleday Anchor, 1973. – 224 p.
228. Hamilton D.L. Stereotypes and stereotyping: an overview of cognitive approach / D. L. Hamilton, T. K. Troller // [J.F.Dovidio & S.L.Gaertner (Eds.)], – New York: Academic Press, 1986. – P. 127-163.
229. Helmolt K. v.: Zur Vermittlung interkultureller Kompetenzen / K.v.Helmolt, B.-D. Müller //: *Interkulturelle Wirtschaftskommunikation* [ Müller B.-D. (Ed.)]. – München: iudicium, 1993. – P. 509-548.
230. Hofstede G. H. Culture's consequences: comparing values, behaviors, institutions, and organizations across nations / G. H. Hofstede. – California: Sage Publications Inc., 2001. – 2nd ed. – 596 p.
231. Hymes D. On communicative competence / D. Hymes // *Sociolinguistics* [J. B. Pride and J. Holmes (Eds.)]. – Harmondsworth : Penguin Books, 1972. – P. 5-26.
232. Infante D. A. Building communication theory / D.A.Infante, A.S.Rancer, D.F.Womack. – Prospect Heights IL: Waveland Press. – 2003. – 4<sup>th</sup> ed.– 416 p.
233. Ishikawa K. – What is total quality control? The Japanese way / K. Ishikawa [transl. : Lu. D. J.] – Prentice-Hall Inc., Englewood Cliffs, NJ., 1991. – 215 p.
234. Ishikawa K. Introduction to Quality Control / K. Ishikawa [transl.: J. H. Loftus]. – 1990. – 448 p

235. Jandt F. E. Intercultural communication: an introduction / F. E. Jandt. – Sage Publications, Inc. – 1995. – 136 p.
236. Killik D. Culture and capability: crossing the divide / D. Killik // IATEFL Issues. – 1999. – No.148. – P.4-7
237. Kim Y. Y. Communication Patterns of foreign immigrants in the process of acculturation / Y. Y. Kim // Human Communication Research – 1977. – No 4.– p. 70-77.
238. Kim Y. Y. Becoming intercultural: an integrative theory of communication and cross-cultural adaptation / Y. Y. Kim. – Thousand Oaks CA: Sage Publications, Inc.– 2000. – 336 p.
239. Kluckhohn F. R. Variations in value orientations / F. R. Kluckhohn, F. L. Strodtbeck. – Greenwood Press, 1973. – 437 p.
240. Kramsh C. Context and Culture in language teaching / C. Kramsh. – Oxford: Oxford University Press, 1993 – 290 p.
241. Kramsh C. Why should language teachers teach culture? / C. Kramsh, A. Cain, E. Murphy-Lejeune // Language, Culture and Curriculum. – 1996. – № 9 (1). – P. 99-107.
242. Krashen S. D. Principles and practice in second language acquisition / S. D. Krashen // English Language Teaching Series. – London: Prentice-Hall International (UK) Ltd., 1981. – 202 p.
243. Lado R. Linguistics across cultures: Applied linguistics for language teachers / R. Lado. – Ann Arbor: University of Michigan Press, 1957. – 141 p.
244. Lado R. Language teaching: a scientific approach / R. Lado. – New York : McGraw Hill, 1964. – 239 p.
245. Lafayette R. The cultural revolution in foreign languages: a guide for building the modern curriculum / R. Lafayette. // Selected papers from the 1975 Central States Conference. – Lincolnwood IL: National Textbook Company, 1975. – 155p.

246. Lakoff R. The logic of politeness or minding your p's and q's / R. Lakoff // Papers from the 9<sup>th</sup> Regional meeting of the Chicago Linguistic society. – Chicago: Chicago Linguistic Society, 1973. – P. 292-305.
247. Lambert W. E. Culture and language as factors in learning and education / W. E. Lambert // Education of immigrant students [A.Wolfgang (Ed.)]. – Toronto: Ontario Institute for Studies in Education, 1975. – P. 55-83.
248. Leech G. N. Explorations of Semantics and Pragmatics / G. N. Leech. – Amsterdam, Philadelphia: Benjamins, 1980. – 133 p.
249. Lessard-Clouston M. Towards understanding of culture in L2/ FL Education / M. Lessard-Clouston // The Internet TESL Journal [Электронный ресурс]. – 1997. – Vol.III. – №5. – Режим доступа до журн.: <http://iteslj.org>
250. Lippmann W. Public Opinion / W.Lippman. – NY: Macmillan, 1922. – 427 p.
251. Lonergan J. Video in Language Learning / J. Lonergan // New Directions in Language Learning. – Cambridge University Press, 1990. – 134 p.
252. Luger H. H. Routinen und Rituale in der alltagskommunikation/ H. H. Luger. – Berlin, Munchen, Wien: Langenscheidt Publishers, 1997. – 112 p.
253. Macionis J. J. Sociology [11<sup>th</sup> edition] / J. J. Macionis. – NY : Pearson Prentice Hall, 2007. – 716 p.
254. Marsella A. J. Perspectives in cross-cultural psychology / A. J. Marsela, R. G. Tharp, T. Ciborowski. – New York: Academic press, 1979. – 413 p.
255. McLeod B. The relevance of anthropology to language teaching / B. McLeod // TESOL Quarterly. – 1976. – №10 (2) – P.211-220.
256. Müller B.-D. Die Bedeutung der interkulturellen Kommunikation fur die Wirtschaft / Muller B.-D. // Interculturelle Wirtschaftskommunikation. – Munchen: iudicium Verlag, 1993. – P. 27-51.
257. Murphy E. The cultural dimension in foreign language teaching: four models / E. Murphy // Language, Culture and Curriculum. – 1988. – № 1(2). – P. 147-163.
258. Murray J. Restructuring space, time, story and text in advanced multimedia learning environments / Murray J. – Cambridge: MIT Press, 1992. – P. 319-345.

259. Nostrand H. Describing and teaching the socio-cultural context of a foreign language and literature / H. Nostrand // Trends in language teaching. – New York: McGraw-Hill, 1966. – P. 1-25.
260. Oberg K. Cultural shock: adjustment to new cultural environments / K. Oberg. // Practical Anthropology. – 1960. – № 7.– P. 177-182.
261. Oksaar E. Problematik im interkulturellen Verstehen / E. Oksaar // Interkulturelle Wirtschaftskommunikation. – Munchen: iudicium Verlag, 1993. – P. 13-26.
262. Osborn A. F. Applied Imagination / A.F.Osborn. – C.: Scribner's sons, 1953(1957). – 379 p.
263. Oxford Guide to British and American Culture. [ Ed. J. Crouther]. – Oxford : Oxford University Press, 2001. – 600 p.
264. Pauels W. Interkulturelles Lernen – die neue Herausforderung im Fremdsprachenunterricht / W. Pauels // Praxis des neusprachlichen Unterrichts. – 1993. – № 4. – P. 341-348.
265. Preliminary English Test. Information for Candidates [Электронный ресурс]. – University of Cambridge ESOL Examinations. – 2009. – Режим доступа: [www.CambridgeESOL.org](http://www.CambridgeESOL.org)
266. Rivers W. M. Teaching foreign language skills [2<sup>nd</sup> edition]./ W. M.Rivers – Chicago: University of Chicago Press. – 1981. – 576 p.
267. Samovar L. Understanding intercultural communication / L. Samovar, R. Porter, N. Jain. – Belmont, CA : Wadsworth Publishing, 1980. – 222 p.
268. Savignon S. Communicative competence: An experiment in foreign language testing / S. Savignon. – Marcel Didier: Philadelphia Centre for Curriculum Development, 1972. – 115 p.
269. Seelye H. N. Teaching culture: strategies for foreign language educators / H. N. Seelye. – Skokie, IL: National Textbook Company, 1974. – 188 p.
270. Seelye H. N. Culture clash [1<sup>st</sup> edition] / H. N. Seelye. – McGraw-Hill, 1995. – 224 p.

271. Seelye H. N. *Between Cultures : developing self-identity in a world of diversity* / H. N. Seelye, Wasilewski J. H. – McGraw-Hill Companies, 1996. – 256p.
272. Seelye H. N. *Teaching culture: Strategies for inter-cultural communication*. [3<sup>rd</sup> edition] / H. N. Seelye – Lincolnwood, IL : National Textbook Company. – 1993. – 336 p.
273. Sobre M. *Mapping adaptation: application-based analysis of cultural adjustment models* / M. Sobre, D. Hart // NCA 93<sup>rd</sup> Annual Convention, TBA (Nov.14, 2007) – Chicago, IL, 2007. – 33 p.
274. Steele R. *Teaching language and culture: old problems and new approaches* / R. Steele // Georgetown University roundtable on languages and linguistics. – Washington: Georgetown University Press, 1989. – P. 153-162.
275. Stern H. H. *Fundamental concepts of language teaching (Oxford applied linguistics)* / H. H. Stern – Oxford: Oxford University Press, 1983. – 582 p.
276. Stern H. H. *Toward a multidimensional foreign language curriculum* / H. H. Stern // *Foreign languages: key links in the chain of learning*. – Middlebury, VT: Northeast Conference, 1983. – P. 120-146.
277. Stern H.H. *Issues and options in language teaching* / H.H.Stern. – Oxford: Oxford University Press, 1993. – 415 p.
278. Tarnopolsky O. *International English Myth and National Englishes Reality in ESL: A Learner Needs Perspective* / O. Tarnopolsky // *Teaching English from a Global Perspective. Case Studies in TESOL Practice Series (Chapter 7)* [Anne Burns (Ed.)]. – Alexandria, VA: TESOL, 2005. – P. 91-98.
279. Thomas A. *Psychologie interculturellen Lernens und Handels* / A.Thomas // *Kulturvergleichende Psychologie. Eine Einfuhrung*. – Gottingen : Hogrete Verlag fur Psychologie, 1993. – P. 377-423.
280. Ting-Toomey S. *Communicating Across Cultures* / S. Ting-Toomey. – The Guilford Press, 1999. – 310 p.
281. Tomalin B. *Cultural awareness* / B. Tomalin, S. Stempleski. – Oxford University Press, 1996. – 161 p.

282. Watzlawick P. Menschliche Kommunikation. Formen, Störungen, Paradoxien / P.Watzlawick, J.H.Beavin, D.D.Jackson. – Bern : Huber, 2000. – 271 p.
283. Warschauer M. E-mail for English teaching. / M. Warshauer, P. Fawn Whittaker // TESL Reporter. – 1997. – № 30 (1). – P. 27-33.
284. Weiss R. Fremdsprachen in der Wirtschaft: Bedarf und Qualifizierung / R. Weiss // Fremdsprachen in der Wirtschaft. Ein Bedarf zu intercultureller Kompetenz, Hrsg.v.W.Kramer, R.Weiss. – Köln, 1992. – P. 77-178.



## Додаток А

### Орієнтовний список сайтів для пошуку інформації про стандарти повсякденної комунікативної поведінки американців

1. <http://www.edwardthall.com>
2. <http://www.lcc.gatech.edu/~herrington/classes/6320f01/hall.html>
3. <http://cms.interculturalu.com/theedge/v1i3Summer1998/sum98sorrellshall>
4. <http://www.amazon.com/Beyond-Culture-Edward-T-Hall/dp/0385124740>
5. <http://www.amazon.com/exec/obidos/search-handle-url/102-8726601-6886512?%5Fencoding=UTF8&search-type=ss&index=books&field-author=Edward%20T.%20Hall>
7. [http://www.cs.ucr.edu/~gnick/bvdh/edward\\_t\\_hall\\_great.htm](http://www.cs.ucr.edu/~gnick/bvdh/edward_t_hall_great.htm)
8. <http://www.mediacom.keio.ac.jp/publication/pdf2002/review24/2.pdf>
9. <http://www.onepine.info/mcult2.htm>
10. <http://www.ishkbooks.com/hall.pdf>
11. [http://www.brainyquote.com/quotes/authors/e/edward\\_t\\_hall.html](http://www.brainyquote.com/quotes/authors/e/edward_t_hall.html) --  
<http://www.alibris.com/search/books/author/Hall,%20Edward%20T> --
12. <http://urss.ru/cgi-bin/db.pl?cp=&lang=Ru&blang=en&list=18&page=Book&id=10628> --  
<http://www.answers.com/topic/edward-t-hall> --
13. <http://www.univ-nancy2.fr/UFRLCE/DepAnglais/DULASP/wcult/Hall.htm>
14. <http://leadershipcrossroads.com/mat/Silent%20Language.pdf> --
15. <http://www.au.af.mil/culture/research.htm>
16. [http://www.au.af.mil/bia/slides/bia\\_msn\\_bfg.pdf](http://www.au.af.mil/bia/slides/bia_msn_bfg.pdf)
17. <http://www.colostate.edu/Depts/Speech/rccs/theory63.htm>
18. <http://oaks.nvg.org/lg1ra7.html#a> --
19. [http://en.wikipedia.org/wiki/Stuart\\_Hall\\_\(cultural\\_theorist\)](http://en.wikipedia.org/wiki/Stuart_Hall_(cultural_theorist)) --
20. [http://www.blackculturalstudies.org/s\\_hall/hall\\_index.html](http://www.blackculturalstudies.org/s_hall/hall_index.html)

21. <http://www.colorado.edu/Communication/meta-discourses/Theory/culturalstudies/sld001.htm>
22. <http://www.geert-hofstede.com> –
23. <http://www.amazon.co.uk/s?ie=UTF8&index=books-uk&field-author=Hofstede%2C%20Geert&page=1>
24. <http://books.google.com/books?id=tLbt4eCcltcC&dq=Hofstede&pg=PP1&ots=BdQ5pSw2Zp&sig=rOl5LqvI8onNVI7ueTDbllfq1xo&prev=http://www.google.com/search%3Fclient%3Dopera%26rls%3Den%26q%3DHofstede%26sourceid%3Dopera%26ie%3Dutf-8%26oe%3Dutf-8&sa=X&oi=print&ct=result&cd=1>
25. <http://www.google.com/search?client=opera&rls=en&q=Hofstede&sourceid=opera&ie=utf-8&oe=utf-8>
26. <http://books.google.com/books?id=Hr3adyadHC4C&dq=Edward+T.Hall&pg=PR2&ots=LPfMLwq27Q&sig=sTGwrZa FyC5toD5hRYppqfN84g&prev=http://www.google.com/search%3Fclient%3Dopera%26rls%3Den%26q%3DEdward%2BT.Hall%26sourceid%3Dopera%26ie%3Dutf-8%26oe%3Dutf-8&sa=X&oi=print&ct=result&cd=1>

**Додаток Б.  
Зразок анкети**

**АНКЕТА**

Шановний респонденте! Дане дослідження проводиться серед громадян України, що мають вищу немовну освіту, та студентів немовних спеціальностей, які відвідували США.

Метою дослідження є виявлення типових ситуацій, в яких громадяни України відчували труднощі при спілкуванні з американцями.

З наступних ситуацій повсякденного спілкування виберіть ті, які Ви з власного досвіду вважаєте найскладнішими для іноземців в Америці. Якщо у цій анкеті не згадані ситуації, зазначте їх у розділі «ІНШЕ» або «ВЛАСНИЙ ВАРІАНТ»

ПРИЗВИЩЕ, ІМ'Я, ПО-БАТЬКОВІ \_\_\_\_\_

ВІК \_\_\_\_\_

ОСВІТА \_\_\_\_\_

Чи перебували Ви у США у відрядженні/відпустці (викреслити непотрібне)?

1. Чи відчували Ви комунікативні труднощі

№	СИТУАЦІЯ	ТАК	НІ	ІНОДІ
1.1	при проходженні митниці			
1.2	при отриманні візи			
1.3	при провезенні речей			
1.4	при замовленні квитків на літак			

## 2. Чи відчували Ви комунікативні труднощі

№	СИТУАЦІЯ	ТАК	НІ	ІНОДІ
2.1	при отриманні медичної допомоги			
2.2	при виклику машини невідкладної медичної допомоги			
2.3	при розрахунку за медичні послуги			
2.4	при використанні медичного страхування			

## 3. Чи відчували Ви комунікативні труднощі

№	СИТУАЦІЯ	ТАК	НІ	ІНОДІ
3.1	при дотриманні правил дорожнього руху			
3.2	при забезпеченні особистої безпеки			
3.3	при спілкуванні з поліцейськими			
3.4	У приватному спілкуванні з жителями США (особливості поведінки та менталітету американців)			

## 4. Чи відчували Ви комунікативні труднощі

№	СИТУАЦІЯ	ТАК	НІ	ІНОДІ
4.1	при пошуку інформації про готелі, розрізненні їх видів та послуг, які у них надаються			
4.2	при резервуванні кімнати у готелі			
4.3	при сплаті рахунків за готель			
4.4	при виїзді з кімнати готелю, квартири, будинку, що Ви орендували			
4.5	при спілкуванні з персоналом готелю			

## 5. Чи відчували Ви комунікативні труднощі

№	СИТУАЦІЯ	ТАК	НІ	ІНОДІ
5.1	при користуванні таксі (виклик, плата за проїзд)			
5.2	при користуванні автобусом			
5.3	при користуванні метрополітеном			
5.4	при купівлі автомобіля			
5.5	при оренді автомобіля			

## 6. Чи відчували Ви комунікативні труднощі

№	СИТУАЦІЯ	ТАК	НІ	ІНОДІ
6.1	при виборі товару у кожному з видів американських магазинів			
6.2	при спілкуванні з працівниками магазинів			
6.3	при виявленні можливості отримання знижки			
6.4	при купівлі товарів за допомогою Інтернет та телефону			
6.5	при розрахунку кредитною карткою/готівкою			

## 7. Чи відчували Ви комунікативні труднощі

№	СИТУАЦІЯ	ТАК	НІ	ІНОДІ
7.1	при користуванні послугами хімчистки			
7.2	при користуванні послугами пральні			
7.3	при користуванні послугами майстерні по ремонту взуття			
7.4	при користуванні послугами перукарень та салонів краси			
7.5	при користуванні послугами ремонтних майстерень та СТО			

## 8. Чи відчували Ви комунікативні труднощі

№	СИТУАЦІЯ	ТАК	НІ	ІНОДІ
8.1	при навчанні на бакалавра/ у магістратурі/ аспірантурі			
8.2	при спілкуванні з викладачами/студентами			
8.3	при проживанні у студмістечку			
8.4	при оплаті за навчання			
8.5	при вивченні/викладанні предметів			

## 9. Чи відчували Ви комунікативні труднощі

№	СИТУАЦІЯ	ТАК	НІ	ІНОДІ
9.1	при використанні готівки			
9.2	при використанні кредитних карток			
9.3	при використанні чекової книжки			
9.4	при відкритті рахунку у банку			
9.5	при розрахунку у різних ситуаціях			
9.6	при відвідуванні банків та спілкуванні з персоналом			
9.7	при користуванні банкоматами			

## 10. Чи відчували Ви комунікативні труднощі

№	СИТУАЦІЯ	ТАК	НІ	ІНОДІ
10.1	при виборі ресторану/кафе			
10.2	при відвідуванні дешевих ресторанів			
10.3	при відвідуванні ресторанів з помірними цінами			

10.4	при відвідуванні дорогих ресторанів			
10.5	при відвідуванні барів			
10.6	при відвідуванні закладів швидкого харчування			
10.7	при купівлі їжі на вуличних лотках			

### 11. Чи відчували Ви комунікативні труднощі

№	СИТУАЦІЯ	ТАК	НІ	ІНОДІ
11.1	при відвідуванні театру			
11.2	при відвідуванні кіно			
11.3	при подорожі до іншого міст автобусом			
11.4	при подорожі до іншого міста поїздом			
11.5	при подорожі до іншого міста літаком			
11.6	при відвідуванні історичних місць			
11.7	при відвідуванні музеїв			
11.8	при здійсненні екскурсій			

### 12. Чи відчували Ви комунікативні труднощі

№	СИТУАЦІЯ	ТАК	НІ	ІНОДІ
12.1	при відправленні листа/бандеролі на пошті			
12.2	при отриманні листа			
12.3	при відправленні/отриманні грошового переказу			
12.4	при здійсненні дзвінка з міських таксофонів			
12.5	при здійсненні міжміського дзвінка			
12.6	при здійсненні міжнародного дзвінка			
12.7	при сплаті рахунків за користування телефоном			

12.8	при встановленні та використанні телефону у квартирі/будинку			
12.9	при користуванні факсом			
12.10	при користуванні електронною поштою			



## Додаток В.

### Комплекс вправ для навчання студентів немовних ВНЗ стандартів повсякденної комунікативної поведінки американців

#### UNIT I

#### **INTRODUCTION TO STUDY CULTURE SHOCK AND LIFESTYLE COMMUNICATIVE BEHAVIORAL PATTERNS IN THE USA**

##### *Part 1*

*Task 1. You are going to make a report about culture shock at one of our next classes. Before starting to prepare for your report, check your knowledge on the subject. Try to finish the following statements without reading the texts below.*

- a. Culture shock is...
- b. Culture shock is caused by....
- c. To overcome culture shock you need to...
- d. What Americans value the most is
- e. What are Americans mostly concerned about is...

*Task 2. Read the text. In teams discuss and try to suppose the reasons for the culture shock and their interdependences. Then draw the Fishbone diagram showing the results of your discussion.*

#### **CULTURE SHOCK**

Culture shock is precipitated by the anxiety that results from losing all familiar signs and symbols of social intercourse. These signs are the thousands and one ways in which we orient ourselves to the situations of daily life: when to shake hands and what to say when we meet people, when and how to give tips, how to give instructions to people who serve you, how to make purchases, when to accept and when to refuse invitations, when to take statements seriously and when not. These cues, which may be words, gestures, facial expressions, customs, or norms are acquired by all of us in the course of growing up and are as much a part of our culture as the language we speak or the beliefs we accept.

When you are in the midst of a strange culture, all or most of these cues are removed. You are like a fish out of water. No matter how broad-minded or full of good will you may be, props have been knocked from under you. This is followed by a feeling of frustration and anxiety. People react to the frustration in much the same way. First they reject the environment, which causes the discomfort: “the ways of the host country are bad because they make us feel bad.” **The process of “culture shock” has four stages.**

The first is the honeymoon stage familiar to those of us who love to travel, but never stay in one place long enough to find out what follows. In the honeymoon stage, the new country and its people seem delightful. Better, than home. Everything is so different and charming, the people so nice, the customs so interesting.

Then the bloom comes off the rose. Now the people start to look shallow, selfish, stupid. The different ways of doing things don't seem interesting any more – just wearing. You start feeling tired all the time. It is then that the second stage begins, characterized by a hostile and aggressive attitude towards the host country. Culture shock has set in. It may be followed by such symptoms: sadness, loneliness, melancholy, preoccupation with health, aches, pains and allergies, insomnia, desire to sleep too much or too little, changes in temperament, depression, feeling vulnerable, feeling powerless, anger irritability, resentment, unwillingness to interact with others, loss of identity, trying too hard to absorb everything in the new country, inability to solve simple problems, lack of confidence, feeling of inadequacy or insecurity, developing stereotypes about the new culture, developing obsessions, homesickness. Even if you speak the language, you simply cannot understand the way people behave. You are concerned about the fact that people in the host country are largely indifferent to all your troubles. They help, but they just don't understand your great concern over such difficulties as school trouble, house trouble, transportation trouble, shopping trouble, and others. Therefore they must be insensitive and unsympathetic to you

and your worries. The result “I just don’t like them”. You become aggressive, you band together with your fellow countrymen and criticize the host country, its ways and its people.

The happier resolution is to move on to **stage three**. The old hands among your countrymen reassure you that they once felt as you do now. Rather than itemizing what’s “wrong” with Americans, you remind yourself that “right” and “wrong” are not meaningful terms in cultural matters.

Instead, you try to understand what motivates Americans, perhaps realizing that many of the things you don’t like are related to the things you do like (such as weak family ties and freedom).

If you try to keep an open mind, take time to learn about America, and mix with Americans, your prognosis is good. It’s important at this stage not to stay at home and mope but to get out and find things you like to do. And keep on studying language.

Within six months or a year of arrival – longer for some people – you should be moving into the **stage four**, which is acceptance. At this point you simply don’t think any more about the peculiarities of Americans. You just accept them as individuals. You accept the customs of the country as just another way of living. You can operate within the new milieu without a feeling of anxiety although there are moments of strain.

You have started to feel at home; you know how to do things. You have not rejected your old culture; but the American ways have settled upon you. You feel optimistic about your future here.

*Task 3. Read the following text for gathering materials for your future reports. Then in pairs compare the culture-specific behavior of the Americans and Ukrainians. Discuss these differences in your group and make a list of the principal ones.*

### **PEOPLE**

You should remember several common features of Americans, which you should take into account when contacting them.

1. Americans are usually **open and friendly** even at the first meeting. They always make acquaintance with a smile, greet people with a smile, and in general smile more often than we do. Openness and friendliness is combined with **politeness**. Most of them try not to say anything that can hurt other person's feelings and to be of help where they can in small daily matters. Being informal is also the way of being open and friendly. For example, people would often introduce themselves by their first name even after a few moments of acquaintance. But be cautious about the American informality. In our home culture if people start calling one another by their first names, it means some degree of intimacy and even friendship. In American culture it means nothing but a desire to make communication more informal and relaxed. So don't hurry to start calling people by their first names until they ask you to. It should be also remembered that in professional situations more formal addressing using a last name and a title (Ms, Mrs., Dr., Prof., etc) is often preferable.

2. Don't forget also that, being often rather informal, Americans **value their privacy** very much and do not mean to let other people approach too close – both literally and figuratively. **Normal talking distance** between two people is no closer than the length of outstretched arm, and it is bad manners trying to touch your interlocutor(s) while conversing. Another example. When two men from Ukraine or Russia who know each other meet, they usually exchange a handshake, and sometimes do it again, after having a talk, when saying goodbye. It is often done

even if people meet every day. In the USA it is not customary for men who know each other to shake hands at every meeting – **handshakes** are more for the situations of introduction, and then woman-to-woman and woman-to-man's handshakes are just as regular as man-to-man's ones. So, if a person from Ukraine stretches his hand for a handshake every time he meets his American colleagues, they may be quite surprised or even a little annoyed. It is also customary for Americans to telephone even their friends before coming to visit them, otherwise it will be considered bad manners.

3. Americans consider themselves very individualistic and **value their individuality** very much. They are brought up to believe that everyone of them is the equal of any other woman or man and master of her or his own life. That is why Americans are in no way what we call “class-conscious”; except for the very rich and the very poor, everybody considers herself or himself belonging to the middle class, and class and social distinctions are not a matter of great interest to anybody. That's why people don't show excessive deference or superiority to each other. However, in a professional setting it may be different since people are very much afraid of losing their jobs. Besides, many Americans are very **career-oriented** – so doing everything for one's career and to be successful in it is often an obsession. It also lies at the bottom of having so many workaholics in the USA.

4. Americans are almost always **direct in their communications**; they feel free to speak their mind on every subject and are quite frank and sincere in expressing their opinions, preferences, likes and dislikes; they are not embarrassed to ask questions when they need information and confess that they do not know something. In fact they like to ask questions and answer them – so, **always ask when you do not understand** something in America, people will usually be glad to explain and help you.

5. Americans tend to be “**politically correct**” (as it is called) in what they say not to hurt the feelings of adherents of other political beliefs, national and ethnic minorities, etc. Examples of this are politically correct appellation of the

black citizens of the USA (“*black people*”, “*blacks*”, “*African-Americans*”) or how disabled persons are called (“*physically challenged persons*”). But at the same time they are very patriotic and are always interested in what foreigners think of America. Though they are quite willing to criticize their country and its institutions, they think that only they have a right to do it and may become rather touchy if a foreigner shows critical attitudes.

6. In general, Americans like differences in lifestyles, customs, and habits. The only requirement is that a person, living as he/she wishes, does not harm other people.

7. Americans value **punctuality** very much. If any appointment is made, American may be expected to **come exactly at the appointed time**. They will expect the same from others, and in professional life, especially in business, if someone is late, this person can hardly count on successful talks. One should come within five minutes of the appointed time to be considered punctual and therefore worth dealing with. If it is not a professional appointment but a social occasion (a party or a meal), being ten or fifteen minutes late is considered normal – but if it is more than that your hosts may think you inconsiderate. And **NEVER** come before the appointed hour on social occasions – it is believed to be highly improper. It is not advisable to visit anybody without a previous appointment for a definite hour. If you are unavoidably delayed, you should telephone and warn about it.

8. Any **invitations** made by Americans, concerning either professional or social visits, can be declined without offending the person who has invited you. Just explain why it is inconvenient for you to come. In general, some prompt response to an invitation is always expected. If an invitation is written, you will often find “RSVP” at the end of the invitation letter. A written answer is expected. When you are invited for a social occasion, you do not need to bring a present. Do it only if it is a birthday party, a wedding party, and invitation for an entire weekend (overnight) or something of that kind. In a latter case flowers or a bottle of wine would be quite enough thought considerate of you. A thank-you note after

a overnight invitation or a dinner party is also appropriate. But remember that if you are invited to go to a restaurant and not to have a meal at your host's home, everyone is expected to pay for herself or himself unless there was a specific offer to pay for you.

9. Americans are very **health-conscious** and much concerned about health matters. You will find people often discussing fitness and healthy food problems. Eating only healthy food is becoming almost a national obsession, and in supermarkets you will see the enormous popularity of cholesterol-free, fat-free, sugar-free and such like foodstuffs. And one more thing about health-consciousness of Americans. The USA is turning into a totally non-smoking country. Cigarette-smoking in most public places is either **very restricted or totally prohibited** while cigar and pipe-smoking is completely prohibited practically everywhere. Try not to do this otherwise you may be heavily fined. Don't light up in people's homes where you are invited either – unless you have received a specific permission from your host or hostess. **Smoking** may also **be damaging** to your social or professional **image** because it is often considered as bad a habit as heavy drinking or taking drugs. On the contrary, if you go in for sport and take care of your health and fitness in general, it makes your image more positive.

*(from "Lifestyle communicative behavioral patterns in the USA" by  
O.Tarnopolsky, N.Sklyarenko, 2003, p.165-169)*

**Task 4.** *You are going to take part in the discussion on harmful habits between American and Ukrainian students. Try to explain the meaning of the following phrase: "Harmful habits". For this purpose one group of the students will consider this phrase from the point of view of the Americans and another—from the point of view of Ukrainians. Then representatives of each group will present the ideas to the class.*

**Task 5.** *You were invited to a dinner in American family (your friends, but it was your first visit to their home). You liked the dinner and the hospitality very much. Write a thank-you letter according to the sample given below.*

**Address**

**Date**

**Dear Helen!**

**I want to thank you very much for inviting me to your party last Friday.**

**The food & drinks were so delicious and the music was so nice that I really enjoyed the evening. I really enjoyed meeting your friends. It was very interesting for me . You were a perfect host and did everything for us to feel comfortable and free.**

**Thank you again.**

**Best wishes, Alex**

**Task. WRITING COMPOSITION.** *Write a short (100 words) composition on the results of your discussion in class.*

## **Part 2.**

**Task 1.** *Discuss the common features of Americans and compare them to those of the Ukrainians. What features of American national character do you find the most embarrassing for us and why?*

**Task 2.** *Imagine that you are an American. You came to Ukraine on business or just as a tourist. What features of Ukrainian people would impress you most of all? Discuss this situation with your partner. After the discussion make a list of the most embarrassing situations for Americans in Ukraine.*

**Task 3.** *Try to guess and summarize some typical differences in stereotypes of Americans and Ukrainians. Make short list of such differences and possible ways of coping with them. Note positive and negative stereotypes. Discuss if the positive stereotype of one country could be negative for the other. One of the students shall be the leader of the discussion.*

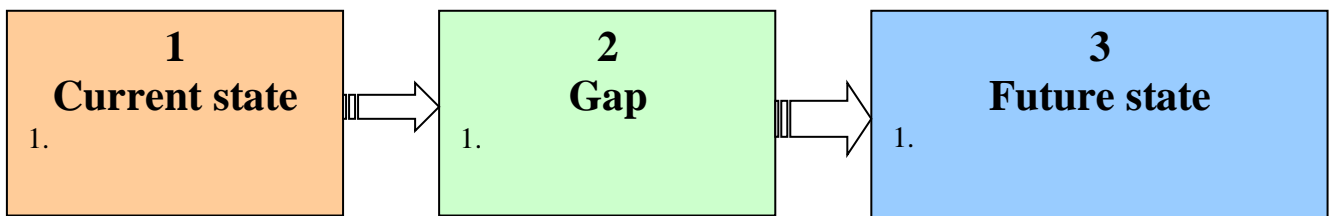
**Task 4.** *Work in pairs or small groups (maximum 4 students). Read the following description of sample situation.*



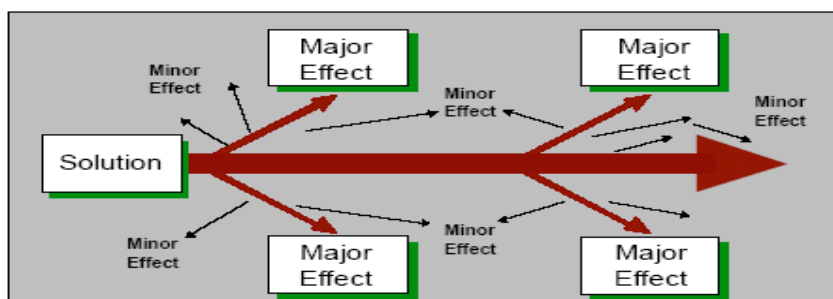
**Sample situation.** You are Ukrainian and you came to the USA on business. Some day you were invited to a party at your American colleagues' home. It's not a celebration of a certain occasion – just a party, not an official meeting. Role-play the wrong behavior of a Ukrainian guest and the reactions of the Americans present (for instance, you bring a very expensive present or arrive 45 minutes late, or drink too much during the party).

Invent the situations of your own using a sample situation as an example. Then role-play it before the class.

**Task 5.** Perform gap analysis of the previous role-play identifying the steps necessary for improving communication with your American colleagues in the lists. The first list indicates the current state of the situation (i.e. each wrong behavior causing communicative failure), the third one – future state of the situation (i.e. correct behavior in this situation). In the second list you should indicate the steps necessary to avoid corresponding unpleasant situation.



**Task 6.** Try to prognosticate the results of the decision about the communicative behavior shown during the previous discussion. Draw the diagram showing interdependences and the order of priority of such results making use of the skeleton given below.



**Unit 2.*****PUBLIC TRANSPORT IN THE USA***

***TASK 1.*** You are going to make a report about using public transport in the USA and Ukraine. Before starting to prepare for your report check your knowledge on the subject. Try to finish the following statements without reading the texts below.

1. Letter “M” is used to indicate....
2. Conductor is the person.....
3. Traffic lights used in the USA to request the pedestrians going to cross the street to stop/go are....

***TASK 2.*** You are requested to make a report about using taxis in the USA. Try to do the following test without reading the text bellow. Then read the following texts and correct your mistakes, comparing the situations described there with those in this country.

1. Cab is the other name for:
  - a) a taxi in the USA;
  - b) a cabaret;
  - c) a cabin;
2. Taxis in New York are usually painted in:
  - a) red;
  - b) yellow;
  - c) black and white
3. Tip
  - a) is never given to the driver;
  - b) is always given to the driver and is equal to the sum which is paid for the ride;
  - c) is always given to the driver and is equal to 15% of the fare.
4. The fare for a bus-ride
  - a) is paid at the time of getting off;
  - b) is paid at once at the boarding time and is given to the driver either in the form of check or coinage;

c) is paid at once at the boarding time, is never given to the driver who never gives a change or receives a check.

5. Kneeling bus:

a) is the bus which tilts down towards the curb at stops to help disabled or elderly people going to board;

b) is the bus which always tilts down to provide easy going to board to all kind of passengers;

c) is the bus which tilts down in front of policeman.

***TASK 3.** Read the following text for gathering the materials for your future reports. In pairs compare the situation with the taxis in the USA and in this country. Discuss these differences in your group and make a list of the principal ones.*

***Public transport** is one of the institutions you will have to deal with after stepping on the American soil. There are 3 main types of public transport in the USA – taxis (often called cabs, with taxi drivers called cabmen), buses, and subways (also called Metro Rail). You will never see trolleybuses in America, and as to trams (they are often called street-cars in the USA), they can be found rather rarely – more a historic monument and tourist attraction than a major means of public transport.*

*When you arrive to the USA your first problem will be to reach your destination from the airport. If you aren't met by a friend with a car, you have no other choices but either to take a cab ("grab a cab" as Americans often say) or to use one of airport's shuttles.*

Cabs are easily recognized in America since in many cities (but not in all of them) they are **bright yellow**. The American gesture **to stop a cab is raising your hand very high up**.

There is strict regulation concerning cabs in the USA – **one cab for one passenger**. In the USA only those passengers who initially hired the cab (whether they are three or only one) will ride it to the spot they need, and the cabman may take any other passengers only after his cab has been vacated by the previous ones – otherwise he may lose his license.

And one more thing for you to remember as for the taxi – *passengers always ride in the back seat*, and you’ll be looked at with a suspicion if you try to seat by the driver. *In the USA* you may talk to the driver if you want to or not talk if you do not – and nobody will think the worse of you for it. The driver will start talking to you only if you encourage him, and remain silent if you don’t. And *don’t help the driver* by explaining the best way (in your opinion) of getting to your destination – *it is entirely his job*.

When you are brought to your destination you *pay* the driver the *sum indicated on the meter (counter) plus the tip*. The tip for the taxi drivers should ordinary be equal 15% of the fare – if the fare indicated on the meter was 5\$, the best solution would give the cabman 6\$ and refuse taking the change. Remember that fares in taxis are paid only *in cash*. Also mind that if you are riding a taxi with somebody else it’s perfectly normal and even expected to have the fare and the tip shared equally among all the passengers.

Cabs can also be hired over the telephone. Just find the telephone numbers of local taxi companies in the city phone directory or in the tourist guide book, call – and you may be sure that the taxi will be waiting for you at the time requested. You will not pay anything extra in advance. The fare starts from the moment you get into the car when the driver turns on the meter. The special charge for taking the cab that appears on the screen when the meter is turned on (just like in our taxis) – it may be from 1.25\$ to 2\$ and the rest of the fare depends on the distance ridden.

**TASK 4.** *Continuing to prepare the materials for writing your reports on using cabs in the USA answer the following questions. Then present your ideas to the class.*

1. *Are there any differences between using taxies in Ukraine and the cabs in the USA?*
2. *What are the possible causes of such distinctions, if any?*
3. *How to use the cabs in the USA properly?*

**TASK 5.** *Get ready for the following discussion on comparing and contrasting communicative behavioral patterns in the USA and Ukraine. Read the following text. Compare the behavioral patterns mentioned in the text with those in Ukraine. After reading you will be requested to discuss the differences in pairs. One of the group should summarize the results of the discussion and make a list of the principal differences.*

### **METRO RAIL (SUBWAY)**

First of all it's worth saying that this system is different in a number of aspects in many cities of the USA in the organization of fare collection. But there are main common features of all American subways that are different from what we have in Ukraine. So, being in the USA, remember the following.

1) When a subway stops the doors don't open automatically. So to enter you need to press a button that opens the doors and is located by their side. But wait until the train fully stops and the button shows the green light. To exit a Metro rail you need to perform exactly the same operations.

2) It's strongly prohibited to eat and drink in subway cars.

3) All the ride information can be received in the car as car walls display subway maps and schemes of a particular line you are riding on. All the stops are announced, and unlike our Metro, in many subways there are not only voiced announcements but also running lines on a special oblong screen so that you can read the information.

4) You can also get all the ride information in the subway stations itself (at the entrance, on the platforms). Besides you will find a lot of advertisements inside the stations some of which may prove very useful to a visitor.

5) It's a serious offence trying to evade paying fare when using the subway (or the other kind of public transport). In some places the first offence of this kind is punished with a summons and \$20 fine. The name and address of the offender is registered in the computer network, so if the person is caught trying to evade payment for the second time, criminal proceeding may be instituted.

6) Getting in or going out of the subway to the surface is done by escalators and stairways, just like in our Metro. But in many stations there are also elevators specially designed for serving elderly or disabled persons.

7) There are no official limitations to the number of passengers to be admitted into a subway cars.

Fare collection in subway differs from city to city and that's why it needs special attention. There're no turnstiles or ticket agents and train drivers ("operators") don't sell tickets or collect fares. Always carry proof-of-payment while in the station or in the train and never loose it while you are there because ticket inspectors often pass through the train and check passenger's proof-of-

payment (this mostly concerns subway system in medium-size American cities). This concerns Metro Rail in the medium-size cities. In large cities like New York, for example, once you've passed through the turnstile, no further proof-of-payment is needed while in the subway stations or cars – therefore there're no ticket inspectors.

Note that valid proof-of-payment can be bus transfer, monthly Flash-Pass or rail ticket. They are usually required after the following sign: **“PROOF OF FARE PAYMENT REQUIRED BEYOND THIS POINT”**.

**TICKETS** may be purchased only from vending machines installed at the entrance to all stations. Enter all the necessary information into the machine. Fare differs depending on the zone a passenger is going to ride to, and whether he/she is an adult, a child or a senior citizen.

**NOTE!** children under 5 – free (but maximum 3 children per adult fare-paying passenger allowed); children from 5 to 11, senior citizen, disabled citizens – are eligible for reduced fares.

It's possible to purchase even a *return ticket* entitling you to return from the station of your destination to the station where you started from without paying fare for the ride back. Note that return ticket is 1/3 cheaper than 2 tickets for both rides but it must be used on the same day. Information about whether you purchase single or return ticket is entered into the vending machine.

When all the information is entered, the fare to be paid is shown on the screen and the required amount of cash should be inserted – dollar bills into one slot and coins into another (you don't need to have exact fare as the machine is designed to give you change). When the fare is paid the machine will print you a ticket that should be kept until the end of the ride to be shown on demand of Metro Ticket Inspector. **NOTE** that a ticket is valid only during 1 hour after it has been purchased.

**TOKENS** can be purchased from a special token-vending machine located at every station. They can be bought in as great amount as you want at once and then used for your rides on any days (as bus fare as well). In the bus it's put into the fare-box while in the Metro Rail it's inserted into a special token-slot in the ticket-vending machine and a standard ticket is printed out in return.

**Metro Flash Pass, Metro Card (or just monthly ticket)** – can be bought from human ticket agents located at some stations. It's rather expensive but good for unlimited bus and train rides during the month of issue in the zone(s) indicated on its face. It's convenient for a person who uses public transport a lot because the more you ride the more you save. Similar monthly tickets are issued for subways in many American cities.

And two more things to remember about using public transport in the USA.

- Never tip the official persons (like bus operators, staff of the subways). This doesn't concern taxi drivers. If you try to tip an official person in the USA this may be considered as a bribe and have very serious consequences.

- If you walk in the American city be careful when crossing the streets since the traffic is very heavy. Never disobey the traffic lights. And remember that when they display the words **DON'T WALK** you have to stand and wait, when they display the word **WALK** – you may go.
- (from “Lifestyle communicative behavioral patterns in the USA” by O.Tarnopolsky, N.Sklyarenko, 2003, p.54-74)

**TASK 6.** Check your vocabulary translating the following words into English without looking them up in the texts. Then check yourself by finding these words in the texts.

1. Путівник	16. Проїзний квиток на місяць
2. Зловити таксі	17. Талони
3. Найняти таксі	18. Автомат з продажу жетонів
4. Таксист	19. Вуличний рух
5. Давати «на чай»	20. Світлофор
6. Сідати у літак, автобус	21. Вагон метро
7. Готівка	22. Інвалід
8. Решта	23. Штраф
9. «Необхідна зупинка»	24. Громадяни похилого віку
10. Квитанція про оплату	25. Пільговий проїзд
11. Контролер	26. Пересадка (на інший автобус)
12. Білет в один кінець	27. Робити пересадку
13. Білет в обидва кінці	28. Водій поїзду метро
14. Оплата за проїзд	39. Турнікет
15. Жетони	30. Телефонний довідник

**TASK 7.** You are preparing a reference book on American communicative behavioral patterns to be used by Ukrainian visitors to the USA. Read the left column of the table below and discuss with your partner who is working on the reference book together with you the behavioral patterns of using buses in the USA. Write down similar or distinct behavioral patterns of Ukrainians in the right column of the table. Share your ideas with the class.

USA	UKRAINE
There are so-called “ <i>kneeling buses</i> ” which tilt down	

<p>towards the curb at stops. The “kneeling” mode is activated by the driver when he sees that an <i>elderly or disabled person</i> is going to board. There is also a <i>wheelchair lift</i> and special devices inside to keep a wheelchair in a fixed position during running of the bus.</p>	
<p>Bus stops are usually marked by a <b>big letter M</b>. Since “M” stands for any kind of public transport operated by municipal authorities (Metro Bus, Metro Rail), it can be seen as an indication of subway stations and bus stops.</p>	
<p>Bus stops are as a rule situated at street corners.</p>	
<p>It’s usually of no use to ask the other passengers or people at the bus stop how to get to the place you need and about the number of the bus. That’s why always take the <b>map</b> of the city or “<b>guide-a-ride</b>” with you.</p>	
<p>When the bus stops and the front doors are opened at the stop the boarding passengers wait until the last outgoing passenger has gotten off. <b>Boarding is done strictly one by one.</b></p>	
<p>The boarding passenger is supposed to pay her/his fare at once. There are no conductors and the driver never receives the fare or gives the change. Sometimes a sign on the bus stop will say that the “<b>exact change</b>” is required, and you should take this quite literally. For instance, if the fare is \$1.50, don’t assume you will be allowed to hand over a dollar note and 50 cents in change. You may be required to offer the entire fare in coinage and mind that pennies are never accepted. Also, there is often a <i>slot that have to put the money in</i> – the driver won’t take it from you. This message is there to reduce the risk of the</p>	



<p>driver being robbed.</p>	
<p><i>Fare is different in different states and cities.</i> It also may depend on the distance you have to ride, i.e., on zones into which this particular city is divided.</p>	
<p>In American buses all passengers are supposed to sit. In some cities no standing is allowed at all while the bus in motion (for safety reasons). In other cities, a limited number of standing passengers is permitted.</p>	
<p>Mind that in the USA while the first passenger in line is boarding and paying her/his fare all the other people who are waiting should patiently do it outside. <i>If there are vacant seats the driver will not move the bus until the last passenger safety boards.</i> If there are no free seats and even the quota of standing passengers is exhausted, the driver will not allow even a single extra passenger to squeeze in and those who hasn't managed to get in have to wait for the next bus.</p>	
<p>Bus stops in the USA are very close on any single route (not further than two blocks away from each other)</p>	
<p>Bus drivers aren't obliged to stop his bus at every stop. <i>So, if you do not request the stop in time, the bus may ride past it.</i> <b>To request a stop</b>, push the <i>tape strip</i> located above and inside the windows (it may be a cord that you have to pull). As soon as it is done, a ring will be heard and a sign <b>“Stop requested”</b> will be illuminated on a small screen over the driver's head. You only need to signal the driver about one block before your desired stop, and you may be absolutely sure that the bus will stop where requested. <i>Stay in your seat</i> until</p>	

<p>the bus fully stops and only then go to the exit. For the doors to open, the <i>tape strip</i> located on them should be pressed as it is usually <i>not the driver but the passenger</i> herself/himself who opens them. But before doing it, make sure that there is a green light over the doors.</p>	
<p><b>Transfers.</b> Bus fares are high, and regularly riding a bus in an American city is rather expensive – especially if you have to change several buses to get to your destination. But in the case when you need <b>to make a connection</b> ask the driver for a <b>transfer ticket</b>. These tickets are obtained at the time of paying the fare. When you board your connecting bus (<b>connection</b>) the transfer ticket should be given to its driver. This means that your fare is paid. And remember that transfer tickets are valid only during one hour after issue. Therefore you can not use it on the other days and even after a certain lapse of time on the same day.</p>	
<p style="text-align: center;"><i>(from “Lifestyle communicative behavioral patterns in the USA” by O.Tarnopolsky, N.Sklyarenko, 2003, p.54-74)</i></p>	

**TASK 8.** Do the following test.

- 1) To stop the cab in the USA you need:
  - a) to raise your hand very high up;
  - b) to wave your hand as we do in the country;
  - c) to raise your both hands up and wave them.
- 2) When you grab a cab in the USA you should:
  - a) take the front seat beside the driver and talk to him during the ride;
  - b) ride in the back seat and tell the driver the best way to your destination;
  - c) take the back seat and don't tell the driver how to do his job, talking to him or not as you wish.

3) Fares in taxis:

- a) are paid only by credit card;
- b) are paid only in cash including tip;
- c) are paid in cash and tipping is strongly prohibited.

4) Boarding the bus the passengers must:

- a) wait until the last outgoing passenger has gotten off, then crowd near the doors trying to leave the others behind;
- b) wait staying in the line until the last outgoing passenger has gotten off, then board one by one;
- c) not wait until the last passenger has gotten off the bus and try to get in as soon as the bus stops.

5) The boarding passenger is supposed:

- a) to pay his fare at once and take a seat;
- b) to take a seat and pay his fare before getting off the bus;
- c) not to seat and pay at once.

6) In the USA the buses

- a) usually stop at every bus stop, so it isn't necessary for you to request a stop;
- b) don't stop at every bus stop, so you need to shout to the driver to request a stop;
- c) don't usually stop at every bus stop, so to request the stop you need to push the red strip above the windows about one block before your desired stop.

7) When you are going to leave the bus:

- a) you wait until the bus stops then go to the exit and the driver opens the doors for you;
- b) you move towards the exit two or three blocks before your desired stop, then get off pushing off the other passengers;
- c) you wait until the bus stops, then go to the exit and open the doors yourself.

8) In the USA the underground rail is called

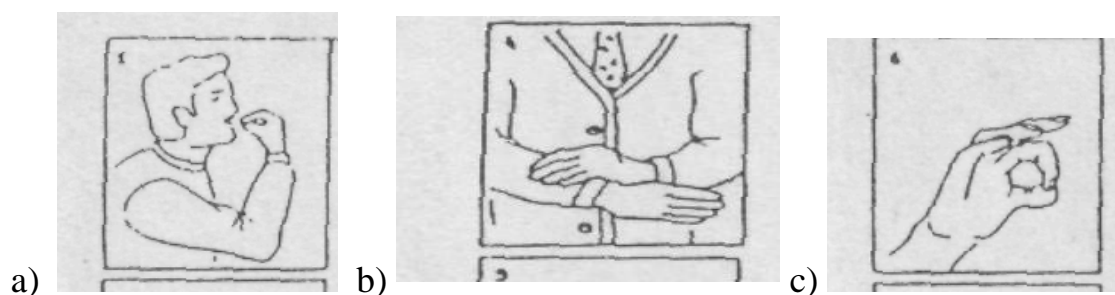
- a) subway;

- b) underground;
  - c) metro.
- 9) In the US subway
- a) all the ride information is not only announced but also may be read in the running lines;
  - b) all the ride information can be received only at stations;
  - c) all the ride information is announced but the quality of transmission is very bad.
- 10) The proof-of-payment may be
- a) bus transfer and rail ticket;
  - b) bus transfer and monthly Flash-Pass;
  - c) monthly ticket, bus transfer and monthly Flash-Pass.
- 11) The proof-of-payment is usually required in the subway
- a) in small cities;
  - b) in medium-sized cities;
  - c) in megalopolises.
- 12) Tipping official persons
- a) is strongly prohibited without any exceptions;
  - b) is strongly prohibited except for the taxi drivers;
  - c) is necessary otherwise you won't be able to receive any information you need.
- 13) The fare for a bus-ride
- a) is paid at the time of getting off;
  - b) is paid at once at the boarding time and is given to the driver either in the form of check or coinage;
  - c) is paid at once at the boarding time, is never given to the driver who never gives a change or receives a check.

**TASK 9.** You are going to take part in the discussion on individual freedom and collective responsibility between American and Ukrainian students. Try to explain the meaning of the phrases “doing your own thing”, “to strike out on one’s own”, “to act on one’s own”, “being a self-made person”. For this purpose one group of the students will consider these phrases from the point of view of the Americans and another –from the point of view of Ukrainians. Then representatives of each group will present the ideas to the class.

**TASK 10.** Watch the fragment of the film and try to suggest the meaning of the characters’ gestures. Explain each gesture to the group trying to imitate culture-specific gestures.

**TASK 11.** Look at the following pictures and try to explain what these gestures mean. Decide if these gestures have different meanings in different cultures. Share your opinion with the class.



**TASK 12.** Write a short (100 words) essay on the results of your discussion in the class.

**TASK 13.** Discuss common and distinctive features of using public transport in the USA and Ukraine. Which of the distinctive features do you find the most embarrassing and why?

**TASK 14.** Try to guess and summarize some typical differences in stereotypes of Americans and Ukrainians related to public transport. Make a short list of such differences and possible ways of coping with them. Note positive

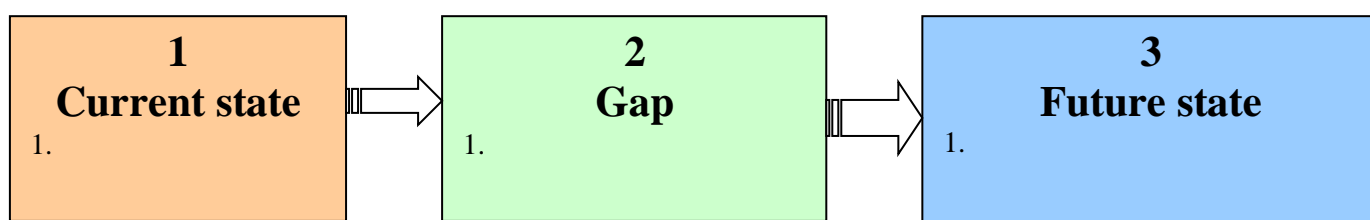
and negative stereotypes. Discuss if positive stereotype of one country could be negative for the other. One of the students shall be the leader of the discussion.

**TASK 15.** Work in pairs or small groups (maximum 4 students). Read the following description of sample situation.

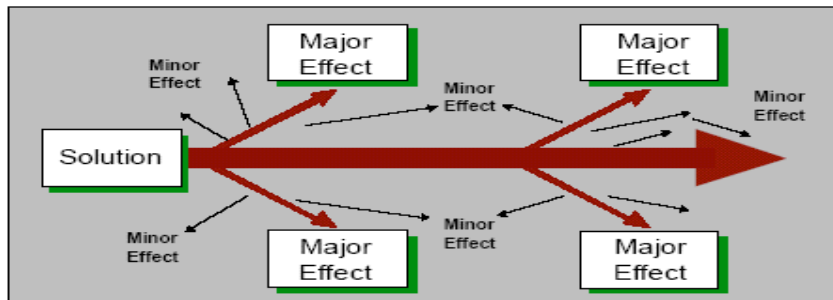
**Sample situation.** You are Ukrainian and you came to the USA on business. Some day you try to get to your destination by taxi/metro/bus. Role-play the wrong behavior of an Ukrainian tourist and the reaction of the Americans (for instance, you stop a taxi stretching your hand to the side or try to persuade the bus driver to give you change of 100 dollar bill etc.).

Invent the situations of your own using a sample situation as an example. Then role-play it before the class.

**TASK 16.** Perform gap analysis of the previous role-play identifying the steps necessary for improving communication with your American colleagues in the lists. the first list indicates the current state of the situation (i.e. each wrong behavior causing communicative failure), the third one –future state of the situation (i.e.correct behavior in this situation). In the second list you should indicate the steps necessary to avoid corresponding unpleasant situation.



**TASK 17.** Try to prognosticate the results of the decision about the communicative behavior shown during the previous discussion. Draw the diagram showing interdependences and the order of priority of such results making use of the skeleton given below.



**TASK 18.** Home-task. Search the Internet to find some interesting facts related to the information already known to you on the basis of the previous discussions. Then orally present the results of your search to the class.

### Unit 3.

#### SHOPPING

**TASK 1.** *You are going to make a report about stores in the USA and Ukraine. Before starting to prepare for your report check your knowledge on the subject. Try to finish the following statements without reading the texts below.*

1. Conventional store is...
2. Mall is...
3. Mart is ....
4. Pharmacy is...

**TASK 2.** *You are requested to write an essay about shopping in the USA. Try to do the following test without reading the texts below. Then read the texts and correct your mistakes, comparing the situations described there with those in this country.*

#### 1. **Clearings**

- a) are the sales held when the store owners want to promote some new king of goods;
- b) are the sales held when the store owners want to attract the customers' attention;
- c) are the sales usually held when the store owners want to sell all their stock of merchandise as quickly as possible;

#### 2. **“Brown bag”** is

- a) a paper bag of thick brown paper used for packing purchased articles;
- b) a bag of brown color;
- c) a special bag used by the collector (инкасатор) for carrying money.

#### 3. **“Window shopping”** is

- a) what Americans do if they have no intention to buy goods – they just gaze at store windows where the best goods are displayed;
- b) buying windows;
- c) going inside the stores for a short period of time trying clothes and shoes on.



**TASK 3.** Read the following text to gather the materials for your future essays. Compare the situation with the stores in the USA and in this country. Discuss these differences in your group and make a list of main ones.

**Conventional stores** are the stores specialized in selling some specific kind of merchandise, for instance, all types of sportswear. In America their network is gradually shrinking giving up its place to malls and supermarkets because first of all merchandise in such stores is usually more expensive and the second reason is that Americans do not like very much going from store to store buying thing in one place and another thing in a different place, and probably on another day. They prefer to allocate a definite day to do all the shopping they need, and on that day to purchase everything they want in one place. That's the reason why many such small stores are going out of business. Of course this doesn't concerns luxury stores not afraid of any competition. But the prices in these shops are exorbitant – and no wonder as the goods are the ultimate in quality, luxury, and fashion.

You can probably use other, less luxurious, quite ordinary specialized stores if you want to buy something specific. In such stores you can find greater choice (and sometimes better quality) of some specific goods than in a shopping center – just because this particular store specializes in them and has to withstand the competition somehow. Besides, you can greatly reduce the price if you buy anything there only at the time of sales, promotions, and clearings.

One of the interesting kind of stores is so called **corner stores** or **convenience stores**. They are small stores selling food and house wares. They are as a rule owned by one proprietor and cater for the needs of the nearest neighborhood. America was full of such stores once, and a lot of people regret their rapidly going out of business one after another nowadays.

**Sales** are periodic in all American stores. They are practically always held before public holidays, especially such as Christmas, and often at other times in accordance with the policy of the owners. The essence of the sales is in selling all the part of the merchandise at reduced prices. So, sales are a great opportunity to

save money. It is easily recognizable when a store has a sale, even if you have not read or heard the advertisement, since it's always written on the windows, doors, and inside. Price reduction at a sale is from 5 to 15%.

**Promotions and clearings** are held much less frequently than sales, but they permit you to save much more because price reduction may reach up to 50%. Promotions are usually announced when a store has just been opened or when selling some novel kind/ kinds of goods has just started in order to attract customer's attention to them. Clearings are usually held when the store owners want to sell all their stocks of merchandise as quickly as possible – sometimes even at loss.

*(from "Lifestyle communicative behavioral patterns in the USA" by  
O.Tarnopolsky, N.Sklyarenko, 2003, p.110-131)*

**TASK 4.** *Continuing to prepare the materials for writing your reports on using cabs in the USA answer the following questions. Then present your ideas to the class.*

1. *Are there any differences between the conventional and the corner stores in Ukraine and in the USA?*
2. *What are the possible causes of such distinctions, if any?*
3. *What are the differences between the organization of the sales in US and Ukrainian stores, if any?*

**TASK 5.** *Get ready for the following discussion on comparing and contrasting communicative behavioral patterns in the USA and Ukraine. Read the following text. Compare the behavioral patterns mentioned in the text with those in Ukraine. After reading you will be requested to discuss the differences in pairs. One of the group should summarize the results of the discussion and make a list of the principal differences in a table.*

Malls are quite specific shopping centers where all kinds of manufactured consumer goods can be bought such as clothes, shoes, underwear, leather goods,

kitchen utensils, cosmetics perfumes, jewelry, cameras, cassette recorders, CDs etc. A mall is not a collection of different departments, but a collection of dozens of stores in one place. The stores are usually relatively autonomous and may belong to different manufacturers, firms or trading companies selling goods their owners specialize in. A mall isn't only a place of trade but a place of entertainment as well. There are usually a lot of restaurants, bars, and, in general, a great number of places to eat and to relax there. Americans, especially young often come to local malls to spent a good part of the day there roaming and loafing about, window-shopping, eating and drinking in bars and restaurants etc. People may also observe what is going on around them sitting on benches and chatting with friends in the concourse (an open space in ay public place where lots of people may gather; in a mall concourse is usually located on the lowest floor with stores all around it). Generally speaking, one of the main causes of all kinds of malls' popularity lies in the fact that there you can buy what you need not only more conveniently, enjoying greater choice and having shopping and entertainment combined, but also cheaper.

As to behavior in the mall it's rather different than in the supermarket. First of all, if in the supermarket no talking is needed, on entering any of the mall stores you will be often met with a question of "Shall I help you?" or "Can I help you?" from one of the sales assistant. If you have something definite to buy in mind, the best way to save your time is to ask for directions at once. If you do not, it's better to say something like "No, thank you. I'm just looking around" and nobody of staff will ask you any other questions until you do choose something.

You won't be looked at with a suspicion if you come to a store, wander about for a long time and then leave without buying anything. Americans often do the same but usually when they are planning to buy something in the near future. When there is no intention to buy people mostly do "window shopping" gazing at the store windows or going inside for a long time and examining some of the goods without trying on.

As to trying on, there is nothing bad about trying on as many articles of clothes or pairs of shoes as you like of you are really bent on buying something. But if you try several pairs of shoes on and then just leave without any explanation or excuse (for example saying "Nothing seems to really fit me" or "It is not exactly what I've imagined"), it may be considered rather bad manners.

Besides, the following should be considered as to the behavior in the US stores:

- 1) you pay for your purchase only to the cashier and never directly to the sales assistant, the check (receipt) given to you is packed with the purchase;
- 2) the indicated price is final and you cannot get a discount by talking to the sales assistants – all discounts are either general (a sale, promotion etc.) or given to coupon-holders;

3) never try to divert the sale's assistant's or cashier's attention to yourself when she or he is occupied with another customer (it is considered very bad manners)

4) all the shopping coupons are valid only until some particular date indicated on them, and a coupon won't be accepted if you try to use it after that date.

(from "Lifestyle communicative behavioral patterns in the USA" by O.Tarnopolsky, N.Sklyarenko, 2003, p.110-131)

**TASK 6.** Check your vocabulary translating the following words into English without looking them up in the texts. Then check yourself by finding these words in the texts.

1. Товари	16. торговий центр
2. Послуги	17. чинний
3. Купон на отримання знижки	18. упакувати
4. Розпродаж	19. «Цей одяг мені не підходить»
5. Розпродаж з метою просування товару на ринок	20. «Я просто дивлюсь»
6. Остаточний розпродаж	21. Задовольняти потреби споживачів
7. Відпочинок	22. Товари від виробника
8. Власник	23. Вітрина
9. Збитки	24. Відвідувати магазини без мети здійснення покупки
10. Магазин самообслуговування	25. Молл
11. Клієнт, споживач	26. Знижка
12. Предмети домашнього вжитку	27. Асистент продавця
13. Персонал	28. Покупка
14. Артикул	29. Податок
15. Податок	30. Касир

**TASK 7.** You are preparing a reference book on American communicative behavioral patterns for the use of Ukrainian visitors to the USA. Read the left column of the table below. Discuss with your partner who is working on the reference book together with you the behavioral patterns of purchasing goods in the supermarkets in the USA and write down similar/ distinct behavioral patterns of Ukrainians in the right column of the table.

<u><b>THE USA</b></u>	<u><b>UKRAINE</b></u>
<p>Supermarket is a large self-service store shop selling food and household goods as well as the clothes and shoes with those goods and food displayed on open shelves. A customer, having easy access to all shelves, chooses herself/himself the articles to be bought and pays for them to one of the check-outs at the exit.</p>	
<p>The supermarkets in the USA are large, even gigantic. So, being there look attentively at all the indicators. There is clear system of signs where you can read what is sold in any particular section usually made of two parallel rows of open shelves. Such signs are usually placed over each section, and visible from afar.</p>	
<p>Supermarkets are always open, 24h 7 days a week</p>	
<p>The shelves contain the incredible variety of goods and food stuffs. That's why first, before going to the supermarket, it is advisable to make a list of what food and household goods you really need – and then try to stick to it. Otherwise you will be “lost” in the diversity of goods make a lot of unnecessary so-called “spontaneous” purchases.</p>	
<p>The price on the tag is attached to every article on the sale and to the shelf below it. It should be remembered that that the indicated price never includes the sales tax, but this tax is always paid by the customer. The tax is added to the price and you learn the actual size of price only at payment.</p>	
<p>Roaming about supermarket without a cart is against</p>	

<p>generally accepted code of “supermarket behavior”. If you don’t have a cart and put something into your pocket forgetting about it at exit, you are in for a lot of trouble.</p>	
<p>Having chosen everything you want to buy, roll your cart to one of the check-outs to pay before leaving. Standing in the line remember the general rule of keeping the proper distance from the person next in line pushing your cart if front of you.</p>	
<p>In most American supermarkets a conveyor belt starts about four or five meters from the check-out. A customer is supposed to pull all her or his purchases out of the cart onto the belt so that when the belt approaches the cashier he/she could conveniently see and handle them. When a customer finishes putting her/his articles on the belt, she/he is expected to place special stick across the belt directly behind the last purchase that is hers/his.</p>	
<p>The cashier packs articles into plastic or paper bags of thick brown paper called “brown bags” and they have become national tradition.</p>	
<p>After all your purchases have been packed and returned to your cart, you are expected to pay. You may do this either in cash or with your credit card.</p>	
<p>After everything is packed and paid you will hear a standard remark of American sales assistant – “<i>You’re all set</i>” meaning that everything that was to be done to help and serve you has in fact already been done, and nothing else remains to say or to do. And don’t forget to say “thank you” in answer to this remark or you’ll be</p>	

considered very rude	
<i>(from "Lifestyle communicative behavioral patterns in the USA" by O.Tarnopolsky, N.Sklyarenko, 2003, p.110-131)</i>	

**TASK 8.** Do the following test.

- 1) In the USA the place where you can buy things is called
  - a) shop;
  - b) store;
  - c) magazine.
- 2) Merchandise is
  - a) all goods you can purchase in any kind of store;
  - b) a mixture of goods and services available in the store;
  - c) trading ship.
- 3) Sales:
  - a) are held in order to sell all the part of merchandise at reduced prices;
  - b) are held on order to attract customers' attention with interesting shows, performances;
  - c) are held in order to save the owner's money.
- 4) Promotions
  - a) are announced when a store is going to be closed and the owners need to sell the rest of goods in order to save money;
  - b) are announced when a store has just been opened or when selling some novel kind of goods has just been started on order to attract customers' attention;
  - c) are announced when sales are falling down and it's necessary to attract the customers' attention with TV advertisement.
- 5) Conventional store is
  - a) the one which specializes in selling some specific kind of merchandise;
  - b) the one where different kinds of merchandise are sold;

- c) the one where goods are being sold according to the rules of a certain convention.
- 6) Convenience stores
- a) are the ones where it is very convenient and pleasant to buy goods;
  - b) are so-called corner stores selling food and housewares as a rule owned by one proprietor and cater for the needs of the nearest neighborhood;
  - c) are the kind of the conventional stores selling food.
- 7) Cart is
- a) a two-horse carriage;
  - b) a racing car;
  - c) hand-cart used in the supermarket to carry purchased goods.
- 8) Article (here) is
- a) any kind of goods;
  - b) a story or report published in the mass media;
  - c) a grammatical category.
- 9) The remark of American sales assistant “You are all set” means that
- a) you have paid all the taxes for your purchases;
  - b) everything that was to be done to help and serve you, has already been done, and nothing remains to say or to do;
  - c) everything you were able to do, has actually been done and there is nothing for you to do here.
- 10) Shopping coupon
- a) is a slip of paper entitling a customer holding it to a discount on the price of some goods bought;
  - b) is a slip of paper giving the customer the possibility to get something extra with some particular purchase;
  - c) is a slip of paper allowing the customer to buy goods in this particular store.
- 11) Mall is

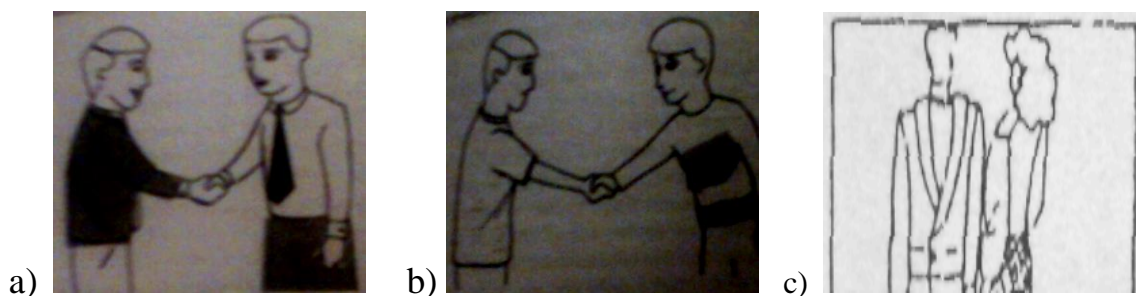


- a) a specific shopping center where all kinds of manufactured consumer goods can be bought;
  - b) a public walk;
  - c) a complex of retail stores, restaurants, businesses etc. usually located in one large building.
- 12) Concourse is
- a) an open space in any public place where lots of people may gather;
  - b) an open space in the mall used for gathering people, usually located on the lowest floor with stores all around it;
  - c) a crowd itself.
- 13) All the shopping coupons are valid
- a) only until some particular date indicated on them;
  - b) for unlimited period of time;
  - c) with other offers (discount or promotional offers, for example).
- 14) If you try some article on and it didn't suit you then you
- a) just leave the store without any explanation or excuse;
  - b) politely explain why it didn't suit you and leave the store;
  - c) quarrel with all the staff of this store demanding to bring you exactly what you need.

**TASK 9.** *You are going to take part in the discussion on shopping between American and Ukrainian students. Try to explain the meaning of the phrases “Buy like crazy, save like mad” from the point of view of Americans and Ukrainians.*

**TASK 10.** *Watch the fragment of the film and try to suggest the meaning of the characters' gestures. Explain each gesture to the group trying to imitate culture-specific gestures.*

**TASK 11.** *Look at the following pictures and try to explain what these gestures mean. Decide if these gestures have different meanings in different cultures. Share your opinion with the class.*



**TASK 12.** Write a short (100 words) composition on the results of your discussion in the class.

**TASK 13.** Discuss common and distinctive features of doing shopping in the USA and Ukraine. Which of the distinctive features do you find the most embarrassing and why?

**TASK 14.** 1. Discuss common and distinctive features of shopping in different kinds of stores in the USA and Ukraine. Which of the distinctive features do you find the most embarrassing and why?

2. Imagine that you are an American. You came to Ukraine on business or just as a tourist. What features of shopping-related behavior of Ukrainian people would impress you most of all? Discuss this situation with your partner. After the discussion make a list of the most embarrassing situations for Americans in Ukraine.

**TASK 15.** Try to guess and summarize some typical differences in stereotypes of Americans and Ukrainians related to the shopping. Make a short list of such differences and possible ways of coping with them. Note positive and negative stereotypes. Discuss if positive stereotype of one country could be negative for the other. One of the students shall be the leader of the discussion.

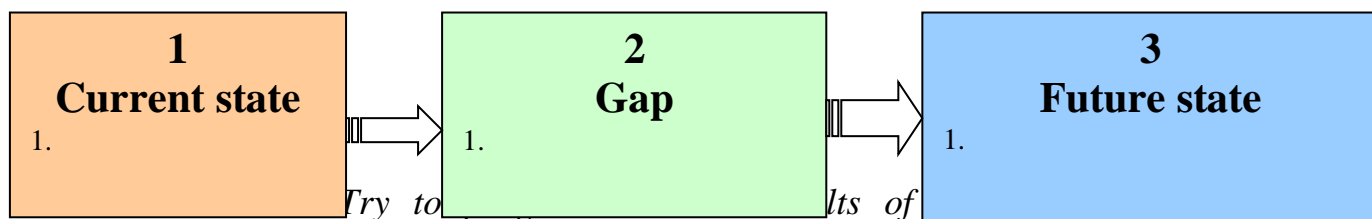
**TASK 16.** Work in pairs or small groups (maximum 4 students). Read the following description of sample situation.

**Sample situation.** You are Ukrainian and you came to the USA on business (as a tourist). You are going to do shopping. Role-play the wrong behavior of an

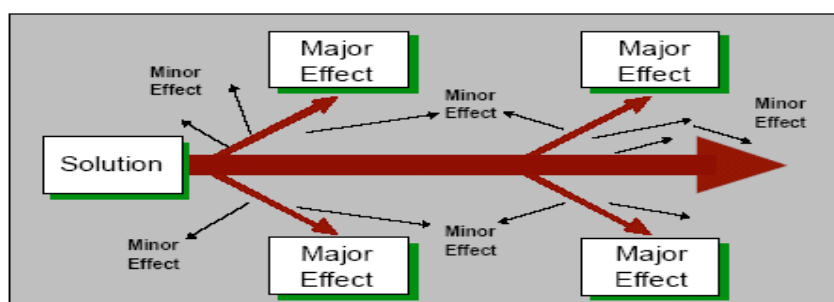
*Ukrainian tourist and the reaction of the Americans (for instance you don't have enough money to pay in the supermarket because you didn't know about the tax not included into the price etc.*

*Invent the situations of your own using a sample situation as an example. Then role-play it before the class.*

**TASK 17.** *Perform gap analysis of the previous role-play identifying the steps necessary for improving communication with your American colleagues in the lists. the first list indicates the current state of the situation (i.e. each wrong behavior causing communicative failure), the third one –future state of the situation (i.e.correct behavior in this situation). In the second list you should indicate the steps necessary to avoid corresponding unpleasant situation.*



*communicative behavior shown during the previous discussion. Draw the diagram showing interdependences and the order of priority of such results making use of the skeleton given below.*



**TASK 19.** *Home-task. Search the Internet to find some interesting facts related to the information already known to you on the basis of the previous discussions. Then orally present the results of your search to the class.*

## Unit 4.

### FINANCE

**TASK 1.** *You are going to make a report about financial matters in the USA and Ukraine. Before starting to prepare for your report check your knowledge on the subject. Try to finish the following statements without reading the texts below.*

1. Major credit card is ...
2. ATM is ...
3. Savings account is ....

**TASK 2.** *You are requested to write an essay about financial matters in the USA. Try to answer the following questions without reading the following texts. Then read the following texts and correct your mistakes, comparing the situations described there with those in this country.*

1. All US coins
  - a) are white in color and of different sizes;
  - b) are dark yellow and of one size except nickels which are white and of bigger size;
  - c) are white in color except pennies that are dark yellow and of different sizes.
2. Banks are open to the public:
  - a) all the time working 24 hours a day;
  - b) from 9.00 (10.00) AM until about 2.00 (3.00) PM from Monday to Friday excluding holidays;
  - c) from 9.00 (10.00) AM until about 5.00 (6.00) PM from Monday to Friday including holidays.
3. A teller is:
  - a) a person who tells you what to do in the bank;
  - b) a person who talks too much;
  - c) a cashier in the bank.

**TASK 3.** *Read the following text to gather the materials for your future essays. Compare the situation with the different ways of payment in the USA and in this country. Discuss these differences in your group and make a list of the principal ones.*

***Paying in cash.*** This way is universal and will be accepted anywhere; besides it is practically the only form of payment we are used to in this country. American paper money are issued in denominations of \$1, \$5, \$10, \$20, \$50, \$100. In principle there are higher denominations, but you will hardly ever lay your hands on them. You can get sometimes \$2 bill, but they are not issued any more and are considered obsolete – so, to be on the safe side, try to avoid taking and using them.

Coins in the USA are minted only in five denominations: of 1 cent (1c) called pennies, 5c called nickels, 10c called dimes, 25c called quarters and 50c called half dollars. All of them are white in color, except pennies that are dark yellow, and of different sizes. You may meet one-dollar coins – big in size and white in color but they are of a very limited use.

When paying cash, it is more convenient to handle paper money of smaller denominations (\$1, \$5, \$10, \$20 bills). It is worth remembering that when you have to pay only a few dollars, a \$50 or \$100 bill may be accepted reluctantly or not accepted at all (people are afraid of false money). It is particularly important to have a good stock of \$1 bills. You may often need them for using public transport, for tipping etc.

To have some stock of coins with you is also helpful to pay for using public telephone, to give the exact fare in public transport, and for many other similar occasions when the absence of small change may impede providing for your personal needs. Of all the coins the most useful and often needed ones are quarters (25c) and pennies are the most useless – even vending machines do not accept them. But these same machines can be turned to as a constant source of replenishing your stock of small change. Look at the right side of any vending machine approximately at your waist level and you will see a bill-changing device. Insert \$1 or \$5 bills as it is shown in the drawing on the device, and you will get a pile of coins – mostly quarters.

***Paying with a credit card.*** There are many cases when having a credit card seems to be almost indispensable, or at least the most convenient way of payment – and all kinds of distance payment are a good example. Credit cards are a great help in everyday payments too – you do not have to have wads of cash on your person (which is rather dangerous), you are always in possession of means to make sudden unexpected payments, and in general you may feel more or less financially safe at all times. So, if you have an opportunity of obtaining an internationally accepted or US accepted credit card (one of those called major credit cards – *Visa*,

*MasterCard, Diner's Card, American Express* etc.) before leaving your home country and coming to the USA, it would be wise to do it. But if you have not brought your credit card from home and come to the USA not as a permanent resident but for a temporary stay, it will be a problem for you to obtain a major credit card in that country. It is so because credit cards are ordinarily issued by banks to customers with a substantial income and if you are not a US resident, you will hardly qualify for a credit card. In principle you can really do without them. It will be difficult only when booking a hotel accommodations in other towns or cities, but you can solve this problem by either booking a less expensive hotel (many of them do not insist on the credit card guarantee) or by sending the hotel where you plan to stay a deposit by check.

(from *"Lifestyle communicative behavioral patterns in the USA"* by O.Tarnopolsky, N.Sklyarenko, 2003, p.35-53)

**TASK 4.** *Continuing to prepare the materials for writing your reports on using cabs in the USA answer the following questions. Then present your ideas to the class.*

1. *Are there any differences between the way the payments for some goods or services are made in Ukraine and in the USA?*
2. *What are the possible causes of such distinctions, if any?*
3. *How to make payments in the USA properly?*

**TASK 5.** *Get ready for the following discussion on comparing and contrasting communicative behavioral patterns in the USA and Ukraine. Read the following text. Compare the behavioral patterns mentioned in the text with those in Ukraine. After reading you will be requested to discuss the differences in pairs. One of the group should summarize the results of the discussion and make a list of the principal differences in a table.*

***Opening an account at US bank and payment by a check.***

Checks are a good solution for all forms of distance payments and even for everyday payments in the place where you stay. If you do not have a credit card and stay in the USA for a month or more, opening your account at a bank is a must. First of all you need to choose the bank where to open your account. It is recommended to get the information from the people around you what bank to choose.

After the choice has been made, you should go to the chosen bank in person taking with you all the money that you want to be deposited in your account. Some identification papers (ID) may be required. Be sure to come to the bank during banking days and hours. Banks are never open to customers on weekends or holidays, and on weekdays they are usually open to the public only from 9.00 (10.00) AM until about 2.00 (3.00) PM. When you enter the bank you can either ask the first employee you see whom to turn to or wait till somebody approaches you with a question “Can I help you?”. Say that you want to open an account at this particular bank, and you will be directed to the proper employee responsible for dealing with customers who are opening an account at this particular bank for the first time. You will talk to this employee not at the counter but at a table apart.

The first question to be discussed is what kind of account you plan to open. There are several types of accounts, but all of them may be divided into two main categories – checking accounts and saving accounts. Opening a checking account is practically a must, but if the sum of money at your disposal is big enough (\$10 000 or more), it may be reasonable to open both a checking and a saving account.

A saving account is different from a checking account since you cannot write checks. But it has the advantage that an interest at a modest rate is paid. This interest varies, but usually it is about 3% annually. But don’t make a mistake of opening only a saving account when you arrive to the country leaving the checking account opening until the time of actual need. Opening a checking account takes some time, and you may need to make an urgent payment by a check – sometimes on a day when a bank is closed. It is very simple to transfer money from one account to another using your ATM card.

If you are satisfied as to conditions offered and say so to the employee you are talking to, then it is a contract-signing time. Read carefully the contract or agreement shown to you and sign it. You should read the small print especially carefully to find out if there are any clauses not discussed before that bind you with some additional obligations. When you sign the contract with the bank, you usually order at once your checkbook with your identification (name and address) printed in every check (checking account), your savings deposit-withdrawal book, also with your identification in every savings deposit or withdrawal slip (saving account), and your ATM card. After that the only thing left to do is to take your money to the teller (bank cashiers are called “tellers”), and your account(s) is/are opened. It is a teller who, on receiving the money to be deposited in your account, will provide you with a temporary checkbook and/or savings deposit-withdrawal book. Your permanent checkbook (savings deposit-withdrawal book) with your name and address takes some time to be printed, and will most probably receive it in about 10-14 days either by mail or personally when you come to the bank. Your ATM card will come to you by mail. You will receive 2 envelopes from your bank. In one envelope you will find the ATM card itself. In the other envelope there will be the code number to enter when you insert your card into the automatic teller machine (ATM). These envelopes will come a week or 10 days after the card was

ordered. But the bank will always send them separately – so, there may be one or two day interval between receiving a card and a code. It is done with a purpose of preventing the situation when both the card and the code get into the hands of some other person. The matter is that a code without a card and a card without a code are useless. If one of the envelopes doesn't reach you and you don't receive your card or code (or both) during two weeks or more after you have ordered them, report it to the bank. They will block the previously issued card and issue a new one for you.

If you open checking account in a bank you are sure to get a checkbook that begins with a Check Register and inside it you'll see a number of pages for your registering the checks you have issued. It is necessary to keep the record of the checks you have written and to balance your Check Register every time you send a check to somebody because otherwise you may lose track of how much money you have left in your checking account. In this case you may easily write a check to the sum exceeding the one left at your disposal. The company or person who has received your check will not be able to get money for it (your check will “bounce”, as it is called). The Check Register in any checkbook is followed by a book of checks themselves. When you have used all the checks in it, you have to go to your bank and receive a new one. Every check is detachable from the book, and you detach checks one by one every time when you need writing them out.

Note! When you are writing a check out, you will need to write there the date. Remember that in the USA, unlike Europe, the month is written first, then the day, and last (after comma) the year. Usually in different documents it is indicated as follows: MM/DD/YYYY.

A written check can either be mailed to the person or company it is destined for or given from hand to hand. There are some kinds of payments that are made practically only by checks. But mind that after a recipient of the check has taken it to the bank to receive money, it may take some time to do the clearing operation (meaning by clearing the time taken for transferring money from one bank to another.) If a check is drawn on an out-of-town bank, i.e. if you write a check in one town and send it to another town or if you receive a check from another town and take it to your bank, 5 banking days are required for clearing. A banking day is the a day when banks are open, and it is only Monday through Friday which certainly excludes weekends and holidays.

**Traveler's check** is probably the best alternative when you are traveling about the country, especially if you don't have a credit card. They are even better for traveling purposes since it is not so disastrous to lose them or to have them stolen. Traveler's checks, such as *American Express*, *Bank of America*, *Citibank*, are issued in denominations of \$10, \$20, \$50, \$100. You can buy traveler's checks at any bank for the same sum of money that is indicated in all the checks bought plus a very modest rate. You will get your checks in any of the denominations you wish – checks in any of the four denomination being given in a separate packet resembling a kind of a small envelope or folder.



When you get a packet of traveler's checks, one thing should be done at once. In the inside folder you should carefully fill in all the lines in the chart there according to the instructions. They require filling in some identification information and the serial number of all the traveler's checks enclosed in this folder. Never lose or throw away the folder with a chart until you have spent all the checks from it, but always keep it separately from the checks themselves.

In order to make some payment with a traveler's check, the ordinary procedure is to drop in at any bank on your way and to exchange for cash a check(s) you are going to use in the nearer future. It has some inconveniences connected with the working days and hours of the banks but to avoid it, buying the *American Express* traveler's checks is recommended. This is the kind of traveler's checks that many stores, hotels, restaurants, museums, etc. accept just as readily as cash without asking you to exchange them first at the bank. When you give your checks instead of cash in these cases, you will receive your change in cash.

(from "Lifestyle communicative behavioral patterns in the USA" by  
O.Tarnopolsky, N.Sklyarenko, 2003, p.35-53)

**TASK 6.** Check your vocabulary translating the following words into English without looking them up in the texts. Then check yourself by finding these words in the texts.

<u>1. платіж</u>	<u>16. ощадний рахунок</u>
<u>2. рахунок</u>	<u>17. розрахунковий рахунок</u>
<u>3. готівка</u>	<u>18. відсоток</u>
<u>4. чек</u>	<u>19. ставка</u>
<u>5. подорожній чек</u>	<u>20. банківська картка</u>
<u>6. паперові гроші</u>	<u>21. банкомат</u>
<u>7. рахунок (у банку)</u>	<u>22. касир (у банку)</u>
<u>8. друкувати</u>	<u>23. чекова книжка</u>
<u>9. чеканити</u>	<u>24. балансова книжка депозитного рахунку</u>
<u>10. монети</u>	<u>25. обмін валют, подорожніх чеків</u>
<u>11. номінал</u>	<u>26. решта</u>
<u>12. автомат для розміну грошей</u>	<u>27. банківські операції</u>
<u>13. квартал</u>	<u>28. банківські дні</u>
<u>14. документ, що посвідчує особу</u>	<u>29. переказ коштів</u>
<u>15. відкривати рахунок у банку</u>	<u>30. трансакція клірингу</u>

**TASK 7.** You are preparing a reference book on American communicative behavioral patterns for the use of Ukrainian visitors to the USA. Read the left

*column of the table below. Discuss with your partner who is working on the reference book together with you the behavioral patterns of communication in the banks in the USA and write down similar/ distinct behavioral patterns of Ukrainians in the right column of the table.*

<b><u>THE USA</u></b>	<b><u>UKRAINE</u></b>
<p>When you come to open your account and the employee who is to deal with you is engaged with another customer, do not approach the desk where they are talking – and by no means interrupt or intrude into their conversation. When employee is serving another person, it is considered impermissibly rude to interrupt and interfere. Even if you think your business to be urgent, you will not be helped until your turn comes, but your interference will be strongly resented.</p>	
<p>When you are standing in the line to a teller, wait patiently until all the other people who precede you in this line do their business. Nobody will try to step in before you, but nobody expects you or will allow you to step in before her/him – however great a hurry you are in. In the case of a really great hurry, do not try to persuade people in the line that they should let you pass. You will only look ridiculous. If you are so much pressed for time, just come some other day.</p>	
<p>When standing in the line nobody is allowed to approach the counter or the glass cage where the teller is sitting except the customer whom the teller or any other employee is dealing with directly at the moment. All the others standing in the line usually wait behind some kind of</p>	

<p>barrier (often a cord barrier) until their turn to approach comes. The barrier is some meters from the counter or glass cage, and it is installed to prevent other people's observing individual customer's transactions. Crossing the barrier until you actually approach the bank employee you need is impermissible.</p>	
<p>The same code of behavior should be observed when you are using an automatic teller machine. If somebody else is using it at the moment, do not cross the "individual barrier" i.e. do not approach closer than 5 or 6 meters. Remember that if somebody is making a transaction with ATM card and you approach and stand behind her/his back, she/he may call the police – and you are in for a lot of trouble.</p>	

***TASK 8. Do the following test***

1. Coins in the USA are minted in
  - a) 5 denominations;
  - b) 6 denominations;
  - c) 10 denominations;
2. Coins of 1c denomination are called:
  - a) pennies;
  - b) nickels;
  - c) cents.
3. Coins of 5c denomination are called:
  - a) dimes;
  - b) quarters;
  - c) nickels.
4. Coins of 25c denomination are called:
  - a) quarters;

- b) quintiles;
  - c) quart-dollars.
5. You can change you paper money into coins
- a) using vending machines which usually contain bill-changing device;
  - b) only in banks;
  - c) in any store.
6. Major credit cards:
- a) are cards provided by the major banks of the USA;
  - b) are internationally accepted or US accepted credit cards;
  - c) are the credit cards accepted only in the USA.
7. It is a problem to obtain a credit card in the USA for a foreigner because:
- a) he/she is not a permanent resident of the country and banks just don't trust strangers;
  - b) US banks issue credit cards only to the customers with a substantial income and it is hard for the foreigner to qualify for a credit card for a short period of time;
  - c) You have already received credit card in your country and it is not allowed in the USA to have more than one credit card.
8. If you have \$20 000 it is reasonable for you to open
- a) checking account;
  - b) saving account;
  - c) both checking and saving account.
9. The difference between saving and checking account is that:
- a) opening checking account you can't use ATM card;
  - b) opening saving account you can't withdraw money from it until the term comes;
  - c) opening saving account you can't write checks.
10. In the USA you receive your ATM card:
- a) by mail with your code number in the same envelope;
  - b) in the bank immediately after signing contract for opening account in the bank;

c) by mail but the card and its code are sent to you separately in two envelopes for the safety reasons.

11. When your check “bounces” it means that:

a) the company or the person who has received your check will not be able to get money from it;

b) the company or the person who has received your check returns it to you for some reasons;

c) the company or the person who has received your check isn't satisfied with the sum of money indicated in it.

12. When you are standing in the line to a teller and are in a hurry it is normally

a) to try to persuade the other people to let you pass;

b) to wait patiently until all the other people preceding you in this line do their business;

c) to try to persuade the bank employee to help you to pass this line.

13. When you are standing in the line in the US bank:

a) you are not allowed to approach the other persons dealing with the bank employee;

b) you may stand as near to the other persons as you wish;

c) you are not allowed to cross the barrier until your turn to approach the counter comes.

14. An “individual barrier”

a) is a kind of mental barrier which you create if you don't want to communicate with this person;

b) is the distance between the persons standing in the line to automatic teller machine, it must not be less than 5-6 meters;

c) is the metal barrier that separates people standing in the line one from another.

15. A traveler's check

a) is the check that you buy at any US bank for the same sum of money plus a rate in order to avoid robbery during your trip;

b) is the check given to you in the travel agency confirming your right for the journey

c) is the check you write out during the trip.

16. You may get your traveler's checks:

a) in any of the four denominations (\$10, \$20, \$50, \$100);

b) in any of the five denominations (\$5, \$10, \$20, \$50, \$100);

c) only in 50\$ denomination.

**TASK 9.** *You are going to take part in the discussion on personal development between American and Ukrainian students. Try to explain the meaning of the word “success” from the point of view of Americans and Ukrainians.*

**TASK 10.** *Watch the fragment of the film and try to suggest the meaning of the characters' gestures. Explain each gesture to the group trying to imitate culture-specific gestures.*

**TASK 11.** *Look at the following pictures and try to explain what these gestures mean. Decide if these gestures have different meanings in different cultures. Share your opinion with the class.*



a)



b)

**TASK 12.** *Write a short (100 words) essay on the results of your discussion in the class.*

**TASK 13.** *Discuss common and distinctive features of making payments in the USA and Ukraine. Which of the distinctive features do you find the most embarrassing and why?*

**TASK 14.** *Try to guess and summarize some typical differences in stereotypes of Americans and Ukrainians related to financial matters. Make a*

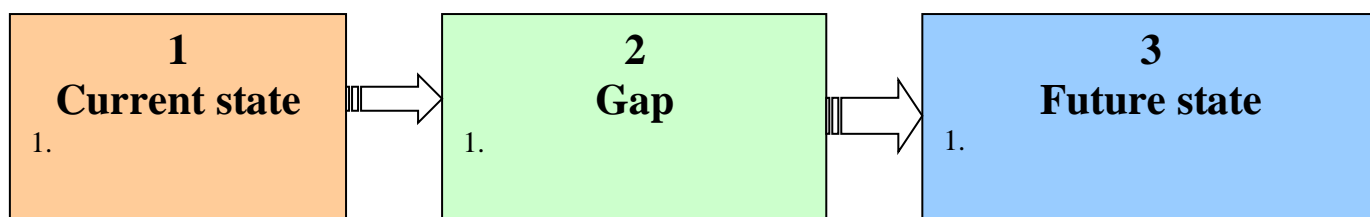
short list of such differences and possible ways of coping with them. Note positive and negative stereotypes. Discuss if positive stereotype of one country could be negative for the other. One of the students shall be the leader of the discussion.

**TASK 15.** Work in pairs or small groups (maximum 4 students). Read the following description of sample situation.

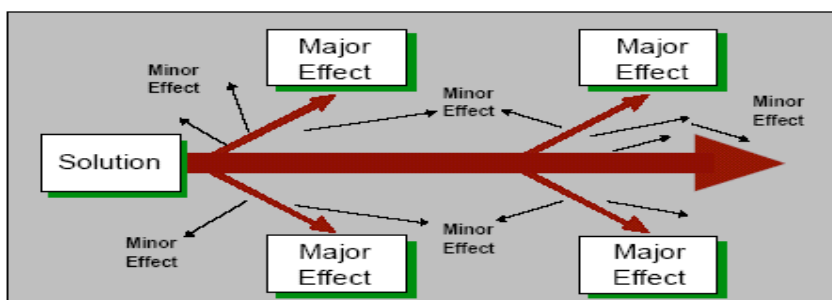
**Sample situation.** You are Ukrainian and you came to the USA on business (as a tourist). You are going to make payments in different institutions. Role-play the wrong behavior of an Ukrainian tourist and the reaction of the Americans (for instance standing in the line you don't keep proper distance to the other people/ATM or try to request change from the bus driver etc.).

Invent the situations of your own using a sample situation as an example. Then role-play it before the class.

**TASK 16.** Perform gap analysis of the previous role-play identifying the steps necessary for improving communication with your American colleagues in the lists. the first list indicates the current state of the situation (i.e. each wrong behavior causing communicative failure), the third one –future state of the situation (i.e.correct behavior in this situation). In the second list you should indicate the steps necessary to avoid corresponding unpleasant situation.



**TASK 17.** Try to prognosticate the results of the decision about the communicative behavior shown during the previous discussion. Draw the diagram showing interdependences and the order of priority of such results making use of the skeleton given below.



***TASK 18.** Home-task. Search the Internet to find some interesting facts related to the information already known to you on the basis of the previous discussions. Then orally present the results of your search to the class.*



## Unit 5.

### *EATING OUT.*

**TASK 1.** *You are going to make a report about eating out in the USA and Ukraine. Before starting to prepare for your report check your knowledge. Try to finish the following statements without reading the texts below.*

1. Fast food restaurants in the USA include...
2. KFS is ...
3. Coffee in US restaurants is usually served...

**TASK 2.** *You are requested to write an essay about fast food restaurants in the USA. Try to do the following test without reading the texts below. Then read the texts and correct your mistakes, comparing the situations described there with those in this country.*

1. After choosing what to eat in the American fast food restaurant you approach the counter and make the order to a cashier who usually asks you:
  - a) “For here or to go?”
  - b) “For here or take away?”
  - c) “For home or for here?”
2. If you want to have your meal in the restaurant, you move to one of the tables. If all the tables are occupied you:
  - a) join one of the tables without asking permission;
  - b) try to get acquainted with those people who’s already occupied the table you want to sit at and join them;
  - c) never join the occupied table without asking permission. If you receive it and take a seat, you respect the other people’s privacy and don’t disturb them interrupting their communication.
3. “Sub” is:
  - a) a submarine, i.e. a military equipment designed for performing under-water maneuvers;

- b) a specific kind of sandwich looking like a submarine;
- c) something unknown for you.

**TASK 3.** *Read the following text to gather the materials for your future essays. Compare the situation with the fast food restaurants in the USA and in this country. Discuss these differences in your group and make a list of the principal ones.*

**Fast Food Restaurants** and snack bars include McDonald's, Burger Kings, KFCs and Subs. All of them have the following common features:

1. they are self-service – there are no waiters
2. they are cheap
3. you can have your meal quickly either in the restaurant or take it with you
4. they have standard menu. There are no menu-cards, names of everything there is to eat are displayed on a big board over the counter with prices of every item.

After choosing what to eat, the customer approaches the counter and makes the order to a cashier. The cashier usually asks: “**For here or to go?**” (in Great Britain – “**For here or take away?**”). If you want to eat at the restaurant, say “**For here**”, – and “**To go**” if you want to take your meal with you. Then a cashier tells you price, receives payment, gives the check, pass your order to kitchen and tells you your order number (the last is necessary to remember because it accelerates the process of receiving your order). You should wait until your number is called, then give your check and receive your meal.

After this you move away from the counter to a long table next to it where you may take napkins, knives and forks if they are needed, straws for drinks, sugar or sugar substitutes, ketchup in packets etc.

If you want to have your meal in the restaurant, move to one of the tables. It's considered as bad manners to join the occupied table without asking permission. Respect people's privacy.

Having finished with your meal, don't forget to remove your tray from the table and empty the trash otherwise it will be considered very bad manners and you may be even reprimanded.

**BURGER KING** – is the type of fast food restaurant that is very much alike to McDonalds. It also specializes in hamburger-type food – with cheeseburgers (burgers with cheese) and other kinds of burgers as the main items of the menu. But the main specialty of Burger King is the *whopper* which is one more specific kind of burger. The Original Whopper sandwich is a hamburger, consisting of a grilled quarter-pound (113.4 g) beef patty, sesame seed bun, mayonnaise, lettuce, tomato, pickles, ketchup, and sliced onion. Optional ingredients such as processed cheese, bacon, mustard or jalapeño peppers may be added upon request. Regional and international condiments include BBQ sauce, salsa and guacamole. Burger King also adds any condiment it sells, including tartar sauce, honey mustard, steak sauce and hot sauce.

**KFC** is a different type of the fast food restaurants. KFC is an abbreviation for Kentucky Fried Chickens and just as the name says, it specializes in chickens. Different sorts of fried chickens are served with French fries or mashed potatoes and bread, especially maize bread. It is also served in disposable plastic plates divided into compartments with chicken put into one compartment, potatoes (fried or mashed) and bread into the other two. For such food you certainly need forks and knives, totally unnecessary in Burger Kings or McDonald's. In KFCs they are also plastic and disposable. Together with your plate they are to be dumped off your tray into the trash-box when you finish eating. If you order your food "To go" in KFCs it will be given to you in a special plastic box divided into separate compartments for chicken, potatoes, and bread. A plastic fork and a knife are placed inside the box.

**SUBS** is more a snack bar than a restaurant, but snack bars are too close to fast food restaurants in their principles of organization and serving. The main food in Subs is subs, i.e. sandwiches of a specific kind – long pieces of bread with thin

slices of ham, salad leaves, onions, etc. between them. They look very much like submarines which is their full name whence “subs” is an abbreviation both for the food and place where it is sold. Besides this and all those drinks that are ordinary in all kinds of fast food restaurants, in Subs you can have other sandwiches and different kinds of salads. Salads and similar foods are usually served not on plates but in plastic boxes with a lid that can be tightly covered. It makes them convenient to take away. All the other snack bars are organized practically identically.

**DELI** is short for delicatessen which is shop selling prepared foods, e.g. hors d’oeuvres, cooked meats, sausages, etc. a deli is practically always a shop and a snack bar where you can eat what you bought and have some soft drink with it.

*(from “Lifestyle communicative behavioral patterns in the USA” by O.Tarnopolsky, N.Sklyarenko, 2003, p.95-109)*

**TASK 4.** *Continuing to prepare the materials for writing your reports on using cabs in the USA answer the following questions. Then present your ideas to the class.*

1. *Are there any differences between getting serviced in fast food and medium price restaurants in Ukraine and in the USA?*
2. *What are the possible causes of such distinctions, if any?*
3. *How to behave in the US restaurants properly?*

**TASK 5.** *Get ready for the following discussion on comparing and contrasting communicative behavioral patterns in the USA and Ukraine. Read the following text. Compare the behavioral patterns mentioned in the text with those in Ukraine. After reading you will be requested to discuss the differences in pairs. One of the group should summarize the results of the discussion and make a list of the principal differences.*

The moderate-price restaurants may also be divided also into three main categories:

- 1) those that specialize in some definite foods – pizzas, barbecues, pancakes etc.
- 2) those that specialize in some national food – Chinese, Mexican, Italian, Indian etc.
- 3) those that do not have any food specialization.

Choosing a restaurant to go and taste something special, remember that you will hardly find anything like American food. America is a nation of immigrants and you can eat food of all nations in the world there but not much that could represent the cuisine of the whole country.

If you are choosing what restaurants of national foods to visit, be sure to include into your list a Mexican food restaurant (especially in such states as Texas or New Mexico) and a Cajun food restaurant (in Louisiana).

The word “bill” is seldom used in the USA in relation to paying in restaurants. The standard word is “a check”.

In English-speaking countries dinner is as a rule the last meal of the day – usually taken not earlier than 7 PM. It ‘s the same what we call “supper” in this country.

Restaurants often organize *brunches*. A brunch usually starts in the morning and is over at about 2 PM (that is why it bears the name – breakfast+lunch=brunch). Brunches are buffet type meals when a customer herself/himself takes foods and drinks from a big counter and brings them to her/his table to eat. There are no limitations as to what food and how much of it will be taken. The price of brunch is fixed and the customer pays this fixed price on leaving.

*(from “Lifestyle communicative behavioral patterns in the USA” by  
O.Tarnopolsky, N.Sklyarenko, 2003, p.95-109)*

**TASK 6.** Check your vocabulary translating the following words into English without looking them up in the texts. Then check yourself by finding these words in the texts.

1.Закуска	16.Яловичина
2.Самообслуговування	17. Барбекю
3.Рахунок (у ресторані)	18.Піца
4.Карта меню	19.Цибуля
5.Офіціант	20.Салат (латук)
6.Чайові	21.Куштувати
7.Дешевий	22.Обід
8.Дорогий	23.Вечеря
9.Міцні (алкогольні) напої	24.Ціна
10.Безалкогольні напої	25.Прилавок
11.Салат-бар	26.Гастрономічні товари, делікатеси
12.Вільний столик	27.Підводний човен
13.Порція їжі	28.Смажені курчата
14. Гамбургер	29.Страви національної кухні
15.Номер замовлення	30.Готувати їжу на кухні

**TASK 7.** You are preparing a reference book on American communicative behavioral patterns for the use of Ukrainian visitors to the USA. Read the left column of the table below. Discuss with your partner who is working on the reference book together with you the behavioral patterns of using buses in the USA and write down similar/ distinct behavioral patterns of Ukrainians in the right column of the table.

<b>THE USA</b>	<b>UKRAINE</b>
Medium-price restaurants are more expensive than fast food restaurants but never over-expensive, there is always a great number of them in every city; often they are the most	

<p>original ones and frequently with the best food you can taste.</p>	
<p>Such restaurants are never of a self-service type; customers are serviced by the waiters who expect to be tipped for their service. The amount of the tip should be about 15% of the price of the order with the minimum of 10%. But if “service” is included in the price, it means that the total already comprises the tip for your waiter and there is no need for the second tip.</p>	
<p>Prices in such restaurants depend on what meal you are having. Breakfast is the cheapest meal and you can have a good big breakfast for about six dollars (often even with the tip). Lunch is more expensive, and you cannot count on good lunch for not less than \$10-\$15. The most expensive meal is dinner and for dinner you should set aside not less than \$20-\$25 or more. Certainly a lot depends on what food you take and whether you include strong drinks into your order.</p>	
<p>In America respectable people take strong drinks only in the evening – at dinner time but never at breakfast and hardly ever at lunch. Only beer is permissible in daytime and not too much of it. Remember that America is taking great care of its health and drinkers are ostracized. It is the same with cigarette-smokers by the way and note that most restaurants in the USA are non-smoking.</p>	
<p>In order to make your meal cheaper use the salad-bar found in many restaurants. It is a long counter with a lot of vegetable salads and simply vegetables ready for eating. In many restaurants customers who have ordered some paid food and drinks can use salad bar for free. But it is done without the</p>	

<p>service of a waiter. There are no restrictions to the number of trips a customer may take to the salad-bar.</p>	
<p>When you enter the restaurant door, you are either met by a manager who shows you to your table (in bigger and better restaurants) or have to look for a vacant table yourself if there is no manager (in smaller and cheaper restaurants).</p>	
<p>When you are seated, a waiter will come very quickly and bring you the menu card. While making your choice, if you see some unknown food that you are interested in, you may ask the waiter about the details of its cooking, its ingredients, and its taste. American waiters, especially in better class restaurants, usually like such questions and are instructed to answer them as fully as possible.</p>	
<p>When you are making your order, don't be surprised if a waiter asks you to whether your coffee or tea should be brought at once, before the meal itself. Sometimes a waiter brings it first without asking. It is because Americans drink coffee before eating. If you don't like this, just say that you want your coffee after your meal and even if it has already been brought it will be taken away and brought again hot when you say. If you order some drinks (soft or strong), they will be brought first or at once because the Americans never eat without having something to drink.</p>	
<p>The portions of food you get there are usually very big, and quite often a person with a moderate appetite will not be able to eat it all. But there is one convenient custom that is peculiar to the USA. It is co called "doggie bag". If you cannot eat everything you have ordered and do not want to leave it,</p>	



ask the waiter to make a doggie bag. The waiter will pack all the food that you have not eaten for you to take away.	
<p>When you are approaching the end of your meal or have already finished it, ask for a check – the waiter will not usually bring it without your asking. The check in cheaper restaurants is brought lying face down on a saucer. In more expensive restaurants it is brought in closed leather folders. There is nothing wrong in studying the check carefully before payment and asking for explanations when something seems incorrect.</p>	
<p><i>(from “Lifestyle communicative behavioral patterns in the USA” by O.Tarnopolsky, N.Sklyarenko, 2003, p.95-109)</i></p>	

**TASK 8.** Do the following test.

1. Fast food restaurants are:
  - a. very expensive restaurants with high-class service;
  - b. self-service medium-price restaurants;
  - c. self-service cheap restaurants.
2. In the fast food restaurants:
  - a. the menu varies from day to day;
  - b. they have standard menu, names of all the dishes offered are displayed on a big board over the counter;
  - c. they have standard menu written in the menu-cards and given to each customer.
3. In the fast food restaurants
  - a. you receive your order immediately after payment;
  - b. you have to wait until your name is called;
  - c. a cashier tells you your order number and you wait until your number is called then give your check and receive your meal.
4. Burger King is:

- a. a medium-price restaurant with rather good service;
  - b. fast food restaurant specializing in hamburger-type food (the main specialty is whopper);
  - c. fast food restaurant specializing in different kinds of sweets.
5. KFC is:
- a. fast food restaurant specializing in chickens;
  - b. fast food restaurant specializing in beef;
  - c. fast food restaurant specializing in different kinds of sandwiches.
6. Subs is:
- a. a snack bar close to the fast food restaurant in principles of organization and serving;
  - b. a food shop selling prepared foods;
  - c. a high-class restaurant.
7. Delis is:
- a. a shop and a snack bar selling prepared foods where you can eat what you bought and have a soft drink with it;
  - b. special kind of sweets;
  - c. a hamburger with ham, salad leaves and onions.
8. Medium-price restaurants are:
- a. over-expensive restaurants with high-class service;
  - b. restaurants of a standard size and design, without waiters;
  - c. restaurants ranging from very small to quite big which are never of self-service type.
9. The cheapest meal in the medium-price restaurants is:
- a. breakfast;
  - b. lunch;
  - c. dinner.
10. Dinner is:
- a. the last meal of the day usually taken not earlier than 7 PM;

- b. meal usually taken at 2-3 PM that includes soup;
  - c. just the meal taken irrespectively on exact time.
11. In America strong drinks:
- a. are permissible only in the evening;
  - b. may be taken at any time of the day;
  - c. are prohibited at all.
12. Salad-bar is:
- a. a bar specializing on different salads;
  - b. a long counter with a lot of vegetable salads and simply vegetables ready for eating;
  - c. a chapter of the menu-card where presented all the salads which can be ordered.
13. Brunch is
- a. a lunch containing set number of dishes for a fixed price;
  - b. buffet-type meals when a customer himself takes foods and drinks from a big counter and brings them to her table to eat without limitation in a number of dishes taken. Usually starts in the morning and is over at about 2 PM;
  - c. buffet-type meals when a customer may choose from limited foods taken for free.
14. In the medium-price restaurants:
- a. the waiter is never tipped – his/her salary doesn't depend on the amount of tip;
  - b. it's considered as very bad manners to tip the waiter – it's his/her job, so this may be considered as a bribe and have rather serious consequences;
  - c. it's customary to tip the waiter if “service” hasn't bee included in the price.
15. A “doggie bag” is:
- a. rests of your meal, for example chicken bones, which you take home to feed your pet;
  - b. all the food you have not eaten packed by the waiter for you to take away;

c. a special bag in the restaurant aimed for donations made by the customers for the help of homeless animals.

16. “American cuisine” :

a. is hamburgers, Coca-Cola, barbecues etc.;

b. is almost impossible to be found in the restaurants because America is the “melting pot” of the nations so there is no cuisine representing the customs of the whole country;

c. is a kitchen designed respectively to the modern American fashion.

**TASK 9.** *You are going to take part in the discussion on eating habits between American and Ukrainian students. Try to explain the meaning of the phrases “popcorn and soft drinks” and “a sandwich and a peanut butter” from the point of view of Americans and Ukrainians.*

**TASK 10.** *Watch the fragment of the film and try to suggest the meaning of the characters’ gestures. Explain each gesture to the group trying to imitate culture-specific gestures.*

**TASK 11.** *Look at the following pictures and try to explain what these gestures mean. Decide if these gestures have different meanings in different cultures. Share your opinion with the class.*



a)



b)

**TASK 12.** Write a short (100 words) composition on the results of your discussion in the class.

**TASK 13.** Discuss common and distinctive features of getting serviced in the restaurants in the USA and Ukraine. Which of the distinctive features do you find the most embarrassing and why?

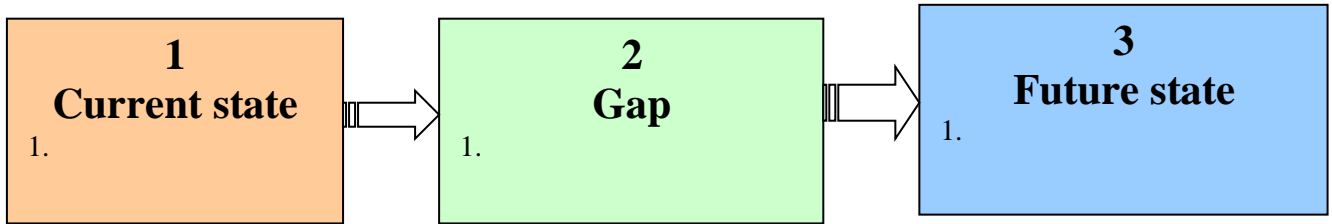
**TASK 14.** Try to guess and summarize some typical differences in stereotypes of Americans and Ukrainians related to eating out. Make a short list of such differences and possible ways of coping with them. Note positive and negative stereotypes. Discuss if positive stereotype of one country could be negative for the other. One of the students shall be the leader of the discussion.

**TASK 15.** Work in pairs or small groups (maximum 4 students). Read the following description of sample situation.

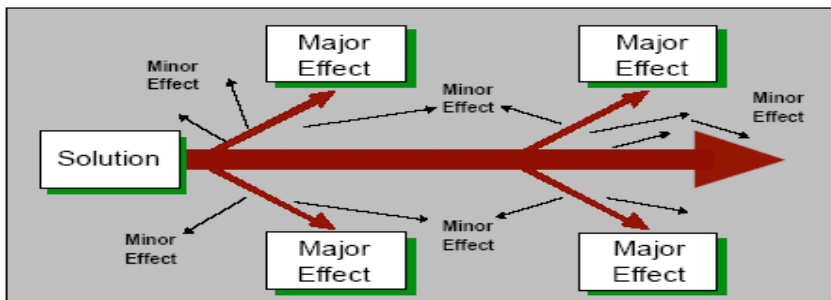
**Sample situation.** You are Ukrainian and you came to the USA on business (as a tourist). You are going to eat out in the fast food/medium price restaurant. Role-play the wrong behavior of an Ukrainian tourist and the reaction of the Americans (for instance you don't tip the waiter in the restaurant or are rude to the waiter because he/she has brought a bill without your request etc.). Optionally try to reverse the situation: An American coming to Ukraine and using different kinds of public transport and demonstrating a "wrong" kind of behavior.

Invent the situations of your own using a sample situation as an example. Then role-play it before the class.

**TASK 16.** Perform gap analysis of the previous role-play identifying the steps necessary for improving communication with your American colleagues in the lists. The first list indicates the current state of the situation (i.e. each wrong behavior causing communicative failure), the third one –future state of the situation (i.e. correct behavior in this situation). In the second list you should indicate the steps necessary to avoid corresponding unpleasant situation.



**TASK 17.** Try to prognosticate the results of the decision about the communicative behavior shown during the previous discussion. Draw the diagram showing interdependences and the order of priority of such results making use of the skeleton given below.



**TASK 18.** Home-task. Choose one of the following tasks.

1. Search the Internet to find some interesting facts related to the information already known to you on the basis of the previous discussions. Then orally present the results of your search to the class.

2. As McDonald's is well-known in this country there is no need to describe it in detail. That's why it is much more useful to describe the other kinds of the fast food restaurants. But in the USA there are several McDonald's restaurants which are really worth visiting. Search the Internet to create the list of them and describe their specificity to the class.

## Unit 6.

### **HOUSING**

**TASK 1.** *You are going to make a report about temporary accommodations in the USA and Ukraine. Before starting to prepare for your report check your knowledge. Try to finish the following statements without reading the texts below.*

1. Motel is ...
2. Bed-and Breakfast is ...
3. Apartment hotel is....

**TASK 2.** *You are requested to write an essay about hotels in the USA. Try to do the following test without reading the texts below. Then read the texts and correct your mistakes, comparing the situations described there with those in this country.*

1. When you are checking in the US hotel you:
  - a) are usually asked for all your ID;
  - b) aren't asked about nothing but your name and reservation information;
  - c) are to wait until the receptionist checks out all your ID and luggage.
2. Food and drinks placed in the fridge of your room in the hotel
  - a) may be used for free;
  - b) are to be paid for;
  - c) are usually spoiled, so better avoid eating/drinking them.
3. Continental breakfast
  - a) usually includes traditional dishes of the country you visit;
  - b) usually consists of tea/coffee, a glass of juice, small box of jam, a fruit, ad a bun;
  - c) is usually served only for those who live in suites and consists of different kinds of delicatessen.

**TASK 3.** *Read the following text to gather the materials for your future essays. Compare the situation with the taxis in the USA and in this country. Discuss these differences in your group and make a list of main ones.*

The hotels in guidebooks are usually divided into price categories of very expensive (over \$140 per night), expensive (\$100-\$140 per night), moderate (\$50-\$100 per night) and inexpensive (under \$50 per night).

Hotels offer the greatest variety of services, amenities and price ranges. Their difference from motels is in not being designed for motorists. Besides, unlike motels that tend to be located at the outskirts or even outside the city limits, hotels tend to be situated nearer to the city center – downtown.

The most important difference between all the hotels is the price for the room. A moderate price range is \$50-\$100 per night. The price depends on what services, amenities, and even luxuries the hotel has to offer. For instance if your room has a fine view from the windows, it will cost you more than an identical room but giving out into backyard.

First of all you should take into account that in all hotels there are 3 main types of rooms – *single*, *double* and *suites*. *Suites* are always very expensive even in moderate-priced hotels. *Single* and *double* rooms are more standardized. Besides the price for single or double room can differ by only a few dollars. In American and European hotels you pay for the room and it is of little importance to the hotel management whether there is one or two beds in that room and whether one person or two live there as long as rooms are of the same class. That is why if you are alone and all the single rooms at this hotel are occupied, you may safely agree to take a double room and you may be sure that you won't have to share the room with a stranger. Standard single and double rooms differ only in small details (double rooms are bigger and have two beds).

In a typical room you will always see a very big bed. American beds are always big and very comfortable. The bed clothes are clean, white, never torn and as rule changed every day as well as towels. The other things in the room are some kind of wardrobe with a lot of hangers, a table, chairs or a couple of armchairs and may be a night table. Instead of light or a chandelier hanging from the ceiling in American hotel rooms you will see many lamps on the walls, table floor lamps etc. It is considered as more economical because only the exact spot where light is needed is illuminated that saves electricity.

There is sure to be a telephone and TV-set in your room but remember the following things as to using them. First of all, every telephone call is paid separately in the USA, and only calls inside the hotel are free. Besides phone calls from your hotel room cost more than ones made from a public telephone booth. As to the TV-set, before switching it on, you should better see whether it is ordinary or cable one. This is because if you can watch ordinary TV free in your room, you



have to pay for every minute of watching cable TV-programs and you are charged from the moment the cable channel is switched on.

The room can also have a refrigerator and/or a mini-bar. You will usually find some drinks there, may be some chocolates or something of this kind. But if you drink or eat something you find in your refrigerator or mini-bar, you will have to pay for it separately; it is not included in the price of the room.

Surely your room will have a bathroom with a bath and a shower. Remember that the name “bathroom” is usually used for indicating both toilet and washing facilities. The word “*toilet*” is practically never used. So, looking for a toilet in some public place, ask for a *ladies’ (gents’, men’s) bathroom or restroom*. And mind that in American culture people are never shy of asking for the location of such facilities.

One of the hotel services you may be first of all interested in concerns meals. In the USA, unlike Europe, “big” buffet-style breakfast are rarely included in to the room price. You can certainly have a buffet breakfast or any meal whatever, at your hotel’s restaurant, but paying separately for them. The same concerns using a hotel bars, it is always paid separately.

But if full-sized pre-paid buffet breakfast are not characteristic of American hotels, Continental breakfasts, either included into the price of the room or even complementary, are. So, on arriving at your hotel, it is advisable to find out at the reception whether there is a free Continental breakfast, at what time and in what restaurant or breakfast room it can be had. Such breakfasts are usually served only for a definite stretch of time – from one to two hours and not longer. If they are not self-served but served by waiters, it is better to tip the one who served you on leaving – though the breakfast itself is free. It’s enough to leave 50c. for tip on the table. Continental breakfast usually consists of tea or coffee (at your choice), a bun (or a roll, or a croissant), a packet of butter, a small box of jam (or honey), a glass of juice and one fruit (a banana, an orange or an apple).

Also a hotel guest can often find something hot to drink free in his/her own room too, besides drinks in mini-bar that are to be paid for.

As to other services at your hotel, you should keep in mind that some of them are charged while some others are free. To have additional service inside the hotel, you should call the hotel Room Service. But for information, inquiries, or services outside the hotel you should turn to the Reception.

Behavioral patterns of the hotel guests are related to the issue of tipping. When guests come to a hotel, it is not customary for them to carry their luggage to their rooms themselves. It is usually done by a porter or a bellboy to whom you should give \$0.5-\$1 as the tip for the one piece of baggage carried to your room – but not less than \$1 all in all. If you order food and drinks into your room and the meal is served by the hotel restaurant waiter, the size of the tip should be as it is in restaurants. Hotel receptionists are not usually tipped.

(from “*Lifestyle communicative behavioral patterns in the USA*” by O.Tarnopolsky, N.Sklyarenko, 2003, p.74-94)

**TASK 4.** Continuing to prepare the materials for writing your reports on using cabs in the USA answer the following questions. Then present your ideas to the class.

1. Are there any differences between getting serviced in the hotels in Ukraine and in the USA?

1. What are the possible causes of such distinctions, if any?

2. How to behave in the US hotels properly?

**TASK 5.** Get ready for the following discussion on comparing and contrasting communicative behavioral patterns in the USA and Ukraine. Read the following text. Compare the behavioral patterns mentioned in the text with those in Ukraine. After reading you will be requested to discuss the differences in pairs. One of the group should summarize the results of the discussion and make a list of the principal differences.

**MOTELS** are a type of inexpensive hotels specifically designed for motorists (*mo(tor)+(ho)tel=motel*). So, people who come by cars usually stop there, and everything is done to cater to motorists' needs. But you can certainly stop at motel even if you don't have a car, but remember that even good motels are somewhat lower in class than not only expensive but even moderate-price hotels. They are in general rather modest affairs – either a *long two-story building* with a big parking lot and a courtyard or *a collection of semi-detached cottages* with a separate cottage for Reception.

A single or a double room in the motel is practically the same as in the moderate-price hotel, but in the motels doors usually open into open galleries of the second or first floor or into the courtyards – to make easier access to guests' cars parked side by side with a motel.

But the main difference from hotels is in services rendered. They are usually very limited. Often there is no restaurant though a motel may have a snack bar. There is no special Room Service in motels – turn with all your problems and

complaints to Reception. Your relations with the motel are practically limited to your taking a room without expecting any additional services. You will not even find a bellboy to take your baggage to your room and will have to do it yourself whether you want it or not. So, there is practically no one to tip in the motel due to the scarcity of service. On the other hand, you may and should expect your room to be cleaned everyday, with bed clothes and towels regularly changed, and the facilities (air-conditioning, shower, bath, TV-set and telephone, locks etc.) in perfect order.

One more important distinction of motels from hotels is that nobody will be surprised if you just walk in and ask for a room without reserving it beforehand. The price for the room usually doesn't exceed \$40 – \$50.

**APARTMENT HOTELS** – are one of the cheapest type of hotels (\$30-\$40 per night). They are usually small buildings with 10-20 rooms and practically without additional services. There is no restaurant or even a snack bar though sometimes free coffee and a bun is provided in the evening. But you usually have to go for them to the Reception and take them back to your room yourself. There are only single and double rooms and no Room Service. The main distinctive feature of an apartment hotel's room is a *kitchenette* that is always in it. It usually has small electric stove, a cupboard with plates, cups, forks, knives, spoons, a kettle and some other kitchen utensils that let a guest cook her/his food in the room. That is why this type of hotel is called an apartment one.

**YOUTH HOSTELS** are the cheapest kind of temporary lodgings specially designed for young people who need to find beds for the night during a short period of stay in a city or town. You cannot stay in such hostel for longer than a week, but people of all ages are welcomed there. The price is very cheap – about \$10 and you may also pay extra for renting bedclothes. A room usually doesn't have less than 6 beds and often more – so, you'll have to live with a number of strangers. There are no private bathrooms – all shower and toilet facilities are usually “down the corridor”. There are no services, though there often are

opportunities to have a meal (sometimes breakfast), and besides, it is not always allowed to stay in the room in the daytime – only to spent the night there.

**BED-AND-BREAKFASTS** – are just ordinary apartments or rooms in these apartments that reservation agencies rent for their customers from owners. You reserve a room or an apartment on a bed-and-breakfast basis only through reservation agencies (for example, such as “Bed-and-breakfast Network of New York”). They fall into two categories: hosted apartments, a bedroom in the apartment where host is present, and unhosted apartments, entire apartments that are temporary vacant. The unhosted option is scarcer and more expensive. But in general bed-and-breakfasts are considered a money-saving type of logging. Their price is rarely above \$50 per night and may often be even less.

*(from “Lifestyle communicative behavioral patterns in the USA” by O.Tarnopolsky, N.Sklyarenko, 2003, p.74-94)*

**TASK 6.** Check your vocabulary translating the following words into English without looking them up in the texts. Then check yourself by finding these words in the texts.

1. бронювати номер	16. зручності
2. курорт	17. гуртожиток
3. мотель	18. континентальний сніданок
4. послуги	19. центр міста
5. номер-люкс	20. адміністратор готелю
6. попереднє замовлення місця в готелі	21. туалет
7. задній дворик	22. ванна кімната
8. номер для одного	23. невеличка кухонька
9. номер для двох	24. пишноти, розкоші
10. обслуговування кімнат	25. реєстрація при виїзді (з готелю)
11. вигоди	26. реєстрація при в'їзді (до готелю)
12. багаж	27. двір
13. агентство з найму (квартир)	28. швейцар
14. шведський стіл	29. наймана кімната, квартира
15. житло, приміщення	30. коридорний, посильний

**TASK 7.** You are preparing a reference book on American communicative behavioral patterns for the use of Ukrainian visitors to the USA. Read the left column of the table below. Discuss with your partner who is working on the reference book together with you the behavioral patterns of using buses in the USA and write down similar/ distinct behavioral patterns of Ukrainians in the right column of the table.

<b>THE USA</b>	<b>UKRAINE</b>
<p>Booking is usually done by telephoning a hotel, motel or reservation agency that you have chosen from one of the guidebooks. Try to do it as early as possible. It is neither convenient nor customary just to walk into a hotel and say that you want a room because this hotel may have no vacant rooms at the moment and you'll have to wander from hotel to hotel trying to find lodgings somewhere. Even if you manage to find a vacant room and you have enough money to pay for it, you may be refused there if you have not booked in advance. Moreover you may be looked at with suspicion.</p> <p>When reserving hotel accommodations, the following information is to be supplied to the hotel clerk with whom you are negotiating your booking:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. your name (and sometimes permanent address);</li> <li>2. the day of arrival;</li> <li>3. the day of departure;</li> <li>4. what kind of room you prefer.</li> </ol> <p>You can get all the information you want if you do your reservation over the telephone</p>	
<p>When your accommodations are safely booked, on arriving to the city where you are going to stay, try to get local</p>	

<p>guidebook before checking in a hotel. You need it not only for tourist purposes but also for looking if there is a coupon for a discount at your hotel which should be presented before checking in. a hotel coupon entitles the guest of a particular hotel to a certain discount on the price of the room.</p>	
<p>When you finally come to your hotel or motel to check in you should remember that in the US hotels you are not required to produce your passport or any other ID (identification papers). You just tell your name and say that you have got a reservation. On finding your name and reservation information in the computer, the receptionist will simply give you keys to your room. Usually you will be asked to fill in some information card or register and sign it, but some hotels and motels do not request even that. As to payment, it is done at your departure, i.e., when checking out.</p>	
<p>On checking in, it is advisable to inquire whether you should leave the key at the reception when leaving your room. Some American hotels request their guests to do it (but never insist), while some others do not request it at all.</p>	
<p>It should also be remembered that American hotel rooms are mostly opened not with traditional keys but with electronic ones. An electronic key is a plastic card inserted or passed through a special slot in the locking mechanism of the door – this operation unlocks it. Such keys are much safer than traditional ones – it is practically impossible to find a skeleton key. To open such door from inside just turn the inside handle as the door locks only from the outside and not from inside.</p>	
<p>When checking out of a hotel or a motel before departure</p>	

<p>from the city, nothing special needs to be done. Just go down to the reception, say that you are checking out, return your key and pay. Nobody will come to check your room in your presence immediately before departure. Payment in cash will always be welcome if you do not have a credit card. Payment by checks or traveler's checks is also possible.</p>	
---	--

On leaving the hotel don't forget to tip the bellboy, especially if he takes your luggage out.

*(from "Lifestyle communicative behavioral patterns in the USA" by O.Tarnopolsky, N.Sklyarenko, 2003, p.74-94)*

**TASK 8.** Do the following test.

1. Hotel accommodations in the USA
  - a) are usually booked in advance;
  - b) are not pre-booked because there is no problem in reserving a room in any hotel;
  - c) are usually found by the tourist wandering from hotel to hotel asking for a vacant room.
2. Reservations are usually done
  - a) by writing a letter;
  - b) over the telephone;
  - c) either over the telephone or by writing a letter (both variants are possible)
3. Hotels are usually located
  - a) at the outskirts;
  - b) outside the city limits;
  - c) nearer to the city center (downtown).
4. The prices for the room in the hotel
  - a) are standard for each class of hotel;

- b) vary greatly depending on the class of the hotel, what services, amenities it has to offer etc.;
  - c) are established in checking in while communicating with the receptionist.
5. Lights in the hotel room are usually
- a) hanged in the ceiling;
  - b) placed on the walls, table etc. in order to save electricity;
  - c) broken.
6. Phone calls from your room
- a) are paid separately except for the cases when you make a call inside the hotel;
  - b) are free;
  - c) are cheaper than those made from a public telephone booth.
7. Candies
- a) is a name for all kinds of sweets;
  - b) is a name for all kinds of sweets, especially those that are not made of chocolate;
  - c) is a name for a special dish made of fish;
8. The name “bathroom” is used for
- a) indicating washing facilities;
  - b) indicating toilet facilities;
  - c) indicating both toilet and washing facilities.
9. People who serve you in the hotel
- a) are to be tipped except for the hotel receptionist;
  - b) are not to be tipped at all;
  - c) are to be tipped except for the bellboy;



#### 10. Motels

- a) are a type of hotels which satisfy only the needs of motorists;
- b) are very expensive type of hotels;
- c) are a type of inexpensive hotels specifically designed for motorists, but even if you don't have a car you may stop there;

#### 11. Apartment hotels

- a) are small buildings with 10-20 rooms and practically no additional services; they are cheap but provide all the services of moderate-price hotels;
- b) are small buildings with 10-20 rooms of luxury class; they are very expensive as well as comfortable kind of accommodation;
- c) are small buildings with 10-20 rooms, practically no additional services, in the hotel's room there is always a kitchenette where the guest may cook the food him/herself.

#### 12. Youth hostels

- a) provide their guests of all ages with no services, rooms for not less than six beds and conveniences "down the corridor";
- b) are designed only for the young people who need to find beds for a night for a short period of stay in the city;
- c) are designed for those young people who want to save their money and get all the spectrum of services;

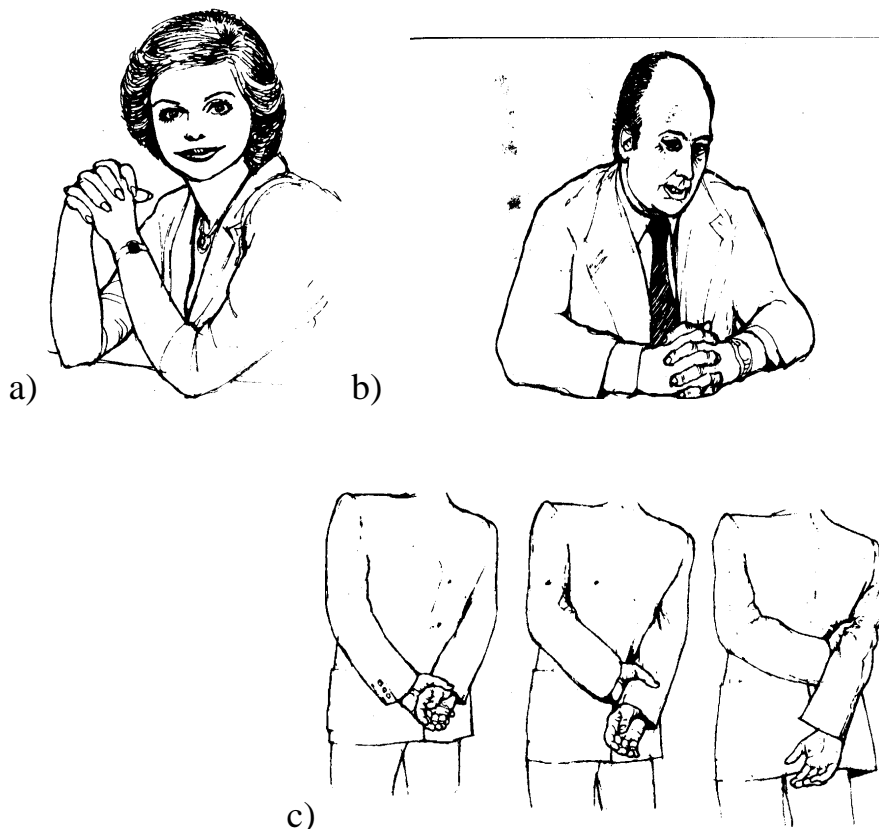
#### 13. Bed-and-breakfasts

- a) are always reserved in advance; they are apartments that reservation agencies rent for their customers from owners;
- b) aren't necessarily booked in advance;
- c) are rented by the tourists themselves on arrival to the USA directly from owners who offer such service in the stations or airports.

**TASK 9.** You are going to take part in the discussion on solution of different problems between American and Ukrainian students. Try to explain the meaning of the phrase “to handle failure” from the point of view of Americans and Ukrainians.

**TASK 10.** Watch the fragment of the film and try to suggest the meaning of the characters’ gestures. Explain each gesture to the group trying to imitate culture-specific gestures.

**TASK 11.** Look at the following pictures and try to explain what these gestures mean. Decide if these gestures have different meanings in different cultures. Share your opinion with the class.



**TASK 12.** Students A and B receive card containing the following task: You are two friends arguing about where to go. A wants to go to the cinema and B wants to go to the theatre. As you cannot reach the agreement you are having a quarrel. Role play this situation paying special attention to the gestures you use in

*order to persuade your friend, to express your disagreement and dissatisfaction, and to make it up.*

*The rest of the group is going to watch this role-play and analyze all the gestures of the speakers. The students are supposed to identify what gesture was the sign of starting the conflict and the gesture accompanying conflict settlement.*

**TASK 13.** *Write a short (100 words) composition on the results of your discussion in the class.*

**TASK 14.** *Discuss common and distinctive features of the process of finding a temporary accommodation/behavior in the hotels in the USA and Ukraine. Which of the distinctive features do you find the most embarrassing and why?*

**TASK 15.** *Try to guess and summarize some typical differences in stereotypes of Americans and Ukrainians related to hotels and other temporary lodgings. Make a short list of such differences and possible ways of coping with them. Note positive and negative stereotypes. Discuss if positive stereotype of one country could be negative for the other. One of the students shall be the leader of the discussion.*

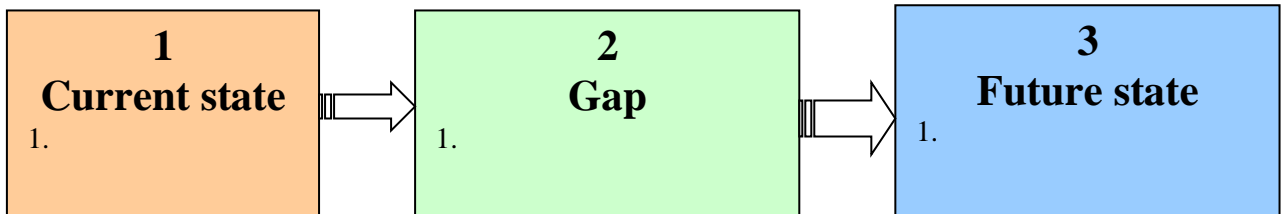
**TASK 16.** *Work in pairs or small groups (maximum 4 students). Read the following description of sample situation.*

**Sample situation.** *You are Ukrainian and you came to the USA on business (as a tourist). You need to find temporary accommodation. Role-play the wrong behavior of an Ukrainian tourist and the reaction of the Americans (for instance you are haven't booked a room in advance, didn't tip the porter etc.). Optionally try to reverse the situation: An American coming to Ukraine and trying to find temporary accommodation and demonstrating a "wrong" kind of behavior.*

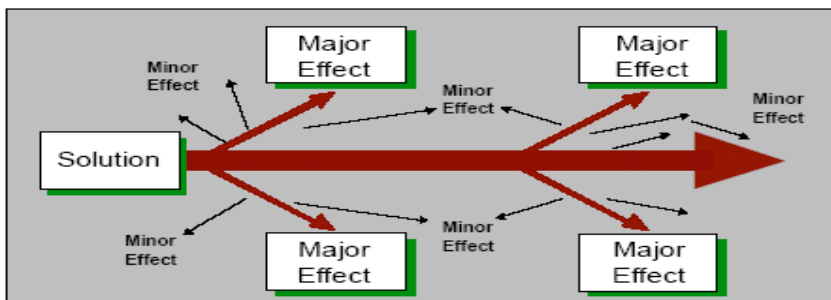
*Invent the situations of your own using a sample situation as an example. Then role-play it before the class.*

**TASK 17.** *Perform gap analysis of the previous role-play identifying the steps necessary for improving communication with your American colleagues in the*

lists. the first list indicates the current state of the situation (i.e. each wrong behavior causing communicative failure), the third one –future state of the situation (i.e.correct behavior in this situation). In the second list you should indicate the steps necessary to avoid corresponding unpleasant situation.



**TASK 18.** Try to prognosticate the results of the decision about the communicative behavior shown during the previous discussion. Draw the diagram showing interdependences and the order of priority of such results making use of the skeleton given below.



**TASK 19.** Home-task. Search the Internet to find some interesting facts related to the information already known to you on the basis of the previous discussions. Then orally present the results of your search to the class.

## Unit 7

### TRAVELING

**TASK 1.** *You are going to make a report about traveling in the USA and Ukraine. Before starting to prepare for your report check your knowledge. Try to finish the following statements without reading the texts below.*

1. When you intend to travel by a long-distance bus you should come to the bus station....
2. Seats in the US trains are....
3. After the landing the passengers of the plane usually....

**TASK 2.** *You are requested to write an essay about traveling in the USA. Try to do the following test without reading the texts below. Then read the texts and correct your mistakes, comparing the situations described there with those in this country.*

1. Coaches:
  - a) are used for traveling about the country;
  - b) are used for moving in megalopolises;
  - c) are used for traveling from country to country.
2. To purchase tickets in the USA it's better for you to:
  - a) call a travel agent and order tickets which will be delivered to you;
  - b) go to the station or the airport yourself and buy tickets;
  - c) go to the post office and order tickets there.
3. Seats in the trains in the USA
  - a) are designed so that the passengers sit during the trip;
  - b) are designed like those in the trains in this country;
  - c) are designed so that the passenger may either seat or lay during the trip.
4. Shuttle flight:
  - a) is the flight for which you do not need to book tickets before departure;
  - b) is the flight for which you book tickets 10 days before departure;

c) is the flight to the space.

**TASK 3.** *Read the following text to gather the materials for your future essays. Compare the situation with traveling by long-distance bus in the USA and in this country. Discuss these differences in your group and make a list of main ones.*

### **TRAVELLING BY LONG-DISTANCE BUS (COACH)**

Traveling by long-distance bus is the cheapest way of moving about the country. American long-distance buses are exceptionally comfortable – with reclining seats, air conditioning and even tiny restrooms. The prices are usually average depending on the distance – but they are about two times lower than on the railways and many times lower than air travel prices.

You may get all the information you need (prices, long-distance bus schedules etc.) by calling your city bus terminal inquiry service or by going to the terminal in person and making the inquiries there. As to purchasing bus tickets, it is usually done by going to the bus terminal in person and sometimes even standing in a line there. Such lines, which are never long and hardly ever take more than a quarter of an hour of your time, are always barriered off by thick ropes hanging from waist-high poles. They are stretched to prevent people in line from being in the way of other people at the terminal and vice versa. Standing within this rope barrier do not approach too close to the person in front of you (it's the general rule of standing in American lines) – keep your distance of at least 2 outstretched arm's length. When the person in front of you is already talking to one of the ticket clerks, don't approach them until the preceding person has left.

There is optional way of reserving bus tickets in advance by telephone – the tickets will be delivered to your home or office by mail. But it is possible only if you reserve tickets 10 days before departure.

The best policy with long-distance bus tickets as with any tickets is buying not a single ticket but a **round trip** one. It is the general rule for all kinds of transport that the **single tickets** (one to your destination and one to you return

home) cost much more than round trip ticket allowing you to travel there and back. There are 2 types of round trip tickets: 1) the date of your return is already indicated in the ticket – this kind is cheaper; 2) round trip tickets with an open date – you will have to date it at the bus terminal before departure and to pay extra sum for it.

When you are purchasing your bus tickets, you will get them from the ticket clerk in a special envelope or folder. On its face side you'll see the logo of the bus company (*a symbol, design or a particular form of lettering of a trade mark*). Besides the logo, there you'll find special space for the ticket clerk to write the **gate number** where you can board your bus (*gates are usually exits to buses, planes etc. from the terminal*) and the time of your departure. When you unfold the envelope or the folder, you'll see different instructions for the passengers. If you have bought a round trip there also will be 3 tickets. **One** is for your travel to your destination, the **second** one is for travel back, and the **third** one is a passenger's receipt. All the three tickets are absolutely identical – only in the passenger's receipt it is indicated that it is not good for travel. A seat number is not specified in the tickets since passengers of American long-distance buses take those seats that are free at the moment of their boarding. When you are boarding the bus to your destination, your first ticket will be taken by the bus driver, and the second one on your way back – so that when your journey is over, you will have only the passenger's receipt left.

Long-distance bus companies request their passengers to arrive to the bus station 45 minutes before scheduled departure time. First of all, it is necessary to check in your baggage if you have it. It is not allowed to take heavy baggage with you into the bus – only small packages are permitted and those should be placed under the seat or on the overhead rack. The other baggage is checked in with a baggage clerk at the terminal who gives you a baggage receipt stuck on your ticket folder or envelope and then sent to the baggage compartment of the bus. On arrival to your destination, show the baggage receipt to a clerk meeting the bus, and you'll

get your baggage back. Besides if the weight of your baggage is excessive, you'll have to pay extra for it.

*(from "Lifestyle communicative behavioral patterns in the USA" by O.Tarnopolsky, N.Sklyarenko, 2003, p.132-154)*

**TASK 4** *Continuing to prepare the materials for writing your reports on using cabs in the USA answer the following questions. Then present your ideas to the class.*

*1. Are there any differences between traveling by long-distance bus in Ukraine and in the USA?*

*1. What are the possible causes of such distinctions, if any?*

*2. How to order tickets and behave in the bus stations the USA properly?*

**TASK 5.** *Get ready for the following discussion on comparing and contrasting communicative behavioral patterns in the USA and Ukraine. Read the following text. Compare the behavioral patterns mentioned in the text with those in Ukraine. After reading you will be requested to discuss the differences in pairs. One of the group should summarize the results of the discussion and make a list of the principal differences.*

### **TRAVELLING BY PLANE**

**Tickets.** Tickets for plane are most often purchased from travel agents. The services of travel agents are cheap, so, you shouldn't be afraid of extra charges when requesting such services. To book tickets you have either to go to the travel agent's office in person, or you may do booking over the telephone. You may pay to the agent in cash, by the credit card or by sending him a check.

There are some flights for which you don't need to book tickets before departure. It is so called *shuttle flights* between Boston, New York and Washington D. C.. The planes for such flights depart every hour or as soon as they



are filled with passengers. To board such plane a passenger should just pay his/her fare in the plane itself.

Plane tickets are always delivered in folders/envelopes identical to those used for bus tickets. The flight and gate number are written on the face side of the folder by a clerk and a baggage receipt is stuck on it. Inside the folder not only a pocket for holding tickets can be found but also some important information and instructions for passengers. In the pocket of the folder you'll find your ticket book. Next you can find a passenger receipt. Tickets for plane are very similar to those for buses, but you can't board your plane with such a ticket. Tickets for boarding are obtained at checking in when the clerk detaches one of the tickets from your ticket book and gives a ticket for boarding instead – usually inserted in the slot on the face side of the ticket folder. Sometimes the number of gate for boarding is also shown in the ticket though usually the clerk writes it on the folder. Pay attention to the seat number on the ticket. It usually consists of a digit and a letter. *The digit is the number of the row and the letter is the number of the seat.* In the plane operating a domestic flight there are usually 6 seats in one row, 3 on the one side and 3 on the other (A and F are window seats, C and D are aisle seats, and B and E are middle seats).

In the ticket there are 2 parts, each detachable from the other. The bigger left part will be detached at boarding – leaving you the right part which is called the “boarding pass”, it should be kept until the end of your flight. Using boarding pass you can leave your plane during the stop, spend the time at the airport, and then return just showing the pass.

**Checking in for the flight.** As to checking in for the flight, there are 2 places where you can do it. One is in the big concourse at the entrance of the terminal where you just have to find the counter of your airline and check in. The other is at the boarding gate to your plane. It's recommended to use the first way. The baggage is checked after checking in, so, if you don't check in on entering the terminal, you will have to carry your baggage with you all the way to the boarding

gate, which is very inconvenient. The other reason is that the boarding check-in point is in principle designed for checking in only late-comers.

When you came to our airline's desk to check in, you are supposed to give your ticket folder to the clerk. After she/he finds your reservation in the computer, you are sure to be asked for a "*picture ID*". It means that you are requested to show some identification paper with your photo. After it has been show, the clerk will start typing out your ticket for boarding. Sometimes you may be asked whether you prefer your seat in a smoking or non-smoking area of the plane, and then you may choose. But remember, if there is no smoking area in the plane you will have to bear it patiently. Trying to smoke in non-smoking areas, on a non-smoking flight, etc. entails heavy fines. What you are sure to be inquired about at checking in is whether you prefer your seat at the window or at the aisle. When your ticket for boarding is issued for you, check whether the number of the gate to board is indicated and ask the clerk for all the boarding information that you need.

After that, your baggage should be checked. You don't need to carry the baggage in your hands but can find a cart to moving it. Such carts are everywhere. You may use it either for free in some of the airports or you will have to pay \$1 for a cart in the others. Remember that only 30kg of your baggage will be free of charge. And you will have to pay a lot for every pound of excess weight. You don't have a right to take your luggage with you into the plane. The only things that you may carry with you is sometimes like your overcoat and a small bag or a briefcase where you are advised to place everything valuable. When your baggage is being checked in, the number of the so called "security questions" may be asked. It is practically always done on international flights. These is a standard series of questions such as "Have you packed your baggage yourself?", "Has anybody else helped you to pack it?", "Do you have anything in your baggage belonging to other people?", etc. these questions are asked to make sure that nothing bad has been planted into your baggage.

When checking in is over, you will usually have some free time. But remember that if you do not present yourself for boarding within 2 minutes after the last call for passengers announced on radio, you may not be able to board at all.

***Boarding the plane.*** When the boarding is announced, you should approach the clerk who collects tickets for boarding and tears off boarding passes that are given to passengers. Then you may enter the plane. But do your boarding strictly in turn. First disabled people are called to board, then it is the turn of mothers and families with small children followed by the first class passengers. All the other passengers standing in line come last.

When you have boarded and found your seat, put your hand luggage into the overhead bin or under the front seat at once. Do not hold it on your knees or under your feet – it is against regulations. During the flight try not to leave your seat without a real need.

When the flight is over and the plane lands, you will often hear all the passengers applauding the crew and its captain on the safe and successful landing.

After landing and leaving the plane, the first thing you have to do is to find “Baggage claim area (zone)” to get your checked in baggage back. There you will see a number of carousels on which baggage is transported from the planes that have arrived. “Your” carousel is the one where you will read the number and departure point of your flight on the screen over it. The baggage from the flight just arrived usually begins to come about a quarter of an hour or twenty minutes after the plane’s landing. Watch carefully for your baggage on the carousel, and pick it up as soon as it appears. And always keep your luggage receipt (ticket) ready. If anything goes wrong call an employee, show your luggage ticket and ask for help.

*(from “Lifestyle communicative behavioral patterns in the USA” by O.Tarnopolsky, N.Sklyarenko, 2003, p.132-154)*

**TASK 6.** Check your vocabulary translating the following words into English without looking them up in the texts. Then check yourself by finding these words in the texts.

1. політ	16. відкрита дата
2. поїзд	17. подорож
3. реєстрація на літак	18. розклад руху поїздів
4. автобус для поїздки на довгі відстані	19. залізнична станція
5. сідати на літак/поїзд	20. провідник
6. термінал	21. агенти з подорожей
7. прибуття	22. шатлові перельоти
8. відправлення	23. місця, де паління заборонено
9. багаж	24. бокове сидіння у літаку
10. аеропорт	25. зона отримання багажу
11. безкоштовно	26. екіпаж літака
12. охорона	27. квитанція пасажира
13. комплект квитків	28. вихід
14. квиток в обидва кінці	29. логотип
15. квиток в один кінець	30. перший клас

**TASK 7.** You are preparing a reference book on American communicative behavioral patterns for the use of Ukrainian visitors to the USA. Read the left column of the table below. Discuss with your partner who is working on the reference book together with you the behavioral patterns of using buses in the USA and write down similar/ distinct behavioral patterns of Ukrainians in the right column of the table.

<b>THE USA</b>	<b>UKRAINE</b>
Traveling by train is not faster than traveling by bus and not much more convenient and cheap.	
A railway stations are not grand and impressive buildings (such stations are only in some of the megalopolises) – they are often very modest affairs.	

<p>Train tickets are purchased mainly through a travel agent. They are delivered to you by the agent and the fare is also paid to him.</p>	
<p>Trains usually offer two classes – the first class and coach. These two classes of carriages look like two rows of reclining seats, more comfortable and spacious in the first class and less in the coach.</p>	
<p>In American train you travel sitting and not lying however great a distance it is. When a passenger wants to sleep she/he tilts her/his reclining seat back and moves out a feet support from under the seat. A conductor will give you a small pillow and thin blanket if you request it.</p>	
<p>When you come to the railway station to board your train, you may check in your baggage and get it back on leaving the train by showing your luggage ticket. But you may also take your luggage with you to your coach – there is special place for it inside.</p>	
<p>On the passenger's ticket only the number of the coach is usually indicated and inside the coach the passenger may take any vacant seat se/he wants. The conductor checks and collects tickets when the passengers are already seated.</p>	
<p>On taking a passenger's ticket, the conductor usually fastens on a baggage rack over the passenger's head a slip of paper with the first letter of the city/town where the person is to get off the train (in order to warn the passenger in time to be ready for getting off)</p>	
<p>If you are a smoker, take your ticket to one of the smoking cars, which can be found in some trains. But most trains are</p>	

already totally nonsmoking and trying to smoke in them means heavy fines.	
<i>(from "Lifestyle communicative behavioral patterns in the USA" by O.Tarnopolsky, N.Sklyarenko, 2003, p. 132-154)</i>	

**TASK 8.** Do the following test.

1. A coach (here):
  - a) is a long-distance bus;
  - b) is an instructor, tutor;
  - c) a cab, carriage.
2. Round trip ticket allows you:
  - a) to travel about the country;
  - b) to travel there and back;
  - c) to travel round the world.
3. A logo:
  - a) is the name of a bus company;
  - b) is the name of the kind of the trip;
  - c) is a symbol, a particular form of lettering of a trade mark.
4. The gate (here):
  - a) is exit to buses, planes etc. from the terminals;
  - b) is the pass through the mountains;
  - c) is the number of watchers at the stadium.
5. When you are purchasing your bus tickets, you'll get them:
  - a) from the ticket clerk in a special envelope or folder;
  - b) from the tourist guide;
  - c) from the bus driver.
6. If you've bought a round trip, the envelope will contain:
  - a) one ticket;
  - b) two tickets;

c) three tickets.

7. A seat number in the bus:

- a) isn't specified in the ticket, so the passengers take those seats that are free at the moment of boarding;
- b) is specified in your ticket and cannot be changed;
- c) is specified by the bus driver or a guide when you board the bus.

8. The seat number on the boarding ticket for the plane:

- a) usually consists of a digit and a letter;
- b) usually consists of two digits;
- c) usually consists of two letters.

9. "Picture ID" is:

- a) an identification paper with photo;
- b) your identification data;
- c) "Internet-draft" (your Internet documents).

10. Smoking in the plane:

- a) is totally prohibited;
- b) is permitted only in the smoking areas if they are present onboard;
- c) is allowed everywhere.

11. "Baggage claim area (zone)":

- a) is the place in the airport where get your checked in baggage back;
- b) is the place in the airport where you may express your complains concerning baggage;
- c) is the place in the plane where your baggage is placed.

12. When you've boarded the plane and found your seat, you:

- a) should leave all your luggage in the special area in the plane;
- b) should carry your baggage on your knees, or under your feet;
- c) should out your baggage into the overhead bin or under the front seat.

13. When the flight is over:

- a) the passengers usually applaud the crew for successful landing;

- b) the passengers usually take a bow to the crew;
- c) the passengers and crew members usually shake hands.

14. It is customary for the passengers:

- a) to arrive to the bus/train station or to the airport several minutes before the departure time;
- b) to arrive to the bus/train station or to the airport long before the departure time;
- c) to arrive to the bus/train station or to the airport in a hurry often missing the train.

15. You can check in for your flight (two answers are possible):

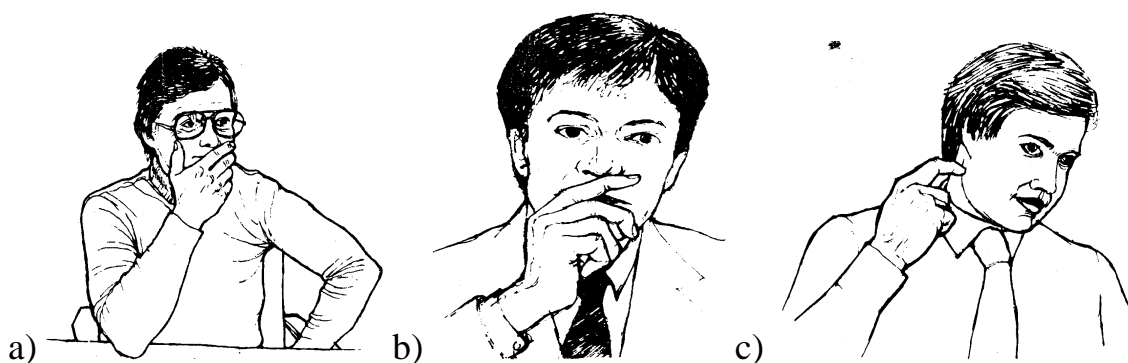
- a) at the concourse at the entrance to the terminal where all the airlines have their desks;
- b) at the boarding gate to your plane;
- c) when you are boarding the plane.

***TASK 9.** You are going to take part in the discussion on being successful between American and Ukrainian students. Try to explain the meaning of the phrase “Being-the-Best-Biography Book” from the point of view of Americans and Ukrainians.*

***TASK 10.** Watch the fragment of the film and try to suggest the meaning of the characters’ gestures. Explain each gesture to the group trying to imitate culture-specific gestures.*

***TASK 11.** Look at the following pictures and try to explain what these gestures mean. Decide if these gestures have different meanings in different cultures. Share your opinion with the class.*





**TASK 12.** Students A and B receive card containing the following task: You are two friends talking about your business. A tells about how is she/he going and B feels that she/he is not telling the truth. As you cannot trust each other you are having a quarrel. Role play this situation paying special attention to the gestures you use in order to persuade your friend, to express your disagreement and dissatisfaction, and to make it up.

The rest of the group is going to watch this role-play and analyze all the gestures of the speakers. The students are supposed to identify what gesture was the sign of starting the conflict and the gesture accompanying conflict settlement.

**TASK 13.** Write a short (100 words) composition on the results of your discussion in the class.

**TASK 14.** Discuss common and distinctive features of traveling in the USA and Ukraine. Which of the distinctive features do you find the most embarrassing and why?

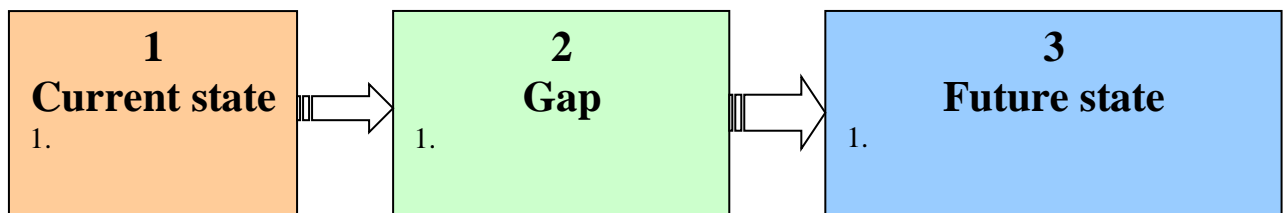
**TASK 15.** Try to guess and summarize some typical differences in stereotypes of Americans and Ukrainians related to traveling. Make a short list of such differences and possible ways of coping with them. Note positive and negative stereotypes. Discuss if positive stereotype of one country could be negative for the other. One of the students shall be the leader of the discussion.

**TASK 16.** Work in pairs or small groups (maximum 4 students). Read the following description of sample situation.

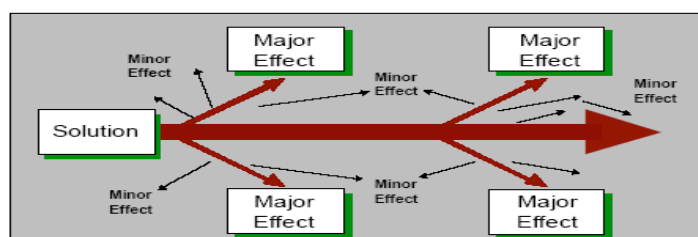
**Sample situation.** You are Ukrainian and you came to the USA on business (as a tourist). You try to get to your destination by long-distance bus/plane/train. Role-play the wrong behavior of an Ukrainian tourist and the reaction of the Americans (for instance you want to take all your luggage in the passengers compartment in the plane arguing with the crew members etc.). Optionally try to reverse the situation: An American coming to Ukraine and using different kinds of traveling facilities and demonstrating a “wrong” kind of behavior.

Invent the situations of your own using a sample situation as an example. Then role-play it before the class.

**TASK 17.** Perform gap analysis of the previous role-play identifying the steps necessary for improving communication with your American colleagues in the lists. the first list indicates the current state of the situation (i.e. each wrong behavior causing communicative failure), the third one –future state of the situation (i.e.correct behavior in this situation). In the second list you should indicate the steps necessary to avoid corresponding unpleasant situation.



**TASK 18.** Try to prognosticate the results of the decision about the communicative behavior shown during the previous discussion. Draw the diagram showing interdependences and the order of priority of such results making use of the skeleton given below.



**TASK 19.** *Home-task. Search the Internet to find some interesting facts related to the information already known to you on the basis of the previous discussions. Then orally present the results of your search to the class.*

## Unit 8.

### COMMUNICATIONS

**TASK 1.** *You are going to make a report about making a call in the USA and Ukraine. Before starting to prepare for your report check your knowledge. Try to finish the following statements without reading the texts below.*

1. Calls in the USA are charged....
2. All the phone apparatus in the USA are...
3. Zip-codes in the USA usually consist of ....

**TASK 2.** *You are requested to write an essay about communication matters in the USA. Try to answer the following questions without reading the following texts. Then read the following texts and correct your mistakes, comparing the situations described there with those in this country.*

1. What is connect call?
2. What is “person-to-person” call?
3. What is the emergency number in the USA?

**TASK 3.** *Read the following text to gather the materials for your future essays. Compare the situation with the making different calls in the USA and in this country. Discuss these differences in your group and make a list of main ones.*

#### **MAKING A CALL IN THE USA.**

Telephoning is perhaps the most important type of communications for any visitor to the USA – as nobody can do without it. First of all you will have to use public pay phone located everywhere in the city. There are different type of them but a visitor will most probably mainly use simple public coin-operated telephones where you just drop in a coin and dial your number. If you are making a **local call**, the coin to be dropped is 25c since the charge is from \$0.25 to \$0.5 per one call. But if it is a long distance (intercity) it an international call (you can make such call from any public pay phone), the deposit of coins to be dropped in before making it is much greater. You may have to drop coins for \$3 or more to make it.

So, before dialing the number drop coins in to the amount of several dollars. If what you dropped is not enough for a deposit, after you dial the number, the recorded voice of the operator will tell you what deposit sum is required. Add lacking coins and dial again.

You can use the services of an operator to make a long distance call but it will be more expensive and quite unnecessary because all calls may be made direct. So it's better to turn to the operator only for assistance – in this case dial “0” which is the number for the operator to answer.

There are also two kinds of calls that worth mentioning: “*collect calls*” and “*person-to-person*” calls. Making them you cannot do without the services of the operator. “*Collect call*” is a call billed not to the caller but to the person called. Before such calls, an operator dials the person to be called and asks her/him whether she/he agrees to have a collect call. “*Person-to-person*” call is the type of call that incurs a charge only if the person you want to speak to is present. They are not charged at all if she/he is absent even if the telephone is answered. You can save about 35% of the cost of your long-distance call if you make them after 5 PM and about 60% if you call between 11PM and 8 AM, all day on Saturdays and until 5 PM on Sundays.

To know the local number you need to call, use the telephone directories that can be found in every public telephone booth. They are of 2 kinds – “*white pages*” and “*yellow pages*”. In the “*white pages*” individuals, organizations, businesses are listed alphabetically by their names. In the “*yellow pages*” they are listed by their business, profession, or occupation. You may also find out a local number by dialing “**411**” (it is the Information service) or a long-distance number by dialing the city (area) code and then **555-1212**.

All telephone numbers in the USA consist of *10 digits*. First *3 digits* is an *area code* (it is written in parenthesis “( )” and not dialed if you are calling from the same area), then follows the *local exchange number* that also consists of *3*

*digits* (sometimes 2 letters and 1 digit), and finally the number of the individual subscriber closes the number row.

If there is an emergency and you don't know the number to call for help in a given area, dial "0" and ask the operator. But in many cities "911" is the number to call in all emergencies, and this number can be dialed without coins from a pay phone.

Telephone is very important for getting information from different inquiry services. Practically every big organization has a special information service that you can call to make inquiries. But you always talk to a recorded speaker and not to a live operator. Such automation is based on the fact that in America there are practically no more telephones with a disk that you turn to dial a number. All telephones are the so called *touch phones*, i.e. with keys that you press or touch. So, if you call some information service, you will hear a recorded speaker's voice suggesting to touch certain digits to get certain kinds of information. When you touch appropriate digit, you will hear another recorded operator's voice. Finally you will get to the particular information you need and hear it without yourself asking a question or saying a word. The digit to touch or the number to dial for calling the human operator is always told last in the list mentioned before.

*(from "Lifestyle communicative behavioral patterns in the USA" by  
O.Tarnopolsky, N.Sklyarenko, 2003, p.155-159)*

**TASK 4.** *Continuing to prepare the materials for writing your reports on using cabs in the USA answer the following questions. Then present your ideas to the class.*

- 1. Are there any differences between making a local/intercity/international call in Ukraine and in the USA?*
- 2. Are there any differences between customs regulations in the USA and Ukraine?*
- 3. What are the possible causes of such distinctions, if any?*

4. *How to make different kinds of calls in the USA properly?*

**TASK 5.** *Get ready for the following discussion on comparing and contrasting communicative behavioral patterns in the USA and Ukraine. Read the following text. Compare the behavioral patterns mentioned in the text with those in Ukraine. After reading you will be requested to discuss the differences in pairs. One of the group should summarize the results of the discussion and make a list of the principal differences.*

Customs and immigration regulations in the USA are in the main the same as the world over. But getting the entrance visa to the country is often more difficult. There are various types of visas depending on the purposes and conditions of entrance. When planning to visit the USA, on making inquiries, you will be informed what kind of visa you need and what are the conditions of getting it – so. It is necessary to consider it here. But some specific facts concerning entering and leaving the country (when you have already got the visa) had better be remembered.

One should be ready to answer a lot of questions from the immigration officer on entering the USA. They concern the purposes of coming, the length of stay, the scheduled time of departure, whether housing in the USA is provided and what is the address of it, how much money is at the disposal of the person who has arrived, etc. the answers should be as precise as possible.

A visitor gets so called “white card” at the port of entry (the official name for the city where a visitor enters the USA). It should be kept carefully until departure since it has to be returned on leaving. You will have problems if you lose it.

No foreigner (they are called aliens) has a right to work in the USA without a special permission. For a legal permanent resident of the country who is not its citizen this right is given by the so called “green card”. For a non-resident alien

only certain types of visas give this right. If you don't have an official permission to work, you had better not attempt to find a job.

When entering the country, you are not allowed to take any foodstuffs in. remember that if you have anything eatable in your baggage, it will be confiscated by the customs officers.

On the other hand it is recommended to have your regularly taken medicines with you, as well as a supplementary pair of glasses (they are very expensive in the USA) and other things that you cannot do without – to avoid unnecessary expenses and problems of getting just what you are used to.

If you are carrying presents for anybody in the USA, remember that you must declare all the presents at the customs as well as their cost. It is better to have the cost of your presents limited to \$400 – otherwise, you may have to pay the customs duty for the excess sum.

You can carry any amount of money (cash included) into the country, but if the sum is big and you plan to take a great part it out on leaving, it is better to declare it when entering.

There are also no limitations on taking money out of the country. But if the sum is big especially if it is greater than the sum taken in , you may have to answer questions about the sources of its origin at the time of leaving the USA.

*(from "Lifestyle communicative behavioral patterns in the USA" by O.Tarnopolsky, N.Sklyarenko, 2003, p.155-159)*

**TASK 6.** Check your vocabulary translating the following words into English without looking them up in the texts. Then check yourself by finding these words in the texts.

1. індекс

2. поштова скринька

3. адресат

4. марка

5. наклеювати марки

16. міжміський дзвінок

17. швидка допомога

18. телефонний довідник, в якому особи та організації вказані у алфавітному порядку

19. дзвінок, що оплачується за рахунок особи, якій телефонують

20. дзвінок, який тарифікується лише у



<i>6. оператор</i>	<i>разі присутності особі, якій телефонують</i>
<i>7. міжнародний дзвінок</i>	<i>21. цифри</i>
<i>8. набирати номер</i>	<i>22. штат</i>
<i>9. швидка допомога</i>	<i>23. задекларувати</i>
<i>10. конверт</i>	<i>24. рахунок за телефон</i>
<i>11. поліція</i>	<i>25. зелена картка</i>
<i>12. екстрений випадок</i>	<i>26. митниця</i>
<i>13. відсилати листи</i>	<i>27. телефонний довідник</i>
<i>14. щілина</i>	<i>28. телеграма</i>
<i>15. пошта (кореспонденція)</i>	<i>29. натискати кнопки</i>
	<i>30. поштове відділення</i>

**TASK 7.** *You are preparing a reference book on American communicative behavioral patterns for the use of Ukrainian visitors to the USA. Read the left column of the table below. Discuss with your partner who is working on the reference book together with you the behavioral patterns of using buses in the USA and write down similar/ distinct behavioral patterns of Ukrainians in the right column of the table.*

<b>THE USA</b>	<b>UKRAINE</b>
Letters in the USA are addressed just in the same way, as it is required in this country now. In the bottom right-hand corner the addressee's name and address is written (number of the house, names of the street, city and state with a zip-code) while your name and address should be written in the same order in the top left-hand corner.	
It is important to write the name of the state and a zip code, otherwise your letter may not be delivered. An American <b>zip code</b> consists of two groups of digits – five and four separated by a dash (e.g. 20005-3009). The names of the states are usually indicated by two block letters (though you may write them in full if you like).	

<p>In America you always buy stamps and envelopes separately and stick stamps on yourself. The number and price of stamps strictly depends on the weight of the letter.</p>	
<p>You may buy stamps and envelopes at post offices that are recognizable by the American flag before them. Their regular opening hours are 9 AM to 5 PM, Monday through Friday, 9 AM to 12 PM on Saturdays.</p>	
<p>Mail boxes to drop your letters in can be found all over the town. They are blue but don't hang on walls as our mail boxes. American mail boxes are always big and stand on the sidewalk at its very curb. It is because they usually have two slots for dropping letters in – one side facing the road for drivers to use without getting out of their cars.</p>	
<p><i>(from “Lifestyle communicative behavioral patterns in the USA” by O.Tarnopolsky, N.Sklyarenko, 2003, p.155-159)</i></p>	

**TASK 8.** Do the following test.

1. Using public telephones to make a call you

- a. drop in a coin and dial your number;
- b. drop in a token and dial the number;
- c. insert a telephone card and dial the number.

2. You can make an international call

- a. only from the post office;
- b. only from your apartments using the services of the operator;
- c. from any public pay phone.

3. A “collect call”

- a. is a call billed to the caller;
- b. is a call billed not to the caller but to the person called;
- c. is a call that incurs a charge only if the person you want to speak to is present.

4. A “person-to-person” call
  - a. is the type of call that incurs a charge only if the person you want to speak to is present;
  - b. is the type of call that is free of charge;
  - c. is the type of call that can be made without operator’s assistance.
5. “White pages”
  - a. is a telephone directory that lists individuals by their business, profession etc.;
  - b. is a telephone directory that lists individuals, organizations etc. alphabetically by their names;
  - c. is a telephone directory that lists individuals, organization etc. by their addresses.
6. “Yellow pages”
  - a. is a telephone directory that lists individuals by their business, profession etc.;
  - b. is a telephone directory that lists individuals, organizations etc. alphabetically by their names;
  - c. is a telephone directory that lists individuals, organization etc. by their addresses.
7. Touch phones
  - a. are the phones with keys that you press to dial the number;
  - b. are the phones that dial the number automatically after you touch one of the keys;
  - c. are the phones operated by your voice.
8. When you dial the information service number:
  - a. you talk to a human operator asking him/her about all the information you need;
  - b. you hear the recorded speaker’s voice and after touching some digits you listen to the information you need;
  - c. you hear the recorded speaker’s voice and then talk to a human operator.
9. All phone numbers in the USA have

- a. 10 digits;
  - b. 5 digits and 2 letters;
  - c. 12 digits;
10. "911" is the number to call
- a. only for ambulance;
  - b. only for police;
  - c. in all emergencies.
11. "411" is the number of:
- a. information service;
  - b. ambulance;
  - c. police
12. Letters in the USA are addressed in the following way:
- a. in the bottom right-hand corner the addressee's name and address is written; your name and address is written in the top left-hand corner;
  - b. in the bottom left-hand corner the addressee's name and address is written; your name and address is written in the top right-hand corner;
  - c. in the bottom left-hand corner the addressee's name and address is written; your name and address is written in the top left-hand corner.
13. American zip code consists of:
- a. 2 groups of digits – five and four separated by the dash;
  - b. 3 groups of digits – five, two and two separated by the dash;
  - c. nine digits, first five are in parenthesis.
14. The names of the states:
- a. are not indicated;
  - b. are indicated by two block letters;
  - c. are indicated by first 3 letters of the name of the state.
15. When you purchase an envelope for your letter:
- a. it usually has a stamp on it;
  - b. you should buy stamps separately;

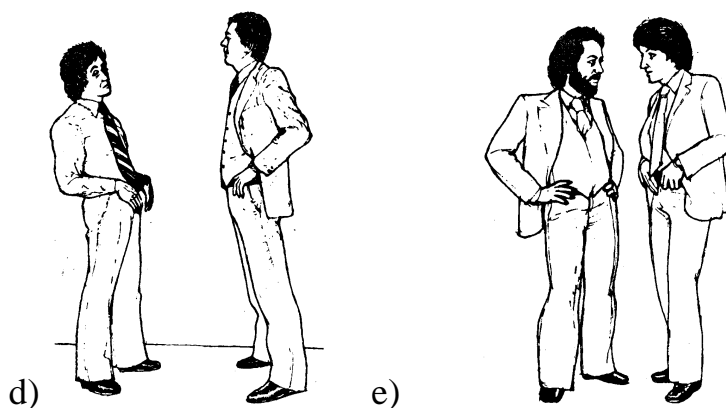
- c. needed amount of stamps is usually provided to you for free, but you have to stick them on yourself.
16. American post offices are usually recognizable:
- by the American flag before them;
  - by the “statue of liberty” before them;
  - by the announcements hanged in front of them.
17. Mail boxes
- are big blue-colored boxes with 2 slots for dropping letters;
  - are big blue-colored boxes hanging on walls;
  - are yellow-black boxes hanging on walls.

**TASK 9.** *You are going to take part in the discussion on individual freedom and collective responsibility between American and Ukrainian students. Try to explain the meaning of the phrases “parental duties” from the point of view of Americans and Ukrainians.*

**TASK 10.** *Watch the fragment of the film and try to suggest the meaning of the characters’ gestures. Explain each gesture to the group trying to imitate culture-specific gestures.*

**TASK 11.** *Look at the following pictures and try to explain what these gestures mean. Decide if these gestures have different meanings in different cultures. Share your opinion with the class.*





**TASK 12.** Students A and B receive card containing the following task: You are two friends talking about your private life. A tells about how is she/he going and B feels that she/he is not telling the truth. As you cannot trust each other you are having a quarrel. Role play this situation paying special attention to the gestures you use in order to persuade your friend, to express your disagreement and dissatisfaction, and to make it up.

The rest of the group is going to watch this role-play and analyze all the gestures of the speakers. The students are supposed to identify what gesture was the sign of starting the conflict and the gesture accompanying conflict settlement.

**TASK 13.** Write a short (100 words) essay on the results of your discussion in the class.

**TASK 14.** Discuss common and distinctive features of using communication means in the USA and Ukraine. Which of the distinctive features do you find the most embarrassing and why?

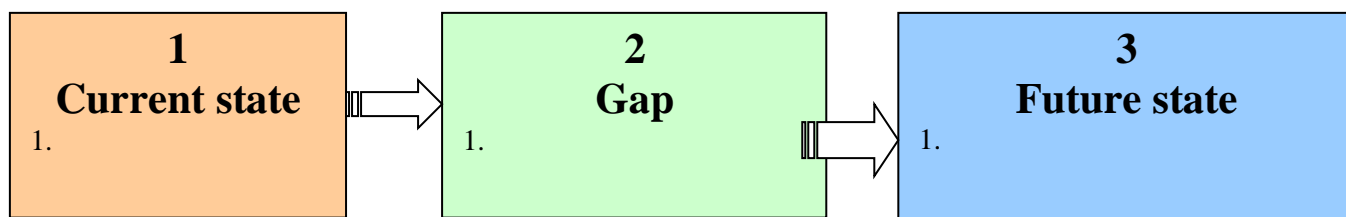
**TASK 15.** Try to guess and summarize some typical differences in stereotypes of Americans and Ukrainians related to communications. Make a short list of such differences and possible ways of coping with them. Note positive and negative stereotypes. Discuss if positive stereotype of one country could be negative for the other. One of the students shall be the leader of the discussion.

**TASK 16.** *Work in pairs or small groups (maximum 4 students). Read the following description of sample situation.*

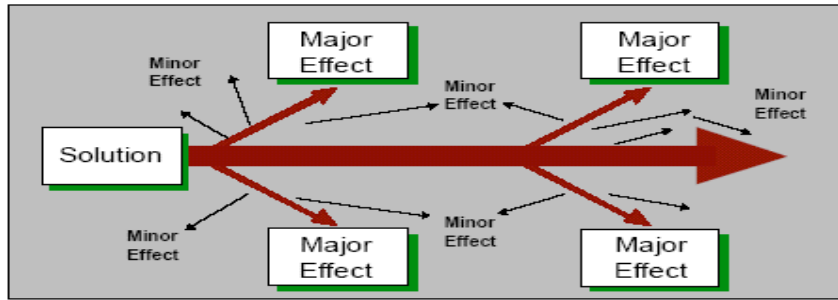
*Sample situation. You are Ukrainian and you came to the USA on business (as a tourist). You shall pass customs control in the airport and then you are going to call your American friend using public phones. Role-play the wrong behavior of an Ukrainian tourist and the reaction of the Americans (for instance you try to call the police dialing “02” or try to persuade the customs officer to let you leave the USA without “white card” etc.). Optionally try to reverse the situation: An American coming to Ukraine and passing customs control, using communications and demonstrating a “wrong” kind of behavior.*

*Invent the situations of your own using a sample situation as an example. Then role-play it before the class.*

**TASK 17.** *Perform gap analysis of the previous role-play identifying the steps necessary for improving communication with your American colleagues in the lists. the first list indicates the current state of the situation (i.e. each wrong behavior causing communicative failure), the third one –future state of the situation (i.e.correct behavior in this situation). In the second list you should indicate the steps necessary to avoid corresponding unpleasant situation.*



**TASK 18.** *Try to prognosticate the results of the decision about the communicative behavior shown during the previous discussion. Draw the diagram showing interdependences and the order of priority of such results making use of the skeleton given below.*



**TASK 19.** Home-task. Search the Internet to find some interesting facts related to the information already known to you on the basis of the previous discussions. Then orally present the results of your search to the class.



**Додаток Г.****Завдання передекспериментального зрізу зі стандартів повсякденної комунікативної поведінки американців*****Test 1*****Name** \_\_\_\_\_**Group** \_\_\_\_\_**Total time: 90 minutes**

***Task 1. Complete the following test. Try not to think long before answering and use all the information you know about behavior in the USA. Only one answer is possible for each question.(15 minutes)***

**1.1 .Smoking in the plane:**

- a) is totally prohibited;
- b) is permitted only in the smoking areas if they are present onboard;
- c) is allowed everywhere.

**1.2. Round trip ticket allows you:**

- a) to travel about the country;
- b) to travel there and back;
- c) to travel round the world.

**1.3. “Picture ID” is:**

- a) an identification paper with photo;
- b) your identification data;
- c) “Internet-draft” (your Internet documents).

**1.4. In the USA the place where you can buy things is called**

- a) shop;
- b) store;
- c) magazine.

**1.5. “Brown bag”**

- a) is a paper bag of thick brown paper used for packing purchased articles;
- b) a bag of brown color;
- c) a special bag used by the collector (инкасатор) for carrying money.

**1.6. Mall is**

- a) a specific shopping center where all kinds of manufactured consumer goods can be bought;

- b) a public walk;
- c) a complex of retail stores, restaurants, businesses etc. usually located in one large building.

**1.7. “Window shopping” is**

- a) what Americans do if they have no intention to buy goods – they just gaze at store windows where the best goods are displayed;
- b) buying windows;
- c) going inside the stores for a short period of time trying clothes and shoes on.

**1.8. The prices for the room in the hotel**

- a) are standard for each class of hotel;
- b) vary greatly depending on the class of the hotel, what services, amenities it has to offer etc.;
- c) are established in checking in while communicating with the receptionist

**1.9. Motels**

- a) are a type of hotels which satisfy only the needs of motorists;
- b) are very expensive type of hotels;
- c) are a type of inexpensive hotels specifically designed for motorists, but even if you don't have a car you may stop there;

**1.10 All US coins**

- a) are white in color and of different sizes;
- b) are dark yellow and of one size except nickels which are white and of bigger size;
- c) are white in color except pennies that are dark yellow and of different sizes.

**1.11. Major credit cards:**

- a) are cards provided by the major banks of the USA;
- b) are internationally accepted or US accepted credit cards;
- c) are the credit cards accepted only in the USA.

**1.12. Teller is:**

- a) a person who tells you what to do in the bank;
- b) a person who talks too much;
- c) a cashier in the bank

**1.13. “Individual barrier”**

- a) is a kind of mental barrier which you create if you don't want to communicate with this person;
- b) is the distance between the persons standing in the line to automatic teller machine, it must not be less than 5-6 meters;

c) is the metal barrier that separates people standing in the line one from another.

**1.14. Traveler's check**

- a) is the check that you buy at any US bank for the same sum of money plus a rate in order to avoid robbery during your trip;
- b) is the check given to you in the travel agency confirming your right for the journey
- c) is the check you write out during the trip.

**1.15. In the fast food restaurants:**

- a) the menu varies from day to day;
- b) they have standard menu, names of all the dishes offered are displayed on a big board over the counter;
- c) they have standard menu written in the menu-cards and given to each customer.

**1.16. A KFC is:**

- a) fast food restaurant specializing in chickens;
- b) fast food restaurant specializing in beef;
- c) fast food restaurant specializing in different kinds of sandwiches.

**1.17. A "Doggie bag" is:**

- a) rests of your meal, for example chicken bones, which you take home to feed your pet;
- b) all the food you have not eaten packed by the waiter for you to take away;
- c) a special bag in the restaurant aimed for donations made by the customers for the help of homeless animals.

**1.18. A "collect call":**

- a) is a call billed to the caller;
- b) is a call billed to the person called;
- c) is a call that incurs a charge only if the person you want to speak to is present.

**1.19. American post offices are usually recognizable:**

- a) by the American flag before them;
- b) by the "statue of liberty" before them;
- c) by the announcements hanged in front of them.

**1.20. "White card" allows you**

- a) to enter the USA without visa;
- b) to leave the USA without problems;
- c) to use some services provided by the US institutions for free.

**Task 2. Fill in the following table. Compare the behavioral patterns in Ukraine and the USA using all the information you know. (30 minutes)**

UKRAINE	USA
2.1. In Ukraine you can get strong drinks any time in the restaurants or café.	
2.2. In Ukraine it is customary to stand close to the other people when talking to them and it is not bad manners to touch your interlocutor while conversing.	
2.3. When two men who know each other meet they usually exchange a handshake and often do it again after having a talk, when saying goodbye. It is often done even when people meet every day.	
2.4. It is not obligatory to call your friends before visiting them – as it is said in Ukraine, “guests are always welcome here”.	
2.5. In Ukraine taxis are of different color, moreover usually the drivers are employed with their own cars and are not provided with company ones. Besides there are so-called “private drivers” – those who may pick you up and take you to your destination for moderate payment.	
2.6. To stop a taxi you should stretch your hand to the side. The taxi drivers often pick up the other passengers while driving you to your destination.	
2.7. In the taxi you may take any seat you like – either near the driver or the back seat and you don’t need to tip the driver.	
2.8. It often happens that you have to explain the driver how it’s better to get to the destination because a lot of the taxi-drivers don’t know the city well.	
2.9. Supermarkets in Ukraine greatly vary in size – from rather small	

to gigantic ones.	
2.10. The price of the stuff indicated on the shelves in the supermarket includes value added tax.	
2.11. When you are standing in the line in the bank or any other place you may try to persuade people to let you step in before him/her as they usually may help you.	
2.12. It is also often happens that the other person may intrude into your communication with the teller or any other employee of the bank.	
2.13. To check in the hotel you are to provide your passport or any other identification paper.	
2.14. The payment in the hotel is usually done immediately when checking in.	
2.15. The keys to the rooms in the hotels are usually traditional.	
2.16. You are required to leave the key at reception while going out of the hotel.	
2.17. Mail boxes can be found all over the city – they may hang on walls of the buildings or stand on the sidewalk.	
2.18. Big letter “M” found in the streets indicates the entrance to the underground station.	
2.19. While moving in the bus, trolley bus or tram you need to keep you ticket as a proof of payment for the conductor to check it.	
2.20. Ukrainians are mostly open-minded people and often discuss events occurring in their private life with their friends, relatives and even strangers.	

*Task 3. Try to give short definition to term “culture shock” summarizing everything you know about this phenomena. Then draw the diagram indicating the reasons for the culture shock and their possible interrelations. (30 minutes)*

*Task 4. Try to shortly explain what does the phrase “to handle failure” mean to the representatives of the US culture. (15 minutes)*

*Task 5. Work in pairs or small groups. Student A. You are the American coming in business to Ukraine. In the airport you are met by your Ukrainian colleague. Try to behave and speak in a way you think Americans do.*

*Student B (and student C). You meet your American colleague in the airport and take him/her to the trip down Kyiv. Try to talk about topics of mutual interest.*

*Role-play the situations in the café/ in the public transport.*

**Додаток Д.****Завдання післяекспериментального зрізу зі стандартів повсякденної комунікативної поведінки американців.****Test 2**

Name \_\_\_\_\_

Group \_\_\_\_\_

**Total time: 90 minutes****Part 1***Task . Work in pairs or small groups.**Student A. You are the American coming to the birthday party of your Ukrainian friend. Try to behave and speak in a way you think Americans do.**Student B. You meet your American colleague and take her/him to your birthday party. Try to behave as usual talking about topics of mutual interest, introducing friends and spending time in the café where you celebrate you birthday party.**Role-play the situations. (20 minutes)***Part 2**

Note! All the following tasks shall be performed individually

*Task 1. Give the definitions to the following items (15 minutes):*

1. Mall is.....
2. Apartment hotel is...
3. Collect call is....
4. White card is ....
5. Round trip ticket is...
6. Shuttle flight is ....
7. Kneeling bus is
8. Individual barrier is ....
9. Brunch is ....

10. Doggie bag is ...

**Task 2.** *You and your American friend are going to walk in the center of Kyiv. To get to your destination you have to take the bus and then pass several metro stations. Compare daily communicative behavioral patterns of using public transport in the USA and Ukraine and then draw the Fishbone diagram showing the reasons why your American friend feels strange and uncomfortable during your trip. (15 minutes)*

**Task 3.** *Write a composition using about 100 words about your one moment of your visit to the USA comparing behavioral pattern in the USA and in Ukraine. (40 minutes)*



## ДОДАТОК Ж

**Результати передекспериментального та післяекспериментального зрізів  
експерименту**

## Група ЕГ-1

ППП студента	Результат РЕТ				Результат перевірки СПКП			
	Перед ЕН		Після ЕН		Перед ЕН		Після ЕН	
	Бали	Коефіцієнт навченості	Бали	Коефіцієнт навченості	Бали	Коефіцієнт навченості	Бали	Коефіцієнт навченості
1. Ан-юк А.В.	85	0,65	107	0,82	20	0,25	75	0,94
2. Бл-ко Л.В.	92	0,71	115	0,89	22	0,28	70	0,88
3. Г-ан З.В.	100	0,77	117	0,90	18	0,23	76	0,95
4. Гл-ко Л.П.	110	0,85	125	0,96	25	0,31	80	0,1
5. Дар-оз О.М.	93	0,72	112	0,86	23	0,29	72	0,90
6. Єв-ва К.О.	87	0,66	100	0,77	21	0,26	80	0,100
7. З-ць Д.М.	92	0,71	116	0,89	15	0,19	68	0,85
8. Нік-єв В.О.	78	0,60	96	0,74	16	0,20	60	0,75
9. Пас-ва І.А.	84	0,65	95	0,73	14	0,18	64	0,80
10. Сір-ко Д.В.	90	0,69	110	0,85	19	0,24	65	0,81
Середні показники групи	90,6	0,69	109,3	0,84	19,3	0,24	71	0,89
Максимум	130	1	130	1	80	1	80	1

## Група ЕГ-2

ППІ студента	Результат РЕТ				Результат перевірки СПКП			
	Перед ЕН		Після ЕН		Перед ЕН		Після ЕН	
	Бали	Коефіцієнт навченості	Бали	Коефіцієнт навченості	Бали	Коефіцієнт навченості	Бали	Коефіцієнт навченості
1. Бон-ко А.А.	100	0,77	114	0,88	21	0,26	75	0,94
2. Вас-ко М.М.	77	0,59	89	0,69	10	0,13	60	0,75
3. Дід-к М.М.	78	0,60	100	0,77	14	0,18	58	0,73
4. Куч-ва І.О.	80	0,62	102	0,79	12	0,15	65	0,81
5. Л-ко А.Л.	95	0,73	119	0,92	24	0,30	70	0,88
6. М-ик М.І.	90	0,69	105	0,81	21	0,16	76	0,95
7. М-ка А.П.	75	0,58	94	0,72	9	0,11	50	0,63
8. Нор-ка А.П.	70	0,54	93	0,72	8	0,10	56	0,70
9. Ос-кий М.І.	88	0,68	106	0,82	15	0,19	74	0,93
10. Р-ко О.В.	115	0,89	127	0,98	30	0,38	80	0,100
11. Шев-ко Л.О.	98	0,75	115	0,89	29	0,36	76	0,95
Середні показники групи	87,8	0,68	105,8	0,81	17,5	0,22	61,3	0,84
Максимум	130	1	130	1	80	1	80	1

## Група КГ-1

ППП студента	Результат РЕТ				Результат перевірки СПКП			
	Перед ЕН		Після ЕН		Перед ЕН		Після ЕН	
	Бали	Коефіцієнт навченості	Бали	Коефіцієнт навченості	Бали	Коефіцієнт навченості	Бали	Коефіцієнт навченості
1. Дац-к О.А.	70	0,54	94	0,72	12	0,15	20	0,25
2. З-ма А.М.	85	0,64	108	0,83	25	0,31	30	0,38
3. Лас-кий Ю.В.	94	0,72	114	0,88	30	0,38	35	0,44
4. Лев-кий О.М.	90	0,69	111	0,85	24	0,30	32	0,40
5. Пет-на О.А.	80	0,62	98	0,75	8	0,10	10	0,13
6. Пог-на Є.В.	72	0,55	86	0,66	9	0,11	12	0,15
7. Пол-к А.С.	82	0,63	93	0,72	12	0,15	16	0,20
8. Чем-с Л.О.	88	0,68	106	0,82	20	0,25	26	0,33
9. Я-ко С.В.	91	0,70	120	0,92	22	0,28	32	0,40
10. Я-кір О.С.	86	0,66	100	0,77	17	0,21	24	0,30
Середні показники групи	83,8	0,65	103	0,79	17,9	0,22	23,7	0,30
Максимум	130	1	130	1	80	1	80	1

## Група ЕГ-3

ППП студента	Результат РЕТ				Результат перевірки СПКП			
	Перед ЕН		Після ЕН		Перед ЕН		Після ЕН	
	Бали	Коефіцієнт навченості	Бали	Коефіцієнт навченості	Бали	Коефіцієнт навченості	Бали	Коефіцієнт навченості
1. Ар-на А.І.	88	0,68	109	0,84	18	0,23	60	0,75
2. Б-юк О.І.	80	0,62	94	0,72	20	0,25	69	0,86
3. Вол-ка О.О.	78	0,60	100	0,77	14	0,18	66	0,83
4. Єф-ко О.М.	89	0,69	112	0,86	26	0,33	70	0,88
5. Кац-н І.В.	95	0,73	115	0,89	28	0,35	80	1,00
6. М-ік М.В.	65	0,50	80	0,62	8	0,10	50	0,63
7. Наз-ко Д.В.	114	0,88	125	0,96	30	0,38	76	0,95
8. Ог-ук О.Є.	87	0,67	101	0,78	22	0,28	71	0,89
9. Ол-ик Ю.В.	85	0,65	104	0,80	20	0,25	75	0,94
10. Син-ина О.О.	77	0,59	92	0,71	21	0,26	74	0,93
11. Ч-ка А.О.	70	0,54	88	0,68	17	0,21	68	0,85
12. Як-ук О.А.	68	0,52	76	0,59	7	0,09	56	0,70
Середні показники групи	83	0,64	99,7	0,77	19,3	0,24	67,9	0,85
Максимум	130	1	130	1	80	1	80	1

## Група ЕГ-4

ППП студента	Результат РЕТ				Результат перевірки СПКП			
	Перед ЕН		Після ЕН		Перед ЕН		Після ЕН	
	Бали	Коефіцієнт навченості	Бали	Коефіцієнт навченості	Бали	Коефіцієнт навченості	Бали	Коефіцієнт навченості
1. Без-ха А.І.	85	0,65	114	0,88	14	0,18	60	0,75
2. Б-ко І.П.	88	0,68	105	0,81	16	0,20	62	0,78
3. Б-єв А.П.	60	0,46	82	0,63	5	0,06	49	0,61
4. Єл-єва Т.С.	68	0,52	85	0,65	9	0,11	52	0,65
5. Кр-ук Д.В.	90	0,69	112	0,86	22	0,28	71	0,89
6. М-ха Б.Г.	98	0,75	118	0,91	23	0,29	76	0,95
7. Ом-ук О.С.	80	0,62	94	0,72	12	0,15	65	0,81
8. Сал-на А.В.	110	0,85	127	0,98	26	0,33	80	1,00
9. Ч-них О.О.	87	0,67	92	0,71	15	0,19	65	0,81
10. Я-вяк В.Л.	90	0,69	110	0,86	21	0,26	70	0,88
Середні показники групи	85,6	0,66	103,9	0,80	16,3	0,20	65	0,81
Максимум	130	1	130	1	80	1	80	1

## Група КГ-2

ПП студента	Результат РЕТ				Результат перевірки СПКП			
	Перед ЕН		Після ЕН		Перед ЕН		Після ЕН	
	Бали	Коефіцієнт навченості	Бали	Коефіцієнт навченості	Бали	Коефіцієнт навченості	Бали	Коефіцієнт навченості
1.Б-ень А.С.	89	0,69	110	0,85	12	0,15	20	0,25
2. Вас-єва І.С.	62	0,48	85	0,65	7	0,09	14	0,18
3. Дор-ань С.М.	85	0,65	94	0,72	19	0,24	25	0,31
4. Д-нко П.О.	65	0,50	80	0,62	10	0,13	16	0,20
5. Кл-ко І.О.	110	0,85	121	0,93	24	0,30	31	0,39
6. Кр-з В.С.	87	0,67	102	0,79	15	0,19	22	0,28
7.Лав-ко М.В.	78	0,60	89	0,69	16	0,20	23	0,29
8. Лаз-ко Т.В.	100	0,77	117	0,90	20	0,25	25	0,31
9. Пет-на А.П.	70	0,54	82	0,63	13	0,16	17	0,21
10. Х-т О.А.	115	0,89	126	0,97	30	0,38	35	0,44
11. Ш-ко Ю.І.	108	0,83	120	0,92	20	0,25	24	0,30
Середні показники групи	88,1	0,68	102,4	0,79	16,9	0,21	22,9	0,29
Максимум	130	1	130	1	80	1	80	1

## Група ЕГ-5

ПП студента	Результат РЕТ				Результат перевірки СПКП			
	Перед ЕН		Після ЕН		Перед ЕН		Після ЕН	
	Бали	Коефіцієнт навченості	Бали	Коефіцієнт навченості	Бали	Коефіцієнт навченості	Бали	Коефіцієнт навченості
1. Б-ко Т.Ю.	100	0,77	112	0,86	24	0,30	78	0,98
2. Вер-ка І.В.	120	0,92	128	0,99	32	0,40	80	1,00
3. В-да Б.С.	67	0,52	80	0,62	5	0,06	50	0,63
4. Г-сь А.А.	70	0,54	92	0,71	12	0,15	65	0,81
5. Д-кий В.С.	90	0,69	101	0,78	20	0,25	70	0,88
6. Івах-ко Р.Г.	75	0,58	90	0,69	10	0,13	75	0,94
7. Ков-ук І.І.	82	0,63	105	0,81	15	0,19	76	0,95
8. Куз-ва К.О.	80	0,62	100	0,77	12	0,15	65	0,81
9. М-жик А.Ю.	95	0,73	115	0,89	25	0,31	75	0,94
10. М-ва В.В.	92	0,71	104	0,80	24	0,30	70	0,88
11. Сек-на І.П.	87	0,67	108	0,83	12	0,15	66	0,83
Середні показники групи	87,1	0,67	103,2	0,79	17,4	0,22	70	0,88
Максимум	130	1	130	1	80	1	80	1

## Група ЕГ-6

ПП студента	Результат РЕТ				Результат перевірки СПКП			
	Перед ЕН		Після ЕН		Перед ЕН		Після ЕН	
	Бали	Коефіцієнт навченості	Бали	Коефіцієнт навченості	Бали	Коефіцієнт навченості	Бали	Коефіцієнт навченості
1. Ар-ін Д.А.	86	0,66	107	0,82	15	0,19	70	0,88
2. Гол-та Є.О.	82	0,63	100	0,77	13	0,16	65	0,81
3. Г-ар Я.М.	70	0,54	90	0,69	8	0,10	48	0,60
4. Д-ух В.В.	90	0,69	110	0,85	22	0,28	71	0,89
5. Кн-ва С.С.	112	0,86	125	0,96	30	0,38	78	0,98
6. Ол-ник К.О.	80	0,62	95	0,73	17	0,21	64	0,80
7. Пер-ко А.В.	88	0,68	105	0,81	20	0,25	70	0,88
8. Тих-ов І.О.	110	0,85	120	0,92	26	0,33	75	0,94
9. Цил-ик Н.В.	60	0,46	85	0,65	6	0,08	55	0,69
10. Як-ко Д.С.	105	0,81	117	0,90	24	0,30	67	0,84
Середні показники групи	88,3	0,68	105,4	0,81	18,1	0,23	66,3	0,83
Максимум	130	1	130	1	80	1	80	1



## Група КГ-3

ПП студента	Результат РЕТ				Результат перевірки СПКП			
	Перед ЕН		Після ЕН		Перед ЕН		Після ЕН	
	Бали	Коефіцієнт навченості	Бали	Коефіцієнт навченості	Бали	Коефіцієнт навченості	Бали	Коефіцієнт навченості
1. Гер-ук О.О.	77	0,59	108	0,83	11	0,14	19	0,24
2. Гер-ук А.В.	90	0,69	115	0,89	25	0,31	32	0,40
3. З-ов А.С.	87	0,67	100	0,77	20	0,25	26	0,33
4. З-ря М.В.	80	0,62	102	0,79	16	0,20	24	0,30
5. Л-ва Д.С.	70	0,54	92	0,71	7	0,09	12	0,15
6. Пав-ич М.П.	85	0,65	95	0,73	12	0,15	22	0,28
7. Пл-ов М.П.	89	0,69	105	0,81	23	0,29	27	0,34
8. См-ов М.С.	82	0,63	99	0,76	17	0,01	21	0,26
9. Сух-н О.В.	110	0,85	130	1,00	31	0,39	37	0,46
10. Т-ин К.С.	100	0,77	120	0,92	29	0,36	32	0,40
11. Ш-ко С.М.	65	0,50	84	0,65	5	0,06	12	0,15
Середні показники групи	85	0,65	104,5	0,80	17,8	0,22	24	0,30
Максимум	130	1	130	1	80	1	80	1

**Додаток 3**  
**Список художніх відеофільмів**

1. “Planes, Trains and Automobiles”. USA
2. “Pretty Woman”. USA
3. “The Ghost”
4. “Lion Killer”
5. “8 Crazy Nights”

**Додаток К. Словник-мінімум явищ та понять, що відносяться до стандартів повсякденної комунікативної поведінки американців**

**American smile** – американська посмішка. Використовується представниками американського соціуму лише для формального вияву поваги до співрозмовника і не означає справжньої прихильності чи зацікавленості.

**Privacy** – приватність. Тенденція представників американського соціуму до збереження власного індивідуального простору, що виявляється у повсякденній поведінці (наприклад, спілкування осіб, що не перебувають в інтимних стосунках, зазвичай проходить принаймні на відстані витягнутої руки), спілкуванні (в американському соціумі зазвичай не цікавляться особистим життям людини, якщо вона про це не розповідає).

**Workaholism** – роботоголізм. Явище, поширене не лише в Америці, але саме у США воно набуло масового характеру. Суть його полягає у тому, що молодь та особи середнього віку вважають сенсом свого життя лише роботу, віддаючи їй всі сили та думки 7 днів на тиждень, 24 години на добу. Внаслідок цього у таких працівників з'являється синдром емоційного вигорання, що призводить до фізичних та психічних розладів.

**Political correctness** – політична коректність. Дотримання норм політичної коректності означає бажання не завдати моральної шкоди співрозмовнику, внаслідок використання образливих для нього/неї слів. Політична коректність передбачає використання евфемізмів для називання явищ, які можуть бути образливими для співрозмовника.

**African-American** – Афроамериканець. Політично коректна назва американців, які є представниками негроїдної раси.

**Blacks, black people** – «чорні», «чорношкірі» – образлива назва для афроамериканців.

**Physically challenged person** – особа, що має фізичні вади. Політично коректна назва для осіб, що мають інвалідність.

**Invalid/ Disabled person** – інвалід. Образлива назва для осіб, що мають фізичні вади.

**RSVP** – «Надайте, будь-ласка, відповідь». Ця аббревіатура використовується у листівках-запрошеннях на певну подію і передбачає обов'язкове надання відповіді щодо присутності на вказаному заході. Ненадання позитивної або негативної відповіді на таке запрошення вважатиметься надзвичайно грубим.

**Thank you note/letter** – лист-подяка. Надсилається після відвідування певного заходу і зазвичай містить подяку за запрошення на вечірку і враження від заходу.

“**M**” –позначає зупинку міського транспорту. На відміну від України, до **M** означає зупинку метрополітену, у США ця літера означає зупинку будь-якого міського транспорту, на кшталт автобусу.

**Cab** – таксі у США. Таксі в США зазвичай зупиняють рукою, високо піднятою вгору. У США прийнято сідати на заднє сидіння, а не поруч з водієм, як це більш поширено в Україні. Причому пояснювати найкоротшу дорогу до місця призначення пасажир не зобов'язаний, оскільки водій має добре орієнтуватися у місті.

**Cabman** – таксист у США.

**Tipping** – надання чайових. Вважається обов'язковим для представників сфери послуг – таксистів, офіціантів, але вважатиметься хабарем, якщо надаватиметься будь-яким офіційним службовцям – банківським клеркам, лікарям, вчителям, поліцейським.

**Kneeling bus** – автобус, що має функцію «присідання» до рівня тротуару. Ця функція призначена для того, щоб полегшити посадку в автобус особам у інвалідних візках. Помітивши на тротуарі особу в інвалідному візку, водій зобов'язаний увімкнути режим зниження і забезпечити безпечну посадку такої особи до автобусу.

**Subway/ metro rail** – назва метрополітену у США

**Street-car (tram)** – трамвай

**To grab a cab** – «піймати таксі»

**Proof of payment** – документ, що підтверджує право на проїзд у певному виді транспорту. У США такий документ частіше перевіряють у метро, ніж у автобусах.

**Return ticket** – зворотний квиток. Забезпечує повернення до місця відправлення. Зазвичай дешевше купувати такий квиток, ніж два квитки в один бік, але такий квиток має бути використаним того ж дня.

**One-way ticket** –квиток в одну сторону.

**Exact change** – чітко визначена сума оплати. Вимагається, наприклад, при вході в автобус і передбачає надання точної суми, яка підлягає оплаті, оскільки решта з купюр більшого номіналу не видається.

**Elderly person** – особа похилого віку.

**Vending machine** – автомат для розміну купюр великого номіналу.

**Bus transfer** – пересадка на автобус.

**Transfer ticket** – квиток, який передбачає поїздку на автобусах з пересадкою в межах одного міста.

**Connecting bus** – автобус, на який здійснюється пересадка.

**To make a connection** – пересісти на інший автобус.

**Mall** – молл. Торгівельно-розважальний центр, який містить багато різних магазинів, кафе, ресторанів, кінотеатрів, та інших розважальних закладів. У США є місцем зустрічей молоді.

**Mart** – супермаркет у США. Зазвичай гігантських розмірів.

**Pharmacy** – аптека. Використання назви “drug store” є недоречним в зв’язку з семантикою слова “drug”, яке також означає «наркотик». В контексті того, що США провадить активну політику проти поширення наркоманії, вираз “drug store” набуває сленгового характеру і практично не використовується для називання аптек.

**Clearings** – повний розпродаж. Часто проводиться у разі ліквідації магазину.

**Sales** – розпродаж. Передбачає зменшення цін на певні види товарів пере певними святами, перед початком або закінченням певного сезону тощо.

**Promotions** – розпродаж з метою просування товару на ринок. Передбачає зменшення ціни на новий товар для покращення попиту на нього.

Після проведення такого розпродажу ціна на такий товар зазвичай підвищується.

**Brown bag** – пакет для покупок. Зазвичай покупки у супермаркетах складають у пакети з щільного коричневого паперу.

**Window shopping** – прибіл.переклад –«ходити за витрішками». В очікуванні періоду сезонних розпродажів та знижок, коли ціни на товари можуть знижуватися до 50-70%, американці люблять заходити до магазинів, приміряти річ, що сподобалася, прицінитися. А купувати таку річ приходять тоді, коли у цьому магазині починається сезон знижок.

**Corner store** – магазинчик на розі вулиці. У такому магазині зазвичай можна придбати товари першої необхідності, різні продовольчі товари, хоча їх асортимент дещо менший, ніж у супермаркетах, а ціни на такі товари дещо вищі, ніж у спеціалізованих магазинах.

**Shopping coupon** – купон на знижку. Зазвичай друкується у різних періодичних виданнях на кшталт журналів, газет тощо. Пред'явнику такого купону певними магазинами надається знижка.

«**You're all set**» – «Все готово». Фраза касира у супермаркеті, яка означає, що всі послуги цьому покупцю вже надані, розрахунок проведений і можна забирати отримані товари.

**Major credit card** – основна кредитна картка. Кредитна картка, яка приймається банками всього світу.

**ATM** – банкомат. Слід пам'ятати, що у черзі до банкомату слід дотримуватися індивідуального бар'єру, тобто не наблизитися ближче 5 метрів до особи, що користується банкоматом.

**Checking account** – розрахунковий рахунок

**Savings account** – ощадний рахунок

**Nickel** – нікель, монета у США, номіналом 5 центів

**Penny** – пенні, монета у США, номіналом 1 цент

**Dime** – дайм, монета у США, номіналом 10 центів

**Banking day** – банківський день. Період доби, коли банки здійснюють операції. Зазвичай триває до 17.00 (іноді до 16.00). Трансакції, здійснені після цього часу, проводяться як трансакції наступного банківського дня.

**Teller** – касир у банку

**Quarter** – четвертак, монета у США, номіналом 25 центів

**Identification paper** – документ, що посвідчує особу

**Traveler's check** – подорожній чек. Його можливо придбати практично у будь-якій банківській установі як альтернативу грошовим коштам перед подорожжю. Перевагою подорожнього чеку є можливість його відновлення в разі крадіжки, причому грошова сума такого чеку зберігається захищеною від крадіїв.

**Individual barrier** – індивідуальний бар'єр. Відстань, якої слід дотримуватися у громадських місцях, наприклад, стоячи у черзі, щоб забезпечити непорушність власного особистого простору та особистого простору інших. Зазвичай передбачає відстань 5-6 метрів від іншої людини.

**Bounced check** – чек, за яким особа або організація, на ім'я якої він виданий, не може отримати гроші.

**KFC** – ресторан швидкого харчування, що спеціалізується на різних видах смаженої курки.

**“Sub”** – снєк-бар у США. Назва утворена від англ. “submarine” (підводний човен). Фірмовою стравою таких снєк-барів є сандвіч, що за формою нагадує підводний човен.

**Deli** – скорочена назва від «delicatessen» (делікатеси). Заклад харчування, що спеціалізується на готових стравах. Це і магазин, і снєк-бар.

**Bill** – рахунок (наприклад, комунальні платежі) до сплати.

**Check** – рахунок у ресторані.

**Brunch** – аббревіатура, складена з англійських слів «сніданок» та «ланч». Починається з ранку і триває до 14 години. Зазвичай передбачає стандартне фіксовану оплату незалежно від кількості спожитих порцій їжі.

**Dinner** – вечеря у розумінні американців. Розпочинається зазвичай не раніше 18 години.

**Lunch** – ланч.

**Salad bar** – салат-бар. Проводиться ресторанами з помірними цінами і передбачає фіксовану оплату за салат-бар незалежно від кількості порцій, отриманих під час харчування.

**Doggie bag** – пакет, на якому зображена собачка. До такого пакету офіціант у ресторані запаковує їжу, якщо ви бажаєте забрати рештки вашої вечері з собою.

**Strong drink** – міцні алкогольні напої. Вживання таких напоїв вранці у США заборонено.

**Soft drink** – слабоалкогольні напої

**Motel** – мотель. Готельна установа з помірними цінами, яка передбачає стоянку автомобілів або іншого транспорту безпосередньо біля входу у номер.

**Bed-and-breakfast** – кімнати, орендовані агенціями у власників для туристів (перебування у таких кімнатах передбачає ночівлю та сніданок уранці)

**Apartment hotel** – готель, в кожному номері якого передбачена також невелика кухня, де можливо самостійно готувати їжу.

**Continental breakfast** – континентальний сніданок. Проводиться у готелях триває не довше двох годин, складається з чаю/кави, круасану, шматочка масла, невеликої кількості джему, стакану соку та одного фрукту.

**Single room** – номер на одного. Слід пам'ятати, що номер на одного зазвичай означає одну спальню й вітальню.

**Double room** – номер на двох. Слід пам'ятати, що номер на двох зазвичай означає дві спальні та вітальню.

**Suit** – номер-люкс у готелі

**Ladie's/ gent's bathroom/restroom** – туалетна кімната для жінок/чоловіків

**Youth hostel** – гуртожиток



**Candy** – цукерки, солодощі

**Coach** – автобус для далеких подорожей

**Shuttle flight** – шатловий переліт. Рейси між Нью-Йорком, Бостоном та Вашингтоном, на які непотрібно купувати квитки заздалегідь.

**Round trip ticket** – квиток в обидва боки. Коштує дешевше, ніж квиток в один кінець.

**Picture ID** – документ, що посвідчує особу, з фотографією

**Baggage claim area** – зона отримання багажу.

**Collect call** – дзвінок, за який сплачує особа, якій телефонують

**Person-to-person call** – дзвінок, який тарифікується лише у тому разі, якщо абонент, якому телефонують, може відповісти на дзвінок.

**Local call** – дзвінок в межах території країни

**Zip-code** – індекс, у США складається з 2х груп цифр (п'ять цифр та чотири цифри, розділені тире)

**White pages** – «білі сторінки», телефонний довідник, в якому організації розташовані за сферою їх діяльності

**Yellow pages** – «жовті сторінки», телефонний довідник, в якому організації та установи розташовані у алфавітному порядку.

**Touch phone** – кнопочний телефон

**Green card** – грін-кард, картка, яка надає право на працевлаштування у США

**White card** – картка, що надає право виїзду з США

**Port of entry** – точка в'їзду у США, місце в якому ви перетинаєте кордон США.