

УДК 371.68

Савенко Р.П., Миколаївський державний гуманітарний університет ім. Петра Могили



Савенко Рима Петрівна – кандидат філологічних наук, доцент кафедри сучасних мов і класичної філології МДГУ ім. Петра Могили. Коло наукових інтересів – роль систематичного повторення в процесі вивчення німецької мови.

Аудіювання як одна з форм навчання міжкультурного спілкування

В даній статті розглядається вплив аудіативного матеріалу на формування у студентів соціокультурної компетенції, характерної для носіїв мови в окремих комунікативних ситуаціях.

This article deals with the cultural competence influence of authentic audiomaterial on the formation of students' social and characteristic of native speakers in particular communicative situations.

Проблема вивчення культурних та соціальних особливостей життя народу, мова якого вивчається, є досить актуальною вже протягом двох століть. Особливо уважно до цього питання ставилися вчені Німеччини. Найбільш відомим теоретиком науки про мову став великий німецький вчений Вільгельм фон Гумбольдт (1767-1835), який стверджував, що не лише мова допомагає людині пізнавати світ, але й пізнання світу залежить від мови. Якщо людина добре засвоїла чужу мову, то таке засвоєння вчений порівнює із завоюванням нової позиції в колишньому баченні. Ідеї Гумбольдта [6] були підхоплені іншими німецькими дослідниками Г. Штейнталем, М. Лацарусом, Г. Вендтом, вітчизняними педагогами та лінгвістами Р.В. Ор-бинським, Г.Д. Недлером, Л.В. Щербою, датським вченим-

психологом К. Флагсмадтом, французькими лінгвістами А. Мейє, Ж. Вандрієсом, американськими вченими Ч. Фрізом, Р. Ладо та ін. Вчені-лінгвісти та педагоги подавали власне бачення проблеми і пропонували різні шляхи її розв'язання. У вітчизняній школі проблема організації процесу навчання іноземної мови сьогодні спрямоване на вивчення іноземної мови як феномена національної культури народу, як моделі бачення світу цим народом, сприйняття ним гуманістичних цінностей.

Процес вивчення іноземної мови передбачає набуття студентами комунікативної компетенції, яка, крім мовної та мовленнєвої, включає в себе і соціокультурну компетенцію. Крім цього, студентам пропонується засвоїти сукупність відомостей культурного характеру, яким володіє носій мови, уявлень про основні національні

традиції та звичаї [6]. Вивчення іноземної культури проходить не лише шляхом оволодіння формами вираження думок та засобів комунікації, а й завдяки засвоєнню нормативної поведінки, яка характерна для носія цієї мови у певних комунікативних ситуаціях. Особливо це стосується сфери ділової активності, оскільки в сучасній економічній ситуації саме мова ділового спілкування привертає найбільшу увагу потенційних студентів. Так, наприклад, при обговоренні бізнес-проекту та укладанні угоди представника ділового кола Америки досить часто демонструють свою готовність до продуктивної роботи таким чином: знімають піджак та заковчують рукава, а для представників німецького бізнесу цей самий сигнал говорить про неможливість укладання угоди через певні суперечності. Тому в підручнику з німецької мови для студентів-економістів С. Conlin. Unternehmen Deutsch зазначений не лише перелік правил поведінки ділових партнерів у таких ситуаціях ("Verhaltensregeln in geschäftlichen Situationen"), а й подані зразки діалогів сфери ділової активності, починаючи від зустрічі представника зацікавленої фірми й до переговорів та, в разі необхідності, відвідування ресторану [21]. З матеріалів для аудіювання студенти одержують інформацію про культуру поведінки за столом, про випадки використання du-Form та Sie-Form, про звичні форми звертання у повсякденному житті: Seien Sie so gut, könnten Sie mir nicht sagen; Ich möchte fragen та інші.

Не можна залишити поза увагою той факт, що під час слухового сприйняття засвоюється 15% інформації, зорового – 25%, а при слухозоровому – 60% [8]. Роль сприйняття тексту підвищується, якщо він озвучується майстром художнього слова і носієм мови. Мовлення, яке стає важливим засобом наочності, викликає у слухача картини внутрішнього бачення, певні ситуації, створює емоційний настрій, що сприяє кращому розумінню повідомлення та мимовільному запам'ятовуванню інформації.

При аудіюванні слухач концентрує свою увагу на розумінні тексту, який звучить, одночасно співставляє почуту інформацію з відповідними реальними умовами комунікації. Слухання – це вміння сприймати, розуміти й активно опрацьовувати інформацію, яка входить

до усного мовленнєвого повідомлення. Під час слухового сприйняття іноземного тексту в слухача передбачається наявність певної перцептивної бази, яка має набір фонетичних, лексичних і граматичних інформаційних ознак, завдяки чому процес розпізнавання проходить миттєво [7].

В процесі аудіювання велику роль відіграють прогнозування й пам'ять. Короткочасна пам'ять володіє низкою індекаторних еталонів, які створені мовленнєвим слухом, що необхідні для успішної її діяльності. Для слухача велике інформаційне навантаження несе інтонація, яка допомагає сегментувати мовленнєвий потік, розрізнити комунікативний тип речення, логічний і модальний план висловлювання. А невід'ємний компонент активної розумової діяльності – вірогідне прогнозування – визначає успішність сприйняття і розуміння текстів за будь-яких умов репрезентації.

Успішність аудіювання залежить від лінгвістичних особливостей мовленнєвих повідомлень, від їх відповідності мовленнєвому досвіду слухача, від умов сприйняття. Якщо слухач бере активну участь у діалозі, то його можливості сприйняття чергуються з труднощами говоріння, що призводить до необхідності пристосовуватися до темпу, умов спілкування, до індивідуальних особливостей мовця. Під час слухання (без безпосередньої участі у спілкуванні) труднощі сприйняття збільшуються: ускладнюється прогнозування, завантажується оперативна пам'ять, гальмується процес розуміння теми бесіди. Монологічне мовлення є більш експресивним, оскільки відрізняється складним синтаксисом і більш різноманітними лексичними конструкціями [13].

Найпростішою формою аудіювання є рівень словесного фрагментарного розуміння. Важливе значення при сприйманні тексту має виділення ряду слів, які виражають синтаксичні зв'язки і оформлюють смислові відношення. Лексичні труднощі виникають при сприйнятті немотивованих многозначних слів, синонімів, параномів, омографів. Слухачу необхідно розчленувати фразу на окремі елементи, встановити зв'язок між ними, розпізнати граматичні омоформи та т.ін. Найбільш складними є конструкції з інверсією, які будуть зрозумілі лише після встановлення відповідності між послідовністю подій і послідовністю слів, та фрази, які збільшують обсяг оперативної

пам'яті. У процесі аудіювання слухач повинен:

- співвідносити акустичний зразок із семантикою;
- корелювати швидкість аудіювання в залежності від способу сприйняття і цільової установки;
- виявляти гнучкість у сприйнятті та опрацюванні інформації в залежності від складності тексту;
- користуватися орієнтирами сприйняття для створення установки для виконання певної діяльності та полегшення подальшого опрацювання матеріалу;
- застосовувати прогнозування на рівні мовної форми та змісту;
- переносити вміння, сформовані в рідній мові, на іноземну;
- розпізнавати незнайомі акустичні зразки за допомогою відомих словотворчих елементів;
- володіти механізмом рецептивного комбінування, що визначає успішність формування прогностичних умінь і швидкість опрацювання інформації;
- володіти механізмом розширення та скорочення структур;
- диференціювати (на лексичному та морфологічному рівнях) амонімічні, синонімічні й антонімічні форми.

Зазначені вміння підготовчого етапу покликані створити умови для самого процесу аудіювання, а також створити основу для сприйняття, усунути мовленнєві труднощі під час спілкування, підготувати слухача до різних умов сприйняття, починаючи з полегшених варіантів, навчити вільно оперувати прослуханим матеріалом переважно в межах окремих смислових частин.

В основі матеріалу для аудіювання повинен лежати розмовно-літературний стиль, до якого можуть додаватися деякі повсякденні синтаксичні засоби (кліше, еліпси та інші), які створюють мовленнєву надмірність. Лексика може значно перевищувати активний мінімум за рахунок частин рецептивного словника, засвоєного раніше. Можливе також використання певної кількості незнайомої лексики, в першу чергу слів-інтернаціоналізмів, які схожі за звучанням і співпадають за значенням у рідній та німецькій мовах: Produktion, Marketing-Gruppe, informieren та інші. Особливих проблем не виникає при усвідомленні слів, всі елементи яких відомі студентам: Zimmerreservierung, Stadtmitte, Mutterland, Kaffeemaschine та інші. Короткочасність та необерненість слухової

рецепції вимагають більш обережного підходу до решти категорій немотивованої незнайомої лексики. Додавання деяких незнайомих слів (7-8 інтернаціоналізмів та 3-4 важковмотивованих) до тексту не є серйозною перешкодою для розуміння змісту [3]. Як показує досвід, незнайомі слова не потрібно вводити на початку тексту. Більш суворі вимоги необхідно ставити до граматики тесту, в якому рекомендується використовувати тільки засвоєні моделі. При цьому потрібно уникати конструкцій, не властивих усному спілкуванню: поширені означення, дієприкметникові звороти, аналітичні форми пасива та інші. Синтаксис тексту для аудіювання повинен бути наближений до синтаксичної структури тексту розмовного мовлення, тобто треба віддавати перевагу простим конструкціям. Наявність складнопідрядних речень не повинно перевищувати 4-5. Текст для аудіювання має більш екстралінгвістичний потенціал, тому знайомство з федеральними землями Німеччини, її великими містами, в яких щорічно проходять міжнародні ярмарки, з діячами культури та бізнесу розширює світогляд студентів і створює природну основу для розвитку мислення. В цілому тематика текстів для аудіювання може бути різнобічного профілю та побудована переважно на нейтральній лексиці. Особливості структури аудіативного матеріалу істотно впливає на його розуміння. Способи інтерпретації композиційно-смислової структури тексту досить різнобічні. Оскільки вони можуть бути застосовані до будь-якого функціонального стилю, то при відтворенні композиційних особливостей текстів для аудіювання необхідно в першу чергу брати до уваги міжстильову диференціацію. Для текстів розмовного жанру, наприклад, не є характерним ускладнення смислового плану, порушення хронологічної послідовності у викладенні подій, підтекст, згадка непрямого діяча й подібне. Їх композиційна структура має бути чіткою й ясною. Важливо також зберігати поступовість в ускладненні композиції текстів: спочатку – дедуктивно-індуктивний спосіб викладу, потім – дедуктивний та індуктивний. Проте не треба надмірно спрощувати тексти, оскільки знижує інтерес до слухання мовленнєвого змісту і не розвиває розумову діяльність студента. Психологи визнають, що аудіативний матеріал легше сприймається, коли

він викликає інтерес у слухачів, а у змісті аудіативного тексту помітна наявність проблеми і новизна інформації. Для забезпечення мотиваційного аспекту прослуханого тексту, створення зацікавленого ставлення до інформації країнознавчого матеріалу можна використовувати рекламу. Реклама – це частина повсякденної масової культури. Реклама визначається як форма комунікації, що намагається перекласти якість товарів на мову [2]. Озвучений текст про відомі у всьому світі фірми Німеччини і їх продукції одночасно з рекламним візуальним матеріалом викликає у слухача не лише щире зацікавлення вже знайомими виробами цих фірм, але й допомагає швидше запам'ятати назви і продукцію решти перерахованих в цьому тексті підприємств.

Наприклад,

Dialog 1

Interviewer (Int) Entschuldigung, kennen Sie den Namen Varta?

Mann: Ja, natürlich. Batterien von Varta habe ich zu Hause.

Dialog 2

Int: Was für eine Firma ist Thyssen?

Mitarbeiter: Thyssen ist ein führender deutscher Stahlhersteller. (Підручник: С. Conlin. Unternehmen Deutsch. Hörtexte – S. 166) [21].

За твердженням психологів, аудіювання в найпростішій своїй формі є серією словесних перцепцій, що сприймаються на рівні словесного чи фрагментарного розуміння. Відомо, що зі збільшенням інформації обсяг пам'яті скорочується, що призводить до непорозуміння. Дослідження психологів свідчать, що інтенсивне сприймання тексту відбувається лише протягом 1-1,5 хвилини. На практиці тривалість звучання тексту здійснюється в межах 3-6 хвилин при темпі 120-240 слів за хвилину з відмінною артикуляцією [7]. Є низка вправ, які сприяють розвитку зосередженості та уваги, – це, наприклад, навмисне погіршення якості запису (додаючи шум машини, опускаючи блоки слів у реченні).

Вміння швидко й адекватно розуміти прослуханий текст можна виробити за допомогою тренувальних вправ, для яких характерним є:

- направленість розуміння на зміст та мовну форму;
- послідовне збільшення обсягу матеріалу та мовних труднощів;

- концентрація уваги на основній проблемі чи на групі аналогічних за характером складних питань;
- виконання вправ у відносно полегшених умовах (наявність спеціально виділених опорних схем і т.ін.).

В результаті виконання вправ такого характеру слухач повинен вміти:

- імітувати образи, які сприймає;
- володіти набором впізнаних акустичних ознак (паузи, наголоси, інтонація й т.ін.);
- диференціювати омоформи;
- робити еквівалентні заміни;
- редукувати мовлення;
- пристосовуватися до індивідуальних особливостей мовця.

Група вправ повинна імітувати реальне спілкування, для яких характерні: направленість уваги на зміст, виконання різноманітних логіко-смыслових операцій, комплексне рішення мовних труднощів. Використання такого роду вправ може виробити такі вміння:

- членувати мовленнєве повідомлення на смислові частини чи об'єднувати їх у цілий текст;
- знаходити основну думку повідомлення;
- відокремлювати основну інформацію від другорядної;
- відновлювати проблеми сприймання змісту на основі контексту;
- співвідносити паралінгвістичні та екстралінгвістичні явища з контекстом;
- прогнозувати, використовуючи різноманітні змістові опори.

Реалізація мети та завдань розуміння аудіативного матеріалу на слух при навчанні іноземній мові одночасно збагачує комунікативно-лінгвістичну базу студента та сприяє розумінню системи понять, що склалася в даній мові та культурі, де використовуються мовні штампи, характерні для країни, мова якої вивчається. Саме це допоможе забезпечити повноцінне міжкультурне спілкування та взаєморозуміння представників різних культур.

Зважаючи на вищезазначене, ми можемо зробити такі висновки:

1. Опрацювання країнознавчого матеріалу, що стосується звичаїв і традицій німецького народу, сприяє комплексній реалізації завдань загальноосвітнього та розвиваючого характеру.
2. У процесі навчання відбуваються міжпредметні зв'язки: німецька мова – географія, німецька мова – історія, німецька мова – народознавство та ін.

3. Більшість зарубіжних та вітчизняних методистів звертають увагу на недостатню начитаність молодого покоління й одночасно позитивну динаміку інтелектуального розвитку, прагнення до пізнання через аудіювання. У зв'язку з цим систематичне проведення аудіювання може стати одним із засобів оптимізації процесу навчання.
4. При одночасному функціонуванні аудіювання і читання, які доповнюють одне одного, можна компенсувати деякі обмеження, які пов'язані зі слуховим та зоровим сприйняттям інформації. Значення звукового сприйняття підвищується при читанні тексту майстрами художнього слова. В цьому разі мовлення створює певний емоційний настрій, що сприяє кращому розумінню повідомленого і мимовільному запам'ятовуванню інформації.

Література

1. Арутюнова Н.Д. Язык и мир человека. – М., 1999.
2. Бугрім В., Компанець Т. Ментальність і реклама // Рекламист. – 1998. – № 8.
3. Вайнрайх У. Языковые контакты: Состояние и проблемы исследования. – К., 1979.
4. Вежбицкая А. Язык. Культура. Познание. – М., 1998.
5. Верещагин Е.М., Костомаров В.Г. Язык и культура. – М., 1990.
6. Гумбольдт фон В. Язык и философия культуры. – М., 1985.
7. Лурья А.Р. Курс общей психологии. – М., 1965.
8. Ляховицький М.В., Сердюков П.І. Основні напрями використання навчальної техніки нового покоління // Методика викладання іноземних мов. – 1984. – Вип. 13.
9. Мельник П.Ю. Засвоєння соціокультурних

- стереотипів у роботі з рекламними повідомленнями // Іноземні мови. – 2002. – № 1.
10. Павліченко П.П. Соціологія. – К., 2002.
11. Першукова О.О. З історії розвитку соціокультурних аспектів вивчення іноземних мов у Європі // Іноземні мови. – 1994. – № 4.
12. Сепир Э. Избранные труды по языкознанию и культурологии. – М., 1993.
13. Смелякова Л.П. Художественный текст в обучении иностранным языкам в языковом вузе. – Санкт-Петербург, 1992.
14. Тарнопольский О.Б. Обучение этикету иноязычного повседневного педагогического и делового общения в языковом вузе // Іноземна мова. – 1999. – № 1.
15. Мидьямен Д. Слушаем – правильно говорим. Тексты для прослушивания. – К., 1998.
16. Bele U., Schmölder S. Materialien zur österreichischen Landeskunde. – Wien, 1995.
17. Meese H. Deutsch – warum nicht? – Bonn, 1998.
18. Oss Kröher: Liederreise. – München, 1998.
19. Langenscheidts Großwörterbuch Deutsch als Fremdsprache. – Berlin u. München, 2002.
20. Aufderstraße H., Bönzli W., Lohfert W. Themen neu – Hörtexte. BRD, 2000.
21. Vorderwülbecke A., Vorderwülbecke K. Stufen international – Hörtexte. Stuttgart, 1999.
22. Hufeisen Britta, Neuner Gerhard. Angewandte Linguistik für den fremdsprachlichen Deutschunterricht. – Kassel. München. Tübingen, 2002.
23. Conlin C. Unternehmen Deutsch. Hörtexte. – München, 1999.

Стаття надійшла до редколегії 29.10.2002 р.