**Технология коммуникативного обучения иноязычной культуре**

**(по Е.И.Пассову) на примере разработки темы «Покупки».**

Приступая к изучению какой-либо темы на уроке иностранного языка важно учитывать развитие иноязычной коммуникативной компетенции в совокупности её составляющих, а именно:

- речевая компетенция – развитие коммуникативных умений в четырех основных видах речевой деятельности (говорении, аудировании, чтении письма);

- языковая компетенция – это овладение фонетическими, орфографическими, лексическими, грамматическими знаниями и умениями в соответствии с темами и ситуациями общения;

- социокультурная компетенция – приобщение к культуре, традициям, реалиям стран;

- компенсаторная компетенция – развитие умений выходить из положения в условиях дефицита языковых средств;

- учебно-познавательная компетенция – дальнейшее развитие общих и специальных учебных умений.

Важно развитие стремления к взаимопониманию между людьми разных сообществ. Коммуникативные умения, языковые средства и социокультурные знания и умения – все это основные содержательные линии взаимосвязаны, и отсутствие одной из них нарушает единство учебного предмета «иностранный язык».

Чтобы проиллюстрировать вышесказанное, предоставляю Вашему вниманию разработку темы «Покупки», «Les courses». Эта тема может изучаться на разных этапах учебного процесса. В нашей школе она проводится в шестом классе.

Изучение каждой темы начинается с песни или со стихотворения. Это настраивает учащихся на изучаемую тему, а также является хорошей фонетической зарядкой. К данной теме подобрана песня. Причём на одной странице слова песни, а на другой иллюстрация к песне. При первом прослушивании учащиеся не читают слова песни, а смотрят на картинки и пытаются ответить на вопросы, поставленные учителем.

* Dans quels magasins va cet enfant?
* Qu` est –ce qu`il achète à l’épicerie ?

Следует объяснить, что

Épicerie,f. – le magasin, où on vend des produits d’alimentation générale.

Salade,f. - plante,f. potagère (зеленый салат)

Salade,f. composée – данное французское словосочетание в нашем понимании обозначает «салат».

* Qu’est-ce qu’il achète à la pharmacie ?
* Qu’est-ce qu’il achète à la boulangerie ?

Затем учащиеся переворачивают страницу, читают слова песни и поют.

После песни приступаем к работе над лексикой. Учащиеся получают раздаточный материал с лексикой и упражнениями к ней на двух листах. Лексика распределена по темам: « Les magasins et les produits », « Les magasins et les commerçants », « Les quantités ».

Для автоматизации лексических образцов учащиеся выполняют упражнения с номерами 2 и 3, на странице 2 и 3. Учащиеся должны выучить слова дома. В классе знания слов проверяется при помощи упражнений, которые предлагает учитель. Затем учащиеся переходят к изучению речевых образцов, которые используются при общении покупателя и продавца (страница 3). Учитель задает вопросы:

-Que dit le vendeur pour demander ce que veut la cliente?

-Quels verbes utilise le vendeur ? (désirer, servir, vouloir...)

-Que dit la cliente pour demander des articles ?

-Quels verbes utilise la cliente ? (vouloir,donner,avoir,chercher...)

-Que répond le vendeur ?

-Comment on demande le prix ? ( quel, combien, faire, coûter, pour total)

-Comment le vendeur indique le prix ?

Для автоматизации речевых образцов учащиеся выполняют упражнения 4 и 5 на странице 4. После того как выучены лексические единицы и речевые образцы учащиеся начинают работать с диалогами. По первому диалогу на странице 1 учитель проводит аудирование. Прослушав диалог, учащиеся выполняют задания, предложенные учителем. Второй диалог на странице 1 учащиеся прослушивают, а затем читают и составляют по аналогии свой диалог, заменяя слова. Итогом изучения темы является составление учащимися своих собственных диалогов. Темы для диалогов даны в упражнении 6 страницы 4.

И, так на примере данной темы были достигнуты все поставленные цели. Были представлены все четыре вида речевой деятельности. Учащиеся овладели новыми языковыми средствами, познакомились с традициями и реалиями страны изучаемого языка. Эта тема имеет прикладное значение. Если учащиеся окажутся во Франции, то они смогут применить свои знания на практике. Таким образом, у учащихся формируется потребность в изучении иностранных языков.

**Коммуникативное обучение** строится таким образом, что контекст деятельности учеников, их опыт, мировоззрение, учебные и внеучебные интересы и склонности, их чувства всячески учитываются при организации общения на уроке, при прохождении тем делается акцент на обсуждение проблем из жизни нашего общества. Учащиеся получают возможность обсуждать свои дела и поступки, текущие события из жизни класса, школы, города, страны, планеты, учатся высказывать свое отношение к происходящему, обосновывать и отстаивать собственное мнение. Создание на уроке благоприятного психологического климата учет эмоционального самочувствия каждого ученика - непременное условие коммуникативного общения. Атмосфера доброжелательности, раскрепощенности, уважения к личности ученика помогает учащимся освободиться от психологических барьеров, от скованности, застенчивости, неуверенности. Коммуникативное обучение способствует формированию учебной группы как коллектива, помогает формированию личности в коллективе и через коллектив. Коммуникативное обучение предполагает организацию процесса обучения как модели процесса общения. Уроки иностранного языка становятся уроками обучения общению через общение. Поэтому сегодня ИЯ как никакой другой предмет может способствовать повышению культуры общения. В процессе обучения дети учатся технике общения, овладевают речевым этикетом, овладевают стратегией и тактикой диалогичного и группового общения, учатся быть речевыми партнерами. Известно, что умение общаться лежит в основе организации производства и общественных отношений, сферы управления и сферы обслуживания, всех форм обучения, семейных отношений. ИЯ способствуют расширению не только филологического, но общего кругозора учащихся. При изучении ИЯ учащиеся приобретают новые средства общения для непосредственного доступа к ценностям мировой культуры, в особенности к культурным ценностям страны изучаемого языка: ее истории, географии, науке, литературе, искусству. Изучение ИЯ улучшает практическое владение родным языком. Учащиеся лучше понимают особенности родного языка, глубже осознает способы выражения мысли на РЯ. Овладение иностранным языком – это всегда труд, каждодневный, систематический, упорный. Приручая ученика не отсиживать время на уроке, а активно работать, приучая его регулярно и добросовестно выполнять домашнее задание , мы делаем нечто большее, чем способствуем успехам ученика в общении языком . Развивая познавательный интерес в учебном труде, мы закладываем основы заинтересованного отношения ученика к любой будущей профессии, основы творческого отношения к труду вообще.

Ориентированное обучение может заложить основу профессиональной подготовки (стюардесса, продавец, работник транспорта, коммерсант) тем самым повышая познавательную активность. **Использование аутентичных материалов повышает мотивацию в обучении. Задачей лингвострановедения является ознакомление школьников со страной изучаемого языка (Франция), ознакомление с системой мировоззренческих взглядов, этических оценок, эстетических вкусов, доминирующих в обществе, формирование позитивного отношения, уважения к стране изучаемого языка, к образу жизни другого народа.** Сочетание классной и внеклассной работы создает условия для системной, последовательной и целенаправленной подачи страноведческих сведений, изучение отдельных аспектов страны изучаемого языка, касающиеся его культуры (исторические события, литература, музыка, изобразительное искусство, спортивная жизнь, театр и кино, национальные праздники и традиции, молодежные организации, средства массовой информации, экологические проблемы).

***Сочетание классной и внеклассной работы создает условия для системной, последовательной и целенаправленной подачи страноведческих сведений, изучение отдельных аспектов страны изучаемого языка, касающиеся его культуры (исторические события, литература, музыка, изобразительное искусство, спортивная жизнь, театр и кино, национальные праздники и традиции, молодежные организации, средства массовой информации, экологические проблемы).***