СОЦИОКУЛЬТУРНАЯ КОМПЕТЕНЦИЯ И СПОСОБЫ ЕЕ ПРИОБРЕТЕНИЯ

Не требует доказательства тот факт, что изучение иностранного языка неразрывно связано с познанием культуры и этнических особенностей страны данного языка. Более того, адекватное овладение иностранным языком невозможно без изучения элементов культуры страны данного языка, другими словами, без социокультурной компетенции. Составной частью социокультурной компетенции является знание о модели поведения, принятой в обществе, включающей в себя общепринятые идеалы и ценности, а также языковые и неязыковые способы коммуникации. В каждом обществе господствуют свои представления о поведении и отношении к целому ряду понятий, охватывающие такие сферы, как семья, работа, образование, досуг и т.д. Кроме того, членов определенного социума объединяют общие знания о реалиях, которые могут быть неизвестны иностранцам. Это могут быть имена политиков, мыльные оперы, рекламные слоганы и т.д. Отсутствие социокультурной компетенции может привести не только к непониманию учащимися некоторых реалий, присущих иноземной культуре, но и к их неприятию [4, 27].

Поскольку общество постоянно развивается, реалии, отношения и стереотипы, присущие ему, также претерпевают изменения. То, что присуще данному обществу сегодня, через десять лет может потерять свою актуальность. Политики уходят, им на смену приходят новые, меняется уклад жизни. Вследствие динамичного развития общества представления и стереотипы о нем, которые студенты заимствовали из устарелых учебников и классической литературы, порой резко расходятся с тем, что общество представляет собой на текущий момент. Например, относительно британского общества еще бытует стереотип о традиционном "*five-o'clock tea*", несмотря на то, что в повседневной жизни большинство британцев сейчас редко соблюдают традицию чаепития в пять часов, это привилегия, в основном, людей, принадлежащих к высшему среднему классу ("*upper middle class*"), которые могут себе позволить не работать, и пенсионеров. Традиция эта соблюдается также в гостиницах и кафе, в туристических центрах

для привлечения туристов [1, 57]. Подобных примеров можно привести много, они свидетельствуют о том, что проблема «устаревания» информации в страноведении стоит достаточно остро.

Изменения в обществе затрагивают не только реалии, стереотипы, отношения и проч., они также затрагивают и язык, поскольку язык является неотъемлемой частью культурного наследия общества. Это проявляется не только в появлении новых слов, отражающих новые реалии и отношения (возьмем, к примеру, лавину компьютерных терминов, прочно вошедших в повседневную жизнь), но и во многих других аспектах языковой коммуникации, в частности в перемещении слов-вульгаризмов из неформальной во вполне формальную сферу общения. Например, считающееся ранее крайне непристойным '*F-word*' все более широко употребляется на телевидении, в фильмах и воспринимается в современном обществе как вполне приемлемое выражение гнева или фрустрации.

Появление массовой культуры значительно повлияло как на словарный запас английского языка, так и на его речевую реализацию. В связи с рядом причин британское общество в целом стало менее формальным, что неизбежно отразилось и на манере общения, упростив ее. Все это необходимо учитывать при обучении языку, повышая тем самым социокультурную компетенцию студентов.

Социокультурная компетенция включает в себя не только умение пользоваться языковыми выражениями адекватными ситуации, но также и адекватное поведение: реакцию на сказанное, жесты и т.д. Язык жестов значительно отличается в разных странах, даже в европейских, в которых довольно много общих культурных традиций. Например, в Великобритании, по утверждению Томалина Б. и Стамплески С., знак '*V*' является грубым сексуальным оскорблением, в то время как почти во всех остальных странах этот знак обозначает победу [8, 5].

В условиях неязыковой среды (т.е. когда обучение проходит не в стране изучаемого языка) необходимыми источниками приобретения адекватной социокультурной компетенции являются современная художественная литература, художественные и документальные фильмы последних лет, средства массовой информации, интернет. Среди вышеперечисленного художественная литература и художественные фильмы продолжают оставаться наиболее эффективными источниками приобретения социокультурной компетенции учащимися, поскольку

чтение и просмотр данных источников позволяет им «прожить» жизнь персонажей, приобрести их опыт и тем самым проникнуться духом изучаемой культуры: «Для студентов литература ценна как средство расширения своего знания о мире, поскольку посредством литературы они приобретают не столько дополнительную *информацию*, сколько дополнительный *опыт*. Новое понимание передается им динамично и персонально. Литература дает возможность *прожить* чужой опыт, а не просто *узнать* о нем» [7, 38].

Приобретение социокультурной компетенции о стране изучаемого языка отнюдь не означает, что студенты должны слепо копировать нормы поведения данной страны. Речь идет о другом: социокультурная компетенция позволяет учащимся различать нюансы лингвистических и экстралингвистических реалий.

Необходимо отметить, что социокультурное изучение страны включает в себя два направления: макрокультуру (*Big Culture*) и микрокультуру (*Small Culture*) [4].

К макрокультуре относят такие аспекты, как историю, географию, систему государственного устройства, искусство и т.д. Изучение микрокультуры подразумевает изучение традиций, обычаев, особенностей национального характера, поведения. Изучение последней имеет особо важное значение для выработки социокультурной компетенции, поскольку она повышает осведомленность учащихся относительно социокультурных традиций страны изучаемого языка, помогает им осознать тот факт, что возрастные, социальные различия, принадлежность к мужскому/женскому полу, район проживания и проч. определяют манеру и стиль поведения и речи [4].

Поскольку знание об иностранной культуре усваивается на основе родной культуры [3], большая эффективность обучения достигается в тех случаях, когда студенты имеют возможность сравнивать информацию об их родной стране с информацией о стране изучаемого языка [5, VIII]. Студенты, естественно, владеют в большей или меньшей степени информацией о макро и микрокультуре своей страны. Следовательно, целесообразно использовать их опыт, побуждая их анализировать и сравнивать объекты макро и микрокультуры своей страны и страны изучаемого языка.

Рассмотрим некоторые способы, которые позволяют учащимся самостоятельно и мотивированно вырабатывать социокультурную компетенцию. Практика показала эффективность такого вида работы, как

поиск фактов (*fact finding activities*). Ее целью является поиск учащимися дополнительной информации по изучаемой теме.

При поиске информации учащиеся могут быть ориентированы на работу с вышеперечисленными источниками приобретения социокультурной компетенции, а также с учебниками, справочниками, таблицами, диаграммами, иллюстрациями и т.д. Данный вид работы широко используется в современных британских учебниках, в частности, в учебнике *Profile UK* [6].

Преимуществами данной формы работы являются, во-первых, мотивация, возникающая у студентов для усвоения информации и адекватной передачи ее своим партнерам; во-вторых, эффективная отработка языковых навыков – чтения, говорения и восприятия на слух – в их сочетании; в-третьих, то, что она служит основой такой формы обучения, как **написание проектов** – одного из наиболее эффективных видов самостоятельной работы студентов [2].

Эффективность проектов выражается, прежде всего, в том, что у студентов возникает дополнительная мотивация к изучению языка. Само собой разумеется, что на стадии подготовки проектов по страноведению студенты уже обладают необходимой языковой эрудицией. Тем не менее, на основе собственного многолетнего опыта преподавания мы пришли к выводу, что процесс обучения иностранному языку не всегда стабилен и предсказуем. Как правило, на начальной стадии обучения студенты овладевают языком весьма интенсивно, однако на более продвинутом этапе часто наступает период, когда у учащихся резко ослабевает интерес к дальнейшему языковому совершенствованию. Проектная работа видится как один из эффективных способов решения данной проблемы. Написание и презентация проекта заключают в себе мощную мотивацию к языковому совершенствованию, поскольку студенты получают возможность использовать изучаемый язык не как цель, а как средство общения, что моделирует ситуации реальной жизни. Кроме того, при подготовке проектов студенты получают свободу творческого применения своих знаний, навыков и умений, а также развивают опыт самостоятельного научного исследования. Проекты могут быть как краткосрочными (от занятия к занятию), так и долгосрочными (в течение семестра). Подготовка долгосрочного проекта включает в себя три стадии:

1. Выбор темы, определение формата и объема работы.

2. Непосредственное выполнение проекта как самостоятельной работы под контролем преподавателя.

3. Презентация проекта, включающая в себя его обсуждение всей группой и оценку преподавателя.

К проектным заданиям можно отнести такие виды заданий как, например, сбор и обработка материала по обычаям и традициям страны изучаемого языка, сравнение их с обычаями и традициями своей страны; сравнительный анализ систем образования, здравоохранения, социального обеспечения, политической системы изучаемой и своей страны.

Подытоживая вышеизложенное, подчеркнем, что для адекватного овладения иностранным языком требуется социокультурная компетенция. В качестве эффективных способов ее приобретения рекомендуются методы поиска информации и подготовки проектов.

В конечном итоге, наиболее ценным в страноведении является выработка у учащихся интереса к иностранной культуре, понимание социокультурных особенностей нации, что в значительной степени способствует межнациональному сближению.

ЛИТЕРАТУРА

1. Driscoll J. Britain. – OUP, 1997. – 224 p.
2. Fried-Booth D.L. Project Work. – OUP, 1993. – 89 p.
3. Hermes L. Development of Intercultural Competence through Short Stories // Literature and Cultural Studies. – 2001. – N22. – P.26-35.
4. Holliday A. Appropriate Methodology and Social Context. – CUP, 1994. –105 p.
5. Lavery C. Focus on Britain Today. – Macmillan Publishers, 1993. – 122 p.
6. McLean A.C. Profile UK. – Heinemann, 1993. – 91 p.
7. Rosenblatt, Louise M. Literature as Exploration. – London: Heinemann, 1980. – 117 p.
8. Tomalin B.& Stempleski S. Cultural Awareness. – OUP, 1998. – 160 p.