

УДК 378.016:81'243:316.7

Ганна Сергіївна БАБАК,

*викладач кафедри іноземних мов факультету № 1
Харківського національного університету внутрішніх справ;
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3124-8212>;*

Наталія Валеріївна КРАСНОВА,

*старший викладач кафедри іноземних мов факультету № 1
Харківського національного університету внутрішніх справ;
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1986-9083>*

НАЦІОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНИЙ КОМПОНЕНТ НАВЧАННЯ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ ТА ЗАСОБИ ЙОГО ЗАСВОЄННЯ

Включення в зміст навчання країнознавчих знань забезпечують засвоєння реалій іншої національної культури, розширення їхнього загального кругозору, що приведе також до підвищення інтересу до іноземної мови.

До категорії засобів навчання, що більше усього можуть наблизити студента/курсанта до природного культурологічного середовища, відносяться автентичні матеріали: справжні літературні, образотворчі, музичні добутки, предмети реальної дійсності (одяг, меблі, посуд) та їх ілюстративне зображення. Нерідко в цей перелік потрапляють одноразові, повсякденні матеріали, такі, як афіші-оголошення, анкети, квитки проїзні і вхідні, вивіски, етикетки, меню, рахунки, карти, рекламні проспекти з туризму і т.д. Перераховані вище матеріали можна виділити в самостійну групу прагматичних матеріалів. Специфіка цих засобів полягає в тому, що вони стимулюють майже справжню комунікацію: студенти/курсанти ніби-то проживають усі події, грають визначені ролі, вирішують проблеми (купівлі, екскурсій, вибору навчального центра і професії, заповнення анкет, вибору меню і т.д.).

При навчанні іноземної мови можна використовувати лінгвокраїнознавчий матеріал з таких сфер:

1) **учбово-професійна сфера спілкування:** оголошення по працевлаштуванню; розклад уроків; вирізки з газет і журналів про систему освіти, бюджетні асигнування, рекламні проспекти різних навчальних центрів (курси іноземної мови, підвищення кваліфікації і т.і.); програми різних заходів (музичні, образотворчі, спортивні);

2) **соціально-культурна сфера спілкування:** запрошення на виставки, концерти, до музеїв; програми екскурсій, турів, розваг під час літнього відпочинку; вхідні квитки на видовищні заходи,

рекламні проспекти, довідники з ілюстраціями визначних пам'яток, карти-плани міст; програмки й афіші спектаклів, концертів, фестивалів, масових видовищ;

3) побутова сфера спілкування: предмети побуту; проспекти – реклами: готелів, кемпінгів, пралень, перукарень; схеми-плани усіх видів транспорту; проїзні квитки усіх видів транспорту; рахунки для оплати різних видів послуг.

4) торгово-комерційна сфера спілкування: рекламні проспекти різноманітних товарів; запрошення-реклами в ресторани, кафе, бари (із зазначенням різноманітних страв та послуг); меню замовлених страв, відомості про доставку їх додому, зазначення їхньої вартості; рецепти приготування національних блюд; рахунки за обіди, вечері; талони для купівлі товарів.

5) спортивно-оздоровча сфера спілкування: реклама оздоровчих центрів, спортивних комплексів; афіші про масові спортивні заходи; рекламні проспекти різних лікувальних заходів і засобів.

6) сімейно-побутова сфера спілкування: листи, листівки, запрошення; візитні картки; бланки вітальних листівок у зв'язку з різними святами (народження, весілля, ювілей, хрестини). Функціонально-цільове призначення прагматичних матеріалів може бути різним.

Вони використовуються для отримання країнознавчих знань: наприклад, викладач демонструє прагматичні матеріали, повідомляє інформацію, доповнює зміст підручника, або учні самостійно “добувають” інформацію з прагматичних матеріалів, а потім надають свій варіант на занятті, слухають доповнення викладача й інших учнів, або викладач і учні спільно працюють щодо систематизації розрізнено отриманої інформації, складають колажі, альбоми. Також, цю інформацію можна використати для організації мовного спілкування, розвитку усного мовлення у сферах і ситуаціях спілкування (сімейно-побутовій, учбово-трудова, соціально-культурній, спортивно-оздоровчій): організація інтерв'ю, різних опитувань про навчальні і спортивні центри; вивчення вимог, пов'язаних з одержанням різних професій; прогнозування по довідниках і картах маршрутів екскурсій; імітація подорожей, відвідувань ресторанів; вибір подарунків по рекламних проспектах і т.і. Викладач повинен користуватися вищезазначеним матеріалом для семантизації мовних одиниць, розвитку компаративних умінь, для допитливості, пізнавальної активності та інтересу.

Одержано 15.11.2020