

## МОВЛЕННЄВИЙ ЕТИКЕТ АМЕРИКАНЦІВ, АНГЛІЙЦІВ У КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ КУЛЬТУРНО-МОВНИХ ЦІННОСТЕЙ УЧНІВ НА УРОКАХ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

**Ганна ШИЯН,**

*вчитель англійської мови, Київська гімназія східних мов №1*

*У статті автор порушує питання важливості знань менталітету американців, англійців, етнічнонаціональних і культурно-мовних цінностей, особливостей у спілкуванні англомовних народів та опанування учнями комунікативних компетентностей для міжкультурної комунікації.*

**Ключові слова:** учні; урок; англійська мова; мовленнєвий етикет, міжкультурна комунікація.

THE COMMUNICATIVE ETIQUETTE OF ENGLISH NATIVE SPEAKERS IN THE CONTEXT OF DEVELOPING OF CULTURAL AND LANGUAGE VALUES OF LEARNERS. **Hanna SHYIAN**, *English Language Teacher, Gymnasium of Oriental Languages №1 of Kiev.*

*In this article the author explore the issue of importance of the knowledge of English and American mentality, ethnic, national, cultural and language values, features of the communicative etiquette of English native speakers and students' acquirement of communicative competences for intercultural communication.*

**Keywords:** pupils; lesson; English language; communicative etiquette; intercultural communication.

**Постановка проблеми.** У центрі уваги людства перебуває діяльнісний аналіз між людських, міжетнічних стосунків, широкого використання знань про менталітет, етнічні цінності народів у мовленнєвій, міжкультурній комунікації.

Людський чинник відіграє важливу роль у комунікативному процесі, у вербальній взаємодії мовців – представників різних народів. Увага сучасних лінгвістів спрямована на комунікативну діяльність людей. Продукт цієї діяльності творить мовлення як цілеспрямовану соціальну дію – дискурс.

Розширення сфери застосування англійської мови як мови ООН, ЮНЕСКО у різних сферах визначає зростаючий інтерес до вивчення менталітету, етнічних цінностей англійських народів, специфіки мовних маркерів, соціокультурних особливостей цих народів. Ці знання є важливими як для організації ефективного комунікативного процесу, так і для міжкультурної комунікації, взаємодії народів в ім'я їх благополуччя, миру, співпраці.

У психологічній літературі комунікації і спілкування розглядають як несинонімічні поняття. Для ефективного спілкування важливо мати базові знання з етнопсихолінгвістики, культурології, порівняльного мовознавства.

Найголовнішим компонентом особистості є комунікативна складова, адже комунікація становить 80 % усього існування людини. Вона охоплює комунікативну роль, комунікативний статус, комунікативну позицію, комунікативний тип.

У процесі навчання англійської мови в системі загальної середньої освіти важливо знати не тільки особливості лексики австралійців, американців, англійців, а й особливості цих мовних особливостей учасників комунікативного процесу, психологічної, соціокультурної складової зазначених народів комунікативного паспорту мовця.

Процес спілкування, вербальні контакти англійських народів із партнерами (співрозмовниками) мають свої особливості, які важливо знати усім, хто опановує англійську мову, подорожує світом, налагоджує не тільки міжособистісні контакти, а й успішні ділові стосунки.

**Аналіз публікацій і досліджень.** С. Абрамович, М. Чікарькова, висвітлили історико-теоретичні проблеми мовленнєвої комунікації, її риторичне ядро. Значна увага приділяється етиці і психології мовленнєвої поведінки, зокрема маніпулятивній та актуалізаторській поведінці як особистого морального вибору комуніканта, мовному етикету, ролі контактної зони у мовленнєвій комунікації, психологічній готовності до спілкування, техніці мовленнєвої комунікації.

Дослідження О. Кубрака присвячене етикету ділового та повсякденного спілкування та знайомить із особливостями поведінки, мовлення, притаманного різним народам світу. У працях вітчизняного вченого В. Редька розглядаються проблеми теорії і завдань для формування в учнів іншомовної комунікативної компетентності в умовах сучасної середньої школи, принципам добору мовного, мовленнєвого, ілюстративного та інформаційного матеріалу до змісту шкільних підручників з іноземних мов. Значну увагу формуванню в учнів мовної/лінгвістичної, мовленнєвої компетентностей приділено у працях С. Ніколаєвої. Мова кожного етносу формує національно-мовну картину світу, думку про що обстоювали В. фон Гумбольдт, О. Потєбня, С. Богдан, В. Маслова, І. Голубовська, В. Парашук та інші. Основи міжкультурної комунікації досліджували Ф. Бацевич, Л. Вікулова, Д. Гудков, В. Жельвіс, О. Корнілов, Є. Которова, В. Ярцева та ін.

Мистецтво відповідального спілкування у колі науковий інтересів Р. Кушніра, А. Кропоткіна, В. Манакіна, А. Литвина, І. Тимошенко та ін.

Поняття «менталітету» і «ментальності» у світовій гуманітаристиці широко вживаються, починаючи з другої половини ХХ ст.

У психології чітко розрізняються ментальне Я, те, що йде від розуму. Поняття «менталітет» споріднене з національно-етнічною свідомістю, становить її основу і, певно, може сприйматися як її синонім. Як зазначав німецький мовознавець В. фон Гумбольдт, менталітет – це не тільки свідомість, а більшою мірою народна думка, або «дух народу». Менталітет/ментальність – (з лат. *розум, інтелект*) – спосіб світобачення людини як представника певної нації та соціально – культурної спільноти. Менталітет та національно-етнічна свідомість позначаються на особливостях національного характеру – загальних соціально-психологічних рисах, які притаманні національній спільноті загалом. Менталітет не тільки віддзеркалює соціально-культурну свідомість народу, а й слугує впливовим регулятором

формування його соціальної поведінки, виховання для досягнення пріоритетних для кожної конкретної нації цінностей.

Етнічні цінності у науці розглядаються як комплекс правил, які регламентують поведінку індивіда у суспільстві з урахуванням етнічних традицій і базуються на світовідчутті, властивому тій чи іншій етнічній спільності. Ідеї про облаштування світу є головною етнічною цінністю серед інших етнічних цінностей – виробничі відносини, ставлення до захисту особи й етнічної спільноти в цілому тощо. Існує шкала етнічних цінностей, яка вибудовується на розумінні піклування про матеріальне благополуччя держави, сім'ї, неухильне дотримання ритуалів виконання суспільних зобов'язань.

Цінності, ціннісні смисли виступають тими диспозиційними установами свідомості, які констатують структуру сприймання, поведінки та праксеологічної активності людини в конкретних умовах її життєдіяльності.

У наукових працях по-різному визначається не тільки ієрархія цінностей, а й базові складові компоненти. Культурно-мовні цінності є предметом дослідження педагогів Київської гімназії східних мов № 1, яка здійснює всеукраїнського рівня дослідно-експериментальну роботу за темою «Реалізація інноваційної моделі розвитку культурно-мовних та морально-громадянських цінностей учнів» (2012–2019 роки).

Мовленнєвий етикет у мовознавстві розглядається як усталені мовні звороти, типові формули, які використовуються у певних ситуаціях спілкування і відповідають національно-культурним традиціям певного соціуму.

Комунікативна поведінка в теорії мовної комунікації визначається О. Семенюком та В. Паращук як сукупність мовних і позамовних дій, здійснених комунікантами в межах комунікативного акту з метою досягнення комунікативної цілі певної вербальної взаємодії.

Глобалізаційні процеси на планеті змінюють не тільки політику, економіку, а й характер людського спілкування, яке набуває нових форм і розв'язує нові завдання. Розвиток міждержавних відносин, міжособистісних контактів народів, інтенсивне вивчення іноземних мов зумовлюють стійкий інтерес до міжкультурної комунікації як наукової і практичної галузі.

Міжкультурну комунікацію В. Манакін визначає як таку, що вивчає особливості вербального та невербального спілкування людей різних національностей та лінгвокультурних спільнот.

**Мета статті** – проаналізувати культурно-мовні етнічні цінності, особливості менталітету англословянських народів – американців, англійців та мовленнєвий етикет народів, їх комунікативну поведінку у міжособистісній, міжкультурній комунікації.

**Виклад основного матеріалу.** У кожного народу існують власні культурні традиції, власний національний характер. Навіть народи-сусіди, що сповідають одну релігію, часто мають відмінності у мові, традиціях.

Спеціалісти з міжнародних контактів дотримуються різних поглядів на те, якою мірою представники різних народів повинні враховувати національні особливості спілкування при веденні спільних справ. Одні вважають, що інтенсивність ділового спілкування веде до розмивання національних кордонів. Глобалізація інформаційних систем, розвиток міжнародних політичних, економічних і культурних зв'язків сприяє взаємному проникненню національних стилів спілкування, формує єдині параметри ведення переговорів.

Інші, навпаки, схильні надавати національним особливостям неабиякого значення, оскільки цінності, навички поведінки, традиції, засвоєні ще з дитинства, створюють серйозні проблеми під час переговорів між носіями різних культур.

Зауважимо, що національний стиль спілкування – лише типові, найпоширеніші, найімовірніші особливості мислення та поведінки. Ці риси не обов'язково притаманні всім представникам нації. Основними чинниками, які утримують цілісність концептосфери нації, є

національні цінності – аксіологічні орієнтири, які визначають пріоритети духовного життя народу. Поняття «національні цінності» частково перетинається, накладається на поняття «національні стереотипи», проте між ними існує істотна відмінність. Національні цінності – це система життєвих орієнтирів, якої дотримуються самі представники певної культури і яка охоплює позитивні ціннісні домінанти. Стереотипи – будь-які типові уявлення про національні спільноти та їх звички, які переважно характеризують не власних, а «чужих» народів з позицій «своїх» національно-культурних уявлень.

Ціннісні орієнтири закріплюються у так званих ціннісних (ключових) концептах (англ. *key concepts*), які формують неповторність концептосфер націй. Їх вивчають, порівнюють, досліджують, чому саме такі концепти стали ключовими для певної національної культури.

**Британські цінності.** Пояснення англійської специфіки починається з етимології слова *English*, що походить від староангл. *engle*, яке під впливом латини часто писали *angle*, що означає «риболовецький гачок, кут». Цю назву германське плем'я отримало від місцевості в районі Гольштейн (Північна Німеччина), яка своєю формою нагадувала гак або кут. Жителі Британських островів не представляють однорідної раси, а походять від багатьох етносів: іберійців, кельтів, бритів, данців тощо.

Вирішальним для формування англійського національного характеру було острівне розташування країни. Англіцям властиве відчуття відокремленості від решти світу, замкнутість. Вони і дотепер про поїздки в країни континентальної Європи кажуть: поїхати до Європи (на континент). Океанічний клімат з туманами і частими дощами, сильними вітрами, незначною кількістю сонячних днів у році сприяє формуванню твердості характеру, загартованості тіла й духу, стриманості у висловлюванні почуттів.

Англіці схильні сприймати світ так, ніби саме вони перебувають у його центрі (О. Семенюк, В. Паращук). Це зумовлено тим, що саме тут проходить нульовий меридіан (у Гринвічі), від якого починають відлік часу і координат. Затоки Ла Манш і Па де Кале вони називають *The English Channel* (Англійський канал) і *The Strait of Dover* (Дуврська протока). Британці користуються традиційними мірами ваги і довжини, відмінними від європейських, тут лівосторонній рух на автошляхах.

Фахівці з історії та культури Великої Британії справедливо зазначають, що англіці вважають протизаконні речі синонімом поганого. Там, де інші країни обирають революцію, Англія іде еволюційним шляхом. Наприклад, восени 1999 року палата лордів, яка проіснувала з XIII ст., оголосила про свій саморозпуск, але революції через це не сталося.

Сучасні українські лінгвісти О. Семенюк і В. Паращук виокремлюють такі ключові (ціннісні) концепти британців:

1) «дім» (*home*) – концепт, найближчий за значенням до укр. Батьківщина і англ. *homeland*, хоча в англійській мові існує й *motherland*. Англ. *home* перекладають як дім, домашнє вогнище, рідні місця, Батьківщина. Рідна земля асоціюється з домом, що відображено у великій кількості паремій: *Home, sweet home*; *East or west, home is best*; *An Englishman's home is his castle*, а також дериватів: *homecoming*, *homesickness*, *homey*, *homeliness*, *homeward*, *homekeeping*. Англійське уявлення про дім – цегляна будівля з кімнатами на першому та другому поверхах, із садом, про який ретельно дбають і показують гостям;

2) «свобода» (*freedom*) – концепт, зумовлений геополітичним становищем країни. Після норманського завоювання 1066 р. Англія жодного разу не була захоплена іноземцями. Перші політичні свободи з'явилися тут ще в XVII ст. Англіці пишуться незалежністю своєї преси, одна з найпопулярніших газет має назву «*The Independent*». Концепт «*freedom*» пов'язаний з особистою свободою, особистими правами, особистою незалежністю, «приватністю», тобто свобода в уявленні англіців – можливість робити, що хочеш, і не робити того, чого не хочеш;

3) «приватність» (privacy) – концепт, пов'язаний із бажанням захистити особистий простір, який англіїці сприймають майже фізично як продовження власного тіла. Лексема privacy походить від прикметника private – «особистий, приватний, таємний, конфіденційний», і означає наявність психологічно безпечної відстані між окремою особистістю та її оточенням. Розуміння суті приватності англіїців є запорукою уникнення конфліктів та непорозумінь у міжкультурній комунікації;

4) «здоровий глузд» (common sense) – концепт, який охоплює певні практичні принципи, необхідні для формування моралі. Слово sense має значення «відчувати і розуміти», у виразі common sense виявляється емпіричне ставлення до життя. Із концептом «sense» пов'язаний «reason», який означає не так розум, глузд, як здатність думати, розуміти і формувати уявлення й судження на основі фактів. В англійській мові багато виразів, що ілюструють особливу прихильність британців до точного факту, очевидності: it's a fact, in actual fact, as a matter of fact (фактично, насправді, дійсно), actually, really, obviously (насправді, точно, очевидно). Відчуття здорового глузду є основою законослухняності, яка властива англіїцям, чинником їх соціальної стабільності та консерватизму;

5) «джентльмен» (gentleman) – концепт, який з'явився в XIII ст. і спочатку позначав людину благородного походження, однак у XVI ст. набув значення «цивілізована людина, яка вміє поводитися спокійно, стримано, з повагою до оточення». В англійській мові чимало слів на позначення належної поведінки в товаристві: civilized, cultivated, cultured, decent. Цивілізованість і культурність – важливі елементи англійської національної концептосфери. Найвищим компліментом людині з вуст британця буде фраза a very civilized man, а про вечірку в гарному товаристві кажуть a rather civilized evening;

6) «стриманість» (self-restraint) – концепт, пов'язаний із демонструванням витримки. У мові вживається у висловлюваннях to keep/have/maintain/wear a stiff upper lip (тримати/зберігати верхню губу твердою/застиглою) – не скиглити. Англіїці високо цінують уміння не виказувати почуттів, сприймати поразку без вияву невдоволення тощо. Ці якості вважають типовими для будь якого англіїця. Протиставлення почуття та його відображення в мові має специфіку в англійській: тут мало неперехідних дієслів, що виражають емоції, наприклад worry (хвилюватися), grieve (горювати), деякі з них мають негативні конотації – sulk (дуться), fret (нервувати, дратуватися), rave (біситися), fume (кипіти, дратуватися), а деякі зникають з ужитку – rejoice (радіти). Замість дієслів для вираження емоцій та почуттів переважно застосовують прикметники. Схильність англіїців до стриманості у вираженні емоцій ілюструють такі мовні факти: для вираження як позитивних, так і негативних емоцій вони використовують «пом'якшувальні слова» – quite, sort of, about, quite nice, quite awful; надають перевагу гіперболам при вираженні позитивної оцінки звичайних речей (одягу, предметів), але не серйозних моральних чеснот, тоді як росіяни використовують гіперболізацію при висловлюванні будь-яких оцінок.

7) «чесна гра» (fair play) – концепт, який передбачає чесну поведінку в житті, повагу до інших. В англійському національному культурному світі важливу роль відіграє дотримання писаних і неписаних правил як переможеними, так і переможцями. В основі цього концепту – властивість англійської ментальності, яку називають gentleman's agreement (джентльменська угода), тобто усна домовленість, основана на взаємній довірі. В англійській мові слово fair має широкий смисловий спектр: «прийнятний, відповідний»; «рівний (у ставленні до людей)»; «досить великий, непоганий»; «світлий» (про колір шкіри, волосся); «ясний» (про погоду); «красивий»;

8) «традиція» (tradition heritage – спадок) – концепт, що виражає тяжіння до постійності, стабільності. Його появу в англійському характері пояснюють як реакцію на мінливість природно-кліматичних умов країни – нестійку погоду, ландшафт, який вражає своїм різноманіт-

тям на порівняно невеликій території. У широкому смислі концепт «традиція» означає щось, що витримало перевірку часом і що слід зберегти. Етимологія слова *tradition* (від лат. *tradere* – доставляти і *dare* – те, що дано) вказує на зв'язок з таким важливим поняттям, як спадок / *heritage*. Англ. *heritage*, окрім значення «власність, що успадковується», визначають як «цінні об'єкти, обряди, традиції», «предмети мистецтва, культурні досягнення тощо», тобто основною концептуальною ознакою є сприйняття спадку як чогось цінного, що належить усім та має зв'язок з історією (акцент на зв'язку поколінь);

9) «почуття гумору» (*a sense of humor*) – концепт, що відображає рису англійського національного характеру, якою особливо пишаються британці. *But has he a sense of humour?* – одне з найчастіших запитань. Англ. *humor* поряд з основним «гумор» має значення «характер», «настрій» і входить до складу таких виразів, як *to be in good/out of humour* (бути в гарному / поганому настрої / дусі), *good/ill humoured* (добродушний / сварливий). Особливість англійського національного гумору – провідна роль у ньому іронії (*irony*) та дотепності (*wit*).

Англійські цінності в сучасному світі трансформуються і навіть поширюються серед інших країн і народів, модернізуються в нових умовах існування, підтвердженням чого слугують цінності американської нації.

**Американські цінності.** Домінанти американських цінностей сформувалися під безпосереднім впливом британських ціннісних орієнтирів. Проте США, на відміну від Великої Британії та решти європейських держав, – країна дивовижного різноманіття: географічного, етнічного, економічного, політичного. Саме сукупність вироблених та перевірених історією цінностей об'єднує американців у єдину націю і державу.

Американці мають унікальний досвід формування спільних цінностей для величезного мультинаціонального та різнорасового соціуму. Однак цей досвід не в усьому позитивний. Міжнародна та міжрасова конфлікти постійно супроводжують життя Сполучених Штатів. Та ніхто не заперечує значущість спільних цінностей, на яких заснована національна ментальність більшості американців.

Сучасний американський соціолог Д. Янkelович виокремив такі основні цінності (*core values*) мешканців США:

1) «свобода» (*freedom*) – можливість здійснювати вільний вибір в основних сферах життя; американці особливо цінують політичні свободи, свободу слова, пересування, вільне сповідання та свободу від обмежень, що можуть загрожувати особистому щастю;

2) «рівність усіх перед законом» (*equality before the law*) – однакові правила для всіх незалежно від соціального статусу, попередніх заслуг перед країною, статеві, расові чи національної належності;

3) «рівність можливостей» (*equality of opportunity*) – практичне втілення свободи розвитку особистості в ринкових умовах. Саме цей чинник є ключовим для особливого американського концепту «*American Dream*» (американська мрія), що втілилась, наприклад, у біографії Джона Рокфеллера (1839–1937), якому в результаті наполегливої праці вдалося з простого хлопчика з багатодітної родини, де він розпочав свій бізнес із продажу індичок, які сам вирощував, стати всесвітньо відомим мільярдером;

4) «справедливість» (*fairness*) – правило, згідно з яким кожен індивід отримує відповідно до його праці та зусиль;

5) «досягнення» (*achievement*) – віра в те, що освіта і тяжка праця – шлях до успіху;

6) «патріотизм» (*patriotism*) – вияв лояльності до США і відданість ідеалам своєї країни;

7) «демократія» (*democracy*) – віра в те, що в основі правління має бути думка більшості;

8) «особлива місія Америки» (*American exceptionalism*) – віра в особливий моральний статус та місію Америки. Американці переконані в тому, що історія їхньої країни може слугувати гарним прикладом для інших країн, що не досягли такого рівня економіки, політики і

демократії, який мають США. Тому вони вважають своєю особливою місією допомогти іншим країнам у їх становленні. Така місія Америки часто зустрічає супротив з боку народів, які сприймають це як втручання в їх справи, показовим прикладом чого стала «Арабська весна» – революційні події в арабських країнах другої половини 2011 – початку 2012 рр.;

9) «турбота про інших» (caring beyond the self) – піклування про власну родину, а також громаду, довкілля;

10) «релігія» (religion) – віра у вищі сили;

11) «талан» (luck) – віра в те, що людині може будь-коли пощастити.

Важливе значення мають й інші ціннісні концепти, передусім, «приватність» (privacy), «лідерство» (leadership), «партнерство» (partnership), «безпека» (security), «сім'я» (family), «здоров'я» (health) тощо. Ці та інші цінності – основні складники, вербальні маркери політичних промов на виборах.

Знання особливостей і навіть стилів комунікації, притаманних різним національним спільнотам, необхідні передусім фахівцям із соціальних комунікацій, журналістам, спеціалістам із реклами, піару, бізнесменам, перекладачам, працівникам туристичної галузі та ін. Маючи уявлення про те, що представники різних національних культур по-різному сприймають завдання та «надзавдання» комунікації, неоднаково зчитують (декодуєть, розшифровують для себе) одержану інформацію та передають (кодують) повідомлення при спілкуванні, можна запобігти багатьом ситуативним непорозумінням на ґрунті міжнародних відмінностей. Досліджує ці особливості етностилістика.

Етностилістика (грец. *ethnos* – народ і *stylos* – паличка для письма) – галузь етнології і міжкультурної комунікації, яка досліджує усталені національні особливості комунікативної поведінки.

Етикетні маркери спілкування носіїв англійської мови розглядаються на уроках у 8–11 класах під час вивчення таких тем: подорож; свята і традиції; стиль життя; молодіжна культура; країна вивчуваної мови; культурно-мовні цінності англійських народів; етикет спілкування та міжкультурна комунікація.

Учні навчаються таких форм мовленнєвої діяльності як діалогічне, монологічне мовлення. Зміст навчальних матеріалів на уроках англійської мови ми розглядаємо як засоби формування та розвитку мовленнєвих компетенцій, комунікативної компетентності.

**Висновки.** У статті розглянуто основні особливості етикету спілкування носіїв англійської мови та шляхи розвитку культурно-мовних цінностей здобувачів освіти. Ці особливості продиктовані не просто інтенціями спілкування, а власне національними й ширше – світоглядно етнічними розбіжностями і в сукупності формують комунікативну поведінку.

Комунікативний стиль визначаємо як індивідуальну чи колективну стабільну форму комунікативної поведінки носія англійської мови (лінгвокультурної спільноти), яка виявляється у процесі спілкування; визначається використанням характерних вербальних і невербальних засобів залежно від прагматичних настанов мовців та національної специфіки комунікативного дискурсу. Провідне значення для учасників міжкультурної комунікації має знання та врахування культурно-мовних цінностей англійських народів. Визначення комунікативного стилю, так само як і типу культурного контексту, зумовлене кількістю і цінністю для певної національно культурної спільноти самого акту розмови, живого мовного спілкування.

#### Література

1. Абрамович С., Чікарькова М. *Мовленнєва комунікація* : підруч. Київ: ВД Дмитра Бураго, 2013. 460 с.
2. Бех П. О., Біркун Л. В. Концепція викладання іноземних мов в Україні. *Іноземні мови*. 1996. № 2. С. 3–8.
3. Вербицька О. В. Дослідно-експериментальна робота за темою «Реалізація інноваційної моделі розвитку культурно-мовних та морально-громадянських цінностей учнів»: завдання і зміст, етапи, очікувані результати. *Дидактика: теорія і практика* : зб. наук. праць. Київ: Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2014. С. 83–89.
4. Євтух В. Б. *Етнічність: енциклопедичний довідник*. Київ: Фенікс, 2013. 396 с.

5. *Іноземні мови. 5–11 класи: навчальні програми та методичні рекомендації щодо організації навчально-виховного процесу в 2018/2019 навчальному році / уклад. М. Н. Шопулко.* Харків: Ранок, 2018. 256 с.
6. Калашник Г. М. *Вступ до дипломатичного протоколу та ділового етикету*: навч. посіб. Київ: Знання, 2007. 143 с.
7. *Комунікативні методи та матеріали для викладання англійської мови / перекл. та адапт. Л. В. Биркун.* Oxford: Oxford Univ. Press, 1998.
8. Манакін В. М. *Мова і міжкультурна комунікація*: навч. посіб. Київ: ВЦ «Академія», 2012. 288 с.
9. Ніколаєва С. Ю. *Методика навчання іноземних мов у середніх навчальних закладах.* Київ: Ленвіт, 1999.
10. Пассов Е. И. *Коммуникативное иноязычное образование.* Липецк: Липецк. гос. педаг. ин-т, 1998.
11. Редько В. Г. *Засоби формування комунікативної компетентності у змісті шкільних підручників з іноземних мов. Теорія і практика*: монографія. Київ: Генеза, 2012. 224 с.
12. Рогова Г. В., Рабинович Ф. М., Сахарова Т. Е. *Методика обучения иностранным языкам в средней школе.* Москва: Просвещение, 1991.
13. Савченко М. Науково-теоретичні підходи до розвитку культурно-мовних цінностей учнів у контексті дослідно-експериментальної роботи в пмназії. *Дидактика: теорія і практика*: зб. наук. праць. Київ: Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2016. С. 160–171.
14. Семенюк О. А., Парашук В. Ю. *Основи теорії мовної комунікації*: навч. посіб. Київ: ВЦ «Академія», 2010. 240 с.
15. Складенко Н. К. Як навчати сьогодні іноземних мов (концепція). *Іноземні мови.* 1995. № 1. С. 5–9.