

ЛИНГВОКУЛЬТУРНАЯ МЕДИАЦИЯ В ОБУЧЕНИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННОМУ АНГЛИЙСКОМУ ЯЗЫКУ

О. П. Дмитриева

*заведующий кафедрой межкультурной профессиональной коммуникации
Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники, г. Минск
volhadzmitrieva@gmail.com*

В статье рассмотрена лингвокультурная медиация как один из основных способов формирования межкультурной профессиональной компетентности в соответствии с ключевыми ценностями современного высшего образования. Раскрыты понятия «медиация» и «лингвокультурная медиация» в контексте образования и обучения иностранным языкам. Автором представлены виды заданий в рамках интерактивной, неинтерактивной и смешанной форм медиации, которые могут быть использованы в обучении профессионально ориентированному английскому языку.

Ключевые слова: медиация; лингвокультурная медиация; формы медиации; иностранный язык; профессионально ориентированный английский язык; межкультурная профессиональная компетентность.

LINGUISTIC AND CULTURAL MEDIATION IN TEACHING ENGLISH FOR SPECIAL PURPOSES

V. Dzmitryieva

*Head of Cross-Cultural Professional Communication
Belarusian State University of Informatics and Radioelectronics, Minsk
volhadzmitrieva@gmail.com*

Linguistic and cultural mediation as one of the main tools of cross-cultural professional competence formation in terms of key higher education values is researched. The terms "mediation" and "linguistic and cultural mediation" in context of education and foreign language teaching are revealed. The author presented some interactive, non-interactive and hybrid mediation activities that can be used in teaching English for special purposes.

Keywords: mediation; linguistic and cultural mediation; forms of mediation; foreign language; English for special purposes; cross-cultural professional competence.

Соотношение образования с такими основополагающими ценностями XXI века как интернационализация высшего образования – процесс интеграции международного и межкультурного измерения в учебные и научно-исследовательские функции образовательных учреждений, и диалог культур, нацеленный не только на активную манифестацию своей культурной позиции и ценностей, но и на понимание иной культурной позиции и ценностей, наделяет межкультурную профессиональную компетентность, в том числе коммуникативную, особым статусом и определяет формирование и развитие данной компетенцией у будущих специалистов как важнейшую задачу в области языкового университетского образования на современном этапе.

Наряду с некоторыми исследователями, мы полагаем, что профессионально ориентированное обучение иностранным языкам (ИЯ), в том числе английскому, приобрело в XXI веке полифункциональную направленность [1, с. 139]. Ключевой задачей высшего образования является формирование свободной творческой личности, наделенной глобальным видением развития разных процессов в мировом социуме, в том числе и социокультурных. В то же время каждая личность является носителем уникальной, локально специфичной национальной культуры, хранительницей исторической памяти и традиций.

В наши дни под воздействием активных процессов глобализации все чаще наблюдается феномен стирания четких культурных границ между государствами, а взаимозависимость становится одной из основных характеристик современного социума. Теоретическое обоснование данных процессов нашло свое отражение в теории комплексной взаимозависимости, разработанной еще в 1970-х гг. американскими исследователями Р. Кеохейном и Дж. Наем [2, с. 81–94].



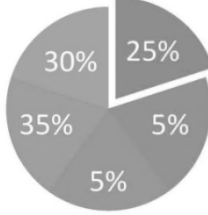
В связи с этим в современном мире возрастает потребность в специалистах, выступающих в качестве посредников между своей и иными культурами, в том числе с помощью передачи информации с родного языка на иностранный и наоборот. Не вызывает сомнения тот факт, что процесс управления культурным и лингвистическим разнообразием не может быть ограничен одной культурой или страной, так как происходит между людьми, говорящими на разных языках и представляющими разные культуры в рамках глобальной национальной культуры. При этом, в процессе изучения ИЯ обучающиеся не только воспринимают иной язык и культуру, но и в некоторой степени формируют данный язык и культуру. Учитывая тесную связь между языком и культурой в процессе погружения в атмосферу иноязычного общения целью формирования межкультурной профессиональной коммуникативной компетенции, все большее значение в современной лингводидактике отводится лингвокультурной медиации как способу обучения речевой коммуникации.

В широком контексте под медиацией (от лат. *mediare* – посредничать) понимается передача информации через посредника, а именно любая форма посреднической деятельности, направленной на решение спорных вопросов с привлечением третьей стороны. Медиация может осуществляться как посредством применения нескольких языков – билингвальная или мультилингвальная медиация, так и в рамках одного языка – беспереводная медиация [1, с. 139; 3, с. 175].

С развитием междисциплинарного подхода к образованию и науке медиация получила широкое применение в экономической, политической, трудовой, экологической, образовательной, межкультурной и других областях. Следует отметить, что в лингвистических исследованиях медиация выступает как особый вид дискурса, так как характеризуется специфическими когнитивными, коммуникативными и прагматическими стратегиями, помогающими решить основную коммуникативную задачу дискурса. Это объясняет важную роль медиации в обучении профессионально ориентированному английскому языку, где ИЯ выступает как средство общения узкопрофессиональной сфере.

В образовании медиация рассматривается как посредничество, обеспечивающее коммуникативное взаимодействие двух и более коммуникантов, непосредственное общение между которыми невозможно в силу каких-либо обстоятельств [4, с. 35–36]. Концепция медиации в обучении ИЯ была сформулирована в 1990-е гг. британским исследователем М. Байромом, определившим медиацию как совокупность моделей коммуникативной компетенции, применяемой в иноязычном обучении с целью решения коммуникативных трудностей, возникающих в процессе речевого взаимодействия между носителями разных языков. Лингвокультурный характер медиации обеспечивает координирование процесса коммуникации между представителями различных культур и способствует снижению числа коммуникативных неудач, обусловленных различиями взглядов, убеждений, ценностных систем и норм речевого поведения собеседников [5, с. 149].

Таблица 1 – Задания в соответствии с формой лингвокультурной медиации

Вид деятельности (задание)	Пояснение к заданию (инструкция)																								
<i>Неинтерактивная медиация</i>																									
Резюме	<p><i>I Listen to the interview with Caroline Stern Clat, Headliner Labs co-founder and CEO, speaking about understanding brands and reaching customers in e-commerce. Prepare the summary of the interview in writing.</i></p> <p style="text-align: center;">Plan for an Interview Summary</p> <ul style="list-style-type: none"> the topic of the interview the participants: names and positions the structure: introduction-main part-conclusion; questions under discussion language: the professional terminology and lexicon 																								
Реферирование	<p><i>II Render the article "Why Competition Matters" published on "The Economist".</i></p> <p style="text-align: center;">Plan for an Article Rendering</p> <ul style="list-style-type: none"> the headline, source, date, author the topic, purpose, message the style and genre the structure and content of each part: introduction-main part-conclusion the language: professional terminology and lexis your opinion on the issue 																								
<i>Интерактивная медиация</i>																									
Обмен мнениями	<p><i>I Express your opinion on the ideas from the post "Evolution of the Four Ps: Revisiting the Marketing Mix". Work in pairs.</i></p> <ol style="list-style-type: none"> While the concept of marketing is quite stable, the marketing combination of factors that influence the delivery of value has evolved considerably. Understanding integrated marketing communication and your place in the marketing funnel is more applicable than ever. 																								
Дискуссия	<p><i>III Look at the elements (on the left) that comprise the branding process and discuss which of them take the key position for these businesses (on the right).</i></p> <ol style="list-style-type: none"> Customer Location Product People Brand identity Competitors Online messaging <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">  </div>																								
<i>Смешанная медиация</i>																									
Доклад по теме	<p><i>I Expand the following statement: "Marketing-mix components can be viewed as elements that make up a car. In the 1960s, when the marketing mix debuted, all cars had wheels, an engine, etc. In today's market, a fuel injector is considered a necessity." Present your ideas in the form of a 200-word report in class.</i></p>																								
Презентация	<p><i>II Choose one of the two topics and describe the following simple charts in relation to it. Use any data you like to fulfill the visuals.</i></p> <ol style="list-style-type: none"> Digital Marketing: A Boost to Today's Businesses. Effectiveness of Digital Marketing Campaigns: Ways to Measure. <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   <table border="1" style="border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th></th> <th>2020</th> <th>2021</th> <th>2022</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>A</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>B</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>C</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>D</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>E</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table> </div>		2020	2021	2022	A				B				C				D				E			
	2020	2021	2022																						
A																									
B																									
C																									
D																									
E																									

В процессе изучения ИЯ медиация может осуществляться в неинтерактивной, интерактивной и смешанной формах. Интерактивная медиация реализуется в случае, если коммуникатор отправляет некоторую информацию реципиенту с целью получить от него ответную реакцию, т. е. медиация нацелена на интеракцию – передачу сообщения от коммуникатора к реципиенту и наоборот. Интерактивная медиация широко применяется при последовательном переводе, текстуализации интенций, посредничестве при переговорах. Неинтерактивная медиация предполагает трансмиссию информации от коммуникатора к реципиенту. Примерами такой формы работы на практических занятиях по английскому языку выступают перевод, реферирование, аннотирование, обзор, пересказ. При смешанной медиации происходит языковое посредничество с некоторыми элементами интеракции между медиатором и одним из коммуникаторов, например, при во время презентации собранной информации с ее последующим обсуждением [6, с. 23– 33].

На наш взгляд, при обучении профессионально ориентированному ИЯ в вузе с применением медиативного подхода целесообразно использовать все три модели медиации с учетом степени сформированности межкультурной профессиональной коммуникативной компетентности обучающихся. Так, на 1-м курсе обучения I ступени высшего образования может быть сделан акцент на неинтерактивной медиативной модели, при которой преподаватель выступает медиатором, одновременно транслируя знания и мотивируя студентов на активную интеракцию. На последующих курсах обучения I ступени и на II ступени (магистратура) высшего образования может быть использована преимущественно интерактивная медиация с элементами неинтерактивной и смешанной медиации, при которой функции преподавателя сводятся к роли фасилитатора, обеспечивающего успешную коммуникацию среди обучающихся, которые уже сами выступают медиаторами, отрабатывая и практикуя коммуникативные и медиативные навыки в группе студентов. Ниже представлены практические задания в соответствии с формами лингвокультурной медиации в обучении профессионально ориентированному английскому языку по специальностям 1–28 01 01 Экономика электронного бизнеса, 1–28 0102 Электронный маркетинг в Белорусском государственном университете информатики и радиоэлектроники (Минск, Беларусь).

Анализ пояснений к выполнению заданий, представленных в таблице «Задания в соответствии с формой лингвокультурной медиации» позволяет утверждать, что выполнение подобных заданий нацелено на развитие не только речевых, но и ряда над профессиональных навыков (softskills), а именно на развитие критического мышления, анализ и синтез информации, формирование навыков командной работы, развитие творчества, совершенствование навыков публичного выступления, формирование лидерских качеств, развитие эмпатии, формирование уважительного отношения к представителям разных языковых культур и др.

Таким образом, применение лингвокультурной медиации в обучении профессионально ориентированному английскому языку в высшей школе является относительно новым, но в то же время достаточно востребованным подходом, используемым в современной лингводидактике, поскольку в определенной степени способствует формированию межкультурной профессиональной коммуникативной компетентности специалистов в контексте диалога культур, интернационализации и вариативности языкового образования.



Библиографический список:

1. Литвишко, О. М. Лингвокультурная медиация как компонент глобального подхода в обучении профессионально ориентированному английскому языку (на примере направлений подготовки 38.03.02 «Менеджмент», 40.03.01, 40.04.01 «Юриспруденция») / О. М. Литвишко, Ю. А. Черноусова // Вестник Воронеж. гос. ун-та. Сер. Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2016. – № 2. – С. 139–143.
2. Keohane, R. O. Power and Interdependence in the Information Age / R. O. Keohane, J. S. Nye // Foreign Affairs. 1988. – Vol. 77 (# 5). – P. 81–94.
3. Ланкина, О. Ю. Содержание понятия «медиация» в обучении иностранным языкам / О. Ю. Ланкина // Вестник Ленингр. гос. ун-та им. А. С. Пушкина. Сер. Педагогика. – 2018. – № 2. – С. 175–183.
4. Common European Framework of Reference for Languages: Learning, Teaching, Assessment. – Council of Europe. – 2001. – 224 p.
5. Kohler, M. Teachers as Mediators in the Foreign Language Classroom / M. Kohler. – UK : Bristol, 2015. – 236 p.
6. Колесников, А. А. Формирование медиативной компетенции при обучении иностранным языкам в школе / А. А. Колесников, М. К. Денисов // Вестник Рязан. гос. ун-та им. С. А. Есенина. – 2012. – № 34. – С. 23–33.