

СИТУАТИВНО-ФУНКЦІОНАЛЬНИЙ ПІДХІД ДО НАВЧАННЯ ГРАМАТИКИ  
СТУДЕНТІВ МОВНИХ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ

Висвітлено основні положення ситуативно-функціонального підходу до навчання іншомовної граматики. Розкрито поняття ситуативності та функціональності в контексті навчання граматики французької мови.

**Ключові слова:** ситуативність, функціональність, мовленнєві акти, граматична структура *Subjonctif*.

У комунікативній методиці викладання іноземних мов (ІМ) головною метою навчання є здобуття комунікативної компетенції як здатності користуватися мовою відповідно до різних комунікативних ситуацій [1; 2; 6]. Тому сьогодні навчання граматики в мовному ВНЗ не обмежується набуттям лише мовної, а й передбачає оволодіння мовленнєвою компетенцією, яка поширюється на контекстуальні та невербальні аспекти мовлення. Це відповідає сучасним вимогам до вивчення іноземних мов та рекомендаціям опановувати граматичною будовою мови з урахуванням практичних (комунікативних) цілей навчання.

**Мета** даної статті – висвітлити положення ситуативно-функціонального підходу до навчання іншомовної граматики та запропонувати засоби їх реалізації в процесі навчання студентів мовних спеціальностей граматичної структури *Subjonctif*.

Комунікативна концепція навчання ІМ передбачає відбір граматичного матеріалу з урахуванням комунікативних ситуацій (В.А.Бухбіндер, Н.Д.Гальскова, Н.І.Гез, В.Л.Скалкін, Е.І.Пассов). Ситуативна обумовленість певної граматичної структури – це притаманний лише їй (цій структурі) стереотипний комплекс зовнішніх і внутрішніх екстралінгвістичних факторів або подразників, що детермінують появу структури в мовленні [6]. Граматична адекватність ситуації мовлення означає, що в процесі комунікації враховується не тільки правильність форми, а й відповідність її конкретній ситуації спілкування.

Вибір мовних, зокрема граматичних, форм, які детермінуються конкретною ситуацією, здійснюється також згідно з **комунікативною функцією** висловлювання. Увесь процес спілкування складається із послідовного виконання мовцем мовленнєвих актів, кількість яких обмежена. Мовленнєві акти мовця полягають у тому, щоб *здивуватися, обуритися, засмутитися, сумніватися, захоплюватися* тощо. У ситуації вони виступають організую-

чою основою. Саме тому і в організації навчального матеріалу вони повинні відігравати ту ж саму роль: мовленнєві зразки певних рівнів повинні організовуватися біля мовленнєвих актів [6, с. 117].

Відповідність конкретного граматичного явища комунікативному акту в зазначеній ситуації спілкування враховується у **ситуативно-функціональному підході** до відбору та організації мовно-мовленнєвого матеріалу [6]. Виходячи з назви підходу, двома основними критеріями відбору матеріалу для формування у студентів граматичної компетенції виступають: 1) критерій *ситуативності*, який передбачає здатність певної граматичної структури обслуговувати комунікативні ситуації; 2) критерій *функціональності*, що забезпечує вибір граматичних засобів для реалізації комунікативних актів у конкретній ситуації спілкування.

Зупинимось детальніше на кожному з них у контексті навчання граматичної структури *Subjonctif*.

Як уже зазначалось, у комунікативному підході до навчання ІМ ситуація виступає основою організації мовленнєвого матеріалу. Це означає, що комунікативна спрямованість навчання передбачає створення навчального процесу як моделі процесу спілкування. Весь процес спілкування – це фактично безперервний, динамічний ряд ситуацій, що змінюють одна одну. Отже, ситуація є основою функціонування спілкування. Звідси впливає завдання створити ситуації для навчання. При цьому необхідно відібрати й організувати матеріал так, щоб він був адекватним як структурному аспекту ситуації, так і її змістовому аспекту, який виступає у вигляді проблемності та предметності спілкування. Зазначимо, що навчальна ситуація відрізняється від природної деталізацією в описі компонентів ситуації, наявністю вербального стимулу, можливістю багатократною репродукції та наявністю опор [3, с. 201].

При навчанні граматичного матеріалу цінність критерію *ситуативності* полягає в тому, що, *по-перше*, ситуація виступає одним із засобів формування граматичних навичок, здатних до переносу.

*По-друге*, ситуація є способом презентації граматичного матеріалу, оскільки продемонструвати функціонування граматичної структури, зокрема *Subjonctif*, у мовленні можна тільки на основі ситуації.

*По-третє*, ситуація виступає засобом мотивації мовленнєвої діяльності студентів. У контексті

навчання граматики ця функція ситуації забезпечує використання студентами граматичних форм у комунікативних цілях, тобто для вираження власної думки, а не для засвоєння форми заради форми.

У *четвертих*, ситуація розглядається як умова розвитку мовленнєвого уміння. Згідно з комунікативним підходом до навчання ІМ, і мовленнєві навички, і мовленнєві вміння повинні формуватися тільки в ситуативних умовах. Ситуації для формування граматичних навичок називаються умовними. Це означає, що при засвоєнні дії на оформлення певної структури висловлювання студента обумовлено контекстом і завданням, методично спрямованим на оволодіння окремою дією. Продуктом таких ситуацій найчастіше виступає мікродіалог. Для розвитку мовленнєвого уміння обумовленість ситуації не потрібна, на цьому етапі використовуються необумовлені ситуації, коли мовець не обмежується жорсткою, заданою ззовні програмою діяльності [1; 6].

Другим критерієм організації граматичного матеріалу для засвоєння студентами виступає функціональність, яка проявляється у способі презентації граматичного матеріалу. Групування граматичних явищ біля основних інтенцій (комунікативних актів) створюють передумови до легшого переходу від задуму до реалізації, до спрямованого (скерованого) застосування граматичного матеріалу в ході виконання мовленнєвих завдань [1, с.116].

Мовленнєві акти, які реалізуються за допомогою граматичної структури *Subjonctif* у комунікативних ситуаціях, полягають у вираженні *бажання, сумніву, необхідності, в наданні емоційної оцінки події, у вираженні наслідку, поступки, спонукання, очікування, мети* тощо [7; 8].

Мовленнєвою одиницею відбору навчального матеріалу, який володіє властивостями як ситуативності мовлення, так і комунікативного акту виступає текст [5]. Текст являє собою "природний" контекст вивчення мови, оскільки він є зразком мовленнєвої комунікації носіїв мови, яка відповідає вимогам включення вивчення грама-

тичних явищ у реальні ситуації спілкування.

Комунікативний підхід до навчання робить особливий акцент на використанні оригінального автентичного матеріалу як обов'язкового компонента змісту навчання ІМ. Навчати мови, як акцентує Н.Д.Гальскова, — означає навчати культури, що передбачає взаємопов'язаний комунікативний й соціокультурний розвиток студентів. На її думку, засвоєння мови є засвоєнням відповідних відмінностей у світі — концептуальних систем. Щодо мовних засобів, то оволодіння ними повинно слугувати тому, щоб студент міг свідомо управляти процесом вибору відповідних засобів у ході спілкування і процесом індивідуального засвоєння мови [2, с. 79].

Зокрема, рекламні тексти як автентичний матеріал представляють сучасну французьку мову, дозволяють привносити на заняття елементи з повсякденного життя країни, мова якої вивчається, що, в свою чергу, є додатковим мотиваційним джерелом вивчення граматики французької мови. До того ж студентам можна запропонувати вправи на продукування текстів, подібних до автентичного, який слугує моделлю і стимулює висловлювання власної думки. Тоді засвоєння граматичного явища відбувається не штучним способом, а в контексті, найбільш наближеному до ситуації реального життя.

Наведемо приклад використання рекламних текстів для навчання студентів висловлювати поступку за допомогою ГС *Subjonctif*.

#### Les objectifs :

*Fonctionnel*: s'exprimer par écrit / ou oralement au sujet donné.

*Acte de parole*: exprimer la concession.

*Linguistique*: employer le Subjonctif après les conjonctions de concession.

*Culturel* découvrir la vie quotidienne / les pré-occupations sociales des Français.

*Consigne*: *Observez les slogans des pubs. Rédigez les slogans pour les produits proposés où vous exprimez la concession à la manière des slogans ci-dessous.*

Image 1



Image 2



Image 3



1. **Quelle que soit** la saison, il y aura toujours de la littérature (Editions Héloïse d'Ormesson).

2. Avec les solutions mail mobile, recevez et envoyez vos e-mails **où que vous soyez** (Orange).

3. Après l'alcool et le tabac, **pourvu qu'ils ne nous interdisent** pas de communiquer sur l'automobile

bile (pub idéologique).

#### EXEMPLES:

1) Pub du magasin culturel du voyage Ulysse.

*Clientèle cible* : ceux qui aiment voyager.

2) *Support* : pub d'Air France.

*Clientèle cible*: ceux qui prennent les vols pour voyager.



1)



2)



3)

### Réponses possibles :

1) *Slogan*: **Quel que soit** le pays de votre choix, Ulysse vous informera.

2) *Slogan*: AIR FRANCE vous emportera **où que vous alliez!**

3) *Slogan*: **Pourvu que nous luttons** contre le SIDA tous ensemble!

Отже, використання на заняттях рекламних матеріалів відповідає комунікативній концепції навчання, оскільки рекламні тексти разом з ілюстрацією створюють ситуативний контекст для використання граматичних структур, що сприяє формуванню у студентів не тільки граматичної, а й комунікативної компетенції.

Перспективи подальших розвідок у даному напрямку ми вбачаємо в дослідженні питання відбору інших автентичних матеріалів із метою формування у студентів мовних спеціальностей граматичної компетенції в контексті комунікативного підходу до навчання французької мови.

### Література

1. Бухбиндер В.А. Ситуативная грамматика для обучения говорению // Очерки методики обучения устной речи на иностранных языках / [Руковод. кол. авт. В.А.Бухбиндер]. – К.: Вища шк., 1980. – С. 108–146.

2. Гальскова Н.Д. Современная методика обучения иностранным языкам / Н.Д.Гальскова. – М.: Аркти-Глосса, 2000. – 163 с.

3. Гальскова Н.Д. Теория обучения иностранным языкам: Лингводидактика и методика: учеб. пособие [для студ. лингв. ун-тов и фак. ин. яз. высш. пед. учеб. заведений] / Гальскова Н.Д., Гез Н.И. – М.: Издат. центр "Академия", 2004. – 336 с.

4. Гурвич П.Б. Ситуативная обусловленность грамматических структур, изучаемых на среднем этапе языкового факультета / П.Б.Гурвич // Иностранные языки в высшей школе. – М.: Высш. шк., 1975. – Вып. 10. – С. 40–45.

5. Колшанский Г.В. Лингвокоммуникативные аспекты речевого общения / Г.В.Колшанский // Иностранные языки в школе. – 1985. – № 1. – С. 10–14.

6. Пассов Е.И. Теоретические основы обучения иноязычному говорению: [монография] / Ефим Израилевич Пассов. – Воронеж: Изд-во Воронежского ун-та, 1983. – 199 с.

7. Charaudeau P. Grammaire du sens et de l'expression / P.Charaudeau. – P.: Hachette, 1992. – 745 p.

8. Levy M. Grammaire du français: approche énonciative / M.Levy. – P.: Ophrys, 2000. – 248 p.

*In the article the situational and functional approach in the foreign grammar study is analyzed. The notions of situationality and functionality in French grammar study are examined.*

**Key words:** *situationality, functionality, speech act, grammar structure Subjunctive*

*Описаны основные положения ситуативно-функционального подхода к обучению иноязычной грамматике. Раскрыты понятия ситуативности и функциональности в контексте обучения французской грамматике.*

**Ключевые слова:** *ситуативность, функциональность, речевой акт, грамматическая структура Subjonctif.*