

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Уральский федеральный университет
имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»
Уральский гуманитарный институт
Кафедра иностранных языков и перевода

На правах рукописи

Цао Паньпань

**ФОРМИРОВАНИЕ КОММУНИКАТИВНЫХ И УСТНЫХ
ПЕРЕВОДЧЕСКИХ НАВЫКОВ У СТУДЕНТОВ-ЛИНГВИСТОВ ПРИ
ОБУЧЕНИИ КИТАЙСКОМУ ЯЗЫКУ КАК ИНОСТРАННОМУ (НА
ОСНОВЕ КОММУНИКАТИВНЫХ ТЕМАТИЧЕСКИХ СИТУАЦИЙ И
СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ)**

5.8.2. Теория и методика обучения и воспитания (филология; уровень
общего и профессионального образования)

Диссертация на соискание ученой степени кандидата
педагогических наук

Научный руководитель:
доктор педагогических наук, профессор
Корнеева Лариса Ивановна

Екатеринбург – 2024

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОММУНИКАТИВНЫХ И УСТНЫХ ПЕРЕВОДЧЕСКИХ НАВЫКОВ У СТУДЕНТОВ-ЛИНГВИСТОВ ПРИ ОБУЧЕНИИ КИТАЙСКОМУ ЯЗЫКУ КАК ВТОРОМУ ИНОСТРАННОМУ.....	17
1.1. Исторический анализ преподавания китайского языка как иностранного в Китае.....	17
1.2. Сравнительно-сопоставительный анализ подходов, принципов и методов обучения иностранному языку в Китае и России.....	31
1.3. Методика формирования устных переводческих и коммуникативных навыков у студентов-лингвистов на основе тематических коммуникативных ситуаций и социальной рекламы.....	55
1.3.1. Разработка тематических коммуникативных ситуаций на основе имитирования естественной речевой коммуникации.....	55
1.3.2. Социальная реклама как ресурс для формирования переводческих и коммуникативных навыков при обучении китайскому языку как иностранному.....	66
ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1.....	82
ГЛАВА 2. ОПЫТНО-ПОИСКОВАЯ РАБОТА ПО РАЗРАБОТКЕ И ВНЕДРЕНИЮ МЕТОДИКИ ФОРМИРОВАНИЯ КОММУНИКАТИВНЫХ И УСТНЫХ ПЕРЕВОДЧЕСКИХ НАВЫКОВ У СТУДЕНТОВ-ЛИНГВИСТОВ ПРИ ОБУЧЕНИИ КИТАЙСКОМУ ЯЗЫКУ КАК ИНОСТРАННОМУ (НА ОСНОВЕ КОММУНИКАТИВНЫХ ТЕМАТИЧЕСКИХ СИТУАЦИЙ И СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ).....	84
2.1. Отбор и методическая организация материала социальной рекламы для формирования коммуникативных и устных переводческих навыков у студентов-лингвистов при обучении китайскому языку как иностранному..	84
2.1.1. Актуальность применения метода телевизионной социальной рекламы в процессе обучения китайскому языку как иностранному.....	92
2.1.2. Анализ потребностей студентов в коммуникации в процессе внедрения телевизионных социальных роликов на занятиях при обучении китайскому языку как иностранному.....	105
2.2. Организация и проведение опытно-поисковой работы по проверке разработанной методики формирования коммуникативных и устных переводческих навыков у студентов-лингвистов при обучении китайскому языку как иностранному (на основе коммуникативных тематических ситуаций и социальной рекламы).....	114
2.3. Анализ результатов опытно-поисковой работы по формированию коммуникативных и устных переводческих навыков у студентов-лингвистов при обучении китайскому языку как иностранному.....	125
ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2.....	138
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	141
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	146

ПРИЛОЖЕНИЕ А.....	168
ПРИЛОЖЕНИЕ Б.....	173
ПРИЛОЖЕНИЕ В.....	175
ПРИЛОЖЕНИЕ Г.....	176
ПРИЛОЖЕНИЕ Д.....	178
ПРИЛОЖЕНИЕ Е.....	180

ВВЕДЕНИЕ

В условиях мировой культурной диверсификации и ускоряющегося процесса глобализации возрастает международный статус Китая. Он стал неотъемлемой частью мировой экономической и политической системы. На данный момент Китай входит в состав многих международных организаций, таких как G20, Организация объединенных наций, Всемирная торговая организация, Шанхайская организация сотрудничества, БРИКС, форум АТЭС и т.д., что позволило ему стать важным игроком на международной арене и открыло доступ к мировым рынкам. Сейчас Китай занимает ведущие позиции в общемировом производственно-торговом секторе.

Отношения между Китаем и Российской Федерацией активно развиваются в различных областях – экономической, политической, образовательной и научной. Нынешняя геополитическая ситуация актуализирует внешнеполитический поворот России на Восток и повышает спрос на специалистов, профессиональная сфера которых связана с развитием двустороннего сотрудничества между азиатскими странами и Россией, включая Китай. Специалисты со знанием китайского языка особенно востребованы в таких сферах, как внешнеполитическая и внешнеэкономическая деятельность, торговля, образование, международный туризм, культурная сфера и гостиничные услуги. В России все больше университетов предлагают студентам курсы обучения китайскому языку как первому и второму иностранному, однако основной упор в преподавании делается на стандартизированную практику устного и письменного перевода с русского языка на китайский. Увеличение количества обучающихся китайскому языку непосредственно связано с проблемами улучшения качества и повышения эффективности образовательного процесса. Это, в свою очередь, зависит от уровня теоретической и практической подготовки преподавателей китайского языка, внедрения новых методов и технологий обучения.

Актуальность исследования обусловлена тем, что на сегодняшний день недостаточно разработаны методические основы формирования коммуникативных и устных переводческих навыков у лингвистов-переводчиков при обучении китайскому языку как иностранному. Формирование устных переводческих навыков непосредственно связано с формированием коммуникативных навыков, что является серьезной проблемой для русских студентов.

Необходима разработка методики формирования устных переводческих навыков у русских студентов-лингвистов, включающих одновременное формирование у них коммуникативных навыков.

В то же время современный опыт преподавания китайского языка в России показывает, что формированию навыкам устного перевода и коммуникативным навыкам уделяется недостаточное внимание. Учебные планы образовательных программ университетов, где преподается китайский язык, прежде всего ориентированы на проверку и оценку содержания урока, при этом не направлены на развитие компетенции устного перевода и коммуникативной составляющей у студентов.

В российских университетах недостаточно соответствующих учебников и учебных пособий по формированию коммуникативных и устных переводческих навыков у лингвистов-переводчиков при обучении китайскому языку как иностранному.

Например, упрощенная структура предложений, небольшой объем содержания и смысловой нагрузки в переводном тексте, являются основными недостатками перевода с русского языка на китайский в существующих учебных пособиях. Поэтому задача разработки новых учебных пособий по практике формирования коммуникативных и устных переводческих навыков при обучении китайскому языку как иностранному становится все более актуальной.

Степень разработанности темы исследования.

Изучение и анализ научной, научно-методической литературы, посвященной обучению коммуникации и устному переводу на иностранном языке, а также практический опыт работы автора диссертационного исследования со студентами-лингвистами свидетельствуют, что разработанные теоретические положения, актуальные для нашего исследования, имеют большую педагогическую ценность:

- труды в области теории и методики обучения иностранным языкам (Е.Г. Антонова, М.К. Бородулина, С.К. Гураль, Н.А. Демина, А.А. Миролубов, И.А. Цатурова, ЛюйБисун, Цзоу Сяобин и др.);

- в области обучения устному переводу (И. С. Алексеева, Е.В. Аликина, Р.Л. Ковалевский, В.А. Митягина, Э.Ю. Новикова, Му Лэй, Лю Хэпин и др.).

Актуальность проблемы развития коммуникативных и устных переводческих навыков у студентов-лингвистов при изучении китайского языка позволила выделить ряд **противоречий** в теории и практике обучения переводу в современных образовательных условиях российских вузов:

– противоречие между высокими требованиями к устному переводу с русского языка на китайский и с китайского на русский и фактическими базовыми языковыми знаниями и навыками студентов;

– противоречие между многообразием теорий перевода и реальными потребностями студентов, их способностями воспринимать и применять на практике основные положения теории перевода;

– противоречие между недостаточным обеспечением современных учебных пособий коммуникативными упражнениями и заданиями по практике устного перевода и необходимостью формирования у студентов-лингвистов коммуникативных навыков наряду с устными переводческими навыками при обучении китайскому языку как иностранному.

Таким образом, выявленные противоречия являются базисом, на котором основывается данное исследование. Для решения данной проблемы разработана методика, направленная на формирование коммуникативных и

устных переводческих навыков студентов-лингвистов, изучающих китайский язык как иностранный.

Анализ существующих на сегодняшний день учебников и учебных пособий по обучению китайскому языку свидетельствует о том, что **проблема** формирования коммуникативных и устных переводческих навыков студентов-лингвистов является актуальной. Зачастую упражнения даются только в виде перевода отдельных предложений, что необходимо на начальном этапе обучения, но недостаточно для формирования коммуникативных навыков и навыков устного перевода.

Выявленная проблема послужила основой для формулировки темы исследования – "Формирование коммуникативных навыков и навыков устного перевода у студентов-лингвистов при обучении китайскому языку как иностранному (на основе коммуникативных тематических ситуаций и социальной рекламы)".

Объектом данного исследования является процесс обучения устной речи и устному переводу с русского на китайский и с китайского на русский язык студентов-лингвистов при изучении китайского языка как второго иностранного.

Предметом исследования является методика формирования у студентов-лингвистов коммуникативных навыков и навыков устного перевода при преподавании китайского языка как иностранного. Данная методика основана на работе с социальной рекламой в Китае и коммуникативными тематическими ситуациями.

Целью диссертационного данного исследования является теоретическое обоснование, разработка, внедрение и верификация методики, направленной на формирование коммуникативных навыков и навыков устного перевода при преподавании китайского языка как иностранного у студентов-лингвистов.

Гипотеза исследования состоит в том, что процесс формирования коммуникативных и устных переводческих навыков у

лингвистов-переводчиков при обучении китайскому языку как иностранному будет более эффективным, если:

1) процесс обучения китайскому языку будет основан на актуальных для нашего исследования педагогических подходах (сценарно-ситуативный, коммуникативный, деятельностно- и личностно-ориентированный, межкультурный) и принципах обучения (принцип межкультурного взаимодействия, принцип коммуникативной направленности обучения, принцип ситуативности, принцип аутентичности преподносимого материала, а также специальные для нашего исследования частнометодические принципы: принцип «проживания» ситуаций, принцип понимания и эмоционально-смыслового оценивания предложенных коммуникативных тематических ситуаций, в том числе и в социальной рекламе, принцип расчленения потока речи и паузирования, принцип самостоятельного управления речевой деятельностью, выражающийся в самоконтроле и самокоррекции, и др.);

2) будет разработана методика формирования коммуникативных и устных переводческих навыков у студентов-лингвистов с использованием интерактивных методов обучения, таких, как обучение говорению на основе социальной рекламы, ролевые игры, проблемное обучение и др.

3) на основе разработанной методики будет создано соответствующее учебно-методическое обеспечение, а именно: тематические коммуникативные ситуации и последующий сопроводительный курс с комплексом упражнений.

Для достижения цели исследования и проверки гипотезы нами были поставлены следующие **задачи**:

- провести сравнительно-сопоставительный анализ научной литературы, посвященной проблеме развития коммуникативных и устных переводческих навыков у лингвистов-переводчиков в России и Китае;

- провести анализ содержания учебников и учебных материалов в области теоретических и практических аспектов в обучении переводу в языковой паре: китайский-русский, используемых в российских и китайских университетах;

- предложить и обосновать педагогические подходы, методические и частнометодические принципы, методы обучения говорению и устному переводу с русского языка на китайский;

- разработать методику формирования коммуникативных и устных переводческих навыков у лингвистов-переводчиков при обучении китайскому языку как иностранному, включающую актуальные для нашего исследования методы обучения, педагогические условия ее реализации, а также содержательные аспекты;

- разработать и внедрить в учебный процесс учебно-методическое обеспечение, включающее комплекс коммуникативных тематических ситуаций для обучения говорению и устному переводу;

- проверить эффективность разработанной методики в результате опытно-поисковой работы со студентами-лингвистами.

Для решения поставленных задач и проверки гипотезы были использованы методы исследования:

- теоретические: анализ методической, лингвистической и психолого-педагогической литературы по проблеме исследования, изучение педагогического опыта; учебников по китайскому и русскому языку; количественный и качественный анализ результатов экспериментального обучения; сравнение полученных результатов с намеченными целями и задачами исследования;

- эмпирические: тестирование, анкетирование, беседа, мониторинг хода образовательного процесса, эмпирическое обучение, интервьюирование, методы математической статистики;

- статистические: математические методы обработки данных.

Теоретико-методологическую базу исследования составили:

- положения теории коммуникации и перевода (И.А. Зимняя, В.Н. Комиссаров, Л.К. Латышев, И.И. Халеева и др.);

- актуальные положения педагогических подходов к формированию навыков устного перевода и коммуникативных навыков;

- сценарно-ситуативный (С.А. Королькова, М.А. Нурлиева, И. С. Алексеева, А. А. Гуреева, и др.);

- деятельностно-ориентированный (Л.И. Корнеева, Ю.А. Кузьмина, Ю.А. Гузь, А. Шельтен, Н.О. Яковлева и др.);

- межкультурный (Н.В. Барышникова, Н.И. Алмазова, В.А. Маслова, Г.В. Елизарова, С.Г. Тер-Минасова, Т.В. Самосенкова и др.);

- коммуникативный (И.Р. Максимова, Р.П. Мильруд, Ж.В. Жиряткова, Е.И. Пассов и др.);

-лично-ориентированный (Р.П. Мильруд, Ю.А. Лагутина, В.В. Сериков, Л.Г. Симушина, Е.В. Бондаревская, И.С. Якиманская, Н.Г. Ярошенко и др.).

База исследования. Опытнo-поисковая работа по обучению китайскому языку как второму иностранному проводилась на базе кафедры иностранных языков и перевода Уральского федерального университета имени первого президента России Б.Н. Ельцина со студентами 3-го, 4-го курсов бакалавриата, очной и заочной формы обучения, 1-го и 2-го курсов магистратуры направления «Лингвистика». Всего в исследовании приняли участие 87 человек.

Научная новизна исследования заключается в том, что:

1. Разработана методика формирования навыков устного перевода и коммуникативных навыков у лингвистов-переводчиков при обучении китайскому языку как иностранному. Данная методика включает цели и задачи по их достижению, актуальные положения сценарно-ситуационного, коммуникативного, лично- и деятельностно-ориентированного, межкультурного подходов, а также дидактические, методические и специальные методические принципы, лежащие в основе обучения студентов китайскому языку как иностранному. Применены наиболее эффективные методы и приемы обучения студентов говорению на китайском языке и устному переводу (метод социальной рекламы, широко использующийся в КНР, метод дублирования, контрольное чтение для практики правильного

расставления тонов, ситуативные задания для развития коммуникативных навыков, собственно коммуникативные тематические ситуации, разработанные по типу проблемно-ориентированных кейсов и т.д.); также разработаны критерии для оценивания уровня сформированности у русских студентов устных переводческих навыков (адекватность передачи смысловой информации, полнота и точность передачи содержания, правильное расставление тонов).

2. Разработан универсальный алгоритм действий преподавателя и студентов для формирования коммуникативных и устных переводческих навыков, включающий следующие этапы – вводный (подготовительный), основной (практические занятия на основе коммуникативных тематических ситуаций и социальной рекламы), заключительный (контрольный), позволяющие комбинированно использовать различные интерактивные методы и приемы обучения.

3. Отобран и систематизирован учебный дидактический материал, учитывающий национальные языковые особенности, (иероглифическая письменность, наличие тонов, отсутствие интонации, наличие различных диалектов) и обосновано его применение при обучении говорению и устному переводу при изучении китайского языка как иностранного.

Теоретическая значимость состоит в том, что:

1. Дано теоретическое обоснование понятиям «Коммуникативные навыки» и «Устные переводческие навыки» в контексте обучения говорению на китайском языке и устному переводу в языковой паре: китайский-русский. «Коммуникативные навыки» - навыки, которые помогают определить нужные модели речевого поведения в разных ситуациях; у студентов-лингвистов эти навыки развиваются в четырёх направлениях: говорение, письмо, аудирование и чтение. «Устные переводческие навыки» - способность обеспечения коммуникации между двумя или несколькими собеседниками, включающая в себя знание соотношения языка оригинала и языка перевода, сходства и расхождения на уровнях их языковых систем, языковых норм, речевых (узуальных) норм; знание специфики китайского и русского языка; умение

оперировать отобранным лексическим минимумом в соответствии с грамматической и синтаксической структурой языка; умение самостоятельно пополнять свои языковые знания, особенно в сопоставительном плане. Главная особенность «устного переводческого навыка» заключается в том, что перевод осуществляется в сжатые промежутки времени. Раскрыто его предметное содержание применительно к обучению китайскому языку как иностранному.

2. Выделены специальные методические принципы обучения говорения и устному переводу, к которым относятся: принцип межкультурного взаимодействия, принцип коммуникативной направленности обучения, принцип ситуативности, принцип аутентичности преподносимого материала, а также специальные для нашего исследования частнометодические принципы: принцип понимания и эмоционально-смыслового оценивания предложенных коммуникативных тематических ситуаций, в том числе и в социальной рекламе, принцип «проживания» ситуаций, принцип расчленения потока речи и паузирования, принцип самостоятельного управления речевой деятельностью, выражающийся в самоконтроле и самокоррекции, и др.

3. Выявлены необходимые педагогические условия реализации методики формирования коммуникативных и устных переводческих навыков у лингвистов-переводчиков при обучении китайскому языку как иностранному: создание комфортной учебной атмосферы для обучающихся, поэтапное выполнение учебных заданий на основе предложенного алгоритма действий, преимущественное использование интерактивных методов и приемов обучения.

Практическая значимость заключается в том, что:

1. Разработана методика, способствующая формированию навыков говорения и устного перевода у студентов-лингвистов на начальном этапе обучения китайскому языку.

2. Разработано и внедрено в учебный процесс учебно-методическое обеспечение, включающее ряд ресурсов социальных реклам для формирования коммуникативных и устных переводческих навыков у студентов-лингвистов при обучении китайскому языку как иностранному; комплекс

коммуникативно-тематических упражнений, направленных на адекватное поведение студентов в условиях межкультурных бытовых ситуаций. В учебно-методическое обеспечение также входят глоссарий, содержащий различные слова и словосочетания, наиболее часто употребляемые в типичных жизненных и профессиональных ситуациях.

3. Материалы диссертационного исследования могут найти применение в лекционном и практическом курсе по методике обучения китайскому языку как иностранному в российских вузах.

Апробация и внедрение результатов исследования. Основные положения исследования представлены в 12 публикациях, в том числе 3 статьи, опубликованные в научных журналах, определенных ВАК РФ и Аттестационным Советом УрФУ.

Результаты исследования обсуждались на заседаниях кафедры иностранных языков и перевода УрФУ им. Б. Н. Ельцина, а также на международных научно-практических конференциях в других университетах: Вторая международная научно-практическая конференция «Социально-педагогические инновации в образовании» (Ереванский Государственный Университет, Армения, г. Ереван, 15-16 апреля 2023г.); Российско-китайский видеомост «Трансформация лингвистических и педагогических исследований в условиях цифровизации» (к 10-летию развития китаеведения на Севере России и в САФУ) (г. Архангельск, 22 ноября 2023г.); Международная научно-практическая конференция «Научная инициатива: проблемы и перспективы внедрения инновационных решений» (Международный Центр инновационных исследований «Omega science», г. Стерлитамак, 7 марта 2023 г.). Научные доклады по теме исследования занимали призовые места на конференциях.

Достоверность результатов исследования обеспечивается научной обоснованностью общетеоретических и методических основ; аргументированностью основных положений проведенного исследования; количеством студентов, участвовавших в опытно-поисковой работе;

внедрением результатов исследования в учебный процесс подготовки лингвистов-переводчиков на кафедре иностранных языков и перевода УрФУ.

Источниковая база исследования основывается на проведении опытно-поисковой работы. Исследование было проведено в **3 этапа**:

Первый этап (2020–2021 гг.)

Изучение педагогической, методической, лингвистической литературы по проблеме формирования коммуникативных и устных переводческих навыков у лингвистов-переводчиков при обучении китайскому языку как иностранному; сформулированы объект, предмет, цель и задачи исследования; выдвинута гипотеза и определена методология исследования.

Второй этап (2021-2022 годы)

Разработка и апробация комплекса упражнений для формирования коммуникативных навыков и навыков устного перевода у лингвистов-переводчиков при преподавании китайского языка как иностранного; разработана методика формирования навыков устного перевода у студентов; созданы необходимые для этого педагогические условия; определено; проведена обработка и анализ полученных данных.

Третий этап (2022-2023 годы)

Проведение экспериментально-исследовательской работы по развитию навыков устного перевода у лингвистов-переводчиков при преподавании китайского языка как иностранного; унификация и анализ итоговых данных, подготовка материалов диссертационного исследования.

На защиту выносятся следующие положения:

1. Коммуникативные и устные переводческие навыки являются главными составляющими ключевой коммуникативной иноязычной компетенции, которой должны овладеть студенты-лингвисты в процессе обучения. При обучении устному переводческому навыку приоритетной целью для преподавателя является формирование у студентов не только лексических, грамматических навыков владения китайским языком, но и умений обеспечения коммуникации между двумя или несколькими собеседниками,

говорящими на разных языках, потому что на этапе устного перевода происходит перенос разговорных навыков в конкретную переводческую ситуацию, их перестройка и автоматизация в устном переводе.

2. В основе методики формирования коммуникативных и устных переводческих навыков у студентов-лингвистов при обучении китайскому языку как иностранному приоритетным для нашего исследования является сценарно-ситуативный подход. Во время сценарно-ситуационного обучения используются задания, помогающие решению возникающих жизненных проблем, целевых задач и ситуаций, что помогает студентам формировать и улучшать навыки общения и устного перевода.

3. Обучение студентов-лингвистов говорению на китайском языке и устному переводу реализуется на основе различных интерактивных методов обучения, к которым относятся: применение социальной рекламы; «проживание» коммуникативных тематических ситуаций, разработанных по типу проблемно-ориентированных кейсов, решение ситуационных (проблемных) задач; обучение в сотрудничестве; тренинговые методы; разыгрывание ролей и т.д. Использование интерактивных методов предоставляет возможность включения каждого обучающегося в тематическую дискуссию на китайском языке, что способствует развитию профессиональных умений аргументировано и логично излагать свои мысли, развитию вербальных и невербальных средств общения на изучаемом языке и эффективно формировать у студентов коммуникативные и устные переводческие навыки.

4. Разработка методики формирования коммуникативных и устных переводческих навыков опирается на следующие методические принципы обучения иностранному языку: принцип межкультурного взаимодействия, принцип коммуникативной направленности обучения, принцип ситуативности, принцип аутентичности преподаваемого материала, а также специальные для нашего исследования частнометодические принципы: принцип «проживания» и воспроизведения ситуаций, принцип понимания и эмоционально-смыслового

оценивания предложенных коммуникативных тематических ситуаций, принцип расчленения потока речи и паузирования, принцип самостоятельного управления речевой деятельностью, выражающийся в самоконтроле и самокоррекции, и др.

5. Успешное формирование коммуникативных и устных переводческих навыков у студентов-лингвистов при обучении китайскому языку как иностранному обеспечивается благодаря следующим педагогическим условиям: создание комфортной учебной атмосферы для обучающихся, использование видеороликов социальной рекламы Китая в процессе обучения; активное вовлечение в образовательный процесс студентов; поэтапное выполнение требуемых учебных заданий на основе предложенного алгоритма действий; применение интерактивных методов и технологий обучения на основе разработанных коммуникативных тематических ситуаций, а также ситуаций, содержащихся в социальной рекламе.

Сформулированная тема исследования соответствует паспорту научной специальности 5.8.2. Теория и методика образования и воспитания:

Методологические подходы к отбору содержания, структуры образовательного процесса, методов и приемчиков преподавания (пункт 1); Теоретические основы и методология применения педагогических подходов при преподавании предметов, дисциплин (пункт 2); Обновление содержания учебных предметов, дисциплин дисциплинарного цикла (пункт 10); Теоретические основы создание и использование новых образовательных технологий и методических систем обучения и воспитания, обеспечивающих развитие учащихся на разных уровнях образования (пункт 2).

Структура диссертации. Диссертация состоит из введения, двух глав, библиографического списка и приложений.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОММУНИКАТИВНЫХ И УСТНЫХ ПЕРЕВОДЧЕСКИХ НАВЫКОВ У СТУДЕНТОВ-ЛИНГВИСТОВ ПРИ ОБУЧЕНИИ КИТАЙСКОМУ ЯЗЫКУ КАК ВТОРОМУ ИНОСТРАННОМУ

1.1. 错误! 未定义书签。

Китайская традиционная культура имеет долгую историю и представляет собой непрерывный политический, экономический и идеологический процесс на протяжении долгой истории. Поэтому большинство соседних стран и народов изучали и использовали китайский язык для ознакомления с более развитой цивилизацией.

Чэн Юйчжен, эксперт по преподаванию китайского языка как иностранного в Китае, пишет в своей работе «История развития преподавания китайского языка как иностранного», что преподавание или изучение китайского как второго языка уже существовало после того, как Чжан Цянь (114 г. до н.э.) открыл «Великий шелковый путь» [Чэн Юйчжен, 2005:53]. Начиная с VII в. н.э., затем продолжая во время правления династий Сун (960–1279 гг.), Юань (1279–1368 гг.), Мин (1368–1644 гг.), Цин (1644–1911 гг.) в Китай приезжало большое количество обучающихся из разных стран [Лю Фухуа, Лю Личен, Ли Си 2014:1].

В начале XIX века преподавание китайского языка иностранным студентам стало распространенной практикой в больших городах, таких как Шанхай, Гуанчжоу и Чунцин, но оно не привлекало достаточного внимания как образовательная проблема, и никто не исследовал и не развивал его как науку [Чэн Юйчжен 2005:53].

По словам Чэн Юйчжэня, "преподавание китайского языка как иностранного в Китае прошло три этапа с момента приема первого потока иностранных студентов в 1950 году до конца 20-го века: с 1950-х до конца 1970-х годов (период начала преподавания); с 1960-х годов до конца 1970-х

годов (период начала преподавания). с конца 1970-х по конец 1980-х (период развития предмета); и с конца 1980-х по конец 1990-х (период развития и углубления знаний в этой области)" [Чэн Ючжэнь 2005:54].

В 1950 году между Чехословакией, Польшей и Китаем был заключен договор, на основании которого произведен первый обмен студентами. Предложение также было отправлено Румынии, Венгрии, Болгарии, Северной Корее и другим странам. В июле 1950 года в Университете Цинхуа был создан специальный курс китайского языка для восточноевропейских студентов, обучающихся по обмену. Это было первое специализированное учреждение, на базе которого началось преподавание китайского языка как иностранного в Китае. Официально, первый набор состоялся в начале 1951 года и принял 33 студента из Восточной Европы. Летом 1952 года, в связи с реорганизацией колледжей и университетов по всей стране, курс китайского языка как иностранного для студентов из Восточной Европы был перенесен в Пекинский университет [ЛюйБисун 1990: 5].

В сентябре 1953 году в Гуйлине, Гуанси, был открыт Педагогический колледж, который принял на обучение 257 вьетнамских студентов. В 1954 году колледж также принял группу корейских студентов [Люй Бисун 1990: 5].

Лю Бисон в книге «Общие сведения о развитии обучения китайскому языку как иностранному» характеризует период с начала 1950-х до начала 1960-х годов как период становления новой системы преподавания. В данном периоде в системе преподавания китайского языка как иностранного можно выделить следующие особенности:

1. Преподавание современного китайского языка основано на «путунхуа». Все иероглифы проходят через процесс упрощения, официально закрепляясь на государственном уровне. Процесс преподавания китайского языка стандартизируется на основе новой системы.

2. Основой является формирование у обучающихся языковой компетенции. Ранее обучение строилось по принципу преподавания «базовых знаний», а именно, обучение на основе общей теории, языковых материалов, которые в

дальнейшем использовались для практических занятий. На данном этапе на первый план выходит обучение практическому применению языка.

3. Центральными элементами в преподавании становятся лексика и грамматика, остальные языковые аспекты строятся вокруг этого ядра и поддерживают систему.

4. Основной тенденцией в обучении языковым навыкам являются всестороннее, комплексное обучение. обучающиеся должны полностью овладеть четырьмя языковыми навыками: аудированием, говорением, чтением и письмом.

В 1950-х годах методика преподавания китайского языка как иностранного находилась под влиянием лингвистических теорий предыдущего периода [Жэнь Юань 1994: 91–92]. Однако, наметились тенденции к созданию, обобщению и практическому применению теорий, полученных эмпирическим путем на практике преподавания. Это заложило основу для дальнейшего развития академического знания. Важным этапом становится то, что понимание языка заложено в осознании культуры, к которой он принадлежит. Учебники и методические пособия акцентируются на исторических, культурных и философских аспектах, позволяя обучающемуся легче понять природу и систему языка. На данном этапе обучение строится по принципу перевода основных теоретических и практических знаний языка на язык носителей-слушателей.

1960-е до начала 1970-х годов шли под эгидой усовершенствования и обобщения педагогического опыта предыдущего десятилетия.

В сентябре 1960 года Пекинский университет иностранных языков принял около 200 африканских студентов. В 1961 году общее количество иностранных студентов по всей стране составляло 471 человек. За период с начала создания и развития программ по обучению китайского языка как иностранного, Китай принял в общей сложности 3315 иностранных студентов из более чем 60 стран [ЛюйБисун 1990: 7]. Расширение политических и культурных связей между Китаем и остальным миром привели к тому, что в обществе появился запрос на

высококвалифицированных специалистов как внутри страны, так и за ее пределами.

Начиная еще с 1950-х годов, Китай отправлял учителей-носителей преподавать китайский язык как иностранный во Вьетнам, Венгрию, Болгарию и другие страны. После 1960-х годов появлялось все больше стран заинтересованных в межкультурном и языковом обмене. Однако, обучение китайскому языку как иностранному преподавателем-носителем языка выявило необходимость наличия у него высокого уровня владения иностранным языком для улучшения степени коммуникации и взаимодействия с учеником.

С 1961 года Министерство образования Китая начинает отбирать лучших выпускников факультетов иностранных языков в качестве преподавателей китайского языка для выезда за границу и направляет их в Пекинский университет на отделение иностранных языков для изучения английского, французского, испанского и арабского языков.

В 1962 году по инициативе премьер-министра Чжоу Эньлай создается Пекинский университет языка и культуры [Люй Бисун 1990: 9]. Это важное решение заключило в себе десятилетний опыт преподавательской, управленческой и методической работы. Оно создало и обеспечило стабильную базу, на основе которой строилась последующая структурно-методическая работа в сфере преподавания китайского языка как иностранного. С увеличением масштабов и спроса на обучение языку, формируется новая система на базе Пекинского университета языка и культуры с учебными центрами по всей стране, ориентированная на школьное образование.

В данный период был выдвинут тезис о том, что только на практике можно овладеть языком. Теоретически переосмысливается концепция преподавания. Развивается новая теория, основанная на личностном подходе, ориентированном на практику. В основе этого метода было увеличение количества лекций и практических упражнений. Учебники строились по принципу содержания в них «образцовых предложений», на основе которых отрабатывалась ключевая грамматика и правила. Понимание принципов

грамматики позволяло студентам на основе образца развивать свою индивидуальную речевую компетенцию [Чжао Цзиньминь 2014:113].

С 1960-х годов увеличивается количество студентов, обучающихся китайскому языку как иностранному. Группы студентов становятся все более культурно и этнически разнообразными. В одном коллективе могут быть студенты из нескольких стран, говорящие на разных языках, поэтому процесс чтения лекций посредством перевода становится невозможен. Встал вопрос о разработке нового метода преподавания китайского языка как иностранного. Для этого было решено переводить учебные пособия на иностранные языки студентов. Следует отметить, что преподаватели, владеющие иностранными языками, при необходимости, могли объяснить материал на иностранном языке. Однако, студентам предлагалось сократить коммуникацию на родном языке, направить свои силы и возможности для коммуникации на китайском языке, чтобы способствовать большему погружению в языковую среду и стимулировать мотивацию к коммуникации в повседневной среде. [Чжао Цзиньминь 2014:114]. Применение данной методики способствовало тому, что студенты интенсивно погружались в практику говорения на изучаемом языке, так как это было обусловлено необходимостью для участия в процессе коммуникации. Таким образом, методику преподавания китайского языка как иностранного в Китае в 1950-х и 1960-х годах можно резюмировать следующим образом: подход к обучению заключался в том, чтобы свести к минимуму теоретические объяснения и сосредоточиться на разговорной практике студентов.

Однако такое стремительное развитие нового научно-методического знания было прервано начавшейся летом 1966 года «культурной революцией». Все колледжи и университеты были закрыты и не принимали иностранных студентов.

Начало 1970-х годов было ознаменовано стадией постепенного восстановления преподавательской деятельности обучения китайскому языку как иностранному. Набор в колледжи и университеты постепенно начал

возобновляться, и многие иностранные студенты, прервавшие учебу в Китае из-за «культурной революции», подавали заявления на продолжение учебы. Осенью 1973 года начался набор в Пекинский институт языка и культуры. Всего в этом году было принято 383 иностранных студента из 42 стран. С 1972 по 1977 годы Китай принял на обучение 2266 иностранных студентов. Среди них значительно увеличилась доля японских, европейских, американских и австралийских студентов. В 1978 году в Пекинском институте языка и культуры была официально внедрена программа четырехлетнего бакалавриата по современному китайскому языку в целях подготовки преподавателей китайского языка, переводчиков и исследователей китайского языка. В этом же году были разработаны краткосрочные курсы китайского языка, которые соответствовали западноевропейским стандартам. Продолжительность данного вида обучения варьировалась от 4 до 16 недель с 1980 года [Люй Бисун 1987: 6].

Реформистская политика и открытость в возможности заимствования и развития новых теоретических и практических знаний в Китае привели к увеличению масштабов преподавательской и научной деятельности в преподавании китайского языка как иностранного в Китае. С 1978 по 1988 годы было принято 13 126 иностранных студентов, обучающихся на курсе для бакалавров и 33 812 студентов, обучающихся на краткосрочных курсах из 130 стран [Люй Бисун 1990: 12].

В 1970-е годы развивается и совершенствуется опыт предыдущего периода. Учеными признаются практические и теоретические системы преподавания. В то же время подчеркивается ведущий принцип, что теория является вторичным инструментом в системе преподавания и служит опорой для практических методов обучения. На данном этапе при изложении принципов преподавания китайского языка как иностранного особо подчеркивается, что целью изучения языка является коммуникация в обществе. Для того, чтобы выстроить новую целостную систему, наука обращается к опыту западного мира. Был проведен систематический анализ преподавания иностранных языков в различных

зарубежных школах. Начался процесс постепенного внедрения и применения зарубежных образовательных теорий. Подчеркивалась природа языка как коммуникативного средства и роль речевых актов в достижении коммуникативных целей. На основе достижений теории западных исследователей изменению подверглись теории и принципы, а также средства и методы, используемые в обучении. Была пересмотрена организация учебной деятельности, особенно в составлении учебников. В частности, были заимствованы следующие принципы в преподавании: внедрение принципов «функциональной методологии», подчеркивалась важность роли культурных факторов в обучении и др.

В июне 1983 года была создана ассоциация исследователей преподавания китайского языка как иностранного. Целью данного общества было объединение преподавателей китайского языка как иностранного по всей стране, содействие теоретическим исследованиям по этой дисциплине и содействие академическим обменам внутри страны и за рубежом. Была создана и официально закреплена новая дисциплина – «Обучение китайскому языку как иностранному» [Лю Фухуа, Лю Личэн, Ли Си 2014:15].

1980-е годы проходили под знаменем трансформации и перехода преподавательской деятельности в полноценную, структурированную научную-исследовательскую систему. Создаются национальные ассоциации преподавателей, проводится множество государственных и международных конференций по обучению иностранному языку. Устанавливаются новые стандарты теоретической и практической системы преподавания. Учреждены профессиональные издательства и специализированные исследовательские институты, направленные на разработку и публикацию учебных материалов. Создаются специализированные журналы, например, «Обучение языку и исследование» на базе Пекинского института иностранных языков 1979 года.

Китайская педагогика, как особая отрасль научных исследований, развивается только с начала 1980-х годов. В то время начался процесс переосмысления и создания методологии обучения. Был введен термин «метод»,

который в узком смысле предполагает конкретные методы и приемы преподавания, а в широком смысле, является специфическим объектом исследования и научной единицей [Жэнь Юань, 1994: 91–92].

В сентябре 1983 года Пекинский институт языка и культуры пригласил профессора Тимоти Лайта, заведующего кафедрой восточноазиатских языков и литературы Университета Огайо для проведения лекций по методике преподавания китайского языка как иностранного. Важность этого события заключается в том, что это был первый приглашенный зарубежный эксперт в качестве преподавателя китайского языка как иностранного [Люй Бисун 1990: 13].

В 1984 году Люй Бисун заявил: «Изучение языка — это наука. Предметом его изучения является общий процесс изучения языка и проблемы педагогической теории, принципов и методов на каждом этапе. Его цель - изучить и объяснить как общий процесс изучения языка, так и характерные особенности каждого этапа» [Люй Бисун 1984: 39].

В 1985 году было создано издательство Пекинского института языков. Основной задачей издательства является издание различных учебных пособий по иностранным языкам, учебно-вспомогательных материалов, учебно-методических пособий и справочников, а также книг и переводов других предметов, связанных с преподаванием языков. [Лю Фухуа, Лю Личэн, Ли Си 2014:13].

В 1986 году было основано еще одно профессиональное издательство по обучению китайскому языку как иностранному - Издательство по обучению китайскому языку. Агентство издает разнообразные учебники и аудио методические материалы для изучения китайского языка, в том числе различные комплекты учебников, рабочие тетради, вспомогательные материалы для чтения, учебники для учителей, справочники и специальные труды по языкознанию [Лю Фухуа, Лю Личэн, Ли Си 2014:13].

Продолжают печатать научную литературу, учебные материалы и справочники по китайскому языку как иностранному, такие издательства как

«CommercialPress», Высшее образовательное издательство, «Шанхайское образовательное издательство», университетские издательства – PublishingHouse, ModernPublishingHouse и т.д.

В 1987 году была выпущена книга профессора Ли Тяньму «Современный метод преподавания иностранных языков - теория и практика» [Люй Бисун 1990: 14]. Это была одна из первых книг, напечатанная на основе лекций, в которой обсуждались методики и теории преподавания китайского языка как иностранного. В ней рассказывается о зарубежных теориях и практиках преподавания языков. Показывается важность расширения взглядов на преподавание языка, привлекая структурную лингвистику, трансформационно-генеративную грамматику, социолингвистику и психологию.

В 1987 году ассоциация исследователей по обучению китайскому языку как иностранному и Пекинский институт иностранных языков выпустили журнал «Обучение китайскому языку в мире». А в августе Пекинский институт языка и культуры запустил ежемесячный журнал «Изучайте китайский язык» [Лю Фухуа, Лю Личэн 2014:14].

В этом же году была создана государственная ассоциация по обучению китайскому языку как иностранному, на базе которой в 2002 году создан действующий офис, который организует, управляет и согласовывает работу по обучению китайскому языку как иностранному во всем Китае. На его основе создаются и действуют по сегодняшний день «Институты Конфуция» по всему миру. В 2006 году название организации было обновлено на "Китайское государственное представительство Руководящей группы по международному распространению китайского языка" [Бельченко 2010:65]

В июне 2004 года был дан старт первому пилотному проекту по созданию институтов Конфуция в Ташкенте (Узбекистан). В ноябре того же года в Сеуле (Южная Корея) было открыто первое отделение официального института Конфуция. Позже они были открыты в США, Германии, Франции и других странах [Бельченко 2010:65]. Основная цель данных учреждений – развитие

китайского языка и культуры за рубежом, популяризация и ориентация на международное сотрудничество. В сферу их деятельности входит: организация обучающих курсов, проведение научных конференций, издание научной литературы, проверка знаний и сертификация студентов на основании проведения экзаменов HSK.

В 1989 году Шэн Янь опубликовал статью, в которой утверждал, что задача исследования преподавания китайского языка как иностранного состоит в том, чтобы установить теоретическую систему преподавания китайского языка, которая представляет собой «завершенную идеологическую систему, метод анализа и синтеза, а также метод, учитывающий различные наблюдения и явления, а также концептуальные рамки для различных видов деятельности [Жэнь Юань 1994:92–93].

В 1990 и 1991 годах Люй Бисун обобщил научную теорию преподавания китайского языка как иностранного и разделил ее на основную теорию (принцип преподавания), теорию преподавания (метод преподавания) и метод преподавания (навык преподавания). Он отметил, что "методология - это, по сути, способ сочетания регулярности языка и регулярности его изучения; это взаимосвязь, посредством которой регулярность языка вместе с регулярностью его изучения формируют собственно саму систему изучения языка; это прикладная теория, сформированная на основе совместного использования регулярности языка и регулярность изучения языка" [Жэнь Юань 1994:92-93].

С середины 1990-х годов понятие «культура» становится основополагающим элементом в исследованиях и практике преподавания китайского языка как иностранного» [ЛюйБисун 1990: 15]. В этот период статьи о межкультурном общении, национальных условиях, взаимосвязи между преподаванием языка и культурой позволили по-новому взглянуть на преподавание китайского языка как иностранного. Специальный анализ роли культуры в обучении второму языку, а затем выделение тех элементов, которые могут повлиять на общение, важен не только для улучшения содержания

обучения, но и для организации и проектирования языковых учебных ситуаций, а также для совершенствования принципов системы обучения значимость.

В мае 1992 года проходит конференция на тему «Исследование теории языкового изучения». Она была подготовлена коллаборацией трех журналов, а именно, «Обучение китайскому языку в мире», «Применение китайского языка и иероглифов» и «Обучение языку и исследование». По результатам данной конференции было выдвинуто множество теорий, гипотез и положений, что послужило сильным толчком для дальнейшего развития исследовательской науки в преподавании китайского как иностранного [Жэнь Юань 1994:92–93]

В 2000 году Китайская государственная канцелярия руководящей группы по международному распространению китайского языка создала «группу по составлению учебников обучения китайскому языку как иностранному» [Лю Фухуа, ЛюЛичэн, ЛиСи 2014: 15]. Важность данного события в научно-исследовательской и преподавательской деятельности неоспорима, так как были систематизированы научные и теоретические знания и разработан государственный стандарт, что в свою очередь, ведет к унификации и упрощению в обучении студентов.

В пользу данного факта можно привести: "Китайский язык для иностранцев" под редакцией Цзян Липина, "Новый практический курс китайского языка" под редакцией Лю Сюня, "Курс китайского языка" Ян Цзичжоу, и "Стандартный курс подготовки к HSK" под редакцией Цзян Липина. С китайского были переведены учебники на корейский, испанский, английский, русский, японский и другие языки. Хорошим примером методического пособия является "Новый практический курс китайского языка", который получил распространение в России при преподавании китайского языка как иностранного [Ма Жуньюй 2019:42]. В данные учебники представляют собой набор коммуникативных ситуаций, зачастую, диалоговых, на китайском языке. Однако, в зависимости языковой принадлежности обучающегося, комментарии к лексико-грамматическим упражнениям и словарям переведены на иностранный язык.

С 2000 года по настоящее время китайские ученые проводят углубленные исследования методики преподавания китайского языка. В публикации есть такие работы, как работы Ли Цюань с его изучением теории обучения китайского языка как иностранного, с такими же работами: Цуй Юнхуф, Лю Шуньхао, Лю Мишунь и другие. [Ян Чуньсюэ 2008: 140-143].

За последние 20 лет в преподавании китайского языка как иностранного произошли серьезные изменения. Ученые впитали и извлекли уроки из преподавания второго языка, основываясь на своем опыте преподавания китайского языка как иностранного. Регулярно обобщается и обсуждается большое количество теоретических методов, а также предпринимаются разнообразные исследования и попытки в области методов обучения. В настоящее время в приоритете комплексный подход в обучении.

В 2008 году создается вьетнамско-китайская школа в Наньине и Гуйлине для иностранных студентов. Школа Юкай — это комплексная система от детского сада до университета. Позже было решено создать «Китайскую профессиональную школу» в школе Юкай. Учениками были молодые люди в возрасте от 13 до 14 лет, а также профессора и специалисты в возрасте от 40 до 50 лет. «Учебник китайской грамматики», изданный школой, основан на учебниках специализированного курса китайского языка Пекинского университета в сочетании с характеристиками вьетнамцев, изучающих китайский язык [Чэн Юйчжен 2005: 54].

Формирование дисциплины преподавания китайского языка как иностранного является важной задачей. Хотя тема преподавания китайского языка как иностранного более или менее развилась за последние тридцать лет, это не означает, что преподавание китайского языка как иностранного не существовало раньше.

По словам Лу Цзяньцзи, выступавшего на Шестом симпозиуме Китайского общества по преподаванию китайского языка как иностранного в 1998 году, преподавание китайского языка как иностранного существует уже от одной до двух тысяч лет.

Основная цель изучения истории преподавания китайского языка в том, чтобы выяснить, как исторически развивалось преподавание китайского языка как иностранного и каковы закономерности этого процесса.

Дисциплина преподавания китайского языка как иностранного в Китае, кажется, возникла бессистемно, без исторической необходимости академического развития, создавая ощущение отсутствия источника воды и фундамента. Особенно в области преподавания китайского языка как иностранного существует тенденция, что, когда говорят о методах преподавания иностранных языков, большинство уверены в базовом, качественном влиянии иностранных методов и доктрин, что создает у людей впечатление, что преподавание китайского языка в Китае — это импортный продукт. Даже из тех разрозненных материалов, что доступны исследователям, следует, что история дисциплины преподавания китайского как иностранного в Китае, начинается еще с древнейших времен. Она актуальна, и с каждым годом, все большее количество людей занимается изучением языка, проводят научно-исследовательские работы и, в конечном счете, обучают других.

Таким образом, исследователи выделяют три периода развития преподавания китайского языка как иностранного в Китае:

1. Период начала преподавания (с 1950-х до конца 1970-х годов)
2. Период разработки методик преподавания китайского языка (с конца 1970 х- до конца 1980-х годов)
3. Период развития и углубления знаний в этой области (с конца 1980-х до конца 1990-х годов)

Долгое время Китай был закрытой страной и неопытной в плане привлечения иностранных студентов в страну для изучения китайского языка как иностранного, в результате чего были выделены определенные этапы в разработке концепций преподавания китайского языка, растянувшиеся на целые десятилетия. С первого этапа преподавания китайского языка как иностранного Китай воспользовался возможностью популяризовать китайский

язык в мире, используя многолетний опыт преподавательской, управленческой и методической деятельности.

Совершенствуя опыт преподавания китайского языка как иностранного, китайские ученые-методисты, внедряли западный опыт обучения иностранному языку, который включает в себя следующие принципы преподавания: принцип «функциональной методологии», принцип учета роли культурных факторов в обучении, принцип коммуникативной направленности и др.

Начиная с 1980 года, китайская педагогика начала стремительно развиваться, как особая отрасль научных исследований, было официально закреплено новое направление исследования – «Обучение китайскому языку как иностранному».

В настоящее время все больше китайских университетов привлекают иностранных студентов, разрабатываются программы изучения китайского языка как иностранного за рубежом. На регулярной основе разрабатываются и внедряются в учебный процесс методы обучения, исследуются разнообразные подходы и принципы изучения китайского языка как иностранного.

Резюмируя изложенное выше, можно сделать следующие выводы.

Китайская педагогика в контексте теории и практики обучения преподавания китайского языка как иностранного прошла долгий путь в своем развитии. Китайскими учеными-педагогами были разработаны целостные теоретические концепции, теоретические методы обучения китайскому языку; в последние десятилетия успешно осваивался зарубежный опыт преподавания иностранного языка, основанный не на запоминании грамматических структур и правил, а на необходимости использования иностранного языка, как главного инструмента межкультурной коммуникации. Все это позволило по-новому взглянуть на преподавание китайского языка как иностранного.

Важное значение имеют также осознание роли культуры в обучении китайскому языку как иностранному, и выделение тех языковых аспектов, которые непосредственно влияют на общение. Эти факторы способствуют не только улучшению содержания обучения, но и организации и проектированию

языковых учебных ситуаций, что соответствует тематике нашего диссертационного исследования.

1.2. Сравнительно-сопоставительный анализ подходов, принципов и методов обучения иностранному языку в Китае и России

В данном параграфе даются определения и анализ подходов, принципов и методов, использующихся в процессе обучения иностранному языку в Китае и России. Для проведения сравнительно-сопоставительного анализа дадим определения данным понятиям.

Согласно определению, данному в «Новом словаре методических терминов и понятий» Э. Г. Азимова и А. Н. Щукина, под подходом понимается базис теоретической методики, который устанавливает и направляет стратегию обучения языку и определяет выбор метода обучения. В свою очередь, методы обучения реализуют тот или иной подход, являясь, таким образом, тактической моделью процесса обучения [Азимов Э.Г., Щукин А.Н. 2009: 200]. Под методом обучения понимается совокупность способов взаимосвязанной деятельности преподавателя и обучающихся, направленных на достижение целей образования, воспитания и развития обучающихся [Азимов Э.Г., Щукин А.Н. 2009: 137].

Для исследования методик (教学法) обучения китайскому языку как иностранному проанализируем, что вкладывают в это понятие китайские ученые. Ли Цюань считает, что концепция методики обучения иностранному языку имеет два аспекта: узкий и широкий. В узком смысле она относится к отдельным методам и приемам обучения. В широком смысле она является системой методов обучения иностранному языку [Ли Цюань 2020: 2–11]. Ян Шицюань и Чжан Яцзюнь понимают под «методикой» конкретные методы и приемы обучения, используемые в образовательном процессе.

В своих исследованиях Люй Бисун выделяет методику обучения в качестве одного из базовых аспектов теории обучения китайскому языку. Он считает,

что в основе данного понятия заложены принципы обучения, методы обучения и техника обучения [Люй Бисун 1992: 61-68].

Таким образом, методика обучения китайскому языку как иностранному, в широком смысле слова, представляет собой научную систему, которая должна включать в себя различные базовые принципы, элементы образования и обучения, такие как: разработка учебного плана, программа обучения, принципы обучения, процесс обучения и т. д., а также регулировать и стандартизировать организацию и развитие педагогической деятельности в целом. В узком смысле слова «методика» обучения иностранному языку представляет собой определенные способы обучения, созданные на основе исследований в области лингвистики, педагогики, психологии. Выделяя основные подходы и методы обучения в данных науках, а затем обобщая и суммируя их, исследователи получают возможность создавать более качественные методики обучения.

Преподаватель в процессе осуществления образовательной деятельности уже имеет базовые знания о методике обучения китайскому языку как иностранному; сформированные методическую, лингвистическую компетенции. Разработка и внедрение актуальных методик обучения влияет на качество преподавания китайского языка как иностранного [Люй Бисун 1995: 9-13].

Исследования в области исследований методик обучения китайскому языку как иностранному в Китае начались в XX веке и продолжают по настоящее время. Ученые и преподаватели добились результатов за счет развития, разработки отечественных теорий и внедрения опыта передовых зарубежных исследований.

Исследования по обучению китайскому языку как иностранному в Китае можно разделить на два этапа:

На первом этапе, с 1950-х до конца 1970-х годов, исследования методов обучения китайскому языку находились под сильным влиянием Запада и Советского Союза. Наиболее важными методами обучения, в данный период, являются: аудиолингвальный метод, когнитивный метод,

сознательно-практический, функциональный. Методическая наука опиралась на развитие, в большей степени, знаний о теории обучения языка. Однако, в последствии такие методы обучения китайскому языку как иностранному потеряли свою актуальность, и акцент постепенно сместился на развитие коммуникативных способностей обучающихся [Чжан Яцзюнь 1990: 217].

Люй Бисун одним из первых отметил, что конечной целью изучения языка является осуществление социального взаимодействия, а аудиторное обучение должно служить социальной практике [Люй Бисун 1982: 4-24]. Предложение смещения фокуса с академического теоретического преподавания языка на обучение практическим навыкам коммуникации на иностранном языке стало «прорывом» в теории обучения китайскому языку как иностранному, стимулировало исследования в области преподавания китайского языка и в то же время оказало большое влияние на практику обучения [Чжао Цзиньмин 1996: 447-453].

Второй этап начался с конца 1970-х гг. и продолжается по настоящее время. На этом этапе исследователи фокусируются на разработке теории практического обучения и улучшении языковых навыков обучающихся.

После 1980-х годов издание «Language Teaching and Research», опубликовало много статей на тему теоретических исследований китайского языка как иностранного.

1990-е годы стали эпохой бурного развития исследований в области преподавания китайского языка как иностранного, появилось большое количество специалистов и ученых. В тот период декларировалось, что теоретическое знание языка не означало владение речевыми навыками. Ученый Ши Гуанхэн считает, что владение речевыми навыками без должного знания культуры изучаемого общества не тождественно коммуникативному общению. Таким образом, язык в процессе общения должен быть не только правильным, но и уместным, коммуникативные навыки можно получить только путем специальной языковой подготовки [Ши Гуанхэн 1994:34].

В начале 21 века методике преподавания китайского языка как иностранного стали уделять больше внимания. Исследователь Чен Тан обобщил особенности методики обучения китайскому языку как иностранному, выделив такие понятия, как гибкость и комплексность. Он считает, что курсы по аудированию, говорению, чтению и письму должны иметь определенные цели обучения, специфику и методы обучения, разработанные отдельно для каждого направления. Он ввел концепцию «закона нет», согласно которому не существует единой, фиксированной модели методики обучения. Она создается, адаптируется и внедряется на основе определенной цели и задач в обучении. Данное утверждение в настоящее время признается многими экспертами и учеными [Чэн Тан 2004: 42-50].

На сегодняшний день, благодаря развитию теории обучения китайскому языку как иностранному и активному использованию в науке опыта зарубежных исследователей, преподаватели имеют обширную научную базу различных подходов и методов обучения. Однако, не существует единой фиксированной стратегии обучения. С развитием общества и запросов на определенные направления знаний, актуальных для того или иного человека, требуется вносить коррективы и подстраивать методику обучения под конкретные ситуации. Перед тем как начать процесс обучения, преподаватель должен проанализировать данные о каждом обучающемся и ориентироваться на их культурную принадлежность, возраст, психическое состояние, учебную мотивацию и т. д. На основе проведенного анализа составляется план и разрабатывается соответствующая методика обучения [Чжао Цзиньмин 2010: 243-254].

Выбор и применение тех или иных методов в обучении иностранному языку тесно связаны с образовательными концепциями общества, преобладанием определенной теории преподавания в зависимости от временного периода, что, в свою очередь, породило много школ и методов обучения китайскому языку как иностранному.

Лю Сюнь выделил в методике обучения китайскому языку четыре научные школы в соответствии со спецификой подходов к обучению языку:

1) когнитивная школа (认知派). В рамках данного подхода обучение направлено на сознательное овладение языком. К методам обучения относятся: метод грамматического перевода, метод сознательного сопоставления и когнитивный метод;

2) эмпирическая школа (经验派) В данном контексте обучение направлено на формирование привычек. К методам обучения на основе данного подхода относятся: прямой метод, ситуационный метод, метод слушания и говорения, аудиовизуальный метод и т. д.;

3) гуманистическая школа. (人本派). При данном подходе основа обучения базируется на эмоциональных факторах. К методам данной школы относятся: метод группового изучения языка, метод молчаливого обучения, метод полного физического реагирования, метод внушения и т. д.;

4) функциональная школа (功能派). Данным подход направлен на формирование способностей и умений к осознанной коммуникации не только в аудитории, но и за ее пределами. Основой методики обучения является коммуникативный метод [Лю Сюнь 2000: 422].

Исследователь Шэн Янь на основе анализа методов преподавания иностранного языка в Китае разделил их на два направления: традиционный (传) и преобразовательный (改) методы. К традиционному направлению методики преподавания в рамках когнитивного подхода (认知法) относятся: метод перевода грамматики (语法翻译法), метод чтения (阅读法), метод осознанного сопоставления (自觉对比法). К преобразовательной методике в рамках функционального (功能法) и структурно-функционального (结构 - 功能法) подходов относятся: прямой метод (直接法), метод аудирования (听说法), устный метод (口语法), аудиовизуальный метод (视听法), ситуационный метод (情景法), коммуникативный метод (交际法) и сознательно-практический метод (自觉实践法) [Шэн Янь 2006: 401].

Для формирования коммуникативных и устных переводческих навыков при обучении китайскому языку как иностранному нами выделены следующие педагогические подходы, широко применяющиеся в российской педагогике:

сценарно-ситуативный, коммуникативный, личностно- и деятельностьно-ориентированный, межкультурный.

Рассмотрим более подробно каждый из них.

Реализация *сценарно-ситуативного подхода* происходит через исполнение ситуативных сцен на практике в обучении, что позволяет студентам погрузиться в наиболее приближенную к профессионально-реальным моментам при обучении говорению и устному переводу, а так же, при формировании коммуникативных и переводческих навыков в данных условиях. Данный подход формирует и закрепляет умение адаптироваться в соответствующих условиях, совершенствуя владение как иностранным, так и родным языком, и практикует выбор из нескольких речевых вариантов наиболее соответствующий [Королькова С.А., 2013:165]. Одним из преимуществ сценарно-ситуативного подхода является активное освоение сложившихся социокультурных норм и условных вариантов речевого поведения для каждой контактирующей стороны, которое дает возможность достичь желаемого эффекта при общении двух сторон, учитывая речевое поведение и намерения говорящего. Обучение будущих лингвистов-переводчиков на основе данного подхода позволяет обеспечить взаимопонимание в диалоге в ситуациях профессионального и бытового общения, а именно, достижение основной цели межкультурной коммуникации.

Целью применения сценарно-ситуативного подхода является снятие напряженности коммуникантов и обеспечение взаимодействия и взаимопонимания [Ермилов А.Э., Михайлова Т.Л.:2014]. При этом переводчик должен учитывать ряд значимых элементов культуры невербального общения, например: в российской традиции при общении принято соблюдать зрительный контакт с собеседником, так как это означает честность и искренность говорящего, в то время как в китайской культуре избегают смотреть в глаза, потому что для них пристальный взгляд означает оскорбление.

Другая потенциальная сложность – неготовность или неумение принимающей стороны коммуницировать, из-за чего может возникнуть напряженная длительная пауза между контактирующими сторонами. В такой ситуации переводчику приходится грамотно компенсировать молчание сторон, используя информацию в той предметной сфере, которая может заинтересовать обе стороны. Для этого переводчику необходимо владение базовыми знаниями о культуре, традициях, менталитете китайского народа и умение грамотно вовлечь партнеров в дальнейшую коммуникацию. Переводчик в данном случае практикует значимые для его профессии личностные качества, такие, как: коммуникабельность, доброжелательность, открытость, пунктуальность, грамотность, чувство юмора.

Успешная работа переводчика обусловлена его профессиональной подготовкой и личностными качествами, что, в принципе, предполагает формирование когнитивных, психологических умений, мнемотехнических навыков, навыков техники речи и операциональных навыков.

Сценарно-ситуативная методика обучения китайскому языку как иностранному является одним из перспективных направлений достижения поставленных целей при обучении говорению и устному переводу и представляется весьма продуктивной с дидактической точки зрения, поскольку позволяет научить обучающегося значимым в профессиональной деятельности вербальным и невербальным навыкам и умениям (техника речи, мимика, кинетика) и ознакомить с этическими нормами профессиональной деятельности. Благодаря практике ролевых игр в данном подходе происходит оптимизация процесса адаптации к профессии. Преподаватель имеет цель глубже «погрузить» обучающегося в ситуацию, чтобы он смог как можно эффективнее запомнить процесс коммуникации, переживая ситуацию как личный опыт, так как каждая роль позволяет обучающемуся «проживать» конкретные тематические коммуникативные ситуации.

В контексте нашего исследования сценарно-ситуативный подход является ключевым педагогическим подходом для решения поставленных задач, а

именно, для формирования коммуникативных и устных переводческих навыков у будущих лингвистов-переводчиков.

Личностно-ориентированный подход берет свое начало с конца XX века. Вопросам личностно-ориентированного подхода к обучению посвящены работы Е.В. Бондаревской, В.В. Серикова, В.А. Петровского, И.С. Якиманской и др. Суть данного подхода заключается в гуманизации подходов к обучению и создании особого подхода к преподаванию. Идейная составляющая направлена на внутренний мир человека, на создание комфортной, в первую очередь, психологической обстановки в процессе обучения. Главной целью личностно-ориентированного подхода выступает создание особой модели преподавания, в которой учитываются условия для раскрытия индивидуальных черт обучаемого и на основе этого строится система их развития и последующего закрепления социально-значимых форм поведения [Якиманская И. С. 2000:22]. Процесс личностно-ориентированного обучения построен на передаче главной роли учащемуся с его индивидуальными, личностными качествами [Перетяцько Г.И. 2014: 35]. В данном подходе объектом выступает непосредственно обучаемый и его психоэмоциональное состояние. Исследователи считают, что при обучении в рамках данного подхода происходит укрепление уверенности индивида в собственных силах, развитие мотивации, ускоряются процессы запоминания информации и интеллектуальных способностей обучаемых [Мильруд Р. П. 2007:25]. Процесс образовательной деятельности должен быть выстроен таким образом, чтобы дать возможность обучаемому раскрыть свой потенциал, основываясь на применении знаний личного опыта и творческих способностей к восприятию [Сериков В. В. 1994:25]. В рамках данного подхода к обучению личные усилия обучаемого имеют первостепенное значение в образовательной деятельности [Бондаревская Е.В. 2000:24].

Таким образом, для получения качественного и полноценного результата в преподавании в рамках личностно-ориентированного подхода преподаватель должен формировать модель обучения, ориентируется на личностные

особенности обучаемого, направленные на раскрытие всего его потенциала [Семушина Л.Г., Ярошенко Н. Г. 2001:34]. Важным элементом образовательной деятельности является создание условий для самопознания и саморазвития. Обучаемый должен иметь возможность для самостоятельного обучения и оценки себя и своих возможностей [Перетяцько Г.И. 2014: 38]. Учебная модель должна давать возможность индивиду самому выбирать тип, способ и задачи для обучения.

Таким образом, применение личностно-ориентированного подхода в преподавательской деятельности позволяет обучающимся быстрее адаптироваться к окружающей действительности в рамках обучения иноязычному говорению. Он дает возможность реализовать себя в познавательной и учебной деятельности, показать свои способности и раскрыть творческий потенциал. Образовательный процесс, построенный в комфортных психоэмоциональных условиях, помогает легче перебороть неуверенность в себе и преодолеть языковой барьер. Обучающийся проводит самоанализ, находит свои сильные и слабые стороны и самостоятельно выбирает типы и способы запоминания учебного материала, что, в свою очередь, ведет к самосовершенствованию. Задача преподавателя помочь студентам во время учебного процесса раскрыть индивидуальность, способствовать ее проявлению, развитию, создавать ситуации успеха. Преподаватель должен грамотно создавать проблемные и трудные ситуации, направляя студентов на их преодоление.

Личностно-ориентированный подход в обучении иностранному языку предполагает индивидуализацию процесса обучения, повышенное внимание к каждому обучающемуся. Преподаватель выступает в роли помощника-координатора, который отвечает за атмосферу и искреннее общение, спонтанность и беглость речи. В соответствии с целью нашего исследования перед преподавателем стоит важная задача – стимулировать обучающихся к говорению на китайском языке в рамках разработанных

тематических проблемных ситуаций, направленных на формирование коммуникативных и устных переводческих навыков у студентов-лингвистов.

Одним из важных подходов в преподавании иностранного языка является *деятельностно-ориентированный*. Основоположителем данного подхода считается А. Дистервег. В разработке основных положений деятельностно-ориентированного подхода участвовали такие исследователи, как Л.С. Выготский, А.Н. Леонтьев, Д.Б. Эльконин, А.В. Хуторской, М.Н. Скаткин, П.Я. Гальперин, В.В. Давыдов, М.И. Махмутов и др. В основе данного подхода лежит парадигма того, что индивид только в процессе самостоятельной активной деятельности достигает высокого уровня знаний [Дистервег А. 1956: 64]. В своих трудах он говорил о важности овладения знаниями непосредственно самим обучающимся. Такой подход он считал наиболее подходящим, так как студенты сталкиваются с трудностями, которые им приходится преодолевать самостоятельно. Задача преподавателя состоит в том, чтобы направлять их на получение знаний.

Деятельностно-ориентированный подход предполагает обучение, ориентированное на деятельность, и направлен на моделирование будущих реальных ситуаций, выполнение конкретных задач [Корнеева Л. И. Шельтен А. 2012: 122]

Суть деятельностно-ориентированного подхода заключается в том, что в центр образовательной модели выносятся деятельность, осуществляемая личностью обучающегося, опираясь на его мотивы, цели, потребности. Задача преподавателя состоит в том, чтобы направлять активную исследовательскую деятельность индивида, давая определенные алгоритмы для действия [Яковлева Н.О. 2002: 32]. К таким последовательным самостоятельным действиям относятся: формулировка проблемы, нахождение способа ее решения, непосредственно решение задачи, самостоятельный контроль найденного решения [Эльконин Д.Б. 1989:74]. Такие знания имеют важное значение, так как приобретают индивидуальную значимость. Таким образом, базовым элементом преподавательской деятельности является правильная постановка

преподавателем задач, при которых обучающийся самостоятельно выполняет ряд действий, что позволяет формировать у него способности к самостоятельному обучению и поисковой деятельности [Махмутов М.И., Гузь Ю.А. 2013:15]. Именно самостоятельное преодоление проблемных задач и ситуаций формирует у обучающихся аналитические навыки, самодисциплину, критический подход к собственной учебной деятельности. Таким образом, деятельностно-ориентированный подход в обучении иностранному языку, главным образом, направлен на формирование у обучающихся учебно-исследовательских, поисково-конструктивных и творческих навыков [Кузьмина Ю.А. 2009:178].

Многие исследователи считают, что изучение языка невозможно без понимания контекста, в котором функционирует язык. Таким контекстом является культура. Без знания культуры и ментальности общества, обучающиеся не смогут постичь суть некоторых слов и их значений, что, в свою очередь, осложнит процесс коммуникации с носителем языка, т. к. язык включает в себе национальную самобытную систему, которая определяет мировоззрение носителей данного языка и формирует их картину мира [Самосенкова Т.В. 2008: 58].

Идея важности изучения индивидом культуры иностранного языка является основополагающей при межкультурном подходе к обучению иностранному языку. Первыми исследователями в российской педагогической науке, употребившими термин «межкультурная коммуникация» являются Е. М. Верещагин и В. Г. Костомаров в 1973 г.

Данный подход основан на междисциплинарном взаимодействии культурологии, психологии, лингвистики, этнологии, антропологии и социологии [Маслова В.А. 2001:320]. Комплексное междисциплинарное изучение иностранного языка дает возможность развить у обучающегося способность анализировать и сопоставлять различные культуры и языковые знания [Елизарова Г.В. 2005:75]. Данный подход позволяет индивиду расширить свое восприятие мира, за счет понимания и осознания языковой

картины мира носителей изучаемого языка. Важным условием для осуществления корректной коммуникации является построение речевого взаимодействия в рамках культурного контекста [Алмазова, Н. И. 2003:195].

Согласно И. И. Халеевой, под межкультурной коммуникацией понимается совокупность взаимодействий между людьми, которые принадлежат к разным культурам и языкам. В таком виде коммуникации участники должны осознавать и воспринимать себя как представители своей культуры, а партнера по коммуникации «другим» [Халеева И. И. 1999:12].

Суть межкультурной коммуникации заключается в том, чтобы правильно выстроить речевое взаимодействие через призму культурного контекста, т. к. в процессе образовательной деятельности каждое слово изучаемого языка отражает другой мир и культуру. В слове заложено национальное самосознание и представление о мире [Тер-Минасова С. Г. 2004:46]. В процессе обучения индивид должен учиться переосмысливать родную культуру, стараться воспринимать язык и культуру изучаемого направления и попытаться воспринять родную культуру с точки зрения представителя другой культуры [Елизарова Г. В. 2005:74].

Таким образом, занятия по иностранному языку являются практикой межкультурной коммуникации. В процессе обучения межкультурной коммуникации преподаватель должен построить методику таким образом, чтобы соединить знания обучаемых с приобретенными в процессе обучения, создавая тем самым, завершённую картину восприятия [Барышников Н.В. 2002:15]. Следовательно, при составлении учебно-методических задач преподаватель должен учитывать когнитивные, коммуникативные и учебные навыки каждого обучающегося [Тарева Е.Г. 2001:238]. Межкультурный подход в полной мере позволяет обучающимся научиться использовать накопленный комплекс знаний междисциплинарного уровня для качественной коммуникации в аутентичных ситуациях межкультурного общения. Межкультурный подход также актуален при обучении китайскому языку как иностранному для формирования коммуникативных и устных переводческих

навыков, так как позволяет расширить культурные знания об образе и стиле жизни в Китае.

При формировании коммуникативных и устных переводческих навыков нельзя обойтись без коммуникативного подхода. Впервые в российской педагогической науке *коммуникативный подход* был представлен и развит исследователем Е. И. Пассовым. Основная идея данного подхода, по мнению Е.И. Пассова, состоит в создании особой системы преподавания, в рамках которой учебная коммуникация искусственно создается на основе шаблонов естественного речевого общения. [Пассов Е. И. 1989:36]. В рамках данного подхода процесс обучения строится на основе активной речевой деятельности. Важным элементом коммуникативного подхода является отход от использования на занятиях родного языка обучающихся. Они должны научиться думать и воспринимать информацию на иностранном языке. Практическому теоретическому знанию уделяется время, однако, основное внимание направлено на формирование разговорной речи. Основная задача обучения на основе коммуникативного подхода - преодоление языкового барьера в процессе коммуникации. Обучающийся в процессе говорения должен уметь перефразировать, комбинировать лексику, предсказывать тактику собеседника [Жираткова Ж. В. 2002:115].

Таким образом, главной целью коммуникативного подхода является формирование коммуникативной компетенции у обучающихся. Согласно исследователям Р. П. Мильруд и И. Р. Максимовой, основная задача обучения в рамках коммуникативного подхода состоит в том, чтобы обучить студентов работать сообща, в группе. В учебном, образовательном процессе, учитель выступает в качестве направляющего, помощника или советчика. Важное значение принимает уход от индивидуального обучения. Обучающийся должен сформировать навык разговорной деятельности, научиться коммуницировать с товарищами по учебе. Он должен стать частью особой языковой среды, быть вовлеченным в профессиональную речемыслительную деятельность [Мильруд Р. П., Максимова И. Р. 2000:15].

В контексте коммуникативного подхода нами были организованы разговорные клубы по различным темам для студентов с разным уровнем владения китайским языком. Главным методом обучения являются ролевые игры, где студентам предлагается реальная ситуация, и они должны «вжиться в роль» и самостоятельно решить поставленные задачи.

Проведя анализ актуальных педагогических подходов в обучении иностранному языку и переводу, мы выделили для решения главной задачи нашего исследования, а именно, для формирования коммуникативных и устных переводческих навыков наиболее актуальные педагогические подходы: сценарно-ситуативный, личностно- и деятельностно-ориентированный, межкультурный, коммуникативный.

Все перечисленные подходы подчеркивают важность реального общения в процессе преподавания китайского языка. Основной фокус внимания преподавателя направлен на развитие у обучающихся навыков общения на китайском языке, акцентируя внимание на развитие коммуникативных и устных переводческих навыков в различных реальных жизненных ситуациях, а не на усвоение грамматики и словарного запаса китайского языка.

Разработка методики формирования коммуникативных и устных переводческих навыков опирается на следующие методические принципы обучения иностранному языку: принцип межкультурного взаимодействия, принцип коммуникативной направленности обучения, принцип ситуативности, принцип аутентичности преподаваемого материала, а также специальные для нашего исследования частнометодические принципы: принцип «проживания» и воспроизведения ситуаций, принцип понимания и эмоционально-смыслового оценивания коммуникативных тематических ситуаций, принцип расчленения потока речи и паузирования, принцип самостоятельного управления речевой деятельностью, выражающийся в самоконтроле и самокоррекции, и др.

Принцип межкультурного взаимодействия заключается в том, что навыки коммуникации в профессиональной деятельности в значительной мере зависят не только от наличия устойчивых языковых навыков, но и фоновых знаний о

социальных нормах, представлениях о культуре и мире изучаемого языка. Данный принцип является одним из определяющих принципов, направленный на освоение студентами навыка коммуникации на новом языке, на познание культуры страны изучаемого языка путем изучения и сравнения со своей культурой, что является приобщением к языковой картине мира носителей изучаемого языка. [Гальскова Н.Д, 2006, 112]

Эта идея важна и актуальна при обучении студентов иностранному языку, поскольку оказывает формирующее влияние на все уровни развития личности, помогая приспособиться к диалогу и взаимодействию в незнакомой среде, формирует и развивает иноязычную межкультурную компетенцию, которая позволит осуществить современные его профессиональные коммуникативные навыки, связанные с взаимодействием с представителями иной культуры.

Каждая культура, по мнению Л. С. Выготского, специфична и состоит из исторически выработанных народом уникальных ценностей, в которых аккумулируется опыт и традиции предшествующих поколений. Присвоение ценностей культурно-исторического опыта в процессе деятельности способствует формированию и становлению личности [Выготский: 1983, 113]

При формировании межкультурной компетенции в обучении иностранному языку нужны адекватные средства для его усвоения. Такими средствами могут служить литература, музыка, предметы, формирующие ассоциации с культурой, иллюстрации, которые больше всего могут приблизить обучающегося к естественной культурологической среде.

Приобщение студентов к получению знаний о культуре, истории, реалиях и традициях способствует формированию положительного мнения и отношения к языку, который они изучают.

Основой любого обучения иностранному языку является обучение самому общению на изучаемом языке, а не только приобщение к теоретической части учебной программы. Именно поэтому особую значимость в обучении приобретает принцип коммуникативной направленности, который представляет

собой обучение иностранному языку на основе коммуникации на иностранном языке.

Принцип коммуникативной направленности определяет, какие методы обучения необходимо использовать при преподавании иностранного языка, чтобы обучающийся мог осуществлять общение как в устной, так и в письменной форме. Следует отметить, что данный принцип обозначает такой подход в обучении иностранному языку, при котором общение, процесс взаимодействия с носителем изучаемого языка является одновременно и средством, и целью обучения.

Создателем собственной теории коммуникативного обучения иностранному языку является Е.И. Пассов, Российский ученый, основатель липецкой методической школы, доктор педагогических наук, согласно которому - обучение коммуникации рассматривается с двух сторон: теоретическая и практическая. [Пассов: 1980, 114].

Также, в своих исследованиях Е.И. Пассов отмечает, что сущность любого метода обучения раскрывается в его принципах. Так, одним из основных принципов коммуникативно-ориентированного метода является ситуативность.

В теории коммуникативного обучения Е.И. Пассова принцип ситуативности рассматривается следующим образом: говорение является основным видом речевой деятельности, и обучение говорению должно строиться на основе методов естественного общения при проживании тех или иных ситуаций, через которые должен пройти обучающийся, чтобы наиболее эффективно развить в себе навыки говорения.

Данный принцип означает, что обучение коммуникативной части при изучении иностранного языка проходит через создание речевых ситуаций, которое обучает говорению.

Принцип ситуативности является основой формирования коммуникативных умений и навыков. Коммуникативный навык может бесконечно подстраиваться под определенные ситуации, создавая каждый раз новые задачи и новые барьеры. Именно принцип ситуативности в

преподавании иностранного языка служит основой гибкости речевого навыка обучающегося.

При применении принципа ситуативности в обучении иностранному языку, обучающийся приобретает дополнительные знания, развивает гибкость в подстраивании под определенные ситуации, которые позволяют в нужном контексте воспринимать и понимать сообщения, и его последствия [Соловова Е.Н.2012, 115].

Немаловажным принципом формирования коммуникативной компетенции обучающегося является *принцип аутентичности преподаваемого материала*. Аутентичность в переводе с греческого означает подлинный, естественный [Ефремова Т.Ф.2000, 116].

Исходя из определения можно сказать, что аутентичные материалы – это материалы, в которых показан именно процесс коммуникации носителей изучаемого языка на языке носителей, которые могут быть представлены в виде видеоматериалов, аудиоматериалов, либо иллюстраций. Это дает обучающемуся возможность приобрести и совершенствовать языковые навыки, расширяя свой кругозор изучением реальных ситуаций коммуникации носителей языка [А. Martinez.2003, 117].

Для сравнительного анализа существуют несколько точек зрения на понятие “аутентичность материала”. По мнению К.С. Кричевской аутентичные материалы должны быть основаны на оригинальных литературах, фольклорных, живописных, музыкальных произведениях, а также иллюстрациях предметов реальности. Такие материалы по доступности и повседневному характеру применения весьма важны для создания иллюзии погружения к среде носителей языка [Кричевская1996: 118]. Их роль и эффективность, по мнению автора, намного выше аутентичных текстов учебников, хотя они могут уступать им по объему [Кричевская1996: 118].

Как считает преподаватель иностранных языков Г.И. Воронина: "аутентичными материалами" являются тексты, заимствованные из реальной коммуникативной практики носителей языка [Воронина Г.И. 1999г. 119].

В связи с необходимостью внедрения в процесс обучения языку коммуникативных принципов должна учитываться особенность реальной коммуникации, в основе которого должна быть модель реального общения, так как недостаточно изучения системы языка, важно - проживание коммуникативной интенции.

Принцип «проживания» и воспроизведения ситуаций предполагает создание коммуникативных ситуаций среди участников общения, где они совершенствуют навыки разумно адаптироваться под ту или иную ситуацию [Пассов 1985: 120].

Иными словами, для более эффективного развития навыка коммуникации на иностранном языке, обучающиеся должны овладеть не только определенными знаниями языка, но и уметь применять свои знания на практике [Пассов 2003: 121].

Основоположником принципа *понимания и эмоционально-смыслового оценивания коммуникативных тематических ситуаций* является советский и российский лингвист И.Ю. Шехтер. Еще в 1960-е годы И. Ю. Шехтер задумывался над недостаточно эффективным преподаванием иностранного языка, и о том, как его можно улучшить. Тогда он разработал собственную, авторскую методику изучения языков: эмоционально-смысловой метод обучения И.Ю. Шехтера [Шехтер 2005: 122].

Данный принцип заключается в том, что иностранные языки надо не изучать, а осваивать также, как мы осваиваем родной язык, так как язык, являясь средством общения для решения жизненно важных задач, включает в себя эмоционально-смысловое оценивание человеком. Если следовать данному принципу, то обучающийся не будет думать о том, как правильно произнести и какие слова подобрать, для него язык будет воплощением нужной ему мысли, где он будет говорить по-своему, так как речь человека зависит, в основном, от состояния человека [Шехтер 2005: 122].

Принцип расчленения потока речи и паузирования заключается в фрагментации потока речи, где она разбивается на речевые единицы.

Этот принцип является необходимым при обучении иностранному языку, так как изучение основных правил произношения иностранного языка, анализ правильного произношения, правильного выбора тональности дают возможность учащемуся самостоятельно работать над повышением культуры речи. Расчленение потока речи в обучении является еще и потому важным, что оно имеет коммуникативную значимость, так как в речевых фрагментах остаются неизменным ритмика, словесное и фразовое ударение, расставление тональностей.

Для формирования навыков говорения и устных переводческих навыков у русских студентов-лингвистов мы взяли за основу коммуникативные методы обучения в широком смысле этого слова, как они понимаются китайскими преподавателями. Коммуникативные методы на сегодняшний день являются ключевыми при обучении иностранного языка, так как именно они при применении на практике задействуют наиболее реальные жизненные ситуации.

К ним относятся метод сценария, метод социальной рекламы и метод дублирования. Рассмотрим более подробно каждый из них.

Метод сценария играет большую роль в развитии коммуникативных навыков обучающегося, поскольку он направлен на развитие гибкости в применении языка в тех или иных случаях, в его основе лежит принцип аутентичности и речевой направленности.

Метод сценария представляет собой обучение языка с помощью применения определенных последовательных сценариев с существующей определенной задачей или проблемой, в которых каждый обучающийся играет представленную ему роль, решая ту или иную заданную проблему, что помогает обучающимся более глубоко включиться в процесс обучения и наиболее эффективно в дальнейшем решать те или иные задачи в определенных ситуациях своей профессиональной деятельности.

Целью метода сценария является «погружение» обучающихся в созданную определенную ситуацию, приближенную к проблемам, которые могут возникнуть в дальнейшем у обучающегося в ходе применения своих

профессиональных навыков. Преподаватель, используя данный метод на занятиях, развивает у студентов навыки коммуникации, креативности, умения работать в команде и т.д.

Сценарии состоят из нескольких задач, которые даются студентам для решения. Задачи могут включать в себя разные конечные цели, такие как: начать разговор с носителем языка для решения определенного вопроса, попросить необходимой помощи при сложившейся сложной ситуации, попросить передать конкретную информацию и т. д. Студенты должны научиться правильно начинать разговор, правильно вести процесс коммуникации и уметь правильно заканчивать разговор. Задания с применением сценарного метода существуют в простых формах (обычная коммуникация без решения определенных проблем), в более сложных (сценарий, где присутствует решение проблемы) или групповые формы обучения, в которых каждый студент исполняет свою роль в решении поставленной проблемы, что в дальнейшем развивает у обучающихся навыки работы в команде [Гулакова, Харченко 2013: 31-35].

Метод сценария применяется в процессе обучения для закрепления ранее изученных теоретических материалов в ходе применения их на практике. Он основан на создании и имитации реальных ситуаций, что позволяет студентам приобретать навыки общения на иностранном языке в повседневных ситуациях.

Метод сценария также способствует более глубокому пониманию культуры и традиций, способствует улучшению навыков слушания и понимания речи, поскольку студенты активно участвуют в диалогах и могут использовать усвоенные навыки для понимания общения с носителем языка [Слэй 2018: 177-182].

Конкретным примером создания сценариев при обучении иностранному языку в рамках применения метода сценария является проигрывание в реальной жизни социальной рекламы из источников средств массовой информации той страны, язык которого обучается.

Применения социальной рекламы в обучении иностранного языка развивает мотивацию обучающихся, так как само занятие с применением данного метода становится для него более интересным и обучающемуся показывается, что он уже может понимать и применять изучаемый язык. Тем более, социальная реклама часто показывает культуру страны, учит людей нормам поведения, которые показывают проблемы общества страны изучаемого языка [Чэнь Цзе 2006: 66-68].

Метод социальной рекламы активно используется китайскими преподавателями для формирования коммуникативных и устных переводческих навыков при изучении китайского языка на начальном этапе. Посредством социальной рекламы обучающийся имеет возможность изучить социальные, повседневные ситуации страны и культуры изучаемого языка, которые способствуют пониманию и принятию ее в наглядном сравнении с повседневными ситуациями своей культуры.

Специфика социальной рекламы заключается в том, что она представляет собой почти подлинную коммуникацию: обучающийся становится участником и играет определенную роль в заданной рекламе, где они решают жизненные проблемы или другие заданные задачи.

В социальной рекламе обычно телезрители находят отражение своих жизненных проблем и вопросов, в связи с чем это может быть интересным инструментом для понимания культуры страны изучаемого языка.

Немаловажной ключевой составляющей в коммуникативных методах обучения является *метод дублирования*.

Чжан Гэ отмечает, что метод дублирования с использованием видеоматериалов может задать совершенно новую траекторию в преподавании иностранных языков, которая позволит стимулировать интерес обучающихся, подтолкнуть их к проявлению инициативы в изучении иностранных языков, увеличить их словарный запас и улучшить интонацию. Этот метод имеет множество положительных эффектов в развитии методики обучения иностранным языкам [Чжан Гэ 2019:142-143].

По мнению ДайЯньцзе, дублирование текста за видеоматериалами в рамках практических занятий по изучению иностранных языков позволяет ученикам испытывать настоящие эмоции, воспринимая более реалистичный языковой материал, вследствие чего изучение языков не будет ограничиваться прослушиванием, чтением и воспроизведением абстрактных отрывков речи. Этот способ позволяет обучающимся погрузиться в максимально приближенную к реальности языковую среду, почувствовать её атмосферу; он усиливает интерактивность учебного процесса и интерес учеников к приобретению новых знаний и поиску ответов [Дай Яньцзе 2016: 42-43].

По словам Ши Сяоянь, в процессе дублирования текста видеороликов, благодаря вовлечению сразу нескольких органов чувств (слух и зрение), студенты могут погрузиться в ситуацию и интуитивно воспринимать живую речь и разговорные выражения, что позволит им улучшить свои навыки говорения [Ши Сяоянь 2019: 99-100]. В процессе «дублирования» обучающиеся должны многократно прослушать текст и практиковаться в его воспроизведении. Благодаря имитации интонации носителей языка ученики могут укрепить навыки разговорной речи, а также выучить некоторые часто встречающиеся грамматические конструкции и устоявшиеся разговорные выражения. Многократная практика дублирования видео помогает студентам овладеть языковыми навыками, улучшить коммуникативные способности и наиболее эффективным образом выучить иностранный язык.

Для решения поставленных задач мы применяем различные интерактивные методы и приемы обучения, используем аутентичные тексты, диалоги, видеоролики и т. д. На современном этапе развития преподавания китайского языка данные методы делают процесс обучения более интересным и творческим, создают возможности для приобщения к естественной языковой среде, знакомят студентов с культурой и повседневной жизнью Китая, а также помогают повысить мотивацию к изучению китайского языка. Интерактивный метод основан на формировании коммуникативных и устных переводческих навыков. При таком обучении на занятиях особое внимание уделяется активной

коммуникации обучающегося. В данном случае преподаватель выступает как модератор, направляя действия обучающегося в нужное русло. Главной задачей при данном виде обучения является создание комфортных условий для взаимодействия обучающихся друг с другом, с целью решения конкретных задач урока.

Интерактивный метод основан на формировании коммуникативных и устных переводческих навыков. При таком обучении на занятиях особое внимание уделяется активной коммуникации обучающегося. При интерактивных методах обучения учебный процесс организован таким образом, что каждый обучающийся вовлекается в процесс и ищет пути решения поставленных задач, достижения цели приобретения новых знаний или же закрепления знаний и навыков по конкретной теме. Интерактивные методы обучения вариативны и гибки по своему содержанию, что предоставляет возможность их быстрого внедрения в образовательный процесс, а именно, в преподавание китайского языка.

Одним из значимых достоинств интерактивных методов обучения языку состоит в том, что они позволяют студентам преодолеть психологический барьер общения на китайском языке. Наряду с этим обучающиеся овладевают практикой использования языка в реальной жизни. В процессе применения интерактивных методов обучения студенты приобретают практические коммуникативные и устные переводческие навыки, что является основной целью изучения китайского языка. При обучении китайскому языку как иностранному к интерактивным методам обучения относятся ролевые игры, презентации, беседы, конкурсы, применение мультимедийных программ и различные творческие мероприятия.

Подводя итог описанному в данном параграфе, мы пришли к следующим выводам.

Процесс обучения китайскому языку как иностранному развивался, разрабатывая различные подходы, принципы и методы преподавания. Чтобы выделить наиболее релевантные педагогические подходы, принципы и методы

обучения китайскому языку как иностранному, необходимо иметь конкретную цель и задачи обучения. Для нашего исследования главной целью является формирование коммуникативных и устных переводческих навыков у русских студентов-лингвистов при изучении китайского языка.

Соответственно, за основу обучения мы взяли следующие актуальные для нашего исследования педагогические подходы: сценарно-ситуативный, личностно- и деятельностно-ориентированный, коммуникативный и межкультурный; а также главные методические принципы обучения иностранному языку: принцип межкультурного взаимодействия, принцип коммуникативной направленности обучения, принцип ситуативности, принцип аутентичности преподаваемого материала, а также специальные для нашего исследования частнометодические принципы: принцип «проживания» и воспроизведения ситуаций, принцип понимания и эмоционально-смыслового оценивания коммуникативных тематических ситуаций, принцип расчленения потока речи и паузирования, принцип самостоятельного управления речевой деятельностью, выражающийся в самоконтроле и самокоррекции, и др.

В соответствии с вышеперечисленными подходами и принципами при разработке и внедрении нашей методики формирования коммуникативных и устных переводческих навыков мы активно используем такие интерактивные методы обучения китайскому языку, как ролевые игры, анализ речевых и тематических ситуаций, проблемное обучение и др.

Коммуникативные методы, как они понимаются преподавателями-практиками в Китае, подходят для разработки нашей методики формирования коммуникативных и устных переводческих навыков у русских студентов при обучении китайскому языку. В основе коммуникативных методов лежат вышеперечисленные метод сценария, метод социальной рекламы и метод дублирования. Их необходимость и важность применения заключается в том, что коммуникативные методы приближают обучающихся к реалиям культуры и страны изучаемого языка. Следует отметить, что применению коммуникативных методов предшествует изучение

теоретического материала, грамматики, правописания, фонетики и синтаксиса. Согласно китайской методике обучения только после изучения теоретических аспектов в процесс обучения внедряются коммуникативные методы для закрепления ранее изученного теоретического материала, для формирования у обучающихся коммуникативных и устных переводческих навыков, для проверки, насколько успешно обучающиеся усвоили материал и готовы применять его в реальной жизни.

В настоящее время методика преподавания китайского языка как иностранного как в Китае, так и в России совершенствуется, меняется и адаптируется под определенные задачи и запросы, актуальные для обучающихся. При анализе подходов, принципов и методов обучения мы пришли к выводу, что неизменным остается необходимость погружения обучающихся в реальную языковую среду для возможности обсуждения тематического материала, что значительно повышает мотивацию использования языка в контексте изучаемой темы.

1.3. Методика формирования устных переводческих и коммуникативных навыков у студентов-лингвистов на основе тематических коммуникативных ситуаций и социальной рекламы

1.3.1. Разработка тематических коммуникативных ситуаций на основе имитирования естественной речевой коммуникации

КНР является важным стратегическим партнером России. В рамках данного партнерства осуществляется тесное взаимодействие в культурной, экономической и политической сферах. Для поддержания высокого уровня коммуникации между представителями разных культур, у государства и общества формируется запрос на увеличение количества квалифицированных специалистов и преподавателей китайского языка как иностранного. Важным аспектом подготовки профессиональных кадров становится особая организация

процесса обучения китайскому языку, направленная на формирование коммуникативной компетенции у студента. Высокий уровень языковой компетенции должен позволять студентам осуществлять свободную коммуникацию на уровне бытового межличностного общения, профессионального, учебно-научного и делового общения.

Как было отмечено в предыдущем параграфе, коммуникативный подход является одним из основных в организации обучения китайскому языку как иностранному. Он позволяет создавать, моделировать и использовать на практике основные ситуации реального общения. В рамках данного подхода учебное речевое взаимодействие строится на использовании особой методики обучения, базисом которой выступают речевые ситуации. Для построения методики обучения на основе учебно-речевых ситуаций и внедрения ее в педагогический процесс, рассмотрим определения и структуру данного вида ситуаций, описанные в научных исследованиях.

Согласно определению, данному в «Словаре лингвистических терминов» Т.В. Жеребило, коммуникативная ситуация или речевая ситуация – это структурная организация ситуации общения, которая определяется наличием говорящего (адресант), слушающего (адресат), показывает отношения между ними, цель общения, тональность и способ речевого взаимодействия [Жеребило Т.В. 2010:157].

В. Л. Скалкин дает определение коммуникативной ситуации как "динамическую систему взаимодействующих специфических факторов объективного и субъективного плана, организованную вне акта коммуникации, вовлекающую человека в языковое общение и определяющую его речевое поведение как говорящего, так и слушающего" [Скалкин В.Л. 1983: 54].

Изучение метода анализа и использования коммуникативных ситуаций в образовательном процессе отражено во многих трудах таких исследователей, как Е. И. Пассов, И. Л. Бим, Н. Д. Гальскова, М. Л. Вайсбурд, А. А. Леонтьев, Е. В. Кузьмина, В. Л. Скалкин, Г. А. Рубинштейн, О. Г. Статник, М. И. Мезенцева и др.

Одними из первых исследователей, обративших внимание на проблему определения речевой ситуации, являются И.М. Берман и В.А. Бухбиндер. В статье «Ситуативность и обучение устной речи» 1964 года они дают определение речевой ситуации как совокупности обстоятельств, в которых совершается коммуникация [Берман И.М., Бухбиндер В.А. 1964: 10–13]. Обстоятельства коммуникации определяются преподавателем и являются частью учебной речевой ситуации. Задача преподавателя состоит в том, чтобы кратко объяснить суть ситуации и дать студенту направление для реализации коммуникации на основе изученных лексико-грамматических элементов. Благодаря таким упражнениям у студентов развивается автоматизация речевой реакции [Берман И.М., Бухбиндер В.А. 1964: 10–13].

Согласно А. А. Леонтьеву, речевые ситуации являются средством, благодаря которому преподаватель получает возможность объединять определенное количество изученной студентами лексики в рамках заданной уроком тематики. Основой построения тематической учебно-речевой ситуации служат грамматические образцы, позволяющие наполнять их различными лексическими единицами [Леонтьев А.А. 1968:20]. Е. И. Пассов и Н. Е. Кузовлева также акцентируют важность изучения языка посредством использования в образовательной деятельности специально созданных образцов предложений, так как отдельные лексические единицы в отрыве от контекста ситуации не являются значимыми для построения коммуникации и не запоминаются студентами [Пассов Е.И., Кузовлева Н.Е. 2010:140-142]. Таким образом, у студентов формируется навык говорения, основанный на использовании определенного количества речевых образцов в процессе коммуникации, в зависимости от уровня владения языком и темы урока.

Одной из важнейших задач, стоящих перед преподавателем, является развитие у студентов навыка выделять на слух основной смысл и компоненты речевого акта, осознавать общее содержание текста. Студенты должны уметь использовать грамматические образцы таким образом, чтобы на их основе суметь произвести анализ полученной в процессе коммуникации информации и

на основе своего опыта и навыков осуществлять дальнейшее речевое взаимодействие [Скалкин В.Л. 1983: 55].

В своих трудах исследователи В. Л. Скалкин, Г. А. Рубинштейн расширяют понятие учебно-речевой ситуации, определяя ее в качестве творческого продукта умственной деятельности человека. По их мнению, преподаватель должен обозначить контекст, в котором будет осуществляться процесс речевого взаимодействия. Задача студента осознать и вообразить себе ситуацию и вести коммуникацию, используя детали, наиболее полно раскрывающие конкретную тему [Скалкин В.Л., Рубинштейн Г.А. 1966: 157].

В зависимости от личного опыта, способности к анализу и воображению, речевая деятельность у студентов будет всегда отличаться. В процессе коммуникации студенты могут подбирать различные комбинации речевых образцов, опираясь на свой жизненный опыт. Значимость речевого образца заключается в том, что он соединяет все аспекты языковой деятельности, такие, как грамматика, лексика и фонетика. Таким образом, у студентов-лингвистов есть возможность выбирать наиболее актуальные примеры тем коммуникаций, позволяя создавать множество новых речевых образцов. [Бим И.Л. 1991:180].

Е.М. Розенбаум подчеркивает, что одной из главных характеристик учебно-речевой ситуации выступает ее динамичность, способность к изменчивости [Розенбаум Е.М. 1975:27]. Важным элементом создания учебно-речевых ситуаций выступает анализ современного языка, учитывающий динамику его изменений в изучаемом обществе. Основная задача преподавателя состоит в том, чтобы подготовить студента к коммуникации с носителями языка в условиях естественных речевых ситуаций. Процесс обучения студентов в аудитории должен воспроизводить условия естественного общения [Статник О.Г. 2017:204]. В контексте естественной речевой ситуации учебно-речевые ситуации должны иметь схожую структуру предложений, содержащих общий смысл, актуальную направленность темы и иметь высокий уровень повторяемости [Изаренков Д.И. 1981: 34]. Также при создании учебно-речевых ситуаций важно учитывать унифицированность

речевых образцов для создания на их основе большей вариативности упражнений. Использование аналогий реальных жизненных ситуаций посредством искусственно созданных учебно-речевых ситуаций позволяет сформировать у студентов речемыслительный навык, позволяющий анализировать и воспроизводить информацию на иностранном языке. Это позволяет студенту быстрее понять тему упражнения, сопоставить себя с героем ситуации и начать коммуникацию [Вайсбурд М.Л., Кузьмина Е.В. 1999: 5]. Наличие определенного количества знаний речевых образцов и способность апеллировать ими, заменяя отдельные элементы в зависимости от ситуации, облегчает процесс формирования навыка устного перевода и говорения у студента [Пассов Е.И., Кузовлева Н.Е. 2010:145].

Метод учебно-речевых ситуаций в образовательном процессе направлен, главным образом, на решение поставленной преподавателем коммуникативной задачи [Серединцева А. Н. 2007:85]. Такой метод позволяет развить у студентов навыки коммуникации с людьми, способность выражать на иностранном языке эмоциональное отношение к людям, фактам, объектам [Мезенцева М.И. 2014:37].

В зависимости от коммуникативной задачи и акцента на развитие определенных навыков у студентов рассмотрим некоторые типы учебно-речевых ситуаций.

Р. П. Мильруд, основываясь на характере речевого действия, выделяет следующие типы речевых ситуаций:

- адаптивные ситуации;
- суггестивные ситуации;
- проблемные ситуации;
- контактно-бытовые ситуации

К адаптивным относятся учебно-речевые ситуации, в которых основным элементом является игра. Через игру обучающиеся могут имитировать естественную речевую коммуникацию. В суггестивных ситуациях должен быть сделан акцент на интересах и мечтах обучающихся. Основной задачей

проблемных ситуаций является поиск, анализ и решение поставленной преподавателем коммуникативной задачи. К контактно-бытовым относятся ситуации, возникающие между преподавателем и обучающимися на свободные, отвлеченные темы в процессе обучения в аудитории [Мильруд Р.П 1982:38].

Е.И. Пассов на основе вида взаимоотношений между коммуникантами выделяет следующие типы учебно-речевых ситуаций:

- ситуации статусно-ролевых отношений;
- ситуации социальных взаимоотношений;
- ситуации отношений совместной деятельности;
- ситуации нравственных взаимоотношений

В ситуациях статусно-ролевых отношений основными характеристиками являются стереотипность и стандартизованность. В процессе коммуникации есть четкое распределение ролей, обозначен регламент, согласно которому обыгрывается ситуация. Например, ученик-ученик, ученик-преподаватель, руководитель-подчиненный, тренер-игрок команды. В ситуациях социальных взаимоотношений распределение ролей основано на этнической, возрастной, территориальной принадлежности и т. д. Например, рабочий, инженер, представитель различных народностей. В данном типе ситуаций перед студентами открывается большое количество тем для обсуждения, таких, как быт, культура, традиции, регламент рабочей деятельности и др. Ситуации отношений совместной деятельности построены на конкретизации определенной формы деятельности, например, учебной, спортивной, трудовой, художественной. Ситуации локализуются на уровне взаимодействия в кружках, походах, увлечения музыкой, живописью и т.д. Ситуации нравственных взаимоотношений основаны на опыте повседневной жизни обучающегося, его отношения к другим людям, вещам, объектам и фактам [Пассов Е.И. 1989:87].

В работе Е. Н. Солововой «Методика обучения иностранным языкам» выделяются три типа ситуаций: реальные, проблемные и условные. В образовательной деятельности реальные ситуации ограничиваются ролями

преподавателя и обучаемого. Они являются частью естественной коммуникации, возникающей в аудитории во время занятия. Проблемная ситуация в учебной деятельности определяется процессом коммуникации на иностранном языке и направлена на поиск решения учебно-речевой задачи. Данный вид ситуаций направлен на создание учебно-познавательной мотивации, формирование у обучаемых речемыслительных и коммуникативных навыков. Базисом этого вида ситуаций является правильная постановка проблемного вопроса, который предполагает различные варианты ответа с возможностью создания дискуссии по данной теме. Условные ситуации определяются симулятивной моделью естественных коммуникативных ситуаций. Они охватывают разные типы речевого поведения и способствуют обогащению социально-коммуникативного опыта обучающихся за счет широкого выбора ролей. Е. Н. Солововой отмечается, что учебно-речевая ситуация должна соответствовать ряду характеристик, таких как место, время, характер взаимодействующих лиц, их роли, речевая задача [Соловова Е.Н. 2002:98–100].

А.В. Соболева в работе "Типы учебно-речевых ситуаций и их место в обучении устному и речевому общению на иностранном языке" дает определение типологии учебно-речевых ситуаций, дифференцируемую в зависимости от степени управляемости общением. Она подразделяет их на дополняемые, ролевые, проблемные, воображаемые, как отдельную разновидность проблемных ситуаций и вводит новый тип учебно-речевых ситуаций – сценарий. Сценарий как отдельный тип учебно-речевых ситуаций представляет собой симбиоз ролевого, воображаемого и проблемного типа ситуаций. Сценарий является формой речевого взаимодействия между обучаемыми, с четко заданным регламентом распределения ролей. В данном типе учебно-речевых ситуаций обучаемые должны реализовывать свои модели поведения в рамках конкретной ситуации общения [Соболева А.В. 2009: 323].

Исследователь Н. Д. Гальскова в своем труде «Современная методика обучения иностранным языкам» определяет структуру учебно-речевой

ситуации через элементы, которые отвечают на вопросы: где? когда? кто? как? с какой целью? о чём? Данная система позволяет охватить все аспекты, в которых заключена коммуникативная ситуация, а именно, локализовать пространство и время, выяснить роль и намерения участников, раскрыть тему коммуникации. Преподавателю важно создать такую учебно-речевую ситуацию, которая создаст положительную речевую реакцию у обучающегося. В процессе создания такой ситуации нужно учитывать интересы и опыт студентов, уровень владения иностранным языком и определить границы, в которых заключена тематика коммуникации [Гальскова Н.Д. 2000:64].

Использование методики учебно-речевых ситуаций направлено на имитацию естественных речевых коммуникаций. По своей сути, различные типы речевых образцов являются готовыми актами речи. С помощью механизма симуляции, обучаемый готовится к свободному общению в естественной ситуации [Серебрякова А. Ю 2009:31]. Они обладают важным социально-культурным аспектом, так как позволяют на уровне практических упражнений столкнуться с возможными реакциями носителей языка в определенных коммуникативных ситуациях. [Ильина М.С. 2016:5–7].

В процессе осуществления образовательной деятельности преподаватель располагает широким кругом возможностей, используя метод учебно-речевых ситуаций в обучении иностранному языку, так как относительно каждой темы можно подобрать несколько ситуаций. Приведем пример ролевой игры по теме «Матч». В данной теме можно использовать следующие параметры для определения коммуникативной задачи: определить дату и место проведения (роли могут распределяться между участниками и организатором); представление спортивных команд; коммуникация между участниками в рамках темы мероприятия и т. д. В данном случае, основополагающим элементом является распределение ролей между участниками учебно-речевой ситуации. Это влияет на характер речевого взаимодействия между участниками в процессе коммуникации, позволяет проанализировать и предопределить

результат речевого действия, вызвать речевую реакцию у собеседника. [Шан Цзиньюй 2020: 67–68].

На основании вышеизложенного можно резюмировать, что учебно-речевая ситуация представляет собой динамическую систему, непрерывно изменяющуюся вместе с естественной коммуникацией в обществе. Она включает в себя совокупность, созданных преподавателем упражнений, направленных на запоминание и отработку речевых образцов, присущих естественным речевым ситуациям. При проектировании образовательной деятельности, в частности, при разработке структуры учебно-речевой ситуации из многообразия естественных ситуаций отбираются наиболее часто употребляемые речевые образцы.

Методика такого типа ситуаций основана на творческом подходе обучающихся. Здесь используются упражнения открытого типа, в которых нет единственно верного варианта ответа. Главную роль играет содержание реплик и высказываний, которые обеспечивают свободное говорение, основанное на различных сочетаниях речевых образцов, и способствуют полному погружению обучаемого в процесс коммуникации. Учебно-речевые ситуации являются специально созданными симуляциями естественного речевого общения. Таким образом, авторы учебников и преподаватели транслируют свое видение, и от их способностей к ведению образовательной деятельности зависит, насколько быстро и точно обучающийся сможет понять, осознать и начать коммуникативную деятельность на иностранном языке. Процесс создания модели ситуативных упражнений включает в себя: проведение анализа уровня владения иностранным языком обучающихся; выбор темы и языкового материала на основании потребностей и интересов обучающихся; разработку системы ролевого взаимодействия в коммуникативной ситуации; выделение временных рамок, в которых осуществляется взаимодействие; подбор подходящих технических и интерактивных средств для лучшего погружения в роль обучающегося. В процессе отработки учебно-речевых ситуаций в аудитории студенты получают возможность улучшить речемыслительные и

коммуникативные навыки, апеллируя различными речевыми образцами. По мере отработки тех или иных упражнений, преподаватель должен усложнять задачи обучаемым, используя более сложный языковой материал и конструкции.

Стандартизированными и наиболее распространёнными сферами коммуникации в преподавательской деятельности являются социально-бытовая, социально-культурная, учебно-трудовая [Миролюбов А. А. 2010:158]. Упражнения, созданные в рамках данных сфер, направлены на возможность проработки навыков коммуникации у студентов посредством имитации речевой деятельности. Необходимость отработки речевых упражнений на основе имитирующего общения обусловлена тем, что она готовит обучающихся к свободному общению в условиях естественной коммуникации. Различные речевые и учебные ситуации адаптируют студента к встрече с возможными социокультурными аспектами коммуникации изучаемой культуры и языка. Это в дальнейшем облегчает для них коммуникацию с носителями языка. Модель возможных учебно-речевых ситуаций помогает в закреплении у студентов в их речи новых лексических и грамматических основ языка. В дальнейшем, через практику происходит и закрепление этих моделей в речи. Изучая типовые ситуации определенных типов, студент ментально становится готовым к естественной коммуникации с представителями изучаемого языка.

В основе всех видов речевой деятельности лежит устная речь, поэтому главная задача – выработать у студентов навыки говорения, слушания, чтения и письма на китайском языке. Учитывая тот факт, что изучение китайского языка тесно связано с национальной культурой, необходимо на занятиях уделять время страноведению, по мнению Деминой Н.А. [Деминой Н.А. 2006:17]. Для развития навыков устной речи основным видом работы, поддерживающим в активе пройденную грамматику и лексику, является свободная беседа. Проведение свободной беседы начинается сразу, как только накапливается определенный запас лексики и грамматики. Целесообразно каждое занятие начинать со свободной беседы, которые могут быть:

а) неподготовленными, без определенной темы, например, обсуждаются, бытовые вопросы;

б) неподготовленные, тематические. Тему определяет преподаватель;

в) подготовленные тематические. Студенты знают тему и дома повторяют лексику по данной теме.

Дискуссии, беседы за круглым столом, пресс-конференции, а не традиционные пересказы текста – вот основные формы развития навыков устной речи на старших курсах. Проблемные ситуации могут помочь сочетать общественно-политическую, страноведческую и бытовую лексику [Демина Н.А. 2006:36].

Резюмируя вышеизложенное, мы приходим к следующим выводам:

Методика использования в учебной деятельности речевых ситуаций ускоряет процесс преодоления языковых трудностей и способствует разрушению языкового барьера, автоматизируя процесс говорения на основе речевых образцов. В учебно-речевых ситуациях, созданных на основе диалогового общения, отрабатывается важный навык речевого слуха и способность воспринимать и анализировать информацию в процессе коммуникации. Повторяемость и вариативность являются важными элементами в обучении и практическом применении иностранного языка. Данная методика позволяет преподавателю облегчить задачу формирования коммуникативной и устной переводческой компетенций у обучающихся.

Методика комплексного формирования коммуникативных и устных переводческих навыков построена на разработке специальных тематических коммуникативных ситуаций, включающих возможности «проживания» и воссоздания ситуаций в условиях, приближенных к реальным, а также возможности проверки навыков устного перевода у студентов-лингвистов.

Применение учебно-речевых ситуаций при формировании коммуникативных и устных переводческих навыков достаточно изучено и отражено во многих трудах известных русских исследователей в области организации обучения иностранному языку. Однако, для преподавателей,

носителей китайского языка, теоретические аспекты использования в учебной деятельности учебно-речевых ситуаций являются относительно новыми, поэтому мы уделили анализу использования данной методики достаточно много внимания.

Учебно-речевые ситуации развивают у студентов навык выделять на слух основной смысл и компоненты речевого акта, осознавать общее содержание текста, таким образом, в результате применения данной методики у студентов формируется навык говорения, основанный на использовании определенного количества речевых образцов в процессе коммуникации, в зависимости от уровня владения языком и темы урока.

Значимость речевого образца заключается в том, что он соединяет все аспекты языковой деятельности, такие как, грамматика, лексика и фонетика. Таким образом, у студентов-лингвистов есть возможность выбирать наиболее актуальные примеры тем коммуникаций, позволяя создавать множество новых речевых образцов. Использование методики учебно-речевых ситуаций, направленных на имитацию естественных речевых коммуникаций, вырабатывает у студентов коммуникативные и устные переводческие навыки в языковой паре: китайский-русский.

1.3.2. Социальная реклама как ресурс для формирования переводческих и коммуникативных навыков при обучении китайскому языку как иностранному

С развитием мультимедийных технологий, в Китае, еще в начале 1980-х годов, начали предпринимать попытки использования кино и телевидение в качестве видеоматериалов в аудиовизуальных методах преподавания китайского языка как иностранного. Пекинский институт иностранных языков снял телевизионный документальный фильм "Китайский язык", который стал первой в Китае видеоработой, специально предназначенной для преподавания китайского языка как иностранного. После этого китайские преподаватели

китайского языка как иностранного начали предпринимать попытки использования методов ситуационного обучения с внедрением видеоматериалов в процесс преподавания китайского языка как иностранного [Хэ Айсюань 2015: 39].

Чжоу Хайнин считает, что аудиовизуальный метод наследует и развивает сильные стороны как прямого, так и аудиолингвального метода преподавания, и представляет собой новую систему преподавания, которая в определенном контексте использует как аудиовизуальные аспекты, так и общую структуру учебного материала. В частности, мультимедийные средства, такие, как телевидение, фильмы и видеозаписи, широко используются в преподавании второго языка [Чжоу Хайнин 2014: 73]. Поскольку в данном методе подчеркивается, что обучение языку должно осуществляться в сочетании с реальными жизненными ситуациями, его также называют ситуационным методом. Все демонстрируемые в видеозаписях сценарии основаны на реальной жизни и сконцентрированы вокруг практических жизненных ситуаций, что позволяет компенсировать недостатки традиционного обучения в классе и в максимальном объеме предоставить студентам практические языковые ситуации, помогающие в овладении вторым языком.

Относительно преимуществ видеоматериалов в преподавании китайского языка как иностранного в книге Фэн Вэйгана "Аудиовизуальное обучение и подготовка учебных материалов" упоминается, что отличительной чертой аудиовизуального обучения является красивое, высоко практичное и интуитивно понятное содержание учебной программы, наряду с большим объемом информации. "Главное преимущество заключается в том, что визуальные, слуховые и чувственные стимуляции воздействуют на мозг одновременно, побуждая его к быстрой реакции и ускоряя запоминание, оставляя тем самым глубокий след в памяти"[Фэн Вэйган 1995: 95-100].

Тянь Баньчао считает, что кино- и телевизионные материалы являются эффективными носителями для изучения китайского языка и распространения китайской культуры. Являясь средствами записи и распространения культуры,

кино- и телевизионные материалы обладают богатым культурным содержанием, демонстрируют процесс изменения истории и культуры Китая и являются лучшим средством для понимания национального духа и культурных традиций. В педагогической практике использование кино- и телевизионных материалов в учебных целях позволяет как преподавателям, так и студентам отойти от монотонной модели изучения языка, состоящей из слов, фраз, предложений и абзацев. Аудитория превращается в живое поле языкового общения, соответствующее требованиям текущей эпохи и культурной среды [Тянь Баньчао 2010: 72-73].

Чжан Лу считает, что по сравнению с бумажными учебными материалами, самое большое преимущество использования видеоматериалов в преподавании китайского языка как иностранного заключается в том, что видео позволяет непосредственно, в яркой и живой форме, представить понятия, для объяснения которых преподавателю приходится использовать большое количество сложных языковых конструкций. Видеоматериалы, основанные на реальной жизни, способны не только предоставить студентам реальную языковую среду, способствуя всестороннему и глубокому пониманию фонетики, лексики, грамматики и конструкций китайского языка, но также позволяет студентам наглядно изучить все аспекты реальной социальной жизни Китая, что помогает иностранным студентам в правильном понимании культуры и языка Китая [Чжан Лу 2011:142-145].

Многие ученые предложили требования и меры предосторожности в отношении применения видеоматериалов в процессе преподавания. Лю Юэхуа, на основании практики преподавания, выдвинул следующие шесть принципов отбора видеоматериалов [Лю Юэхуа, Лю Сяньмин 2008: 200]:

- Сцены из видеоматериалов должны стимулировать интерес студентов к обучению.
- Локации, персонажи, темы и т. д. видеоматериалов должны соответствовать действительности.
- Время воспроизведения видеоматериалов составляет 3–4 минуты.

- Язык видеоматериалов не должен быть чрезмерно сложным. Необходимо отбирать языковые материалы, язык которых студентам будет легко понять.

- Содержание видеоматериалов должно быть полезным и интересным.

- Для совершенствования языковых навыков студентов видеоматериалы должны содержать темы, которые можно будет обсудить.

Бай Ган считает, что хорошие видеоматериалы, независимо от того, используются ли они на уроках по культуре или языку, следует выбирать, исходя из их "пригодности". Видео должно иметь подходящую продолжительность, а его словарный запас, сложность грамматики и культурные аллюзии должны соответствовать потребностям и уровню владения языком студентов [Бай Ган 2001: 679-687].

Чжун Вэньян, проведя исследование и анализ потребностей и опыта использования аудиовизуальных учебных материалов в преподавании китайского языка как иностранного, выдвинул рациональные предложения по разработке аудиовизуальных учебных пособий, включая комментарии, темы диалогов, макеты и вспомогательные материалы [Чжун Вэньян 2006: 45].

Цао Чжиэнь использует кино- и телевизионные учебные пособия для обучения студентов навыкам аудирования, говорения, чтения и письма. В Южной Корее для студентов среднего уровня, изучающих китайский язык в рамках специальности, используют китайский фильм "Узел" в качестве аудиовизуального учебного пособия, и на его основе составляется учебный план. В ходе преподавательской практики было выявлено, что длительное воспроизведение учебных материалов может негативно сказаться на концентрации студентов [Цао Чжиэнь 2011: 50].

По сравнению с примерами использования фильмов и сериалов в качестве учебных пособий для преподавания китайского языка как иностранного, примеры использования социальной рекламы в процессе преподавания встречаются крайне редко. Ниже приведены исследования по данной теме, полученные нами путем исследования литературы и сбора материалов.

С одной стороны, применение социальной рекламы делает акцент на аудиовизуальном аспекте преподавания китайского языка.

Лю Хайфэн, объединив социальную рекламу с аудиовизуальным методом преподавания, разработал дополнительный аудиовизуально-устный курс, в котором разделил социальную рекламу на три категории: общественная культура, повседневная жизнь и глобальные вопросы, а также подробно описал все необходимое оборудование и принципы преподавания [Лю Хайфэн 2014: 49].

Ли Сяодань разработал учебную программу аудирования и говорения китайского языка среднего уровня, основываясь на потребностях студентов в обучении, а также провел экспериментальное сравнительное исследование. Практика показала, что социальная реклама, являясь реальным языковым материалом, способна эффективно повышать активность и интерес студентов к процессу обучения и очень полезна для тренировки навыков аудирования и говорения [Ли Сяодань 2017: 145].

Чжао Цзиньхэ исследовал конкретное применение социальной рекламы в классном обучении и подробно рассмотрел использование социальной рекламы с точки зрения преподавания китайского языка как иностранного [Чжао Цзиньхэ 2018: 45].

С другой стороны, некоторые ученые также обратили внимание на преимущества социальной рекламы в распространении китайской культуры и предприняли попытки использования социальной рекламы для преподавания китайской культуры.

В статье Чжоу Хайнина "Предварительное исследование использования телевизионной социальной рекламы в качестве аудиовизуальных обучающих материалов для распространения традиционной китайской культуры" упоминается, что, по сравнению с другими аудиовизуальными материалами, социальная реклама имеет свои уникальные преимущества: она отличается краткостью и точностью подачи, но при этом обладает преимуществами традиционных средств массовой информации. Таким образом, социальная

реклама отличается высокой применимостью в аудиторном преподавании китайской культуры и языка как иностранного [Чжоу Хайнин 2014: 73].

Лю Сяоцзе связала социальную рекламу с китайской культурой и исследовал значимость телевизионной социальной рекламы в распространении культуры и межкультурной коммуникации [Лю Сяоцзе 2017: 46].

Ма Цзыхань и Ли Цзян провели углубленное исследование социальной рекламы и традиционной культуры Китая, сосредоточив внимание на трех основных аспектах: культуре почитания родителей, семейной культуре и народной культуре. Целью исследования являлось изучение положительного значения социальной рекламы в кино и на телевидении в распространении традиционной культуры Китая [Ма Цзыхань, Ли Цзян 2015: 177-179].

По приведенным выше исследованиям можно увидеть, что прикладные исследования социальной рекламы, выполненные в связи с широким применением видеоматериалов в аудиторном преподавании китайского языка как иностранного, сосредоточены, главным образом, на аудиовизуальных курсах китайского языка и курсах по китайской культуре, в то время как исследований, связывающих социальную рекламу с курсом коммуникации и устного перевода китайского языка, представлено крайне мало. Таким образом, мы считаем, что необходимо исследовать применение социальной рекламы на занятиях по обучению русских студентов-лингвистов говорению и устному переводу при изучении китайского языка как второго иностранного.

Первоклассный рекламный текст включает в себя базовые знания по фонетике, лексике и грамматике китайского языка, сопровождается эталонным путунхуа, изысканными визуальными эффектами и выразительными персонажами, образуя подлинный коммуникативный контекст. Базовые знания китайского языка, содержащиеся в рекламных текстах, предоставляют богатый набор материала для формирования на занятиях по китайскому языку коммуникативных и устных переводческих навыков у студентов-лингвистов при обучении китайскому языку как иностранному.

При традиционном аудиторном преподавании китайского языка как иностранного преподаватель обычно описывает гипотетический коммуникативный процесс посредством учебного плана, предоставляя студентам возможность практиковаться в общении в рамках данного контекста. Однако в данной методике преподавания недостает естественной языковой среды китайского языка, что значительно снижает эффективность обучения [Ван Фанчжоу 2014: 47]. Социальная реклама является одним из видов видеоматериалов, в котором естественным образом сочетаются языковая культура и ситуативное общение, что создает для студентов благоприятные условия для овладения китайским языком. Кроме того, основанные на реальных жизненных ситуациях диалоги и сюжеты способны помочь студентам углубить навыки общения на китайском языке, овладеть значениями, синтаксическими функциями и эмоциональной окраской слов китайского языка в реальных коммуникативных ситуациях, а также повысить свои навыки устного перевода.

Социальная реклама, являясь реальным языковым материалом для уроков коммуникации и устного перевода китайского языка и создавая реальный коммуникативный контекст, позволяет студентам, путем объяснений, подражания, выступлений, ситуативного общения и прочей аудиторной деятельности лучше воспринять специфику использования знаний китайского языка, развить навыки правильного использования китайской фонетики, морфологии, синтаксиса и синтаксических моделей, улучшить понимание китайской устной речи, а также улучшить навыки общения и устного перевода.

Юань Яньхуа считает, что взятые из повседневной жизни аутентичные языковые материалы могут создать для студентов реальную коммуникативную обстановку, позволить им полностью включиться в реальный мир страны изучаемого языка и помочь улучшить свои коммуникативные навыки и культурную адаптивность [Юань Яньхуа 2008: 106-108]. Кроме того, аутентичные языковые материалы создают для студентов реалистичную языковую среду, конкретизируя и оживляя абстрактные языковые материалы. Эффективное сочетание формы, звука и смысла вовлекают различные органы

чувств в процесс смыслообразования, увеличивая интенсивность стимуляции сознания внешней информацией и значительно повышая эффективность обучения студентов [Ян Юань 2011: 61].

Ван Гуоань считает, что внедрение китайской социальной рекламы в качестве аутентичных языковых материалов в преподавание китайского языка как иностранного способно разрушить традиционное представление в преподавании языков, что "язык это лексика плюс грамматика", а также эффективно сочетать китайский языковой и культурный контексты, развивать у студентов чувство языка и знакомить их с богатыми, красочными и гибкими значениями языка в конкретных случаях его использования [Ван Гуоань 2008: 203].

Являясь аутентичными языковыми материалами, китайская телевизионная социальная реклама состоит из разговорной речи, кратких и лаконичных предложений, она проста для повторения студентами и отличается относительно фиксированной структурой. Социальная реклама также сопровождается аутентичными языковыми ситуациями и изображениями, что делает ее отличным образцом для копирования студентами. В процессе развития навыков коммуникации и устного перевода студенты через бытовые диалоги между персонажами социальной рекламы могут познакомиться с культурой и языковыми привычками китайцев. При использовании социальной рекламы мы стремимся незаметно привить студентам навыки более точного и естественного использования языка посредством создания аутентичной языковой среды, тем самым повышая навыки общения и устного перевода китайского языка.

Учитывая уровень внедрения информационных мультимедийных технологий в российских университетах, реализация использования социальной рекламы в аудиторных занятиях по китайскому языку как иностранному с целью создания для студентов аутентичной языковой среды и чувства сопричастности с ней является вполне осуществимой задачей. На базе аудиовизуальных уроков каждый университет может, используя ситуационный

метод, внедрить китайскую социальную рекламу в процесс преподавания китайского языка как иностранного. Благодаря сочетанию изображения, текста и сопровождению сюжетом, богатом наполненностью лексикой, социальная реклама может помочь в развитии чувства устной речи и способности к семантическому пониманию у студентов на уровне слухового и визуального восприятия, тем самым повышая навыки устного перевода. Кроме того, социальная реклама, как правило, отражает национальную культуру и особенности мышления китайского народа, содержит богатые знания о повседневной жизни китайцев и является замечательным ресурсом для практики аудирования и устной речи. Преимущества внедрения китайской социальной рекламы в преподавание китайского языка как иностранного заключаются в следующем:

1) Краткость по времени и насыщенное содержание

В первую очередь, рассмотрим продолжительность рекламного ролика. По сравнению с китайскими фильмами, средняя продолжительность которых составляет 90 минут, ролик социальной рекламы, который длится всего 1-6 минут, без сомнения гораздо больше подходит для занятий по китайскому языку в российских университетах. В течение короткого времени студенты могут концентрироваться гораздо более эффективно, что делает процесс получения, понимания и воспроизведения полученных языковых знаний более компактным. Ролики социальной рекламы относительно короткие, поэтому они гораздо больше подходят для цикличного воспроизведения в классе, кроме того, преподавателю проще их сохранять и носить с собой. В содержании коротких роликов намного легче ориентироваться при изучении новых слов, что позволяет экономить время урока и повышать эффективность его использования.

При анализе содержания рекламы, можно сказать, что рекламные ролики, как правило, имеют определенную тему, конкретных персонажей и сюжетную линию, включая предысторию, развитие, кульминацию сюжета и развязку.

Подобное повествование с яркими сюжетными приемами более эффективно привлекает внимание студентов. Более того, использование рекламного ролика позволяет выстраивать все занятие вокруг определенного культурного и языкового явления. Ещё более важным является то, что студенты, основываясь на кратком и емком характере телевизионной социальной рекламы, могут самостоятельно просматривать ролики после занятий, увеличивая частоту соприкосновения с языковыми материалами.

2) Контекст социальной рекламы

Китайская телевизионная социальная реклама выстраивается вокруг определенных локаций: школа, дом, населенный пункт, дорога, торговый центр и т.д.; определенных взаимоотношений между персонажами: родители, дети, родственники, соседи, друзья, возлюбленные и т.д.; определенных сюжетов: путь в школу, учеба, возвращение домой, еда, сон и т.д. Реклама погружает студентов в реальную жизненную ситуацию или ее фрагмент, с которыми они могут сталкиваться ежедневно, что помогает создавать ассоциативный эффект вне аудитории. На подсознательном уровне мозг будет вспоминать содержание и диалоги изученного на занятиях рекламного ролика. Более того, конкретная языковая ситуация, дополненная примерами, более полезна для понимания студентами смысла диалога. Например, даже если студенты в данный момент не понимают содержания диалога, они могут угадать большую его часть по взаимоотношениям персонажей, их эмоциям, жестам и интонациям в языковом контексте. В то же время преподаватель также может помогать студентам в улучшении навыков общения и использования новой лексики путем создания в классе специфической аутентичной языковой ситуации, тем самым развивая навыки коммуникации и устного перевода студентов

3) Высокая степень интеграции культурной тематики в социальную рекламу

Повествование в китайской социальной рекламе начинается с различных маленьких деталей или житейских событий, однако за ними стоит огромный культурный смысл, который своими корнями уходит глубоко в традиционную культуру Китая. Сюжеты охватывают всю культуру Китая с древних времен и до наших дней, включая историю, географию, религиозную культуру, культуру праздников, городскую жизнь и т.д., представляя студентам реальное лицо Китая. Преподаватели также могут знакомить студентов с различными типами и жанрами китайской телевизионной социальной рекламы по разным темам. Еще один заслуживающий внимания момент — это разница между социальной и коммерческой рекламой. Мы выбрали именно социальную рекламу, так как она довольно широко распространена, в ней рассматриваются, главным образом, позитивные темы, а факторы традиционной китайской культуры проявлены весьма ярко. В то время, как среди коммерческой рекламы встречаются ролики как достойного, так и низкого качества. Ее конечной целью является повышение узнаваемости бренда, донесение до аудитории концепции бренда и корпоративной культуры, стимулирование потребления и увеличение продаж. Кроме того, языковое наполнение слишком сложно и специализировано, что не подходит для ежедневного устного общения. Поэтому не рекомендуется использовать маркетинговую рекламу.

4) Рекламный язык в высшей степени коммуникативен и стандартизирован

Во-первых, ориентированность китайской социальной рекламы на бытовую повседневную жизнь приводит к достаточному использованию разговорного языка. Конкретные сценарии языковой коммуникации могут идеально подходить к моделируемым в аудитории ситуационным диалогам. Студенты в рамках аудиторного занятия по переводу с китайского языка могут вовлекаться в устное общение посредством групповых ролевых игр, озвучивания видеороликов и разыгрывания небольших сценок, тем самым повышая частоту использования китайского языка, практикуя понимание на слух, развивая точность устного перевода и навыки устного общения.

Во-вторых, в китайской социальной рекламе, предназначенной для трансляции по телевидению, используется стандартный путунхуа, особенно в социальной рекламе, выпускаемой на центральном телевидении. Уровень эталонности путунхуа в данной рекламе гораздо выше, чем в видеороликах с других китайских аудиовизуальных ресурсов, что отвечает требованиям к стандартизации учебных материалов для курсов устного перевода с китайского языка и позволяет студентам изучать именно стандартизированную устную речь. Более того, ввиду специфики телевизионных СМИ, грамматика, фонетика и лексика китайского языка в телевизионной социальной рекламе проходит многократную строгую проверку на чистоту и соответствие стандартам использования языка и только после этого допускается к трансляции, что значительно превосходит качество видео с других источников китайских аудиовизуальных ресурсов и в полной мере отвечает языковым стандартам для курсов аудирования и разговорной речи китайского языка.

Принципы отбора китайской социальной рекламы

1) Принцип усвоения, основанный на понимании

Гипотеза входного материала (Theinputhypothesis) Стивена Крашена имеет очень важное значение в сфере преподавания второго иностранного языка. В ней рассматривается преобразование получаемых студентом в процессе обучения теоретических языковых знаний в лингвистические навыки, при этом уровень получаемых языковых знаний должен быть немного выше текущего уровня студента. $i + 1$ - это его знаменитая формула, где i - это текущий уровень языка студента, а $i+1$ - языковые материалы, немного превышающие текущий уровень студента [Ю Айсюэ 2012:561-562]. В связи с основной темой данной статьи, можно отметить, что подбор демонстрируемой студентам социальной рекламы должен осуществляться на базе текущего уровня владения языком студентов. Студенты должны быть способны понять воспроизводимые в аудитории рекламные ролики, что поможет им в улучшении навыков устного перевода и коммуникации. Следовательно, при использовании социальной

рекламы в преподавании китайского языка педагогу необходимо, в первую очередь, понять текущий уровень владения языком студентов, использовать различные аудиовизуальные ресурсы для студентов с разным уровнем владения языком и стараться максимально удовлетворить требования как можно большего числа студентов в соответствии с их текущим уровнем языка с целью развития мышления и стимулирования мотивации к учебе.

2) Принцип стандартизации

Данная работа направлена на исследование эффективности преподавания при формировании у обучающихся навыков коммуникации и устного перевода с китайского языка. Поэтому, выбирая в качестве видеоресурсов социальные рекламные ролики, мы должны обращать внимание на уровень стандартизации языка. За исключением случаев, когда, ввиду особой педагогической необходимости, требуются социальные рекламные ролики, снятые с использованием диалектов, как правило, рекламные ролики должны быть озвучены на максимально стандартном путунхуа. В противном случае это окажет негативное влияние на студентов в изучении фонетики китайского языка. Таким образом, при выборе социальной рекламы, преподавателю следует в полной мере учитывать, является ли язык рекламы стандартизированным и понятным, оценивать скорость речи, проверять рекламу на наличие вульгаризмов и специальных терминов. Однако на продвинутом уровне обучения преподаватель может подбирать рекламные ролики, содержащие классические диалекты, или диалекты в небольшом количестве, с целью предоставления студентам продвинутого уровня возможности в полной мере понять богатство и региональные различия китайского языка и таким образом окунуться в более аутентичную коммуникативную среду.

3) Принцип реальности

Основной целью курса устного перевода с китайского языка является развитие у студентов навыков устного общения на китайском языке в повседневной жизни, а также их адаптация к повседневной жизни во время учебы в Китае. Таким образом, при выборе учебных видеоматериалов для преподавания китайского языка как иностранного следует исходить из реальных потребностей студентов и выбирать ролики социальной рекламы, отличающиеся высокой степенью практичности и приближенности к реальной жизни. Во-первых, используемые в рекламе изображения и музыка должны соответствовать эстетическому восприятию современного поколения, что облегчит студентам погружение в рекламный контекст. Во-вторых, актуальная и соответствующая времени реклама может лучше подходить к студенческой аудитории, приближая ее не только к реальному процессу обучения, но и к реальному обществу и жизни в целом. В последние годы были выпущены ряд социальных рекламных роликов, затрагивающих различные актуальные социальные темы: дети, оставшиеся без родительского надзора: "Родительский компаньон" и "Компаньон любви"; отражающие одиночество пожилых людей: "Не допусти, чтобы любовь пришла слишком поздно" и "Папин обман"; отражающие условия жизни современной молодежи: "Не позволяй интернету заменить семейные отношения" - данные работы представляют собой художественную интерпретацию социальной реальности последних лет, сохраняющую свою актуальность и образовательную ценность. Таким образом, сюжет рекламного ролика должен быть максимально приближен к реальной жизни нынешнего поколения, что поможет студентам в понимании современного китайского общества, национальных особенностей, национального духа и т.д., способствует их восприятию китайского общества и пониманию китайской культуры, пониманию культурных особенностей на фоне различных социальных условий, повысит адаптируемость студентов к языку и реальной языковой среде, в конечном счете, поможет применять полученные знания китайского языка в своей повседневной жизни и работе в Китае.

4) Принцип совместимости

Являясь классическим инструментом социальной пропаганды и просвещения, социальная реклама отличается определенной ориентацией на широкую аудиторию с точки зрения популяризации культуры и нравственных ценностей. Однако, ввиду различий факторов социальной реальности, таких как этническая принадлежность, гражданство, религиозные и культурные различия, уровень оценки и восприятия у разных людей отличаются друг от друга. Социальная реклама, которую китайцы считают превосходной, не обязательно придется по душе изучающим китайский язык студентам, которые живут в поликультурной среде. Следовательно, при выборе социальной рекламы в качестве учебного материала, преподаватели китайского языка должны не только учитывать языковой культурный уровень обучающихся и языковые культурные различия студентов, но и понимать проблемы ценностной ориентации и культурной идентичности различных стран, то есть учитывать совместимость содержания ролика, представленных в нем культуры и эмоций для различных студентов. Выбор социальной рекламы, отражающей китайские национальные особенности и при этом обладающей международной совместимостью, позволит студентам более близко прочувствовать изучаемый язык и культуру в процессе обучения и просмотра материалов, а также добиться лучших результатов в обучении [Чжоу Хайнин 2014: 73].

5) Принцип многообразия

Китайская социальная реклама затрагивает множество аспектов жизни общества, и отличается богатством содержания. В ней с разных сторон отражается реальное китайское общество, что может представить студентам реальную коммуникативную среду в процессе формирования навыков устного общения. Стоит отметить, что при использовании социальной рекламы в преподавании китайского языка как иностранного, преподавателю следует поддерживать разнообразие выбираемых тем. "Студенты среднего и

продвинутого уровня уже имеют определенную языковую базу, поэтому им необходимо обогащать культурные знания и получать более полное и углубленное понимание исторического развития, политической экономики, досуга и обучения, научно-технических знаний и прочих аспектов жизни китайского общества. Взаимодействуя с видеоматериалами по различным темам, студенты могут получить более полное представление об истории, культуре и социальной жизни китайского общества" [Тао Синь 2013: 47]. Таким образом, в процессе внедрения социальной рекламы в процесс аудиторного обучения устному переводу с китайского языка необходимо учитывать богатство и разнообразие тем, избегать скучных и однообразных учебных материалов. Не следует более двух раз демонстрировать рекламные ролики аналогичной тематики и содержания. Благодаря богатой традиционной культуре и разнообразным народным обычаям, демонстрация студентам видеоматериалов принесет множество новых и интересных знаний и впечатлений, повысит интерес студентов к обучению, расширит их знания китайского языка и поможет развить навыки устного перевода и коммуникации в различных ситуациях в бытовой и профессиональной деятельности.

Исходя из вышесказанного, можно сказать, что особый интерес в обучении устному переводу представляет создание для студентов реальной коммуникативной обстановки из аутентичных языковых материалов, взятых из повседневной жизни, что позволяет студентам полностью погрузиться в реальный мир страны изучаемого языка.

Внедрение китайской социальной рекламы в качестве аутентичных языковых материалов в преподавание китайского языка как иностранного способно незаметно привить студентам навыки более точного и естественного использования языка посредством создания аутентичной языковой среды, тем самым повышая навыки общения и устного перевода с китайского языка.

Данный метод является более современным и более интересным в обучении и для обучающихся, а также способен разрушить традиционные представления в преподавании языков. На базе аудиовизуальных занятий

каждый университет, используя ситуационный метод, может внедрить китайскую социальную рекламу в процесс преподавания китайского языка как иностранного.

Таким образом, кроме моделирования реальных переводческих ситуаций для формирования коммуникативных и устных переводческих навыков у студентов-лингвистов при обучении китайскому языку как иностранному, мы считаем, что применение телевизионной социальной рекламы в обучении разговорному китайскому языку является новым мультимедийным методом обучения, повышающим эффективность формирования навыков говорения и устного перевода.

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1

Целью первой главы нашего диссертационного исследования являлось теоретическое обоснование разработанной методики обучения китайскому языку как иностранному, направленной на формирование коммуникативных и устных переводческих навыков у русских студентов-лингвистов. Проведен сравнительно-сопоставительный анализ научной литературы, посвященной проблеме развития коммуникативных и устных переводческих навыков у студентов-лингвистов в России и Китае, что позволило сделать следующий вывод:

Практика преподавания китайского языка в России показывает, что уделяется недостаточное внимание формированию коммуникативных и устных переводческих навыков. Так как преподавание основано на проверке полученных теоретических знаний и их оценке, вместо целенаправленного развития навыков коммуникации и устных-переводческих навыков у обучающихся. Учебные планы образовательных программ университетов, где ведется преподавание китайского языка, преимущественно акцентируют внимание на проверку и оценку содержания урока, но не направлены на

развитие коммуникативной и устной переводческой компетенции обучающегося.

Для решения данной проблемы на основе научной новизны исследования разработана методика формирования коммуникативных и устных переводческих навыков у лингвистов-переводчиков при обучении китайскому языку как иностранному, включающая цели и задачи для ее достижения, актуальные положения сценарно-ситуативного, коммуникативного, личностно- и деятельностно-ориентированного и межкультурного подходов, а также методические и специальные методические принципы, лежащие в основе обучения студентов китайскому языку как иностранному. Теоретически доказано, что наиболее результативными являются интерактивные коммуникативные методы и приемы обучения русских студентов-лингвистов говорению на китайском языке и устному переводу: обучение на основе коммуникативных тематических условно-речевых и реальных речевых ситуаций, разработанных по типу проблемно-ориентированных кейсов; метод социальной рекламы, метод дублирования и др.

На основе анализа вышеперечисленных подходов и принципов нами были выделены как наиболее релевантные для нашего исследования интерактивные методы, в основе которых лежит использование коммуникативных тематических ситуаций и социальной рекламы в обучении китайскому языку как иностранному на начальном этапе. Применение метода социальной рекламы в образовательных целях широко распространено в Китае, в российской же методике является новым мультимедийным методом для формирования коммуникативных и устных переводческих навыков. Это связано с тем, что в России реклама имеет совершенно иную коннотацию, направлена на достижение других, коммерческих целей, узнаваемости бренда и пр. Понятие «социальная реклама» на российском центральном телевидении отсутствует.

ГЛАВА 2. ОПЫТНО-ПОИСКОВАЯ РАБОТА ПО РАЗРАБОТКЕ И ВНЕДРЕНИЮ МЕТОДИКИ ФОРМИРОВАНИЯ КОММУНИКАТИВНЫХ И УСТНЫХ ПЕРЕВОДЧЕСКИХ НАВЫКОВ У СТУДЕНТОВ-ЛИНГВИСТОВ ПРИ ОБУЧЕНИИ КИТАЙСКОМУ ЯЗЫКУ КАК ИНОСТРАННОМУ (НА ОСНОВЕ КОММУНИКАТИВНЫХ ТЕМАТИЧЕСКИХ СИТУАЦИЙ И СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ)

2.1. Отбор и методическая организация материала социальной рекламы для формирования коммуникативных и устных переводческих навыков у студентов-лингвистов при обучении китайскому языку как иностранному

Китайский словарь рекламы определяет социальную рекламу как "реклама, которая производится и выпускается для публики без цели получения прибыли, которая привлекает внимание к социальной проблеме посредством передачи определенных концепций, регулирует свое рекламное поведение в соответствии с руководящими принципами социального общественного благосостояния, поддерживает или пропагандирует определенную социальную причину и социальную тенденцию" [Ван Домин 1996: 545].

Пань Цзэхун считает, что социальная реклама играет очень важную роль в содействии построению социальной цивилизации среди населения через средства массовой информации и поведенческие нормы с социальной ориентацией и моральным воспитанием [Пань Цзэхун 2001: 341].

Дин Цзюньцзе и Кан Цзинь отмечают, что "некоммерческий и общественно-полезный характер китайской социальной рекламы позволяет ей играть важную роль в содействии гармоничному развитию человека и природы, человека и человека, человека и общества" [Дин Цзюньцзе 2007: 364].

Таким образом, можно сказать, что социальная реклама - это продукт современного общества, который отличается краткостью, лаконичностью, ясностью и подходит для применения в преподавании китайского языка как иностранного, как новый инструмент обучения, который не только может

улучшить переводческие и коммуникативные навыки студентов в процессе преподавания китайского языка как иностранного, но и позволит российским студентам больше узнать о национальных условиях и культуре Китая.

Для формирования коммуникативных и устных переводческих навыков у студентов-лингвистов при обучении китайскому языку как иностранному на основе коммуникативных тематических ситуаций мы используем метод телевизионной социальной рекламы на занятиях по переводу.

Для того чтобы определить актуальные коммуникативные темы при отборе рекламных роликов с целью повышения качества обучения устному переводу и коммуникации, необходимо сначала классифицировать типы рекламных роликов. В качестве основного источника данных о рекламе в нашем исследовании используется “база социальной рекламы национального телевидения и радио”, которая содержит 1 082 рекламных ролика.

По тематике ролики социальной рекламы делятся на девятнадцать категорий, таких, как борьба с бедностью, честность и порядочность, праздники и памятные даты и т. д. Темы социальной рекламы включают в себя практически все аспекты повседневной жизни, отражая текущую ситуацию в Китае с разных точек зрения и представляя образ Китая. Однако в качестве материала для занятий по устному переводу и коммуникации при обучении китайскому языку такое деление не имеет актуальности и снижает применимость в качестве языкового материала.

Чжао Сяоянь отметил, что интересность и насыщенность тем оказывают значительное влияние на эффективность изучения языка студентами [Чжао Сяоянь 2007: 52]. Поэтому очень важно изучить и проанализировать содержание обучения, т.е. потребности в темах, на занятиях по устному переводу и коммуникации на китайском языке, прежде чем приступать к разработке учебного плана.

Чжоу Сяобин и Чжао Синь подчеркивают, что тематическое содержание должно быть всеобъемлющим и широким и включать такие темы, как общество,

политика, экономика, фольклор, любовь, семья, окружающая среда, животные и природа [Чжоу Сяобин, Чжао Синь 1999: 53-56].

Ученый Чжао Цзиньхэ считает, что средствами визуального представления социальной рекламы являются текст, картинка и звук, и разделяет рекламу по способу ее представления на три категории: ситуативный диалог, показ сцены и прямое заявление [Чжао Цзиньхэ 2018: 45]. Ученый Ли Сяодань провел исследование и анализ тематических потребностей занятий по аудированию и разговорной речи на китайском языке среднего уровня и разделил их на категории в соответствии с темами социальной рекламы, включая социальную культуру, повседневную жизнь и глобальные темы [Ли Сяодань 2017: 145]. Мы обратились к классификационным рекомендациям китайских ученых и объединили их с характеристиками китайской социальной рекламы и потребностями содержания обучения китайскому языку как иностранному. Таким образом, социальную рекламу можно классифицировать в соответствии с применимыми темами для обучения и разделить по шести категориям, а именно: семья и национальные чувства, традиционная культура, забота о других, цивилизация и мораль, защита окружающей среды и энергосбережение, безопасность и закон. Также мы исключили некоторые темы социальной рекламы со значительными национальными чувствами и политической окраской, такие как "Два студента и один хороший член партии", "Хуайинь Лаоцян поет о честности" и т. д., которые «продвигают» членов партии и правительства, так как темы поощрения членов партии и честности имеют сильную политическую окраску, и их внедрение в преподавание китайского языка как иностранного может вызвать ненужные споры.

1. Семья и национальные чувства

Реклама на тему семьи и национальных чувств показывает любовь и преданность широких слоев населения стране, богатство и защиту семьи, и каждый из нас играет разные роли и берет на себя соответствующие обязанности в "большой семье" и "малой семье". Патриотизм - тема рекламы

каждой страны. В телевизионной социальной рекламе "民族团结(Национальное единство)" люди разных национальностей одеты в одежду с разными национальными особенностями и произносят одно и то же предложение "我爱你中国(Я люблю тебя, Китай)" на разных языках, чтобы выразить одни и те же патриотические чувства. Преподаватели и студенты могут анализировать диалекты и костюмы разных этнических групп в классе, что поможет русским студентам понять языковые различия разных регионов в реальном общении в будущем, а также покажет русским студентам сплоченность и патриотизм всех этнических групп в Китае.

Помимо "большой семьи", нельзя пренебрегать важностью "малой семьи" как основной части общества. Китайский народ всегда придавал большое значение привязанности к семье, а семейная гармония - это цель, к которой стремится каждый китаец. Например, в социальном ролике 2013 года на тему "让爱回家 (Пусть любовь вернется домой)" рассказываются истории пяти человек из разных семей, вернувшихся домой. Студенты могут не только узнать о некоторых уникальных культурных символах, характерных для китайского праздника Весны, таких, как песни, красные конверты, новогодние поздравления, новогодний ужин и т. д. Они также смогут почувствовать важность семьи и родственников для китайцев, углубить свое понимание китайского общества и улучшить коммуникативные навыки.

2. Традиционная культура

Тема традиционной культуры включает в себя фестивали, фольклор и традиционные навыки. В Китае существует множество традиционных фестивалей, каждый из которых имеет свое происхождение и обычаи. Короткое, но яркое объявление "这是我们的传统节日(Это наш традиционный фестиваль)" обобщает все важные фестивали и систематически показывает основные обычаи праздников, такие, как зажигание фонарей на Празднике фонарей, поклонение предкам на празднике Чин Мин и т. д. Это может помочь

российским студентам сформировать общее представление о китайских праздниках и улучшить их коммуникативные навыки. Традиционные навыки передаются из поколения в поколение в фольклоре, несут на себе отпечаток нации, а также являются важной частью раздела о традиционной культуре в социальной рекламе. Например, наследование кантонской оперы в "不舍寸功 (Не жертвуя ни дюймом мастерства)", преданность мужчины-вышивальщика придворной ханчжоуской вышивке в ролике "大美生活, 不易匠心 (Великая красота жизни, нелегкое ремесло)".

В социальных роликах также демонстрируется множество традиционных навыков, включая вырезание из бумаги, гончарное дело, глиняную скульптуру, столярное дело и так далее. Эти традиционные праздники и навыки являются глубоким отражением красочной социальной жизни различных этнических групп. Эти культурные символы с ярко выраженной китайской спецификой не только повышают интерес студентов к обучению, но и позволяют им с большим интересом познакомиться с богатой и красочной традиционной культурой, обогатить свой словарный запас китайского языка и заложить прочную основу для будущей переводческой работы и повседневного общения.

3. Забота о других

Тема заботы о других включает в себя закон ладить с другими людьми в обществе, а тема рекламных роликов - "другие" - относится не только к собственной семье и друзьям, но и ко всем людям в обществе, которые нуждаются в заботе. Серия рекламных роликов, посвященных заботе о семье, - "关爱家人-母亲的等待 (Забота о семье - ожидание матери)", "关爱家人-父亲的谎言 (Забота о семье- ложь отца) " и "关爱家人-手机 (Забота о семье - мобильные телефоны) " - через одну небольшую историю за другой призывают общество больше заботиться о членах своей семьи. Телевизионный социальный ролик "一盏灯" (Огонек) передает идею о том, что нужно заботиться о других,

что даже небольшая помощь может принести тепло другим, и это тепло будет передаваться следующему человеку.

Эти ролики имеют простые сюжеты, яркие персонажи и типичные повседневные диалоги. Студенты могут понять сюжеты с помощью языка, действий и образов, выучить соответствующую лексику, модели предложений и грамматику на основе понимания, устно переводить субтитры роликов, дублировать ролики, играть в ролевые игры, пересказывать сюжетные линии, обсуждать идеи, передаваемые в роликах, и повышать эффективность изучения китайского языка. Кроме того, поскольку забота о других существует в повседневной жизни людей как универсальная ценность, студентам есть что сказать на эту тему, что позволяет увеличить темп речи на занятии, отработать способность к языковому выражению и тем самым улучшить коммуникативные и устные переводческие навыки.

4. Мораль и нравственность

В повседневной жизни нравственность — это основной моральный кодекс, которого должны придерживаться люди, и его можно разделить на две категории: личный нравственный этикет и общественная мораль. Будучи древней цивилизованной страной и государством этикета, Китай никогда не переставал пропагандировать нравственность, а социальная реклама также является важным средством призыва к цивилизованности и нравственности. В ролике "传递价值观 - 文明篇 (Передача ценностей - цивилизация)" рассказывается история старика, который работает волонтером и раздает указания. В ролике "吃多少点多少 - 广结“粮”缘 (Ешь, сколько хочешь, и заказывай, сколько хочешь)" простой диалог о заказе еды используется для того, чтобы призвать людей экономить продукты и избегать расточительства.

Быть цивилизованным и нравственным пропагандируются в каждой стране, и их содержание универсально, поэтому даже, если студенты смотрят китайскую социальную рекламу, они все равно могут улучшить свою собственную мораль в процессе обучения. Кроме того, в этих объявлениях

часто присутствуют реальные места общения, а диалоги героев соответствуют принципам повседневного общения, что может помочь студентам научиться выражать свои мысли в конкретных ситуациях, улучшить свои способности к языковому выражению и, таким образом, овладеть навыками перевода и общения, чтобы они могли с легкостью решать проблемы, возникающие в их жизни.

При заказе еды в ресторане, например, "一会儿不够了我们再点 (Мы закажем еще раз, если потом будет мало?)". Когда вы спрашиваете дорогу, например, "请问开发区怎么走 (Как мне добраться до района Кэйфа?)", "直走坐公交, 坐 74 路到开发区下车。 (Идите прямо и садитесь на автобус, езжайте на № 74 и выходите в районе Кэйфа)". Эти сценарии повседневной жизни с простым и реалистичным коммуникативным языком очень удобны для того, чтобы студенты имитировали диалоги и отработывали навыки устного перевода в конкретных сценариях, заданных преподавателем. В процессе изучения китайского языка у студентов повышается уровень понимания речи на слух, расширяется запас знаний по устному переводу и улучшаются коммуникативные навыки.

5. Охрана окружающей среды и экономия энергии

Защита окружающей среды - вечная тема для человечества, и содержание этой темы часто появляется не только в китайской, но и в российской рекламе. Например, ролик "Помнишь меня?" передает идею разделения и переработки мусора. Отходы могут служить производству новых вещей, если их собирать отдельно и перерабатывать! Ролик создан в рамках общероссийского проекта "Экодвор". С 2017 года состоялось более 230 праздников "Экодвор" для продвижения раздельного сбора отходов.

Среди китайских роликов "绿色出行邂逅篇 (Green Travel Encounters)" воплощает тему экологических путешествий, показывая обычные сцены из повседневной жизни, например, как люди выбирают различные виды

транспорта во время поездок. В ролике "青春守护, 美丽中国(Защита молодежи, прекрасный Китай)" показаны завораживающие пейзажи тропического леса на Хайнане, экологически чистом и энергосберегающем районе, что позволяет студентам оценить выдающуюся красоту природы Китая.

Эти рекламные ролики подходят не только для китайцев, но и для студентов, изучающих китайский язык. Мы выбрали рекламу, которая подходит для преподавания китайского языка, пропагандирует защиту окружающей среды и в то же время показывает студентам обычаи Китая, помогает русским студентам заранее понять образ жизни китайского народа, способ передвижения, обращение с отходами и избежать проблем, которые могут возникнуть в повседневном общении.

6. Безопасность и закон

Социальная реклама о безопасности и законопослушности включают в себя как обучение людей безопасности, так и правовому просвещению. Например, серия короткометражных фильмов о спасении в чрезвычайных ситуациях, воспроизводит сцену, которая предоставляет населению информацию о том, что делать, чтобы спасти себя и других, если они пострадали в катастрофе, чтобы достичь цели популяризации образования и обеспечения безопасности личной жизни.

Например, в серии короткометражных фильмов “现场急救你得学会(Первая помощь» вы должны научиться)” оказывать первую помощь на месте, и такое реалистичное содержание сюжетов является очень привлекательным для студентов, может быть использовано в качестве темы для создания реальной коммуникативной ситуации, студенты могут самостоятельно выбрать рекламные видеоролики и практиковать ролевые игры в классе, выполнив упражнение по оказанию первой помощи, используя выражения на китайском языке. Очень важно не только улучшить коммуникативные и устные переводческие навыки у студентов, но и применить полученные знания, что очень полезно для учебы и жизни в Китае.

В категории правовой пропаганды, такой как "保护知识产权(Защита прав интеллектуальной собственности)", оригинально используется традиционная форма комедии, которая не только пропагандирует традиционное китайское искусство комедии, но и передает идею о том, что люди должны быть более осведомлены о защите прав интеллектуальной собственности, так что российские студенты могут понять китайские правовые нормы в процессе изучения языка.

Вышеуказанные темы не только включают общие темы телевизионной социальной рекламы, но также тесно связаны с содержанием обучения и жизненными потребностями изучающих китайский язык. Основываясь на вышеуказанных принципах отбора рекламных роликов для обучения китайскому языку, а также учитывая цель обучения студентов, из 1082 социальных роликов в Национальной библиотеке Китая в качестве обучающих видеоматериалов были выбраны 53 рекламных ролика для развития коммуникативных и устных переводческих навыков русских студентов при изучении китайского языка как иностранного. В приложении Е приведены выбранные нами ролики социальной рекламы, которые можно использовать для преподавания китайского языка как иностранного: см. Приложение Е.

2.1.1. Актуальность применения метода телевизионной социальной рекламы в процессе обучения китайскому языку как иностранному

Учёный Чэнь Сяодие отмечает, что преподавателю необходимо осознавать важность интерактивного компонента на занятиях. Интерактивные задания являются основным средством тренировки навыков обучающихся и усвоения знаний. Социальная реклама может по-разному использоваться на занятиях – в соответствии с основным учебным планом преподаватели могут разрабатывать различные практические задания, основанные на той или иной реальной ситуации, тем самым повышая уровень интерактивности обучения [Чэнь Сяодие 2021: 62]. Преподаватели должны обладать знаниями о межкультурной

коммуникации и знать, как использовать изучаемую языковую среду при обучении переводу. Телевизионная социальная реклама способствует созданию естественной языковой среды во время занятий, а также развитию у обучающихся навыков устного перевода и свободной устной речи в среде изучаемого языка. При использовании социальной рекламы преподаватели должны обращать внимание обучающихся на используемые в языке выражения, помогая студентам ближе познакомиться с культурной средой целевого языка и обучая их правильному переводу и уместному использованию выражений во время общения.

Преподаватели китайского языка должны постоянно изучать на практике новые методы преподавания, совершенствовать свой уровень преподавания и повышать эффективность преподавания на занятиях по переводу. В связи с этим в нашем исследовании мы опираемся на опыт преподавания китайского языка как иностранного и исследуем методы применения телевизионной социальной рекламы на занятиях по переводу, чтобы улучшить качество и эффективность обучения. С этой целью мы провели опрос и исследование на тему «Использование телевизионной социальной рекламы на занятиях по переводу при обучении китайскому языку как иностранному».

Содержание опроса

Опрос разделен на три части, а вопросы делятся; на вопросы с одним вариантом ответа, с множеством вариантов ответов и вопросы открытого типа.

В первой части опроса исследуется базовая информация о респондентах, как например, страна, в которой они работают преподавателями китайского языка как иностранного, общая ситуация с программами обучения китайскому языку в учебных заведениях, а также ситуация с использованием мультимедийного учебного оборудования.

Во второй части рассматривается текущий статус применения кино- и телевизионных ресурсов при преподавании китайского языка как иностранного.

В третьей части, в основном, рассматривается текущий статус применения социальной рекламы на занятии по переводу при обучении китайскому языку как иностранному, включая отношение преподавателей к внедрению социальной рекламы в учебный план, а также различные предложения по использованию социальной рекламы в обучении.

Респонденты

Мы распространяли данный опрос через сеть Интернет, и все респонденты опроса были преподавателями китайского языка с опытом преподавания за рубежом. По результатам анкетирования можно понять современное состояние преподавания перевода с китайского языка во всем мире, а также узнать мнения и предложения опытных преподавателей по вопросу внедрения телевизионной социальной рекламы в программу курсов по переводу с китайского языка. Всего было разослано 39 анкет, и было получено 39 действительных анкет со степенью достоверности 100%.

Таким образом, по итогам анкетирования было установлено, что распределение географического местоположения преподавателей китайского языка довольно широко. Среди них 22% преподают в России. Большинство респондентов преподают в странах Азии. Более 48% респондентов преподают в Таиланде и Южной Корее. К другим азиатским странам также относятся Пакистан, Вьетнам и Малайзия. Некоторые респонденты также преподают в таких европейских странах, как Ирландия, Великобритания, Словения, а также в Австралии и США. Таким образом, результаты этого анкетирования могут объективно отражать текущий статус преподавания перевода с китайского языка.

Среди людей, принявших участие в этом опросе, 92,7% преподавателей китайского языка имели практический опыт преподавания на курсах перевода с китайского языка, что также повысило достоверность результатов опроса.

Анализ результатов опроса

Что касается доли занятий по переводу в учебной программе различных учебных заведений, то, во-первых, в учебных заведениях, где китайский язык является вторым иностранным языком, занятия по переводу составляют более 40% всех занятий, а в учебных заведениях, где китайский язык является первым иностранным языком, занятия по переводу составляют более 60% всех занятий. Можно сделать вывод, что в современном преподавании китайского языка как иностранного занятия по переводу составляют большую часть учебного плана, что подтверждает их важность. Что касается доступности и частоты использования мультимедийного учебного оборудования, результаты исследования показывают, что 85,05% аудиторий оснащены таким оборудованием, что указывает на его высокую популярность. Только 14,95% респондентов ответили, что их аудитории не имеют мультимедийного учебного оборудования. Согласно результатам опроса, небольшая группа респондентов, вошедшая в эти 14,95%, преподают в таких странах, как Таиланд и Филиппины. Мы пришли к выводу, что такая ситуация тесно связана с экономическими условиями в учебных заведениях. В аудиториях, оснащенных мультимедийным оборудованием, 81,32% преподавателей китайского языка часто используют мультимедийные устройства на занятиях, и только 18,68% респондентов ответили, что используют его время от времени. Это показывают, что большая часть преподавателей китайского языка используют на своих занятиях мультимедийное учебное оборудование для улучшения качества и эффективности преподавания своего предмета. Универсальная оснащенность аудиторий мультимедийным оборудованием является материальной основой для широкого использования кино- и телересурсов при обучении китайскому языку как иностранному.

Текущий статус применения кино- и телевизионных ресурсов при преподавании китайского языка как иностранного.

ДИАГРАММА 1. 您在汉语课堂上播放过影视作品吗?

Используете ли Вы фильмы или телепередачи в качестве учебного материала во время занятий по переводу?

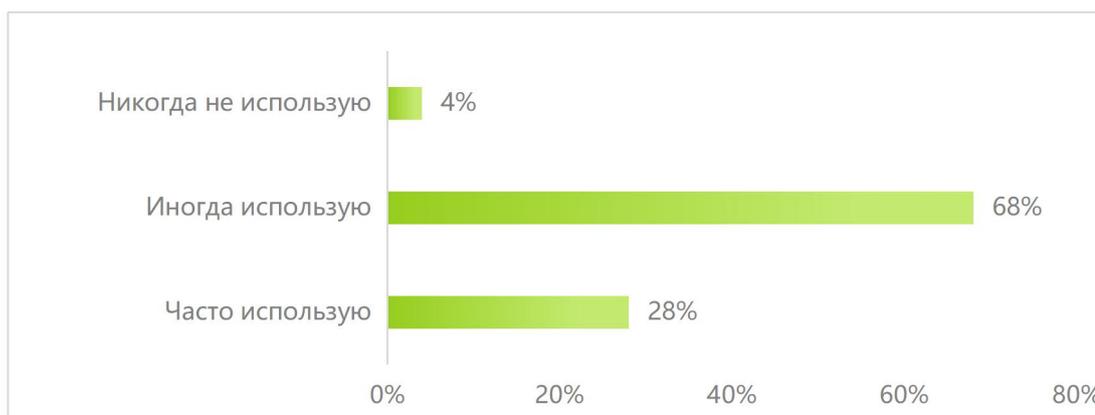


ДИАГРАММА 2. 您在课堂上选择播放影视作品的主要原因是什么?

Какова основная причина, по которой Вы решаете показать определенный фильм или телепередачу во время занятия?

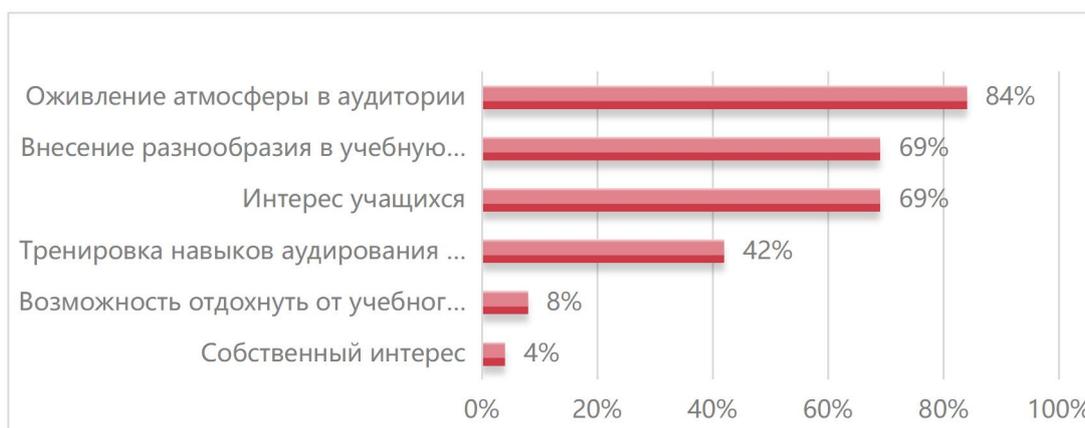
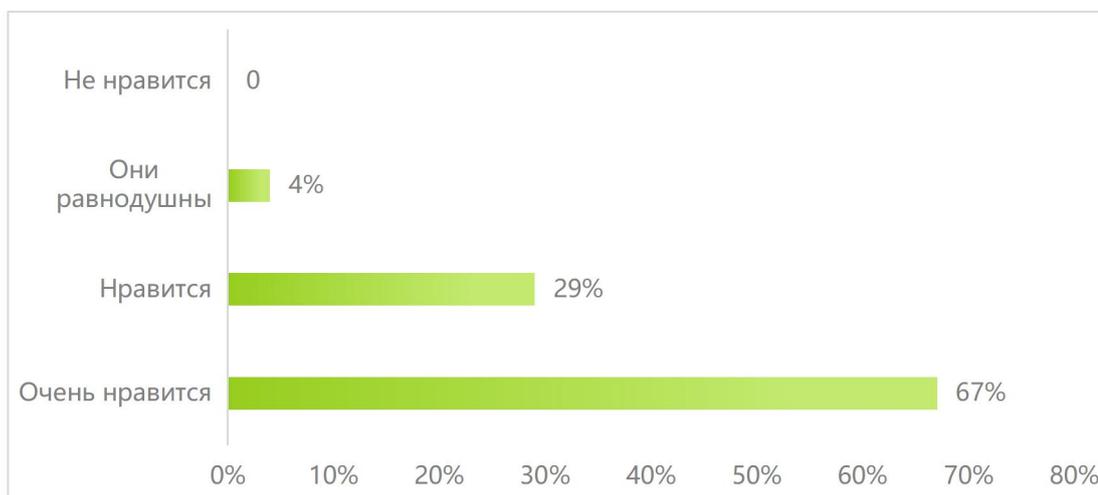


ДИАГРАММА 3. 您的学生是否喜欢在课堂上使用影视作品进行汉语教学? Нравится ли обучающимся, когда Вы используете фильмы или телепередачи в процессе обучения?



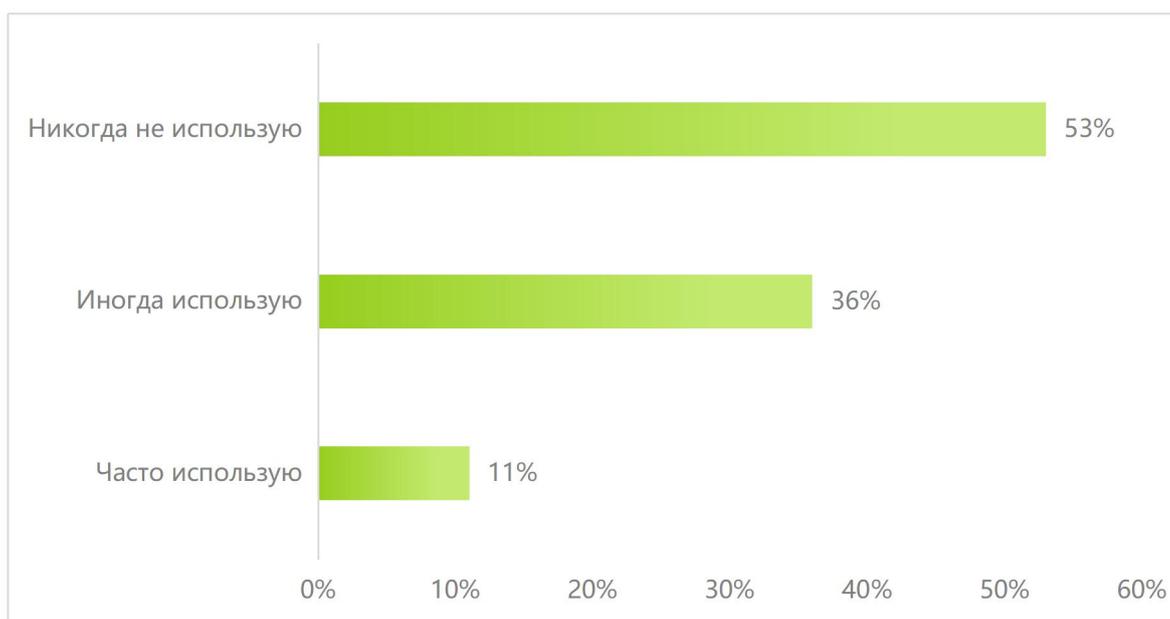
Согласно результатам опроса, 96% преподавателей китайского языка часто включают на занятиях фильмы и телепередачи. Существует ряд причин, по которым преподаватели используют подобные ресурсы на занятиях: 84% преподавателей включают видео, чтобы активизировать атмосферу в классе; 69% преподавателей предпочитают показывать фильмы и телепередачи, потому что ученики заинтересованы в них, а также с целью разнообразить содержание учебной программы; 42% преподавателей считают, что воспроизведение фильмов и телепередач может улучшить навыки аудирования и разговорной речи обучающихся. Таким образом, использование видеоматериалов на занятиях по переводу может помочь преподавателям создать непринуждённую и дружескую атмосферу среди обучающихся, разнообразить занятия и способствовать развитию языковых навыков. Ответы респондентов на вопрос об отношении обучающихся к использованию видеоматериалов на занятии показал, что не было таких случаев, когда обучающимся не понравился бы такой способ преподавания; в 65% случаев обучающиеся очень любят смотреть фильмы или телепередачи на занятиях; 29% отмечают, что им нравятся такие задания, и всего лишь 6% обучающихся относятся к ним равнодушно. Исходя из полученных данных, можно увидеть, что кино- и телевизионные ролики, содержащие реальные языковые ситуации и яркие кадры, играют важную роль в преподавании китайского языка. Кроме того, мы пришли к выводу, что использование таких ресурсов находит положительный отклик у обучающихся. Преподаватели китайского языка могут в полной мере использовать

педагогический потенциал кино- и телевизионных ресурсов, тем самым повысив эффективность преподавания китайского языка.

Текущий статус применения социальной рекламы на занятиях по переводу при обучении китайскому языку как иностранному

ДИАГРАММА 4. 您在汉语课堂中使用过广告视频吗?

Используете ли Вы телевизионную рекламу в качестве учебного материала на Ваших занятиях?



Из диаграммы №4 мы можем увидеть, что 11% преподавателей китайского языка часто используют телевизионную социальную рекламу во время занятий, а 36% используют её время от времени. Хотя 96% преподавателей показывали фильмы и телепередачи во время занятий, 53% респондентов никогда не использовали в учебных целях ролики социальной рекламы. В целом, мы можем увидеть, что не так много преподавателей используют телевизионную социальную рекламу в преподавании китайского языка, как иностранного, и её потенциал как учебного материала еще не полностью изучен.

ДИАГРАММА 5. 您觉得商业广告和公益广告, 哪种更适合对外汉语教学
Что, по Вашему мнению, больше подходит для преподавания китайского языка как иностранного, коммерческая реклама или социальная?

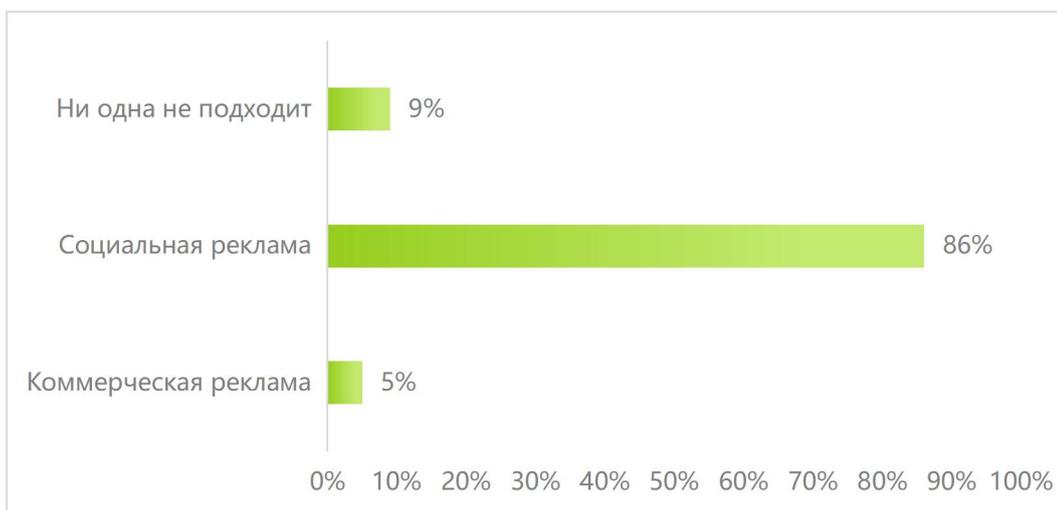
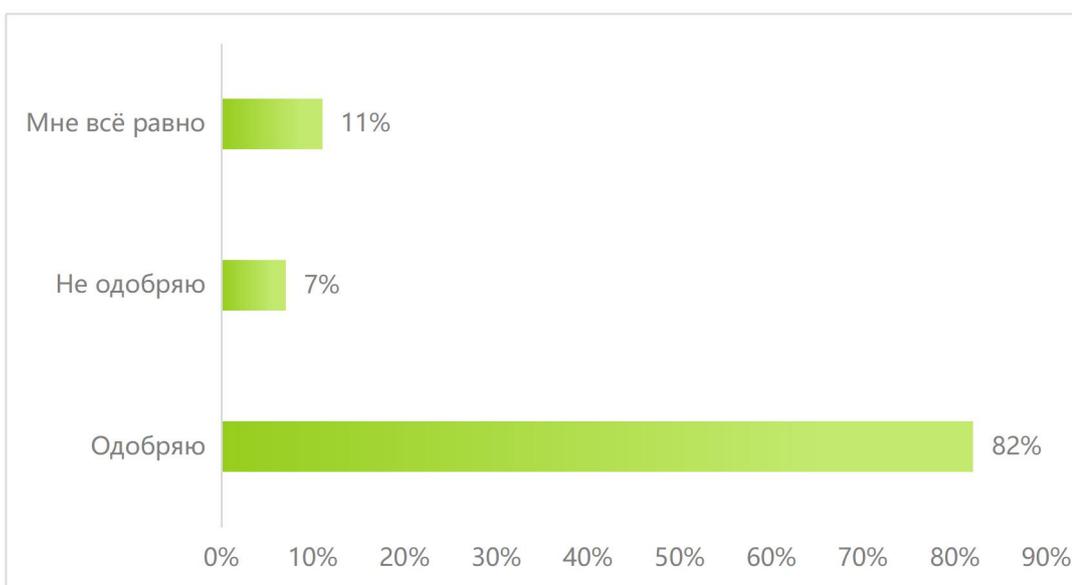


ДИАГРАММА 6. 您赞同将电视公益广告应用于对外汉语翻译课吗?

Одобрите ли Вы использование социальной рекламы в качестве учебного материала на занятиях по переводу с китайского языка?



Согласно результатам приведенного выше опроса, 86% преподавателей китайского языка как иностранного считают, что социальная реклама больше подходит в качестве учебного материала; в то время как всего лишь 5% считают, что коммерческая реклама является более подходящей. 82% преподавателей одобряют использование роликов социальной рекламы в преподавании китайского языка как иностранного.

ДИАГРАММА 7. 您认为在汉语翻译课堂中播放电视公益广告的优势是什么? Каковы, по Вашему мнению, преимущества использования телевизионной социальной рекламы на занятиях по переводу с китайского языка?



Что касается преимуществ использования социальной рекламы в преподавании китайского языка как иностранного, большинство преподавателей выбрали каждый из предложенных вариантов ответа, что показывает очевидную пользу внедрения таких образовательных материалов в учебный план. Занятия, посвященные переводу с китайского языка, являются синтезом всех знаний обучающихся о языке, включая грамматику, лексику и коммуникативные особенности. 81% преподавателей считает, что ролики социальной рекламы улучшают навыки аудирования и говорения обучающихся, а также совершенствуют их умение переводить тексты с китайского языка. Большая часть респондентов также считают, что использование социальной рекламы может обогатить культурные знания обучающихся, продемонстрировать им реальные коммуникативные ситуации, развить навыки общения на китайском языке, повысить их интерес к обучению, а также создать непринужденную атмосферу в аудитории – всё вышеперечисленное является

очевидными преимуществами использования социальной рекламы в процессе обучения.

ДИАГРАММА 8. 您认为将电视公益广告应用于对外汉语翻译课教学的不足之处是什么？ 如您看来，使用电视社会广告在汉语翻译课教学中有什么不足？



Использование социальной рекламы в обучении переводу с китайского языка имеет как преимущества, так и недостатки. Для 78% преподавателей самая большая сложность заключается в поиске подходящих материалов. 6% респондентов указали в графе «Другое», что отсутствие готовых видеороликов и сложности в выборе подходящего материала затрудняют подготовку к занятиям. Исходя из этого, после сбора информации о критериях отбора роликов социальной рекламы, мы выбрали несколько видео, подходящих для демонстрации во время занятий и представляющих определенную образовательную ценность. Кроме того, некоторые респонденты считают, что использование роликов социальной рекламы негативно скажется на прогрессе обучающихся, так как оно будет отнимать время от основных заданий, установленных учебным планом; дисциплина среди обучающихся также может

заметно ухудшиться, так как рекламные ролики будут отвлекать внимание от обучения. Таким образом, преподаватели китайского языка должны совершенствовать свои педагогические навыки, то есть быть способными контролировать дисциплину среди обучающихся, играть ведущую роль в образовательном процессе, заранее разрабатывать учебные задания.

ДИАГРАММА 9. 您认为选择电视公益广告进行对外汉语翻译课教学时, 需要考虑哪些方面? Какие аспекты, по Вашему мнению, необходимо учитывать при выборе телевизионной социальной рекламы на занятиях по переводу с китайского языка?



При использовании телевизионной социальной рекламы на занятиях по переводу с китайского языка необходимо учитывать множество факторов. 86% преподавателей считают, что при выборе роликов необходимо ориентироваться на соответствие их содержания с содержанием основной учебной программы – в конечном итоге любые материалы, используемые на занятиях, должны служить основным целям и задачам курса. Таким образом, главный принцип при выборе роликов телевизионной социальной рекламы, на который должны ориентироваться преподаватели – это польза для усвоения учащимися основного учебного материала.

73% респондентов считают, что необходимо также учитывать сложность содержания роликов социальной рекламы, а по мнению 61% преподавателей, важно ориентироваться на уровень языковой подготовки обучающихся. Это свидетельствует о том, что при выборе видеоматериала мы должны учитывать, насколько он сложен для понимания обучающихся. В противном случае, если уровень языка в выбранном ролике является слишком высоким для обучающихся, это может негативно сказаться на их мотивации к обучению и уверенности в своих способностях. 63% респондентов указали, что следует выбирать видеоматериал в зависимости от его увлекательности, так как интересные ролики помогают привлечь внимание обучающихся, усилить их интерес к обучению. Очень важно подбирать достаточно интересные материалы – скучные и шаблонные ролики не подходят для использования во время занятий по переводу. Всего лишь 9% респондентов считают, что важно обращать внимание на нормативность речи в роликах, так как в настоящее время социальная реклама озвучивается профессиональными актерами, и речь соответствует стандартному языку путунхуа.

Анализируя результаты исследования, мы пришли к выводу, что использование телевизионной социальной рекламы в обучении обладает большими преимуществами. Например, она закрывает некоторые пробелы на занятиях по переводу, может отчётливо показать лингвистический контекст, помочь отработать навыки аудирования и говорения, а также развить коммуникативные способности. Социальная реклама повышает активность в классе, углубляет знания студентов и помогает лучше усваивать информацию. Однако в самом методе тоже имеется ряд проблем.

Согласно ответам преподавателей китайского языка, полученным в ходе анкетирования, а также в сочетании с вопросами, поднимаемыми в соответствующей литературе, разделим проблемы, существующие при использовании социальной рекламы на уроках перевода при обучении китайскому языку как иностранному, на три части:

1. Отсутствие учебной литературы

Исследований, посвящённых использованию телевизионной социальной рекламы на уроке перевода при обучении китайскому языку как иностранному, сравнительно мало, а на практике преподавателям не хватает системного руководства по методикам преподавания: отсутствие официальных учебных материалов, установленных правил по процессу обучения, недостаточно учебных ресурсов по телевизионной социальной рекламе, которые можно было бы использовать на уроках. К тому же весь урок полностью разрабатывается и контролируется учителем, что создаёт дополнительные проблемы преподавателю китайского и повышает сложность преподавания.

2. Проблемы в восприятии

В ходе анкетных опросов и интервью с китайскими преподавателями некоторые из них отметили, что воспроизведение рекламы не всегда демонстрирует ожидаемый эффект. При выборе телевизионной социальной рекламы преподаватели не в полной мере оценивали уровень владения языком обучающихся, не объяснили сложные моменты как заранее, так и в процессе обучения, поэтому при просмотре социальной рекламы студенты зачастую не понимали её содержания, что, как следствие, создавало препятствия в общем восприятии и влияло на эффективность обучения.

3. Столкновение культур

Китайская телевизионная социальная реклама исторически была связана как с культурами других стран, так и с культурой самого Китая, что сформировало множество культурных особенностей, связанных с китайской спецификой. Однако объектом нашего исследования являются студенты из России, изучающие китайский язык, аспекты культуры и традиций которых отличаются от китайских. Соответственно, при использовании социальной телевизионной рекламы на уроках китайского языка её содержание может вступать в противоречие с культурой другой страны и негативно сказаться на эффективности обучения.

Проанализировав результаты данного опроса, мы пришли к выводу, что большая часть преподавателей китайского языка оценила практическую ценность использования роликов социальной рекламы в обучении китайскому языку и пользу, которую такие видеоматериалы могут принести в обучении. Респонденты выдвинули свои идеи и предложения по этому вопросу, опираясь на свой богатый опыт педагогической практики. По их мнению, использование телевизионной социальной рекламы на занятиях по переводу при обучении китайскому языку как иностранному может благотворно повлиять на уровень коммуникативных навыков обучающихся и на их уровень владения устным переводом. Мы использовали их рекомендации и педагогический опыт и объединили их с теоретическими знаниями с целью дальнейшего изучения применения социальной рекламы на занятиях по переводу с китайского языка.

2.1.2. Анализ потребностей студентов в коммуникации в процессе внедрения телевизионных социальных роликов на занятиях при обучении китайскому языку как иностранному

Ни Чуаньбинь считает, что анализ потребностей может помочь преподавателям более целенаправленно подходить к разработке плана учебных занятий, учитывать реальные потребности студентов в обучении, относящиеся как к эмоциональному, так и к языковому фактору, при том что все они имеют значение [Ни Чуаньбинь 2007: 68-76].

Прежде чем приступить к разработке учебного плана, в соответствии с особенностями курса перевода при обучении китайскому языку как иностранному и потребностями обучающихся, мы выделили для себя две главные задачи: анализ потребностей студентов в приобретаемых языковых навыках и анализ, и исследование потребностей студентов в разработке новой методики и методов обучения. В качестве метода исследования был использован метод анкетирования. Было выслано 87 анкет, 87 анкет были заполнены респондентами, процент возврата анкет - 100%. В анкетировании

приняли участие бакалавры и магистры направления «Лингвистика» кафедры иностранных языков и перевода УГИ УрФУ в количестве 87 человек.

Анализ потребностей студентов в приобретаемых языковых навыках при обучении переводу с китайского языка на русский

Прежде чем разрабатывать методики преподавания и внедрять их в учебный процесс, важно хорошо понимать, какие именно навыки необходимо приобрести обучающимся при изучении языка. Зная, в каких сферах у студентов не хватает знаний или навыков, какие из них кажутся им наиболее важными и что у них вызывает трудности, преподаватель сможет заострить внимание на этих моментах во время обучения и благодаря этому добиться лучших результатов.

ДИАГРАММА 10. Опрос о потребностях в языковых навыках

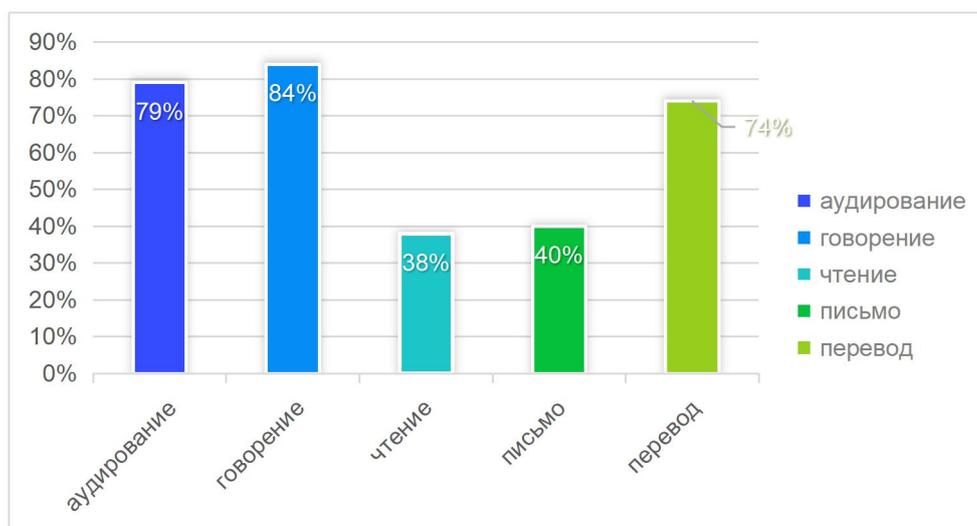


ДИАГРАММА 11. Опрос о потребностях в переводческих навыках

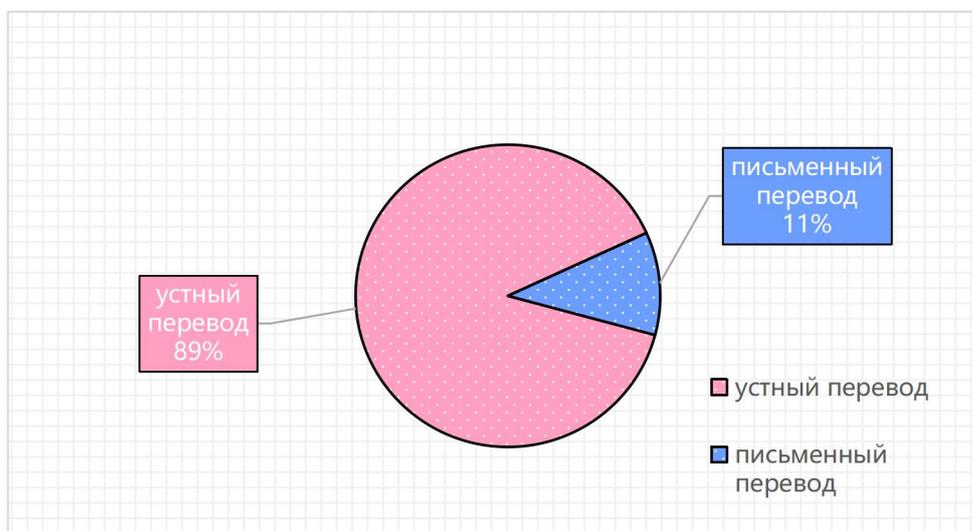
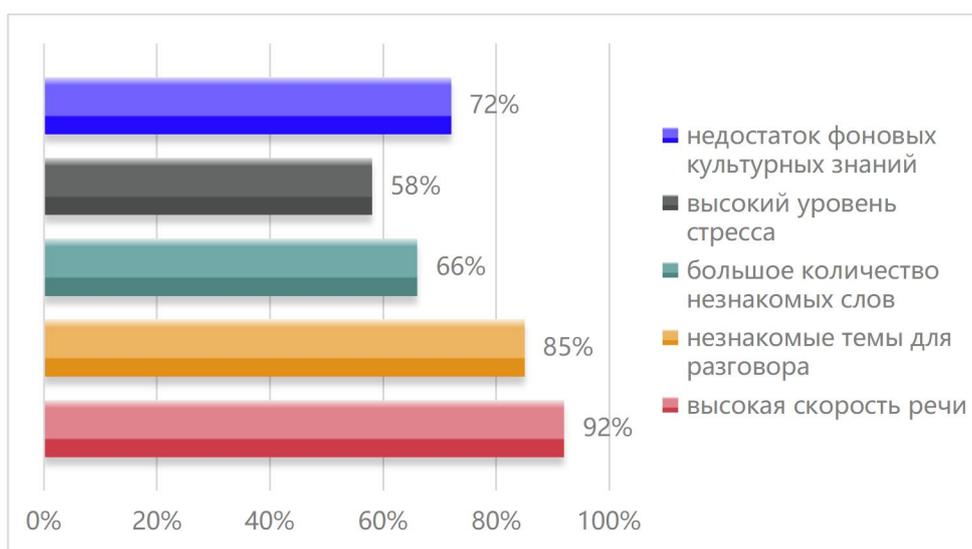


ДИАГРАММА 12. Опрос о трудностях в процессе общения



По результатам проведенного опроса, из всех языковых навыков студенты наиболее заинтересованы в совершенствовании навыков аудирования, говорения и перевода, последний навык представляется для них наиболее значимым, что связано с тем, что для студентов кафедры иностранных языков и перевода УрФУ китайский язык является вторым, а не первым изучаемым иностранным языком. Вследствие этого особенности учебной программы, цели обучения и время, отведенное на него, оказывают существенное влияние на формирование языковых навыков. В процессе выбора будущей профессии к студентам предъявляются более высокие требования к владению английским языком и менее высокие - к владению китайским языком, достаточным для повседневного общения.

По мнению студентов этой программы, больше всего трудностей в процессе общения на китайском языке вызывала высокая скорость речи. Помимо того, частыми препятствиями в общении стали незнакомые темы и недостаток фоновых культурных знаний, а также психологическое напряжение и нехватка словарного запаса.

Анализ и исследование потребностей студентов в разработке новой методики и методов обучения

Мы провели анкетирование студентов-лингвистов кафедры иностранных языков и перевода УрФУ по следующим темам:

- предпочитаемые студентами формы проведения занятий;
- предпочитаемые студентами виды домашнего задания;
- анализ потребностей студентов к содержанию учебных материалов;
- степень заинтересованности студентов в темах социальной рекламы;

ДИАГРАММА 13. Опрос о соотношении лекций и практических занятий в рамках курса перевода с китайского языка

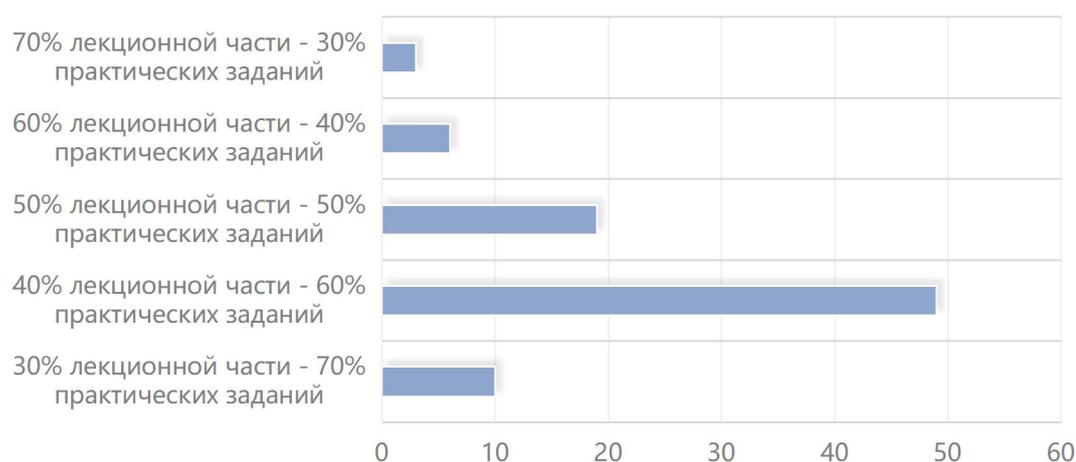


ДИАГРАММА 14. Опрос о предпочитаемой студентами форме проведения занятий

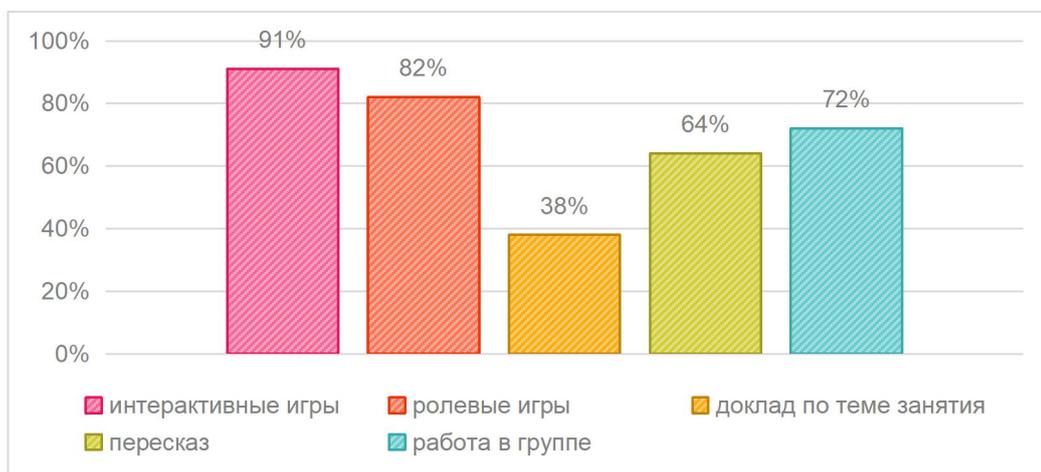
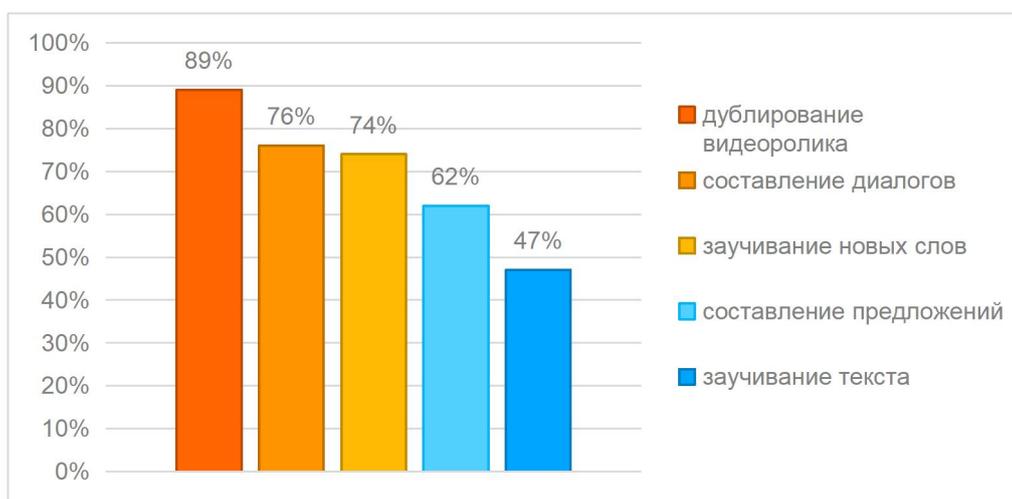


ДИАГРАММА 15. Опрос о предпочитаемых студентами видах домашнего задания (множественный выбор)



Как показали результаты опроса, по соотношению лекционных и практических занятий студенты предпочитают 40% лекционной части и 60% практики, то есть преподаватель тратит 35-40 % времени на объяснение темы и 55-60 % времени на практические задания. В рамках аудиторных занятий студентам больше всего нравятся интерактивные игры и ролевые игры; помимо того, многие студенты любят работать в группе и обсуждать тему занятия вместе; выполняя домашние задания, студенты предпочитают дублировать видео и составлять диалоги, а также заучивать новую лексику, потому что её запоминание помогает расширить словарный запас студента, что лежит в основе освоения китайского языка.

Анализ потребностей студентов к содержанию учебных материалов

Эта часть исследования посвящена анализу потребностей в темах на занятиях по переводу с китайского, которые оказывают непосредственное влияние на содержание обучения. Чжао Сяоянь отметила, что интересные и разнообразные темы оказывают значительное положительное влияние на эффективность изучения языка студентами [Чжао Сяоянь 2007: 52]. Поэтому очень важно изучить и проанализировать потребности к содержанию обучения, т. е. к темам на занятиях по переводу, прежде чем приступить к разработке учебного плана.

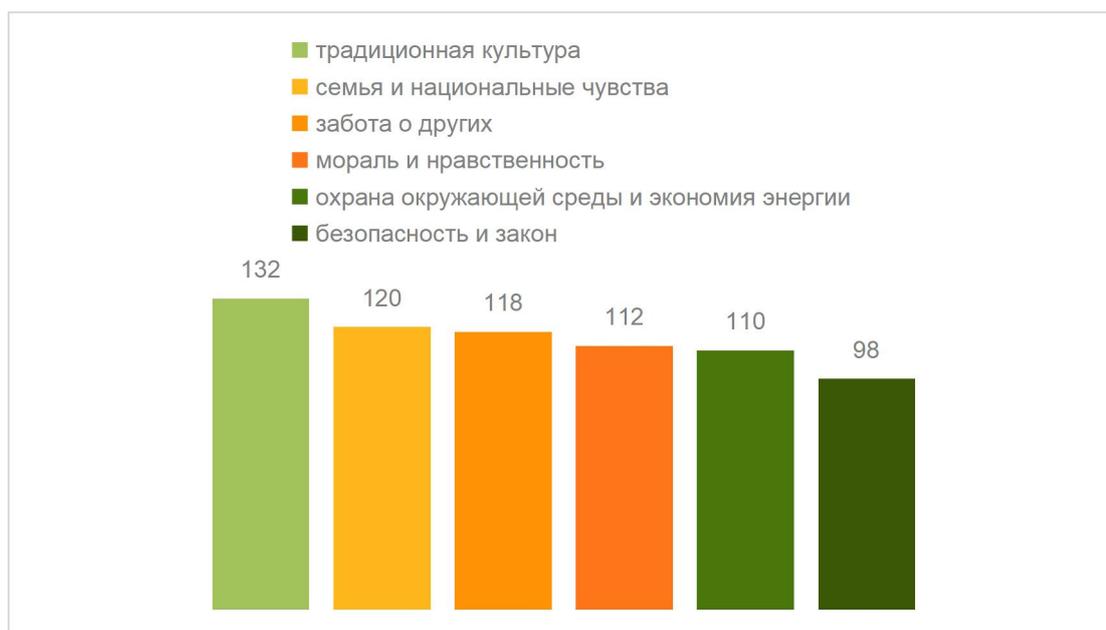
Принимая во внимание особенности китайской социальной рекламы, потребности к содержанию обучения китайскому языку как иностранному и уровень китайского языка студентов, мы классифицируем социальную рекламу в соответствии с применимыми темами обучения и подразделяем ее на шесть категорий, а именно: национальные настроения, традиционная культура, забота о ближних, мораль и нравственность, охрана окружающей среды и экономия энергии, безопасность и закон.

Для того чтобы оценить степень заинтересованности студентов в каждой теме, мы обозначили пять уровней: 1 - совсем не заинтересован (1 балл); 2 - не слишком заинтересован (2 балла); 3 – безразличен (3 балла); 4 - немного заинтересован (4 балла); 5 - очень заинтересован (5 баллов). Результаты анкетирования выглядят следующим образом:

Таблица 1. Степень заинтересованности студентов в темах социальной рекламы

	1 балл	2 балла	3 балла	4 балла	5 баллов
традиционная культура	0	0	1	1	25
Семья и национальные чувства	1	1	2	4	19
забота о других	1	1	3	4	18
мораль и нравственность	1	1	5	6	14
охрана окружающей среды и экономия энергии	2	1	4	6	14
безопасность и закон	2	3	6	8	8

ДИАГРАММА 16. Степень заинтересованности студентов в темах социальной рекламы



В ходе опроса было освещено в общей сложности шесть тем. Анализируя результаты опроса, можно отметить, что студентов больше всего интересует тема традиционной культуры, потому что Китай имеет длинную, богатую историю и является многонациональной страной; этнические группы и региональные обычаи и культуры сильно различаются, что очень привлекательно для студентов; далее следуют темы - забота о других, семья и национальные чувства, потому что любовь, семья и дружба чаще всего вызывают сильные эмоции в повседневной жизни. Поэтому студентов больше интересуют именно те темы, которые легко находят у них отклик, вследствие чего студенты более активно выражают свои взгляды и идеи. Студентам интересна тема морали и нравственности, потому что подобные мотивы продвигаются во всех странах, и их содержание универсально. Кроме того, в социальной рекламе часто воссоздаются реальные речевые ситуации, а диалог персонажей имитирует реальное повседневное общение, что может помочь студентам научиться выражать свои мысли в той или иной ситуации, улучшить их способность к формированию более естественных речевых конструкций и

избежать конфликтов в реальной жизни. Охрана окружающей среды и экономия энергии - глобальная тема, и студенты также заинтересованы в ней, ведь они обращают внимание на эти часто встречающиеся темы в источниках СМИ и социальных сетях в своей повседневной жизни.

В рамках этой части исследования было проведено анкетирование студентов, направленное на выявление их потребностей в рамках обучения переводу с китайского языка, касающиеся языковых навыков, методов и способов преподавания и содержания (тем) учебных материалов. По результатам исследования был проведен статистический анализ.

Особое внимание в разработке учебного плана стоит уделять учету потребности студентов к обучению языковым навыкам:

Моделирование реальной языковой среды и проведение занятий в аудитории позволяют студентам больше слушать живую речь и практиковаться, а также привыкать к нормальной скорости китайской речи.

Различные коммуникативные темы, изучаемые в рамках занятий, должны охватывать историю, культуру, природу, повседневную жизнь и другие аспекты, чтобы обогатить знания студентов по китайскому языку и улучшить их навыки устного перевода и общения.

Уделение особого внимания объяснению и отработке новой лексики и употреблению её в предложениях, что поможет студентам овладеть правильными, естественными языковыми конструкциями, закрепить базовые знания, повысить уверенность в себе и придать смелости в общении на китайском языке.

При разработке учебного плана важно учитывать следующие критерии подходов к обучению:

Необходимо разумно распределять учебное время, следить за продолжительностью лекционной и практической частей занятия, чтобы студенты могли участвовать в большем количестве практических заданий и тем самым повышали эффективность устного общения в группе.

Нужно давать студентам возможность обсуждать тематические ситуации в группе; описывать или воспроизводить текст видеороликов, позволять им выражать свои чувства и мнения по поводу социальных проблем, нравственных ценностей, отраженных в видео, чтобы улучшить их навыки понимания и общения.

Дублирование видео стоит использовать как ключевой метод обучения, который поможет студентам оптимизировать интонацию голоса и в то же время даст возможность создать новую, естественную речь, улучшая их адаптацию к языковой среде и понимание в различных коммуникативных ситуациях.

Ролевые игры можно использовать в качестве промежуточной, итоговой или ежемесячной аттестации для оценки языковых навыков студентов и одновременного совершенствования их навыков устного перевода.

Что касается содержания обучения, мы проанализировали в совокупности уровень владения китайским языком русских студентов, особенности тем китайских телевизионных социальных реклам и наши принципы отбора тематического материала, основанные на применении телевизионных видеороликов в преподавании китайского языка, о которых говорилось ранее. Мы распределили темы роликов по следующим шести категориям: национальные чувства, традиционная культура, забота о других, цивилизация и нравственность, защита окружающей среды и энергосбережение, безопасность и закон. Студентам было предложено оценить темы в соответствии с уровнем их заинтересованности. Студентов больше интересуют следующие категории: национальные настроения, традиционная культура, забота о ближних, мораль и нравственность, охрана окружающей среды и экономия энергии, безопасность и закон. Учитывая потребности студентов, требования к курсу обучения китайскому языку, как второму иностранному, а также принципы отбора рекламных социальных роликов, мы разработали оптимальную траекторию обучения и учебный план, благодаря которым была осуществлена учебная деятельность по обучению говорению и устному переводу с китайского языка на русский.

2.2. Организация и проведение опытно-поисковой работы по проверке разработанной методики формирования коммуникативных и устных переводческих навыков у студентов-лингвистов при обучении китайскому языку как иностранному (на основе коммуникативных тематических ситуаций и социальной рекламы)

Опытно-поисковая работа проводилась со студентами кафедры иностранных языков и перевода УрФУ, обучающихся по направлению подготовки «Перевод и межкультурная коммуникация» в рамках курса «Практический курс перевода второго иностранного языка». Всего в опытно-поисковой работе приняли участие 87 студентов (42 студентов экспериментальных групп и 45 студентов контрольных групп). С целью проведения сравнительного эксперимента по проверке эффективности разработки курса перевода при обучении китайскому языку как иностранному с использованием телевизионной социальной рекламы в качестве аутентичного материала студентами контрольных групп использовались традиционные методы обучения и учебные материалы курса перевода, а студентами экспериментальных групп - на основе коммуникативных тематических ситуаций и использование телевизионной социальной рекламы на занятиях по переводу.

В ходе опытно-поисковой работы нами были поставлены следующие задачи: формирование лингвистической, дискурсивной, межкультурной и переводческой компетенций

Лингвистическая компетенция: организовать учебную деятельность на основе видеороликов социальной рекламы на курсе перевода, помочь студентам овладеть лексикой и грамматическими знаниями, а также улучшить понимание на слух устную речь, то есть способность к устному переводу.

Дискурсивная компетенция: улучшить коммуникативные навыки студентов в разговорном китайском языке путем создания реальной языковой

среды. Предоставить студентам время и возможности для ситуативного общения, ролевых игр и интерактивных дискуссий на уроках устного перевода, чтобы они могли совершенствовать свои навыки китайского языка, а также помочь им сформировать китайские модели мышления и воспитать чувство китайского языка в процессе изучения аутентичного текста и обсуждения в аудитории.

Межкультурная компетенция: понять традиционную китайскую культуру и узнать о современных обычаях и социальных условиях Китая благодаря устному переводу китайских рекламных роликов и пониманию их тематики. Привить студентам любовь и понимание традиционной китайской культуры, повысить грамотность, укрепить способность студентов к критическому мышлению и эмоциональному воспитанию.

Переводческая компетенция: развивать у студентов навыки устного перевода, такие как точное понимание смысла сказанного собеседником, правильный выбор переводческой лексики, сохранение беглости и естественности речи, а также способность свободно переводить устно в многоязычной среде; в то же время студенты должны обладать высокой степенью адаптивности и владеть богатым и разнообразным набором лексики и выражений, которые они могут гибко применять в зависимости от случая и содержания.

Результаты опроса об интересах студентов к вышеуказанным темам послужили основой для отбора учебного материала. Исходя из этого, из 1082 рекламных видеороликов, которые в настоящее время включены в базу данных Национальной библиотеки Китая мы отобрали 52 социальных видеоролика в качестве учебного материала для курса практики разговорной речи и устного перевода.

Мы разработали 24 темы для данного курса.

Чтобы более наглядно показать преимущества обучения в курсе устного перевода использования социальных видеороликов, мы выбрали в качестве примера ролик под названием "Возвращение домой на китайский новый год -

палочки для еды”, отражающий традиционную культурную тему, и разработали конкретную схему обучения этой теме (конспект урока), которая включает цели и ресурсы урока, основные термины и трудности обучения, а также виды занятий в аудитории и организацию времени на занятии.

Ресурсы (ИКТ):	Социальный ролик на тему "过年回家-筷子篇(Возвращение домой на китайский новый год - палочки для еды)"
Цели занятия:	Языковая цель: овладеть лексикой и грамматическими знаниями по данной теме и уметь устно переводить диалоги и монологи в видеоролике. Уметь правильно читать вслух текст рекламных объявлений.
	Социокультурная цель: понять культурное значение палочек для еды в видео, различия в диалектах между южным и северным Китаем, обычаи китайского Нового года и феномен "гармоничных звуков" в китайском языке.
	Речевая цель: правильно использовать коммуникативные термины в видеоролике, уметь выражать свои чувства и мнения по теме ролика. Точно понимать слова друг друга в процессе коммуникации, правильно организовывать язык для выражения своих чувств и мнений, адаптироваться к изменениям в процессе коммуникации, менять линию мышления, корректировать содержание и манеру речи.
Основные содержательные аспекты:	1. Лексика 2. Грамматика 3. Условно-речевые образцы 4. Коммуникативные упражнения в реальных тематических ситуациях
Трудности в обучении:	1. Трудности в понимании чувств и культурных смыслов, передаваемых в монологах и диалогах персонажами в социальных 2. Проблемы в общении в соответствии с полученными знаниями
Аудиторные упражнения:	1. Пересказать содержание видеоролика; 2. Обсудить в группах культурные символы палочек в видеоролике; 3. Ответить на вопросы, связанные с темой видеоролика; 4. Провести беседу с преподавателем по теме видеоролика; 5. Составить фразы для благословения и использовать их в реальных ситуациях общения.

Расписание занятий:	занятия по 90 минут каждое
---------------------	----------------------------

Далее приведем алгоритм действий преподавателя при формировании коммуникативных и устных переводческих навыков у студентов с использованием метода социальной рекламы. В качестве наглядного примера мы выбрали ролик под названием "Возвращение домой на китайский новый год - палочки для еды".

1) Организационный момент

Преподаватель китайского языка обменивается приветствиями со студентами, настраивает студентов на эффективную работу, создает комфортную атмосферу на занятии.

Постановка цели и задач. Мотивация учебной деятельности:

Вопрос: Какие столовые приборы часто используют для еды в России? Какими столовыми приборами пользуются в Китае? Знаете ли вы, как пользоваться палочками для еды? Что еще вы знаете о китайских палочках?

(обучающиеся обсуждают и говорят)

Преподаватель оценивает, обобщает и дополняет выступления обучающихся.

Палочки для еды - самый важный столовый прибор в восточных странах, особенно для китайцев. Обычные палочки для еды содержат чрезвычайно богатые эмоции китайского народа, являясь носителем национальной культуры и эмоций. Какую роль играют палочки для еды в китайских семьях, какие социальные ситуации, связанные с палочками для еды, встречаются в жизни? Давайте узнаем ответы, посмотрев телевизионный рекламный ролик "Возвращение домой на китайский новый год - палочки для еды".

2) Воспроизведение рекламных роликов

Первичный показ социального ролика

Полностью воспроизводится рекламный ролик "Возвращение домой на китайский новый год - палочки для еды" (5 минут).

Пока идет фильм, преподаватель может смотреть фильм вместе со студентами без объяснений, чтобы повысить внимание и интерес к происходящему.

Преподаватель предлагает обучающимся перевести диалог из фильма в первый раз.

Преподаватель может фиксировать ошибки, допущенные студентами в процессе перевода, а также трудности и "слепые пятна" в их знаниях китайского языка, чтобы на следующем занятии преподаватель мог сосредоточиться на объяснении и отработке навыков. Студенты также узнают о своих проблемах во время первого устного перевода, что поможет им сосредоточиться и подготовиться к следующему заданию.

3) Обучение лексике и грамматике

Обучение лексике делится на следующие этапы: показ лексики, объяснение лексики, отработка лексики.

Словарные слова:

启迪	传承	明礼	关爱
просвещение	наследие	вежливость	забота
思念	守望	睦邻	感恩
тоска	бдительность	добрососедство	благодарность

Обучение грамматике: состоит из двух этапов:

a. введение и объяснение грамматики

b. тренировка грамматики.

Тема по грамматике

(1) Рассмотрим фразу 我想死你了 из фильма в качестве примера употребления 死 в предложении

Первоначальное значение иероглифа 死 — умереть. Например:

这盆花死了 (цветок завял). Это означает конец жизни цветка, то есть его

увядание.

Однако в современном китайском языке иероглиф 死 имеет и другое значение:

<Прилагательное> + 死, где 死 используется как комплемент степени, выражающий ее величину. Например: 可爱死了 (очень милый); 好看死了 (очень красивый)

<Прилагательное> + 死 + дополнение (личное местоимение) + 了, где 了 является аффиксом и не несет дополнительного значения.

Например: 想死你了 (я очень сильно по тебе скучаю); 累死我了 (я очень сильно устал)

(2) Проанализируем словосочетание 夹起来, чтобы посмотреть употребление конструкции <Глагол> + 起来

1) Первоначальное значение 起来 — это «переход из положения лежа в положение сидя, из положения сидя в положение стоя».

В конструкции <Глагол движения + 起来> 起来 выступает дополнением, выражающим значение движения вверх. Например:

拿起来 (поднять)

搬起来 (перенести)

站起来 (встать)

2) Переносное значение конструкции <Глагол + 起来>: 起来 стоит после глагола и используется в качестве дополнения, выражающего значение оценки. Например:

这件事看起来不难 (это дело оказалось несложным)

这首歌听起来不错 (это неплохая песня)

很多事都是说起来容易, 做起来难 (легче сказать, чем сделать)

(3) Возьмем в качестве примера фразу 试试看, 夹夹看 из фильма, чтобы посмотреть употребление 看 в предложении

Конструкция <Глагол + глагол + 看> обозначает кратковременное или небольшое действие; 看 в данной конструкции значит «пробовать».

В зависимости от контекста прагматические функции глагола сводятся к нижеследующим:

1) Выражение значения «пробовать, изучать», например:

说说看 (расскажите), 讲讲看 (объясните), 试试看 (попытайтесь).

2) Выражение значения «предлагать». Иногда при выражении этого

значения перед конструкцией ставится словосочетание 是不是 .

Например:

你是不是再想想看? (Не хотите ли подумать об этом еще раз?)

你是不是再考虑考虑看? (Может быть, обдумаете это снова?)

4) Тематическая дискуссия по тематическим разделам социального ролика

3-й показ фильма, в виде спонтанных вопросов студентам для перевода диалогов в фильме, а также в виде спонтанных вопросов студентам для пересказа содержания фильма в конце показа.

В четвертый раз фильм демонстрируется по фрагментам, и перед показом каждой тематической части задаются вопросы, чтобы студенты могли обсудить заданные вопросы, а преподаватель, при необходимости, также может участвовать в обсуждении вместе со студентами.

Палочки для еды являются подсказкой и символом в этом фильме; студенты могут следить за развитием сюжета и естественно ощущать проявления традиционной китайской культуры в различных аутентичных коммуникативных ситуациях.

Вопрос 1: В разделе социального ролика "Просвещение": почему дедушка макает палочки в разные вкусы?

Вопрос 2: В разделе "Наследие": почему мать следит за тем, чтобы ее дочь научилась пользоваться палочками для еды?

Вопрос 3: В разделе "Вежливость": почему отец не дает мальчику взять в руки палочки и попытаться первым взять еду? Почему отец остановил его?

Вопрос 4: В разделе "Забота": Какие эмоции хочет выразить сын, когда говорит "Я скучаю по тебе"?

Вопрос 5: В разделе "Тоска": Как старый дедушка выражает свою тоску по родителям?

Вопрос 6: В разделе "Бдительность": Почему муж дает беременной жене палочки для еды?

Вопрос 7: В разделе "Добрососедство": Что означает фраза "побольше палочек" в приглашении соседа Лао Вана к себе домой "?

5) Дополнительное объяснение содержания культурологических знаний

Преподаватель дополняет объяснение культурологических знаний на основе оценки, обобщения и дополнения ответов обучающихся.

Палочки - это символ традиционной китайской культуры, это посуда, которую китайцы, используют для еды и приготовления пищи, и каждый китаец пользуется палочками. Палочки могут представлять население: количество посуды в Китае определяется количеством людей - сколько пар палочек на обеденном столе, столько и людей, поэтому "еще одна пара палочек" может означать не только то, что в семье появится больше людей, и в этом есть радостный смысл появления новой жизни, но и может указывать на то, что хозяева гостеприимны, приглашают соседей быть их гостями и есть вместе за обеденным столом. Для хозяина пригласить соседей в гости и вместе поесть - это так же просто, как добавить на стол пару палочек для еды. Это снижает психологическую нагрузку на гостя.

Что касается манер поведения за столом, то в китайской нации существует прекрасная традиция уважать пожилых и любить молодых. Когда китайцы обедают вместе, они должны пригласить старших сесть первыми, а когда едят, должны использовать палочки для еды после старших. Вежливость по отношению к старшим, уважение к старикам и любовь к молодым - это также правила жизни китайцев в мире, а "вежливость" - это внешнее проявление поведения человека.

Палочки для еды также незаменимы в китайских ритуалах. Во время китайского новогоднего ужина на стол кладут несколько дополнительных пар палочек, как будто предки еще живы, - это сыновняя почтительность, которую поощряет Китай.

Включите фильм в пятый последний раз и дайте студентам прочитать диалог из фильма, чтобы они ознакомились с устными выражениями китайцев в повседневном общении. Почувствуйте разницу в диалекте между севером и югом.

Напомните студентам, чтобы они обратили внимание на фразы, используемые в видеоролике, а также на то, какие фразы часто используются в китайский Новый год? Почему бабушка и внук говорят о куриных крылышках, рыбе, кукурузе и лапше как о "расправляющих крылья и летающих высоко", "ежегодно собирающих хороший урожай", "собирающих обильный урожай" и "живущих долго"?

Общепотребительные коммуникативные фразы:

常用的交际用语:	Устойчивые разговорные фразы:
年夜饭	Новогодний ужин
菜好了	Еда готова.
我最喜欢吃这个	Это мое любимое блюдо.
烫	Горячее.
让爷爷先吃	Пусть дедушка поест первым.
味道很好	Очень вкусно.
我回来了, 想死你了	Я вернулся. Я скучал по тебе.
就知道你爱吃这个	Я знал, что тебе это понравится.
走, 去我家吃饭	Давай, поедим у меня.
多个人多双筷子	Больше людей, больше палочек.
过年了, 给你们拜年	Сегодня Новый год.
新年好	С Новым годом.
祝大家万事如意	Я желаю вам всего самого лучшего.
展翅高飞	Расправь свои крылья и лети высоко.

年年有余	Желаю вам всего самого лучшего.
五谷丰登	Мы желаем вам всего самого лучшего.
长命百岁	Долгой жизни.

В части "Благодарность" бабушка и внук говорят о куриных крылышках, рыбе, кукурузе и лапше как о "расправлении крыльев и полете", "хорошем ежегодном урожае", "хорошем урожае" и "долгой жизни" соответственно. Учитель объясняет и дополняет феномен языковой "гармонизации" в процессе коммуникации "долгой жизни".

Под гармонизацией понимается использование китайских иероглифов с одинаковым или похожим произношением, использование омофоничных или близких по звучанию иероглифов для замены оригинальных иероглифов, что является своеобразной риторической тактикой. Это уникальное для китайской нации лингвистическое явление, отражающее богатство традиционной культуры. Люди выражают свои чувства и желания с помощью еды, животных, растений, пейзажей, узоров и т. д., используя такие риторические приемы, как созвучия, метафоры и символы. Эти благоприятные символы выражают желания, стремления, надежды и стремления людей к прекрасному. Китайцы любят использовать благословения на китайский Новый год, чтобы молиться о счастливом и процветающем новом годе. Для достижения этой цели люди используют гармонию китайских иероглифов. Например, во время китайского Нового года каждая семья должна вывесить иероглиф "福", а некоторые люди намеренно вывешивают иероглиф "福" вверх ногами, потому что "倒" и "到" произносятся одинаково, так что иероглиф "福" произносится так же, как и "到". Некоторые люди намеренно ставят слово "福" вверх ногами, потому что "倒" и "到" произносятся одинаково, чтобы получить благословение "福到(倒)了". Другой пример: на новогоднем ужине на столе должна быть целая рыба и целая курица, так как "鱼" и "余" имеют одинаковое произношение, означающее "年

年有余". "鸡" и "吉" - это один и тот же звук, который означает "吉祥如意" (удача). На севере в канун Нового года обязательно едят пельмени с луком-пореем. "Пельмени" по произношению схожи с "цзяоцзы", что в древности означало "бумажные деньги". Порей" и "цзю" произносятся одинаково, что означает "длинный, длинный, длинный". Поедание пельменей с луком-пореем символизирует, что в новом году будет постоянно сопутствовать удача, будет много денег, и чем больше пельменей вы съедите, тем больше удачи и денег у вас будет. Как видно, "Гармония" - это не только лингвистическое явление в китайской культуре, но и прекрасная демонстрация китайских обычаев и культуры.

б) Формирование коммуникативных навыков на основе полученных лексических, грамматических и культурологических знаний

Китайцы всегда любят просить удачи и слушать благословения во время празднования Нового года, фестивалей или мероприятий, отчасти используя гармоничные звуки китайских иероглифов. Например, ингредиенты, используемые в блюдах, названия, выбор блюд, места посещения ресторанов и т. д. имеют соответствующие доброжелательные слова, например, "Таньюань" и "Пирог из хурмы": "Съешьте эту миску Таньюань, чтобы вся ваша семья была счастлива и воссоединилась; съешьте этот кусок пирога из хурмы, чтобы вся ваша семья была счастлива и воссоединилась; съешьте этот кусок пирога из хурмы, чтобы вся ваша семья была счастлива и воссоединилась; съешьте этот кусок пирога из хурмы, чтобы вы были счастливы и воссоединились. Съешьте этот кусок пирога из хурмы, чтобы убедиться, что у вас все есть (хурма), все так хорошо, как только может быть!"

Ниже приведены две группы распространенных фруктов и овощей, пожалуйста, выберите группу, с помощью их созвучий составьте несколько фраз благословения и разработайте соответствующие сценарии общения, с использованием этих слов.

А. фрукты: яблоки, абрикосы, апельсины.

В. овощи: капуста, хурма, лук-порей

Домашнее задание:

1) Выберите любой эпизод из фильма для ролевой игры и озвучьте его голосом из рекламного видеоролика. Или адаптируйте сюжет и реплики в соответствии с собственным пониманием.

2) Расскажите о том, что вы знаете о том, как отмечают китайский Новый год.

Резюмируя вышеизложенное, мы пришли к следующему выводу.

Подробное описание содержательных аспектов опытно-поисковой работы на примере типичного социального ролика из бытовой и культурной жизни Китая показывает, каким образом преподаватель китайского языка работает над формированием и развитием коммуникативных, межкультурных и устных переводческих навыков у русских студентов-лингвистов.

В следующем параграфе представлены результаты проведения опытно-поисковой работы по реализации методики обучения китайскому языку как иностранному.

2.3. Анализ результатов опытно-поисковой работы по формированию коммуникативных и устных переводческих навыков у студентов-лингвистов при обучении китайскому языку как иностранному

В предыдущем параграфе было подробно описано введение видеороликов социальной рекламы в курс устного перевода при обучении китайскому языку как иностранному с целью развития у студентов коммуникативных навыков и навыков устного перевода, в данном параграфе мы рассмотрим результаты опытно-поисковой работы, проведенной в рамках обучения переводу на основе этой программы.

Задачи проведения опытно-поисковой работы:

-оценка, подведение качественной и количественной статистики навыков китайской устной речи у студентов экспериментальной и контрольной групп с помощью наблюдения;

-оценка обратной связи студентов экспериментальной и контрольной групп о проведенных занятиях с помощью анкетирования;

-оценка эффективности проведенных в экспериментальной и контрольной группах занятий с помощью предварительного и контрольного тестирования;

-оценка общей эффективности использования коммуникативных тематических ситуаций и китайской телевизионной социальной рекламы в качестве основного учебного материала в рамках курса практики устного перевода при обучении китайскому языку как иностранному.

Мы использовали методы наблюдения, анкетирования, тестирования и комплексного статистического анализа для оценки эффективности разработанного курса практики устного перевода, направленного на развитие коммуникативных навыков и навыков устного перевода в котором в качестве основного учебного материала использовались тематические коммуникативные ситуации и китайская социальная реклама.

В качестве экспериментальной и контрольной групп в рамках проведения данного исследования выступили студенты третьего и четвертого курсов в количестве 87 человек. (42 студента экспериментальной группы и 45 студентов контрольной группы) кафедры иностранных языков и перевода Уральского федерального университета. Для экспериментальной группы курс практики устного перевода был разработан с использованием разработанных коммуникативных и тематических ситуаций и китайской телевизионной социальной рекламы в качестве основного учебного материала; для контрольной группы курс перевода был разработан с использованием стандартного учебника перевода с китайского языка, как основного материала.

Содержание параметров оценивания

1) Показатели сформированности устной китайской речи у студентов

Длительность устной речи студента на изучаемом языке является одним из важных критериев переводческих и коммуникативных способностей обучающихся. Для контроля объема устной речи обучающихся мы обращаем внимание на уровень активности каждого студента во время занятий и фиксируем ее, а также используем ее в опросе как критерий для обратной связи с учащимися в процессе преподавания и учебной деятельности.

Качество навыков устной речи контролируется, в основном, по следующим показателям: 1) беглость устной речи студентов и грамотное использование слов, фраз и грамматических конструкций в диалогах и групповых обсуждениях на уроке; 2) грамотное использование слов, фраз и грамматических конструкций в рамках игры по ролям на занятиях. В соответствии со стандартами устной речи для обучающихся начального, среднего и продвинутого уровней, предложенными Алисой Омаджио Хэдли [Hadley 2000: 512], в сочетании с нашими методическими установками, мы разработали следующую шкалу контроля качества устной речи для измерения навыков устного перевода и коммуникативных навыков студентов:

Таблица 2. Контроль качества устной речи

1 балл	Обучающийся может выразить свои мысли на изучаемом языке только одним простым словом или фразой, в произношении много ошибок, не умеет составлять полные предложения. При участии в игре по ролям в рамках занятия содержание речи не отражает тему урока.
2 балла	Обучающийся умеет выразить мысли простыми предложениями или фразами, но с многочисленными паузами и ошибками в грамматике и произношении. Во время игр по ролям речь приближена к теме занятия, но не совсем соответствует ей, ученик не может объяснить свои собственные мысли идеи по теме занятия.
3 балла	Обучающийся во время разговора использует сложные

	предложения с недолгими паузами и незначительными ошибками в произношении и грамматике. Во время игры по ролям содержание речи в основном соответствует теме занятия, ученик может в общих чертах выразить свое мнение по теме занятия.
4 балла	Речь ученика беглая, он использует в речи сложные предложения или ряд предложений, допуская до трех ошибок в грамматике и произношении. При участии в игре по ролям содержание высказываний студента соответствует теме занятия, он может полностью выразить свое мнение по теме занятия.
5 баллов	Речь ученика беглая, он использует в речи сложные предложения или ряд предложений без ошибок, может поддерживать беседу с преподавателем, в игре по ролям речь обучающегося полностью соответствует теме занятия, он способен полностью выразить собственное по теме занятия, а также выразить мысли, выходящие за рамки темы занятия, дополняя дискуссию, может выполнять большой объем заданий по устной речи.

В рамках эксперимента учебный план состоял из 24 тем, преподаваемых в течение 48 академических часов (90 минут). Во время каждого аудиторного занятия мы фиксировали общую длительность устной речи каждого студента, т.е. составили количественную статистику устной речи обучающихся, и оценили качество устной речи в соответствии с упомянутой ранее шкалой мониторинга качества устной речи. Количественные и качественные показатели были изучены для того, чтобы объективно оценить результаты устной речи каждого студента за весь период педагогического эксперимента, а также, чтобы вывести средний объем и качество устной речи всей группы. Подведенные результаты статистики представлены в таблице ниже:

Таблица 3. Статистика количества и качества устной речи экспериментальной группы курса перевода при обучении китайскому языку как иностранному

	N	Наименьшая общая продолжитель ность речи студента (минуты)	Наибольшая общая продолжительность речи студента (минуты)	Общая продолжители ность речи всех студентов	Средняя оценка
Урок 1	42	1,2	4,1	109,7	2,513
Урок 2	42	1,4	4,3	116,2	2,612
Урок 3	42	2,1	4,0	125,5	2,754
Урок 4	42	1,3	4,3	119,9	2,650
Урок 5	42	1,9	4,2	126,5	2,892
Урок 6	42	2,1	4,2	133,5	2,957
Урок 7	42	1,8	4,3	123,2	3,051
Урок 8	42	1,1	4,0	138,6	3,256
Урок 9	42	1,5	4,3	121,3	3,152
Урок 10	42	1,7	4,6	131,6	3,165
Урок 11	42	1,9	4,2	129,7	3,227
Урок 12	42	2,3	5,1	153,5	3,191
Урок 13	42	1,9	4,8	141,9	3,268
Урок 14	42	1,8	4,5	135,8	3,301
Урок 15	42	1,9	4,9	139,1	3,482
Урок 16	42	2,1	5,0	148,9	3,498
Урок 17	42	2,0	5,3	151,7	3,509
Урок 18	42	1,8	5,1	145,6	3,569
Урок 19	42	2,1	5,2	152,6	3,461
Урок 20	42	2,2	5,3	161,0	3,513
Урок 21	42	2,2	5,1	168,5	3,627
Урок 22	42	2,3	5,2	164,7	3,667
Урок 23	42	2,1	5,2	163,8	3,649
Урок 24	42	2,2	5,3	169,9	3,652
N	42			3372,6	3,275

Таблица 4. Статистика количества и качества устной речи в контрольной группе программы по переводу при обучении китайскому языку как иностранному

	N	Наименьшая общая продолжители ность речи студента (минуты)	Наибольшая общая продолжители ность речи студента (минуты)	Общая продолжители ность речи всех студенто в	Средняя оценка
Урок 1	45	1,3	4,1	117,5	2,497
Урок 2	45	1,4	4,2	123,4	2,572
Урок 3	45	2,0	3,9	131,9	2,484
Урок 4	45	1,4	4,1	121,5	2,580

Урок 5	45	1,7	4,0	130,4	2,522
Урок 6	45	1,9	4,1	134,9	2,587
Урок 7	45	1,7	4,0	126,4	2,681
Урок 8	45	1,1	3,8	112,0	2,886
Урок 9	45	1,3	4,1	116,5	2,782
Урок 10	45	1,5	4,2	123,4	2,795
Урок 11	45	1,8	4,2	120,0	2,857
Урок 12	45	2,1	4,9	145,4	2,821
Урок 13	45	1,9	4,5	137,9	2,898
Урок 14	45	1,8	4,2	133,9	2,931
Урок 15	45	1,9	4,5	139,4	3,112
Урок 16	45	2,0	4,8	146,3	3,128
Урок 17	45	1,9	5,0	146,8	3,139
Урок 18	45	1,8	4,9	150,3	3,199
Урок 19	45	1,9	5,1	154,3	3,091
Урок 20	45	2,0	5,1	162,8	3,143
Урок 21	45	2,1	5,1	149,8	3,257
Урок 22	45	2,2	4,9	156,3	3,297
Урок 23	45	2,0	5,0	157,8	3,279
Урок 24	45	2,1	5,1	167,3	3,282
N	45			3306,24	2,909

Исходя из полученных данных, общая длительность устной речи 42 студентов экспериментальной группы в течение изучения 24 учебных тем составила 3372,6 минуты, в то время как общая длительность устной речи контрольной группы составила 3306,2 минуты. Таким образом, каждый студент экспериментальной группы в рамках занятий говорил по-китайски в среднем 80,3 минуты, в то время студенты контрольной группы - 73,4 минуты. Из этих данных мы сделали вывод о том, что экспериментальная группа превзошла контрольную по объему устной речи. Что касается качества устной речи, средний показатель экспериментальной группы - 3,275 балла, а контрольной - 2,909 балла, что означает, что экспериментальная группа превосходила контрольную по качеству устной речи.

Для получения отзывов студентов о проведенных в рамках курса перевода занятиях мы дважды провели анкетирование - до и после проведения педагогического эксперимента. Студентам было предложено заполнить анкету "Оценка занятий по переводу при обучении китайскому языку как

иностранному", чтобы определить их отношение к занятиям до и после педагогического эксперимента. Ниже приведен образец анкеты: см. **ПРИЛОЖЕНИЕ В.**

Первый вопрос проверял, насколько студентом интересно посещать занятия; второй проверял отношение студентов к методам обучения; третий вопрос проверял уровень активности студентов на занятиях; четвертый вопрос проверял, устойчивость внимания студентов на занятиях; пятый вопрос проверял, насколько эффективными для улучшения навыков китайского языка студенты считают проведенные занятия. Результаты опроса - следующие:

Таблица 5. Анкета обратной связи с экспериментальной группой по преподаванию курса перевода при обучении китайскому языку как иностранному

Экспериментальная группа	До эксперимента	После эксперимента
Получение удовольствия от занятий по переводу	3,01	4,17
Предпочтение стиля преподавания	3,12	4,27
степень мотивации	2,92	4,1
устойчивость внимания	3,08	4,08
Уровень владения китайским языком	3,18	4,25

Таблица 6. Анкета обратной связи контрольной группы по преподаванию курса перевода при обучении китайскому языку как иностранному

Контрольная группа	До эксперимента	После эксперимента
Получение удовольствия от занятий по переводу	3,12	3,58
Предпочтение стиля преподавания	3,09	3,13
степень мотивации	3,15	3,25
устойчивость внимания	3,42	3,33
Уровень владения китайским языком	3,45	3,75

ДИАГРАММА 17. Сравнение изменений в отзывах экспериментальной и контрольной групп о программе обучения китайскому переводу



Из данных, приведенных в таблице, видно, что до эксперимента средний уровень интереса к занятиям в экспериментальной группе составлял 3,01 балла, а в контрольной группе - 3,12, что незначительно превышает уровень интереса ЭГ. Из этого можно сделать вывод, что до эксперимента между контрольной и экспериментальной группами не было существенной разницы в общем интересе к курсу, а их общий уровень интереса к занятиям переводом с китайского языка был средним.

После эксперимента, отвечая на вопрос "Интересны ли вам курсы перевода?" Среднее значение в экспериментальной группе составило 4,17 баллов, что больше, чем в контрольной группе (3,58); таким образом, по окончании эксперимента, согласно сравнительному анализу уровня интереса между экспериментальной и контрольной группами, было выявлено, что интерес студентов экспериментальной группы к курсу перевода был выше, чем у студентов контрольной группы, что говорит о том, что использование китайской телевизионной социальной рекламы в качестве учебного материала курса перевода повысило интерес студентов к занятиям.

Анализ результатов опроса об отношении студентов к методам обучения

Из приведенной выше таблицы видно, что средний ответ учеников экспериментальной группы до Эксперимента на вопрос "Как Вы относитесь к методам обучения на занятиях?" составляет 3,12 балла, что меньше, чем среднее значение после эксперимента - 4,27. Это говорит о том, что экспериментальная группа предпочитает введенный в рамках эксперимента метод обучения с использованием социальной рекламы для обучения переводу.

Средняя оценка метода обучения составляла 3,09 балла до эксперимента, а после - 3,13, что значит, что мнение студентов улучшилось, но не в такой степени, как в ЭГ..

Анализ результатов опроса об активности студентов во время учебного процесса

Средние оценки студентов экспериментальной группы по вопросам об уровне активности и концентрации во время занятия до эксперимента были ниже, всего (2,92 и 3,08 баллов), но средние значения после эксперимента значительно улучшились, поднявшись до 4,1 и 4,08 баллов соответственно, что означает, что студенты экспериментальной группы считали себя более активными на уроках к окончанию курса, что доказывает, что содержание и методы учебной программы улучшили мотивацию студентов. Это говорит о повышении мотивации студентов, улучшению внимательности на занятиях, из чего следует вывод, что метод обучения сопутствующий внедрению социальной рекламы в учебную программу курса перевода смог вызвать интерес у студентов.

Что касается контрольной группы, то на вопрос об интересе к занятиям в классе среднее значение до эксперимента составило 3,15 балла, а после - 3,25 балла, что говорит о незначительном улучшении показателей. Это говорит о том, что после проведения педагогического эксперимента студенты контрольной группы не считают, что их мотивация к участию в работе на занятиях сильно изменилась.

Проанализировав данные, полученные в результате анкетирования, мы сделали следующие выводы:

Уровень интереса к занятиям в экспериментальной группе значительно повысился в ходе педагогического эксперимента, студентам нравится изучать китайский язык с помощью коммуникативных тематических ситуаций и телевизионной социальной рекламы в качестве основного учебного материала.

Результаты опроса экспериментальной группы после проведения эксперимента значительно улучшились, что свидетельствует о том, что студенты экспериментальной группы предпочитают данные методы обучения в качестве основного учебного материала для занятий.

Уровень активности и концентрации студентов экспериментальной группы в занятиях повысился по сравнению с тем, который был отмечен до эксперимента, интерес и инициатива студентов к учебе явно улучшились. У студентов контрольной группы не произошло значительного повышения активности на занятиях, а также снизился уровень внимания и концентрации.

Студенты экспериментальной группы отметили, что курс перевода с использованием социальной рекламы в качестве основного учебного материала был более эффективным для повышения уровня владения китайским языком.

Тестирование навыков устной речи студентов

Нами был взят тест на устный перевод и коммуникативные навыки, который разработан в соответствии с шаблоном требований к тесту на знание китайского языка HSKK Государственного Ханьбаня Китая (Канцелярия Международного Совета китайского языка), в основе которого четыре ключевые части: 1) аудирование - повторение услышанного и перевод (10 вопросов, 5 минут); 2) описание картинки (1 вопрос, 1 минута); 3) составление диалога по картинкам (1 вопрос, 3 минуты); 4) ответы на вопросы (2 вопроса, 4 минуты). Содержание тестирования включает в себя изученную в рамках курса новую лексику, коммуникативные навыки. В рамках экзаменов проверялись общие лексические и коммуникативные темы, усвоенные экспериментальной и контрольной группами, поэтому результаты теста были справедливыми и

достоверными. Было роздано, собрано и проверено 87 тестовых заданий. Образец тестового задания представлен в Приложении.

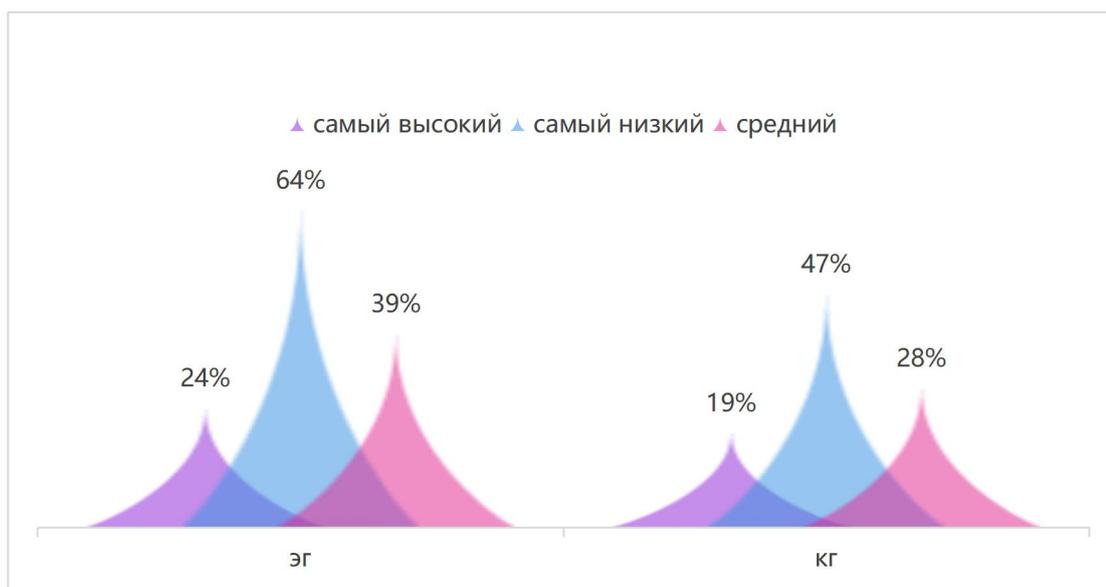
Для того чтобы обеспечить точность и достоверность эксперимента, тестирование устного перевода и коммуникативных навыков был одинаково проведен для студентов контрольной и экспериментальной групп до и после педагогического эксперимента. Этот вид тестирования субъективен, поэтому, чтобы избежать влияния личных предпочтений и предвзятого отношения проводящих эксперимент преподавателей, мы пригласили двух преподавателей с кафедры педагогики, иностранных языков и перевода, чтобы они помогли нам оценить экзамен студентов, который был проведен в соответствии с образцами экзаменационных заданий HSKK Intermediate. После завершения теста мы подсчитали баллы студентов, и результаты оказались следующими:

Таблица 7. Результаты оценки по шкале HSKK в экспериментальной и контрольной группах до и после эксперимента

Статистика работы HSKK в экспериментальной группе			
	Минимальный балл	Максимальный балл	Средний балл
До эксперимента	44	76	61
После эксперимента	72	94	85
Прогресс	64%	24 %	39 %

Статистика производительности HSKK в контрольной группе			
	Минимальный балл	Максимальный балл	Средний балл
До эксперимента	46	75	60
После эксперимента	68	89	77
Прогресс	47%	19%	28%

ДИАГРАММА 18. Сравнимая степень улучшения показателей экспериментальной и контрольной групп до и после эксперимента



Статистический анализ результатов тестирования студентов по экзамену HSKK до эксперимента показал, что самый низкий балл в экспериментальной группе составил 44, самый высокий - 76, а средний - 61, в то время как самый низкий балл в контрольной группе составил 46, самый высокий - 75, а средний - 60, что говорит о том, что между результатами тестирования по HSKK экспериментальной и контрольной групп до эксперимента не было существенной разницы, а уровни владения китайским языком устной речи и коммуникации в двух группах были относительно равны.

После эксперимента самый низкий балл в экспериментальной группе был 72, а самый высокий - 94, а общий средний балл - 83. Студенты контрольной группы набрали 68, 89 и 77 баллов соответственно. Очевидно, что показатели HSKK в обеих группах в определенной степени улучшились.

Сравнимая степень улучшения показателей экспериментальной и контрольной групп до и после эксперимента, можно обнаружить, что средняя степень улучшения показателей экспериментальной группы составила 39% что более чем на 10% выше, чем средняя степень улучшения показателей контрольной группы - 28%. Эта разница указывает на то, что после проведения

педагогического эксперимента навыки устной речи и коммуникации экспериментальной группы значительно повысились, а эффективность разработанного метода обучения выше традиционных.

По результатам опытно-поисковой работы были сделаны следующие выводы:

Во-первых, благодаря использованию видео с социальной рекламой на занятиях по переводу при обучении китайскому языку уровень интереса студентов к обучению и их участия в работе на уроке повысился, как и удовлетворенность методами обучения, также активность студентов на занятиях.

Во-вторых, поскольку содержание социальных реклам не только демонстрировало традиционную китайскую культуру, но и отражало реальную жизнь современного Китая, они вызвали любопытство и интерес обучающихся, вследствие чего они охотно высказывали свои взгляды и мнения по тем или иным темам занятий, а также стремились выразить их на китайском языке и поделиться ими с учителем и одноклассниками.

В-третьих, темы отобранных рекламных роликов охватывают различные аспекты китайской культуры, истории, общества, морали и других глобальных тем, которые понятны носителям любой культуры, могут удовлетворить учебные потребности студентов и способствовать повышению их инициативы в изучении китайского языка как иностранного.

В-четвертых, подробно изучив результаты педагогического эксперимента, включая результаты наблюдения объема и качества устной речи студентов на занятиях, анкетного опроса об оценке студентами учебного курса, итоговой статистики, тестовых баллов студентов, мы смогли доказать, что китайская социальная реклама подходит для применения в качестве основного учебного материала курса перевода при обучении китайскому языку как иностранному и может значительно улучшить навыки устной речи и коммуникативные навыки студентов.

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2

Во второй главе рассмотрена эффективность разработанной методики формирования коммуникативных и устных переводческих навыков при обучении китайскому языку как иностранному (на основе коммуникативных тематических ситуаций и социальной рекламы).

Результаты опытно-поисковой работы позволили сделать следующие выводы:

Разработанная методика включает в себя актуальные для русских студентов методы обучения говорению и устному переводу, прежде всего, новый для российской методики аудиовизуальный метод социальной рекламы, касающийся реальных жизненных ситуаций и широко распространенный в Китае. Социальная реклама исследована как продукт современного общества, который отличается краткостью, лаконичностью, ясностью и подходит для обучения китайскому языку как иностранному, как новый метод обучения, позволяет не только улучшить переводческие и коммуникативные навыки студентов в процессе преподавания китайского языка как иностранного, но и позволяет российским студентам больше узнать о национальных условиях и культуре Китая. Также сделан вывод, что большая часть преподавателей китайского языка используют на своих занятиях мультимедийное учебное оборудование для улучшения качества и эффективности преподавания своего предмета. Универсальная оснащённость аудиторий мультимедийным оборудованием является материальной основой для широкого использования кино- и телересурсов при обучении китайскому языку как иностранному.

В ходе опроса о трудностях обучения у студентов, выявлено, что студенты наиболее заинтересованы в совершенствовании навыков аудирования, говорения и перевода, и последний навык представляется для них наиболее значимым, что связано с тем, что для студентов китайский язык является их вторым, а не первым изучаемым иностранным языком. Разработанная и внедренная в практику обучения русских студентов-лингвистов методика

показала свою эффективность при формировании коммуникативных и устных переводческих навыков.

Результаты опроса студентов по внедренной методике и способам обучения показали, что студентам больше всего нравятся интерактивные игры и ролевые игры; помимо того, многие студенты любят работать в группе и обсуждать тему занятия вместе; выполняя домашние задания, студенты предпочитают дублировать видео и составлять диалоги, а также заучивать новую лексику, потому что её запоминание может расширить словарный запас студента, что лежит в основе освоения китайского языка.

Эффективное внедрение телевизионных социальных роликов в обучение студентов приходило в несколько этапов, которые включают в себя такие основные аспекты, как организационный момент, воспроизведение рекламных роликов, обучение лексике и грамматике, пересказ содержания сюжета в конце просмотра, обсуждение заданных студентами вопросов, касающихся учебного материала, дополнительное объяснение содержания культурологических знаний, коммуникативные упражнения и домашнее задание.

Сравнение результатов, полученных до и после внедрения методики обучения китайскому языку на основе коммуникативных тематических ситуаций и социальных роликов, позволило нам сделать следующие выводы:

- уровень интереса к занятиям в экспериментальной группе значительно повысился в ходе педагогического эксперимента;
- результаты обучения в экспериментальной группе после проведения эксперимента значительно улучшились;
- уровень активности, интереса, инициативы студентов экспериментальной группы в занятиях повысился по сравнению с тем, который был отмечен до эксперимента;
- студенты экспериментальной группы отметили, что курс перевода с использованием социальной рекламы в качестве основного метода обучения был более эффективным для повышения уровня владения китайским языком.

Применение телевизионной социальной рекламы в обучении разговорному китайскому языку является новым инструментом обучения и новым мультимедийным методом обучения. Для повышения эффективности обучения в группе были использованы также следующие интерактивные методы: языковые сценарии, метод дублирования, групповые дискуссии, проблемное обучение, разработанные тематические коммуникативные ситуации по типу кейсов и др.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Практика преподавания китайского языка в России показывает, что формированию коммуникативных и устных переводческих навыков уделяется недостаточное внимание. Учебные планы образовательных программ университетов, где ведется преподавание китайского языка, преимущественно акцентируют внимание на проверку и оценку содержания урока, но не направлены на развитие коммуникативной и устной переводческой компетенции обучающегося. Формирование устных переводческих навыков непосредственно связано с формированием коммуникативных навыков, что является серьезной проблемой для русских студентов.

В настоящем диссертационном исследовании рассмотрена проблема формирования коммуникативных и устных переводческих навыков у студентов-лингвистов при обучении китайскому языку как иностранному.

В ходе проверки гипотезы и реализации цели и задач исследования мы получили следующие результаты:

- проведен сравнительно-сопоставительный анализ научной литературы, посвященной проблеме развития коммуникативных и устных переводческих навыков у лингвистов-переводчиков в России и Китае;

- дан анализ содержания учебников и учебных материалов в области теоретических и практических аспектов в обучении переводу в языковой паре: китайский-русский, используемых в российских и китайских университетах;

- предложены и обоснованы педагогические подходы, методические и частнометодические принципы, методы обучения говорению и устному переводу с русского языка на китайский;

- разработана методика формирования коммуникативных и устных переводческих навыков у лингвистов-переводчиков при обучении китайскому языку как иностранному, включающая актуальные для нашего исследования педагогические подходы, принципы и методы обучения, педагогические условия ее реализации, а также содержательные аспекты;

- разработано и внедрено в учебный процесс учебно-методическое обеспечение, включающее комплекс коммуникативных тематических ситуаций для обучения говорению и устному переводу;

- эффективность разработанной методики проверена в результате опытно-поисковой работы со студентами-лингвистами.

Наиболее эффективным подходом к обучению китайскому языку как иностранному нами выделен и обоснован сценарно-ситуативный подход. Разработка методики формирования коммуникативных и устных переводческих навыков опирается на следующие методические принципы обучения иностранному языку: принцип межкультурного взаимодействия, принцип коммуникативной направленности обучения, принцип ситуативности, принцип аутентичности преподносимого материала, а также специальные для нашего исследования частно-методические принципы: принцип «проживания» и воспроизведения ситуаций, принцип понимания и эмоционально-смыслового оценивания предложенных коммуникативных тематических ситуаций, принцип расчленения потока речи и паузирования, принцип самостоятельного управления речевой деятельностью, выражающийся в самоконтроле и самокоррекции, и др.

Данная методика включает активное использование интерактивных методов обучения, таких, как обучение говорению и устному переводу на основе социальной рекламы, ролевые игры, проблемное обучение и др., на основе разработанной методики создано соответствующее учебно-методическое обеспечение, а именно: тематические коммуникативные ситуации и последующий сопроводительный курс с комплексом упражнений.

Ключевым методом для формирования коммуникативных и устных переводческих навыков у русских студентов-лингвистов выбран аудиовизуальный метод социальной рекламы, широко распространенный в Китае, и относительно новый для российской методики преподавания иностранных языков, т. к. понятие «социальная реклама» отсутствует на российском центральном телевидении.

Теоретический этап исследования проводился на основе анализа вышеперечисленных подходов, принципов и методов, в результате чего нами были выделены как наиболее релевантные для нашего исследования интерактивные методы, в основе которых лежит использование коммуникативных тематических ситуаций и социальной рекламы в обучении китайскому языку как иностранному на начальном этапе.

Практический этап исследования включал в себя опытно-поисковую работу по разработке и внедрению методики формирования коммуникативных и устных переводческих навыков у студентов-лингвистов при обучении китайскому языку как иностранному (на основе коммуникативных тематических ситуаций и социальной рекламы). Практический этап основан на сравнительном анализе эффективности обучения на основе внедрения данной методики.

Эффективное внедрение телевизионных социальных роликов в обучение студентов проходило в несколько этапов, которые включали в себя такие основные аспекты, как организационный момент, воспроизведение рекламных роликов, обучение лексике и грамматике, пересказ содержания социальных роликов в конце просмотра, обсуждение заданных студентами вопросов, касающихся учебного материала, дополнительное объяснение содержания культурологических знаний, коммуникативные упражнения и домашнее задание.

В ходе опытно-поисковой работы были решены следующие задачи:

- проведена качественная и количественная статистическая оценка сформированных навыков говорения и устного перевода у студентов-лингвистов экспериментальной и контрольной групп с помощью наблюдения;

- оценена обратная связь студентов экспериментальной и контрольной групп о проведенных занятиях с помощью анкетирования;

- оценена эффективность проведенных в экспериментальной и контрольной группах занятий с помощью предварительного и контрольного тестирования;

-дана оценка общей эффективности использования коммуникативных тематических ситуаций и китайской телевизионной социальной рекламы в качестве основного учебного материала в рамках курса практики устного перевода при обучении китайскому языку как иностранному.

По результатам опытно-поисковой работы были сделаны выводы, что, рекламные социальные ролики отражают реальную жизнь современного Китая, охватывают различные аспекты китайской культуры, истории, общества, морали, благодаря чему уровень интереса студентов к обучению и их участия в работе на уроке повысился, как и удовлетворенность методами обучения, также активность студентов на занятиях.

Подробно изучив результаты педагогического эксперимента, включая результаты наблюдения за объемом и качеством устной речи студентов на занятиях; анкетный опрос об оценке студентами учебного курса, итоговую статистику, тестовые баллы студентов, экспериментально проверена и доказана эффективность разработанной методики обучения китайскому языку как иностранному. Разработанная методика была реализована на базе кафедры иностранных языков и перевода Уральского федерального университета имени первого Президента России Б.Н. Ельцина в процессе обучения студентов 3, 4 курса бакалавриата, 1 и 2 курсов магистратуры, очной и заочной формы обучения, обучающихся по направлению «Лингвистика», изучающих китайский язык в качестве второго иностранного языка. Всего в исследовании приняли участие 87 человек.

Достиженные результаты указывают на глубину проработки теоретических положений нашего исследования, на разнообразие коммуникативных тематических ситуаций, содержащих реалии бытовой жизни китайцев и культурологические знания. Таким образом, можно говорить о подтверждении выдвинутой нами гипотезы диссертационного исследования об эффективности процесса подготовки студентов-лингвистов в университете по направлению «Лингвистика» при изучении китайского языка как иностранного на основе разработанной методики.

Перспективы нашего исследования могут быть связаны:

- с дальнейшим совершенствованием и разработкой теоретических аспектов методики развития коммуникативной и устной переводческой компетенции студентов-лингвистов при изучении китайского языка;
- с дальнейшей разработкой учебно-методического обеспечения курса практики перевода в языковой паре: китайский-русский;
- с использованием теоретических и практических аспектов разработанной методики в лекционном и практическом курсах обучения иностранным языкам.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аверьянов, А. Н. Категория «система» в диалектическом материализме / А. Н. Аверьянов. – М.: Наука, 1974. – 271 с.
2. Азимов, Э. Г., Щукин А.Н. Новый словарь методических терминов и понятий / Э. Г. Азимов, А.Н. Щукин. – М.: Издательство ИКАР, 2009. – 200 с.
3. Алексеева, И. С. Сценарный подход в подготовке устных переводчиков: учебные конференции / И.С. Алексеева // Вопросы методики преподавания в вузе. – 2020. – Т. 3, вып. 33. – С. 12–26.
4. Алмазова, Н. И. Формирование межкультурной компетентности при обучении иностранному языку в экономическом вузе [Текст] / Н. И. Алмазова // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. – 2003. – Том: 3. – №6. – С. 194–204.
5. Альбрехт, Н. В. Деятельностно–ориентированное обучение иностранному языку студентов профессионально–педагогического вуза: [монография] / Н. В. Альбрехт; науч. ред. С. А. Новоселов. – Федеральное агентство по образованию, ГОУ ВПО "Российский гос. проф.–пед. ун–т", Уральское отд–ние Российской акад. образования, Акад. проф. образования. – Екатеринбург: Российский гос. проф.–пед. ун–т, 2008. – 139 с.
6. Андерсон, Д. Р. Когнитивная психология / Д. Р. Андерсон. – Санкт–Петербург [и др.], 2002. – 492 с.
7. Афанасьев, В. Г. Системность и общество / В. Г. Афанасьев. – М.: Политиздат, 1980. – 368 с.
8. Бабинская, П. К. Коммуникативность и когнитивность – основные категории современной методики обучения иностранным языкам / П. К. Бабинская // Непрерывное обучение иностранным языкам: методология, теория, практика: материалы докл. Междунар. науч.–практ. конф., Минск, 23–24 дек. 2003 г.: в 3 ч. / МГЛУ; редкол.: Н. П. Баранова [и др.]. – Минск. – 2003. – Ч.1. – С. 3–5.

9. Барышников, Н. В. Параметры обучения межкультурной коммуникации в средней школе / Н.В. Барышников // Иностранные языки в школе. – 2002. – №2. – С. 13–16.
10. Бельченко, А. С. Деятельность институтов Конфуция в Российской Федерации / А.С. Бельченко // Вестник РУДН. – 2010. – №1. – С. 65–72.
11. Бердичевский, А. Л. Содержание обучения иностранному языку на основе базовой культуры личности / Бердичевский А.Л. // Иностранные языки в школе. – 2004. – №2. – С. 17–20.
12. Берман, И.М., Бухбиндер В.А. Ситуативность и обучение устной речи / И.М. Берман, В.А. Бухбиндер // Иностранные языки в школе. – 1964. – вып.5. – С. 10–13.
13. Беспалько, В. П. Основы теории педагогических систем / В. П. Беспалько. – Воронеж: Изд-во Воронеж. ун-та, 1977. – 204 с.
14. Бим, И. Л. Общая методика обучения иностранным языкам: хрестоматия / И. Л. Бим. – М. Рус. яз., 1991. – 180 с.
15. Бондаревская, Е.В. Теория и практика личностно-ориентированного образования / Е. В. Бондаревская. – Ростов-на-Дону: Булат, 2000. – 351 с.
16. Вайсбурд, М. Л., Кузьмина Е. В. Роль индивидуальных особенностей учащихся при обучении иноязычному общению / М.Л. Вайсбурд, Е.В. Кузьмина // Иностранные языки в школе. – 1999. – №4. – С. 5–11.
17. Воронина, Г. И. Организация работы с аутентичными текстами молодежной прессы в старших классов школ с углубленным изучением немецкого языка / Г.И. Воронина // Иностранные языки в школе. – 1999. – №2. – С. 11.
18. Выготский, Л. С. Мышление и речь / Л. С. Выготский. – М., 1934. – 324 с.
19. Выготский, Л. С. Полное собрание сочинений / Л.С. Выготский // Педагогика. – 1983. – Т. 6. – С. 113–145.

20. Гальскова, Н. Д. Современная методика обучения иностранным языкам / Н. Д. Гальская. – М.: Аркти; Глосса, 2000. – 64 с.
21. Гальскова, Н. Д., Гез Н.И. Теория обучения иностранным языкам / Н. Д. Гальская, Н.И. Гез. – М.: Издательский центр «Академия», 2006. – 336 с.
22. Гаспарян, Г. Г. Формирование социокультурной компетенции на уроках иностранного языка [Текст] / Г.Г. Гаспарян // Образование в современной школе. – 2009. – №11. – С. 26–28.
23. Груздев, П. Н., Раскин Л. Е., Ганелин Ш. И. Педагогика [Текст] / П. Н. Груздев, Л. Е. Раскин, Ш. И. Ганелин. – Допущено ВКВШ при СНК СССР в качестве учеб. пособия для пед. высших учеб. заведений и ун-тов. – М.: Учпедгиз, 1940. – 624 с.
24. Гузь, Ю. А. Действие как концептуальная основа интерактивного обучения иностранным языкам / Ю.А. Гузь // Sworld: сб. науч. тр. – 2013. – Т. 27. – №4. – С. 14–17.
25. Гузь, Ю. А. Деятельностно–ориентированное обучение иностранным языкам в условиях новой парадигмы самообразования / Ю. А. Гузь // Известия ВГПУ: педагогические науки – 2015. – №2(97). – С. 45-47.
26. Гулакова, М. В., Харченко Г. И. Интерактивные методы обучения в вузе как педагогическая инновация / М.В. Гулакова, Г.И. Харченко // Научно–методический электронный журнал «Концепт». – 2013. – №11 (ноябрь). – С. 31–35.
27. Гураль, С. К., Тихонова Е.В. Организация процесса обучения устному последовательному переводу в свете синергетической теории / С.К. Гураль, Е.В. Тихонова // Язык и культура. – 2013. – №4 (24). – С. 77–82.
28. Гуреева, А. А., Королькова С. А. Обучение переводу с листа в рамках сценарно–ситуативной модели / А.А. Гуреева, С.А. Королькова // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Филология. Журналистика. – 2022. – Т. 22, – вып. 4. – С. 402–408.

29. Гусинский, Э. Н. Построение теории образования на основе междисциплинарного системного подхода / Э. Н. Гусинский. – М.: Школа, 1994. – 184 с.
30. Давлетбаева, Р. Г. Методическая система формирования билингвальной личности младшего школьника: автореферат дис. д. пед. н. / Р. Г. Давлетбаева. – Казань, 2010. – 54 с.
31. Демина, Н. А. Методика преподавания практического китайского языка / Н.А. Демина. – Изд. 2–е., испр. и доп. – Моск. гос. лингвист. ун–т. – Москва, 2006. – 87 с.
32. Демьянков, В. З. Когнитивная лингвистика как разновидность интерпретирующего подхода / В. З. Демьянков // Вопросы языкознания. – 1994. – №4. – С. 17–33.
33. Дистервег, А. Избранные педагогические сочинения [Текст] / А. Дистервег. – Сост. и вступ. статья, В. А. Ротенберга. – Москва: Учпедгиз, 1956. – 374 с.
34. Дмитриенко, Т. А. Современная технология профессиональной подготовки в языковом вузе / Т.А. Дмитриенко // Проблемы современного образования. – 2017. – №6. – С.105–113.
35. Елизарова, Г. В. Культура и обучение иностранным языкам / Г. В. Елизарова. – СПб.: КАРО, 2005. – 352 с.
36. Ермилов, А. Э., Мисевич П.В., Интеллектуализация систем мониторинга с использованием ситуационного подхода и нечеткой логики / А.Э. Ермилов, П.В. Мисевич // Труды НГТУ им. Р.Е. Алексеева – 2017. – №4. – С. 26–28.
37. Ефремова, Т. Ф. Новый словарь русского языка. Толково–словообразовательный / Т. Ф. Ефремова. – М.: Русский язык, 2000. – 116 с.
38. Жарина, О. А., Кудряшова А.Н. Деятельностно–ориентированное обучение иностранным языкам в условиях новой парадигмы самообразования / О.А. Жарина, А.Н. Кудряшева // Известия

Волгоградского государственного педагогического университета. – 2015. – №2(97) – С. 45–47.

39. Жеребило, Т. В. Словарь лингвистических терминов / Т. В. Жеребило. – 5–е изд., – Назрань: ООО «Пилигрим», 2010. – 157 с.

40. Жираткова, Ж. В. Принципы коммуникативных методов обучения иностранному языку в средней школе / Ж. В. Жираткова. – Традиции и новаторство в гуманитарных исследованиях: сб. науч. тр., посвящ. 50–летию ф–та иностр. яз. Мордовского гос. ун–та им. Н. П. Огарева. – Саранск: Изд–во Мордовского ун–та, 2002. – 207 с.

41. Изаренков, Д. И. Обучение диалогической речи / Д. И. Изаренков. – М.: Русский язык, 1981. – 34 с.

42. Изаренков, Д. И. Речевые ситуации. Функциональные типы речевого действия / Д.И. Изаренкова // Русский язык за рубежом. – 1974. – №2. – С. 48–52.

43. Ильина, М. С. Принципы разработки коммуникативных ситуаций как условие формирования коммуникативной культуры в системе «Школа–ССУЗ–ВУЗ» / М.С. Ильина // Социально–экономические и технические системы: исследование, проектирование, оптимизация: Казань. – 2016. – №1(68). – С. 5–7.

44. Караулов, Ю. Н. Русский язык и языковая личность / Ю. Н. Караулов. – М., 1987. – 55 с.

45. Карпова, И. В. Коммуникативно–когнитивный подход к обучению реферированию студентов на продвинутом уровне в неязыковом вузе: дис. канд. пед. наук / И. В. Карпова. – М., 2005. – 150 с.

46. Клиланд, Д., Кинг, В. Системный анализ и целевое управление / Д. Клиланд, В. Кинг. – М.: Сов. Радио, 1974. – 264 с.

47. Кокшаров, Н. В. Взаимодействие, диалог культур / Н. В. Кокшаров. – Санкт–Петербург: Нестор, 2008. – 98 с.

48. Коммуникативные упражнения для обучения иностранным языкам в школе и вузе: материалы к симпозиуму. – Минск. – 1967. – С. 95–96.

49. Корнеева, Л. И., Шельтен А. Основные дидактические аспекты повышения квалификации преподавателей (Россия и Германия) / Л. И. Корнеева, Шельтен А. – сравнительный анализ: учебник. – Екатеринбург, УрФУ, 2012. – 122 с.

50. Королькова, С. А. Сценарно–ситуативный подход к обучению устному переводу / С.А. Королькова // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: «Лингвистика и межкультурная коммуникация». – 2014. – №2. – С. 105–109.

51. Королькова, С. А., Новикова Э.Ю. «Сценарная» модель обучения устному переводу / С. А. Королькова, Э. Ю. Новикова // Современные проблемы науки и образования. – 2013. – №3. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.science–education.ru/109–9286> (дата обращения: 15.04.2023)

52. Кричевская, К. С. Прагматические материалы, знакомящие учеников с культурой и средой обитания жителей страны изучаемого языка / К.С. Кричевская // Иностранные языки в школе. – 1996. – №1. – С. 13-17.

53. Кузьмина, Ю. А. Принцип самодеятельности как основополагающий в немецкой педагогике / Ю.А. Кузьмина // Психология и педагогика: методика и проблемы практического применения. – 2009. – №9. – С. 177–181.

54. Лагутина, Ю. А. Личностно ориентированный подход в обучении иностранному (английскому) языку / Ю. А. Лагутина // Актуальные вопросы филологической науки XXI века : сборник статей IV Международной научной конференции молодых ученых, посвященной 80–летнему юбилею кафедры иностранных языков – Екатеринбург : Издательство Уральского университета. – 2014. – С. 256–260.

55. Леонтьев, А. А. О речевой ситуации и принципе речевых действий / А.А. Леонтьев // Русский язык за рубежом. – 1968. – №2. – С. 19–23.

56. Локтюшина, Е. А. Системный подход как основа проектирования иноязычной подготовки в профессиональных целях / Е. А. Локтюшина //

Современные коммуникации: Язык. Человек. Общество. Культура: сборник статей. – Екатеринбург: Изд-во УМЦ УПИ. – 2014. – С. 134–141.

57. Маркарян, Э. С. Вопросы системного рассмотрения культуры в человеческой деятельности. История материализма как теория социального познания и деятельности / Э. С. Маркарян. – М.: Наука, 1972. – 452 с.

58. Маслова, В. А. Лингвокультурология / В. А. Маслова. – М.: Издательский центр «Академия», 2001. – 320 с.

59. Махмутов, М. И., Гузь Ю. А. Действие как концептуальная основа интерактивного обучения иностранным языкам [Электронный ресурс] / Ю. А. Гузь // SWorld: сб. научных трудов. – 2013. – Т. 27. – №4. – С. 14–17.

60. Мезенцева, М. И. Структура, содержание и методическая организация комплекса учебно-коммуникативных ситуаций для обучения иноязычному речевому этикету студентов технических специальностей / М.И. Мезенцева // Ученые записки: электронный научный журнал Курского государственного университета. – 2014. – №4. – С. 36–41.

61. Мильруд, Р. П. Методика преподавания английского языка / Р. П. Мильруд. – EnglishTeachingMethodology: учеб. Пособие для вузов. 2-е изд. – М.: Дрофа, 2007. – 257 с.

62. Мильруд, Р. П. Обучение культуре и культура обучения языку / Р.П. Мильруд, И.Р. Максимова // Иностранные языки в школе. – 2012. – №5. – С. 12–19.

63. Мильруд, Р. П. Приемы и технологии обучения устной речи / Р.П. Мильруд // Язык и культура. – 2015. – №1(29). – С. 104–121.

64. Мильруд, Р. П. Речевая ситуация как методический прием обучения / Р.П. Мильруд // Иностранные языки в школе. – 1982. – №1. – С. 38–42.

65. Мильруд, Р. П., Кондакова Н.Н. Теории ошибок в методике обучения иностранному языку / Р.П. Мильруд, Н.Н. Кондакова // Психолого-педагогический журнал Гаудеамус. – 2005. – №1 (7). – С. 128–134.

66. Мильруд, Р. П., Максимова И. Р. Современные концептуальные принципы коммуникативного обучения ИЯ / Р.П. Мильруд // Иностранные языки в школе. – 2000. – №4. – С. 24.
67. Миньяр–Белоручев, Р. К. Теория и методы перевода / Р. К. Миньяр–Белоручев. – М., 1996. – 208 с.
68. Миролубов, А. А. Методика обучения иностранным языкам: традиция и современность / А. А. Миролубов. – Обнинск, 2010. – 158 с.
69. Нурлыева, М. А. Сценарно–ситуативный метод в обучении устному переводу / М. А. Нурлыева // Молодой ученый. – 2018. – №15 (201). – С. 241–243. –URL: <https://moluch.ru/archive/201/49458/> (дата обращения: 11.05.2023).
70. Общая методика обучения иностранным языкам в средней школе [Текст]. – Акад. пед. наук СССР. Ин–т общего и политехн. образования; Под ред. [и др.]. – Москва: Просвещение, 1967. – 504 с.
71. Пассов, Е. И. Коммуникативное иноязычное образование: готовим к диалогу культур / Е. И. Пассов. – Минск: Лексис, 2003. – 121 с.
72. Пассов, Е. И. Коммуникативный метод обучения иностранному языку. – Е. И. Пассов. – М.: Русский язык, 1985. – 120 с.
73. Пассов, Е. И. Коммуникативный метод обучения иноязычному говорению / Е. И. Пассов. – М.: Просвещение, 1991. – 223 с.
74. Пассов, Е. И. Основы коммуникативной методики обучения иноязычному общению / Е. И. Пассов. М.: Русский язык, 1989. – 276 с.
75. Пассов, Е. И. Проблемы коммуникативного метода обучения иноязычной речевой деятельности [Текст] / Е. И. Пассов. – Воронеж, 1980. – 114 с.
76. Пассов, Е. И. Программа–концепция коммуникативного иноязычного образования / Е.И. Пассов. – «Развитие индивидуальности в диалоге культур». – М.: Просвещение, 2000. – 161 с.

77. Пассов, Е. И., Кузовлева Н. Е. Основы коммуникативной теории и технологии иноязычного образования: метод. Пособие / Е.И. Пассов, Н.Е. Кузовлева // Русский язык. Курсы. – Москва, 2010. – 568 с.
78. Перетяцько, Г. И. Теоритические аспекты личностно–ориентированного обучения / Г. И. Перетяцько. – Евразийский Союз Ученых, 2014. – 35 с.
79. Розенбаум, Е. М. Основы обучения диалогической речи на языковом факультете педагогических вузов / Е. М. Розенбаум. – М.: Высшая школа, 1975. – 27 с.
80. Рубинштейн, С. Л. Основы общей психологии. / С. Л. Рубинштейн. – М., 1940. – 720 с.
81. Садовский, В. Н. Основания общей теории систем: логико–методол. анализ / В. Н. Садовский. – М.: Наука, 1974. – 276 с.
82. Садовский, В. Н. Философский энциклопедический словарь / В. Н. Садовский. – М.: Наука, 1983. – 495 с.
83. Самосенкова, Т. В. Коммуникативное пространство преподавательского поля обучения РКИ: Полилингвокультурный феномен / Т. В. Самосенкова. – Белгород, НИУ «Белгородский Государственный Университет», 2008. – 58 с.
84. Сафонова, В. В. Изучение языков международного общения в контексте диалога культур и цивилизаций / В.В. Сафонова // Язык и культура. – 2014. – №1(25). – С. 123-141.
85. Сафонова, В. В. Проблемы социокультурного образования в языковой педагогике: культуроведческие аспекты языкового образования. Сб. науч. трудов / В.В. Сафонова // Еврошкола. – 1998. – С.27–35.
86. Сафонова, В. В. Соизучение языков и культур в зеркале мировых тенденций развития современного языкового образования / В.В. Сафонова // Язык и культура. – 2014. – №1(25). – С. 123–141.
87. Сафонова, В. В., Россинская А.Н. Коммуникативно–речевая, культуроведческая и когнитивная направленность процесса стандартизации

языкового образования в России, США и Канаде / В.В. Сафонова, А.Н. Россинская // Вестник Московского университета. Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2008. – Вып. 2. – С. 137–156.

88. Семушина, Л. Г., Ярошенко Н. Г. Содержание и технологии обучения в средних специальных учебных заведениях / Л. Г. Семушина, Н. Г. Ярошенко. – учеб. пособие для преп. учреждений сред. проф. образования. – М.: Мастерство, 2001. – 272 с.

89. Серебрякова, А. Ю. О компонентах коммуникативной ситуации / А.Ю. Серебрякова // Вестник Южно–Уральского государственного университета. Серия: Лингвистика. – 2009. – №25. – С. 30–32.

90. Серединцева, А. Н. Коммуникативно–ситуативное обучение студентов педагогического колледжа иностранному языку (на материале английского языка) / А. Н. Серединцева. – дисс. к. пед. н. Волгоград, 2007. – 85 с.

91. Сериков, В. В. Личностный подход в образовании: концепция и технологии: Монография / В. В. Сериков. – Волгогр. гос. пед. ун–т. – Волгоград: Перемена, 1994. – 150 с.

92. Скалкин, В. Л. Коммуникативные упражнения на английском языке / В.Л. Скалкин.- М.: Просвещение, 1983. – 128 с.

93. Скалкин, В. Л. Ситуация, тема и текст в лингвистическом аспекте / В.Л. Скалкин // Русский язык за рубежом. – 1983. – №3. – С. 52–58.

94. Скалкин, В. Л., Рубинштейн Г. А. Речевые ситуации как средство развития неподготовленной речи / В.Л. Скалкин, Г.А. Рубинштейн // Иностранные языки в школе. – 1966. – №4. – С. 155–161.

95. Слэй, Н. Сценарий как средство обучения иностранному языку / Слэй Н. // Монтерей, Калифорния. – 2018. – №3. – С. 177–182.

96. Соболева, А. В. Типы учебно–речевых ситуаций и их место при обучении устно–речевому иноязычному общению / А. В. Соболева // Молодой ученый. – 2009. – №11 (11). – С. 320–323.

97. Соловова, Е. Н. Итоговая аттестация за курс начальной школы [Текст] / Е. Н. Соловова, А.Б. Година. – М.: Экзамен, 2012. – 115 с.
98. Соловова, Е. Н. Методика обучения иностранным языкам / Е. Н. Соловова. - 4-е изд. - М.: Просвещение, 2006. – 238 с.
99. Статник, О. Г. Коммуникативная ситуация в обучении иноязычному общению будущих педагогов / О.Г. Статник // Филологические науки. Вопросы, теории и практики. – 2017. – №2–1 (68). – С. 204–207.
100. Сысоев, П. В. Язык и культура: в поисках нового направления в преподавании культуры страны изучаемого языка / П.В. Сысоев // Иностранные языки в школе. – 2001. – №4. – С. 12–17.
101. Тарева, Е. Г. Межкультурный подход к подготовке современных лингвистов / Е.Г. Тарева // Межкультурное многоязычное образование как фактор социальных трансформаций: становление и развитие научной школы: Сборник научных статей. – М.: ООО «Языки Народов Мира», 2021. – С. 33–34.
102. Тер–Минасова, С. Г. Язык и межкультурная коммуникация / С. Г. Тер–Минасова. – М.: Изд–во МГУ, 2004. – 261 с.
103. Халеева, И. И. Интеркультура – третье измерение межкультурного взаимодействия (Из опыта подготовки переводчиков) / И.И. Халеева // Актуальные проблемы межкультурной коммуникации: сб. науч. тр. Вып. 444. М.: Моск. гос. лингв. ун–т, 1999. – С. 5–14.
104. Халяпина, Л. П. Трансформация концепта «языковая личность» в теории и методике обучения иностранным языкам / Л.П. Халяпин // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И.Герцена. – 2006. – Т. 7. –№21–1. – С. 91–102.
105. Хуторской, А. В. Современная дидактика: учеб. пособие / А. В. Хуторской. – М.: Высшая школа, 2007. – 639 с.
106. Шепетилова, А. В. Когнитивный принцип в обучении второму иностранному языку: к вопросу о теоретическом обосновании / А.В.

Шепетилова // Иностранные языки в школе. – Москва. – 2003. – №2. – С. 69–73.

107. Шехтер, И. Ю. Живой язык / И.Ю. Шехтер. – М.: Ректор, 2005. – 121 с.

108. Щеглова, Н. В. Формирование коммуникативной компетенции в процессе обучения иностранным языкам / Н.В. Щеглова // Историческая и социально–образовательная мысль. – 2011. – №4 (9). – С. 105–107.

109. Эльконин, Д. Б. Избранные психологические труды [Текст] / Д. Б. Эльконин; под ред. В. В. Давыдова, В. П. Зинченко; [авт. вступ. ст. и коммент. В. В. Давыдов]; АПН СССР / Д.Б. Эльконин. – М.: Педагогика, 1989. – 554 с.

110. Юдин, Э. Г. Методологическая природа системного подхода / Э. Г. Юдин // Системные исследования. – М.: Наука. – 1973. – С. 38 – 52.

111. Якиманская, И. С. Технология личностно–ориентированного образования / И. С. Якиманская. – М.: Сентябрь, 2000. – 176 с.

112. Яковлева, Н. О. Теоретико–методологические основы педагогического проектирования / Н. О. Яковлева. – М–во образования Рос. Федерации. Акад. труда и соц. отношений. – М.: Информ.–изд. центр АТиСО, 2002. – 239 с.

113. Бай Ган. Язык кино и телевидения, предметное восприятие и преподавание китайского языка = 影视语言, 主体感应与汉语教学 / Бай Ган // Избранные доклады шестого международного симпозиума по преподаванию китайского языка как иностранного. – 2001. – С. 679–687.

114. Ван Гуоань. Международное продвижение китайского языка и китайская культура = 汉语国际推广与中国文化 / Ван Гуоань. – Шанхай: Издательство «Сюэ Линь», 2008. – 203 с.

115. Ван Домин. Словарь китайских рекламных терминов = 中国广告用语词典 / Ван Домин. – Сычуань: Издательство «Сычуаньский университет», 1996. – 545 с.

116. Ван Сяолин. Изучение китайского языка путем просмотра фильмов = 看电影学汉语 / Ван Сяолин. – Сиань: Издательство Шэньсийского нормального университета, 2005. – 236 с.

117. Ван Фанчжоу. Исследование преподавания фильмов и телевизионных произведений в рамках комплексного изучения китайского языка как иностранного = 影视作品应用于对外汉语综合课的教学研究 / Ван Фанчжоу. – Хунань: Издательство Хунаньского университета, 2014. – 47 с.

118. Вань Илин. Преподавание китайской лексики = 汉语词汇教学 / Вань Илин. – Пекин: Издательство Пекинского университета языка и культуры, 2010. – 238 с.

119. Дай Яньцзе. Применение программного обеспечения для дубляжа английского языка в обучении иностранным языкам = 英语配音软件在外语教学中的应用 / Дай Яньцзе // Китайское образовательное технологическое оборудование. – 2016. – № 19. – С. 42–43.

120. Дин Цзюньцзе. Общая теория современной рекламы = 现代广告通论 / Дин Цзюньцзе. – Пекин: Издательство «Китайский коммуникационный университет», 2007. – 364 с.

121. Жэнь Юань. Ретроспектива и перспективы изучения методики обучения китайскому языку как иностранному = 对外汉语教学法研究的回顾与展望 / Жэнь Юань // Обучение языку и его исследование. – 1994. – № 2. – С. 90–103.

122. Ли Сяодань. Учебный план для среднего уровня аудирования на китайском языке с использованием китайской телевизионной социальной рекламы = 以中国电视公益广告为真实语料的汉语中级听说课程教学设计 / Ли Сяодань. – Сямэнь: Издательство Сямэньского университета, 2017. – 145 с.

123. Ли Цюань. Направления и проблемы исследований в области преподавания китайского языка как иностранного в новую эпоху = 新时代

对外汉语教学研究的取向与问题 / 李 娟 // Преподавание языков и исследования. – 2020. – № 1. – С. 2–10.

124. Лу Мэйянь. Как повысить интерес к современному преподаванию китайского языка = 如何提高现代汉语教学的趣味性 / Лу Мэйянь // Западное качественное образование. – 2019. – № 5. – С. 183–185.

125. Лю Сюнь. Введение в обучение китайскому языку для иностранцев = 对外汉语教育学引论 / Лю Сюнь. – Пекин: Издательство Пекинского университета языка и культуры, 2000. – 422 с.

126. Лю Сяоце. Анализ целесообразности и применимости телевизионных рекламных объявлений в классах по преподаванию китайского языка и культуры для иностранцев = 电视公益广告在对外汉语文化教学课上的可行性和应用性分析 / Лю Сяоце. – Шэньси: Издательство Шэньсиского педагогического университета, 2017. – 46 с.

127. Лю Фухуа. Исследование обучения китайскому языку как второму языку = 汉语作为第二语言教学研究 / Лю Фухуа, Лю Личэн, Ли Си. – Пекин: Изд-во Пекин. ун-та языков и культуры, 2019. – 397 с.

128. Лю Хайфэн. Разработка аудиовизуального курса разговорного китайского языка как иностранного с использованием фильмов и телевизионных роликов в качестве учебных ресурсов = 以影视广告为教学资源的对外汉语视听说课程设计 / Лю Хайфэн. – Хэбэй: Издательство Хэбэйского университета, 2014. – 49 с.

129. Лю Юэхуа, Лю Сяньмин. Истории китайского народа – аудиовизуальный самоучитель китайского языка для начального среднего уровня = 中国百姓身边的故事–初中级汉语视听说教程 / Лю Юэхуа, Лю Сяньмин. – Пекин: Издательство «Мир книги», 2008. – 200 с.

130. Люй Бисун. Выступление на симпозиуме по качественным, позиционным и количественным проблемам преподавания китайского языка как иностранного = 在对外汉语教学的定性、定位、定量问题座谈会

上的发言,世界汉语教学 / Люй Бисун // Преподавание китайского языка в мире. – 1995. – № 1. – С. 9–13.

131. Люй Бисун. Общие сведения о развитии обучения китайскому языку = 对外汉语教学发展概要 / Люй Бисун. – Пекин: Изд-во Пекин. ун-та языков и культуры, 1990. – 205 с.

132. Люй Бисун. Разговор о природе и особенностях преподавания китайского языка как иностранного = 谈谈对外汉语教学的性质和特点 / Люй Бисун // Преподавание и исследование языков. – 1982. – № 2. – С. 4–24.

133. Люй Бисун. Размышления о проблемах теоретических исследований в области преподавания китайского языка как иностранного = 对外汉语教学的理论研究问题刍议 / Люй Бисун // Преподавание языков и исследования. – 1992. – № 1. – С. 61–68.

134. Люй Бисун. Сочетание структуры, значения и функции в обучении языку = 语言教学中结构、意义和功能的结合 / Люй Бисун. – Пекин: Обучение китайскому языку, – 1987. – 169 с.

135. Люй Бисун. Об исследовании методики обучения языку = 漫谈语言教学法的研究 / Люй Бисун // Обучение языку и его исследование. – 1984. – № 03. – С. 38–43.

136. Люй Бисун. Развитие методики обучения китайскому языку как иностранному в Китае = 中国对外汉语教学法的发展 / Люй Бисун // Обучение китайскому языку в мире. – 1989. – № 4. – С. 193–202.

137. Ма Лицзюнь. Первоначальное исследование вспомогательной роли видеорекламы в профессиональном обучении иностранным языкам = 视频广告对专业外语教学的辅助作用初探 / Ма Лицзюнь // Китайское внешкольное образование. – 2014. – № 3. – С. 62–63.

138. Ма Цзыхань, Ли Цзян. Анализ традиционных культурных элементов Китая в кино и телевизионной социальной рекламе в распространении новостей = 浅析我国传统文化元素在影视公益广告中国的

传播运用 / Ма Цзыхань, Ли Цзян // Руководство по исследованию новостей.
– 2015. – № 9. – С. 177–179.

139. Ни Чуаньбинь. Анализ потребностей иностранных студентов в китайском языке = 外国留学生的汉语需求分析 / Ни Чуаньбин // Преподавание языков и исследования. – 2007. – № 1. – С. 68–76.

140. Общая международная программа обучения китайскому языку как иностранному = 国际汉语教学通用课程大纲 / Штаб-квартира Института Конфуция, Ханьбань. – Пекин: Изд-во Пекин. ун-та яз. и культуры, – 2008. – 272 с.

141. Пань Цзэхун. Введение в социальную рекламу = 公益广告导论 / Пань Цзэхун. – Пекин: Издательство радио и телевидения Китая, 2001. – 341 с.

142. Сюй Чжицзянь. Теория и методика мультимедийного обучения иностранным языкам = 多媒体外语教学理论与方法 / Сюй Чжицзянь. – Сямэнь: Издательство Сямэньского университета, 2010. – 259 с.

143. Тао Синь. Исследование по отбору произведений кино и телевидения для учебников китайского языка как иностранного по кино и телевидению для среднего и продвинутого уровней = 中高级对外汉语影视教材中影视作品选编问题研究 / Тао Синь. – Цзинань: Издательство Цзинаньского университета, 2013. – 47 с.

144. Тянь Баньчао. Изучение китайского языка через просмотр фильмов: новое исследование зарубежного аудиовизуального преподавания китайского языка = 看电影学汉语–海外汉语视听说教学新探 / Тянь Баньчао // Обзор фильмов.– 2010. – № 23. – С. 72–73.

145. Фэн Вэйган. Аудиовизуальное обучение и подготовка учебных материалов = 视听说教学及其教材的编写 / Фэн Вэйган // Преподавание китайского языка в мире. – 1995. – № 19. – С. 95–100.

146. Ху Синьли. Преподавание китайского кино и телевидения и развитие коммуникативных навыков иностранных студентов = 中国影视教

学与留学生交际能力培养 / 徐 辛颖 // зарубежное образование в области китайского языка. – 2015. – № 4. – С. 486–491.

147. Хэ Айсюань. Использование фильмов и телевизионных произведений для развития навыков межкультурной коммуникации у европейских и американских студентов = 利用影视作品培养欧美留学生跨文化交际意识 / 徐 Айсюань. – Сычуань: Издательство Сычуаньского педагогического университета, 2015. – 39 с.

148. Цао Чжиэнь. Исследования по созданию курсов для операторов в преподавании китайского языка = 在汉语教学中开设影师课程的研究与探索 / Цао Чжиэнь. – Шаньдун: Издательство Шаньдунского педагогического университета, 2011. – 50 с.

149. Цуй Силян. О позиционировании дисциплины "Китайское международное образование" = 关于汉语国际教育的学科定位问题 / Цуй Силян // Преподавание китайского языка в мире. – 2015. – № 3. – С. 405–411.

150. Чан Динь Лам. Роль ситуации в обучении иностранным языкам / Чан Диль Лам // Педагогические науки. – 2013. – №10. – С. 61–64.

151. Чжан Гэ. Роль мобильных приложений в улучшении преподавания устного английского языка в системе базового образования на примере "EnglishFluentSpeaking" = 移动 APP 在基础教育英语口语教学中的提升作用—以“英语流利说”为例 / Чжан Гэ // ManagementObserver. – 2019. – № 3. – С. 142–143.

152. Чжан Лу, Хуэй Шань. Обзор и анализ учебных тем и интересов в китайских аудиовизуальных материалах по разговорной речи = 汉语视听说教材教学话题与话题兴趣的调查分析 / Чжан Лу, Хуэй Шань // Преподавание языков и исследования. – 2017. – № 2. – С. 17–27.

153. Чжан Лу. Исследование содержания и выбора темы аудиовизуального учебника китайского языка как иностранного = 对外汉语

视听说教材内容取材和话题选择研究 / Чжан Лу // Современные языки. – 2011. – № 1. – С. 142–145.

154. Чжан Тяньсюн. Сравнение и размышление о различиях в дизайне палочек для еды между Китаем, Японией и Кореей = 中日韩筷子设计差异的对比与思考 / Чжан Тяньсюн // Художественные технологии. – 2017. – № 10. – С. 245–247.

155. Чжан Яцзюнь. Преподавание китайского языка как иностранного = 对外汉语教学法 / Чжан Яцзюнь. – Пекин: издательство «Современность», 1990. – 217 с.

156. Чжао Сяоянь. Исследование тематики материалов для интенсивного чтения на китайском языке среднего уровня как иностранного = 对外汉语中级精读教材话题研究 / Чжао Сяоянь. – Цзинань: Издательство Цзинаньского университета, 2007. – 52 с.

157. Чжао Цзиньмин. Обзор и переосмысление преподавания китайского языка как иностранного = 对外汉语教学法回视与再认识 / Чжао Цзиньмин // Преподавание китайского языка в мире. – 2010. – № 2. – С. 243–254.

158. Чжао Цзиньмин. Общее введение в обучение китайскому языку как иностранному = 对外汉语教学概论 / Чжао Цзиньмин. – Пекин: Коммерческое издательство, 2004. – 516 с.

159. Чжао Цзиньмин. Преподавание китайского как второго языка = 汉语作为第二语言技能教学 / Чжао Цзиньмин. – Пекин: Издательство Пекинского университета, 2010. – 292 с.

160. Чжао Цзиньмин. Современная ситуация и перспективы исследований в области преподавания китайского языка как иностранного = 对外汉语教学研究的现状与前瞻 / Чжао Цзиньмин // Китайский язык. – 1996. – № 6. – С. 447–453.

161. Чжао Цзиньхэ. Исследование применения телевизионных ресурсов социальной рекламы в преподавании китайского языка как

иностранного = 电视公益广告资源在对外汉语教学中的应用研究 / Чжао Цзиньхэ. – Шеньян: Издательство Шеньянского педагогического университета, 2018. – 45 с.

162. Чжао ЦзиньЮань. Риторический анализ языка общественных объявлений = 公益广告语言的修辞分析 / Чжао ЦзиньЮань // Журнал Хубэйского университета экономики. – 2009. – № 2. – С. 139–140.

163. Чжао Чэнь. История китайской рекламы = 中国广告史 / Чжао Чэнь. – Пекин: Издательство высшего образования, 2008. – 422 с.

164. Чжоу Сяобин, Чжао Синь. Текущая ситуация с учебниками интенсивного чтения на китайском языке среднего уровня и составлением новых учебников = 中级汉语精读教材的现状与新型教材的编写 / Чжоу Сяобин, Чжао Синь // Изучение китайского языка. – 1999. – № 1. – С. 53–56.

165. Чжоу Сяобин. Введение в преподавание китайского языка как иностранного = 对外汉语教学入门 / Чжоу Сяобин. – Гуанчжоу: Издательство Чжуншаньского университета, 2009. – 449 с.

166. Чжоу Хайнин. Исследование телевизионной социальной рекламы как аудиовизуального учебного ресурса для популяризации традиционной китайской культуры = 电视公益广告作为视听教学资源传播中国传统文化初探 / Чжоу Хайнин. – Цзилинь: Издательство Цзилиньского университета, 2014. – 73 с.

167. Чжун Вэньянь. Анализ и исследование аудиовизуального преподавания китайского языка как иностранного и его учебных материалов = 对外汉语视听教学及其教材的分析与研究 / Чжун Вэньянь. – Пекин: Издательство Пекинского университета языка и культуры, 2006. – 45 с.

168. Чэн Тан. Стратегия развития преподавания китайского языка как иностранного = 对外汉语教学学科发展说略 / Чэн Тан // изучение китайского языка. – 2004. – № 6. – С. 42–50.

169. Чэн Юйчжэнь. История развития преподавания китайского языка как иностранного = 对外汉语教学发展史 / ЧэнЮйчжэнь // Динамика и исследование преподаваниякитайскогоязыкакаккиностранноговмире. – 2005. – № 2. – С. 53–58.

170. Чэнь Сяодие. Исследование применения телевизионных рекламных объявлений в преподавании китайского языка иностранцам = 电视公益广告在对外汉语翻译课教学中的应用研究 / Чэнь Сяодие. – Сиань: Издательство Северо–Западного университета, 2021. – 62 с.

171. Чэнь Цзе. Рациональное использование мультимедиа в обучении китайскому языку как иностранному = 对外汉语教学中多媒体的合理利用 / Чэнь Цзе // Исследования в области морского образования. – 2006. – № 1. – С. 66–68.

172. Чэнь Янь, Чжао Хун. Интерактивные формы обучения в комплексном курсе преподавания китайского языка как иностранного = 对外汉语教学综合课的互动教学形式 / Чэнь Янь, Чжао Хун // Хэйлунцзянские исследования в области высшего образования. – 2005. – № 8. – С. 151–152.

173. Шан Цзиньюй. Учебно–речевые ситуации в формировании коммуникативной компетенции китайских студентов / Шан Цзиньюй // Новые педагогические исследования. – 2020. – №3. – С. 67–71.

174. Ши Гуанхэн. Преподавание китайского языка как иностранного – новая дисциплина = 对外汉语教学是一门新型的学科 / Ши Гуанхэн. – Пекин: Издательство Пекинского института языка и культуры, 1994. – 34 с.

175. Ши Сяоянь. Проблемы и меры борьбы с перевернутым классом для разговорного английского языка в колледже = 大学英语口语翻转课堂问题与对策 / Ши Сяоянь, Лю Дуань // Канал английского языка. – 2019. – № 4. – С. 99–100.

176. Шо Цзинмин. Общая теория современного китайского языка = 现代汉语通论 / Шо Цзинмин. – Шанхай: Шанхайское образовательное издательство, 2007. – 159 с.

177. Шэн Янь. Принципы преподавания языка = 语言教学原理 / Шэн Янь. – Чунцин: Издательство Чунцин, 2006. – 401 с.

178. Ю Айсюэ. Иерархическое обучение аудированию и гипотеза Крашена о "входных данных" = 分层次听力教学与克拉申“输入”假说 / Ю Айсюэ // Научно–техническая информация. – 2012. – № 32. – С. 561–562.

179. Юань Яньхуа. Использование аутентичных корпусов для улучшения понимания речи на слух = 运用真实语料提高听力理解能力 / Юань Яньхуа // Преподавание иностранных языков и исследования. – 2008. – № 12. – С. 106–108.

180. Юй Гоцзин. Размышления о телевизионной социальной рекламе = 对电视公益广告的思考 / Юй Гоцзин // Современный аудиовизуал. – 2009. – № 1. – С. 85–86.

181. Юй Гэньюань. Введение в язык рекламы = 广告语言概论 / Юй Гэньюань. – Пекин: Издательство радио и телевидения Китая, 2007. – 278 с.

182. Ян И. Оценка преподавания китайского языка = 汉语教学评价 / Ян И. – Пекин: Издательство Пекинского университета языка и культуры, 2008. – 320 с.

183. Ян Чуньсюе. Обзор исследований по методике обучения китайскому языку иностранному с 2000 года = 2000年以来的对外汉语教学方法研究评述 / Ян Чуньсюе // Вестник Цзиньян. пед. ин-та. – 2008. – № 12. – С. 140–143.

184. Ян Юань. Исследование торговых названий как аутентичного корпуса и его применение в преподавании китайского языка как иностранного = 作为真实语料的商品名称调查及其在对外汉语教学中的应

用 / Ян Юань. – Юньнань: Издательство Юньнаньского университета, 2011.
– 61 с.

185. Hadley A. O. Hadley Teaching Language in Context / Hadley Alice Omaggio. – Boston, Mass. : Heinle & Heinle – Thomson Learning, 2000. – 512 с.

186. <http://gy.nrta.gov.cn> 全国优秀广播公益广告作品库(дата обращения: 21.11.2023)

ПРИЛОЖЕНИЕ А.

问卷调查	Анкетирование
您好！感谢您参与本次的问卷调查，本次调查是为了了解您所在学校的汉语教学现状以及电视公益广告在对外汉语课堂中的应用现状，以期丰富对外汉语教学资源，探索汉语教学新形式。此次调查为匿名形式，题目选项无对错之分，再次感谢您的配合和参与。	Здравствуйте! Благодарим Вас за участие в опросе. Целью данного опроса является понимание текущей ситуации с преподаванием китайского языка в Вашем учебном заведении, а также текущее применение телевизионной социальной рекламы в преподавании китайского языка как иностранного. Исследование направлено на приумножение ресурсов для преподавания китайского языка как иностранного и поиск новых методов обучения. Опрос анонимный, в нем нет правильных и неправильных ответов. Еще раз благодарим Вас за содействие.
1.您所任教的国家是哪里？ [填空题] *	1. В какой стране Вы преподаете? [Заполните пропуск]*
_____	_____
2.您所教授的课型是什么？ [多选题] *	2. Какой предмет Вы преподаете? [Несколько вариантов ответа]*
<input type="checkbox"/> 翻译课	<input type="checkbox"/> Перевод
<input type="checkbox"/> 听力课	<input type="checkbox"/> Аудирование
<input type="checkbox"/> 口语课	<input type="checkbox"/> Устная речь
<input type="checkbox"/> 阅读课	<input type="checkbox"/> Чтение
<input type="checkbox"/> 写作课	<input type="checkbox"/> Письмо
<input type="checkbox"/> 文化课	<input type="checkbox"/> Культура
3.您所在的学校汉语翻译课课时占比是多少？ [单选题] *	3. Сколько процентов от учебного плана составляют занятия по переводу в Вашем учебном заведении? [Один вариант ответа]*
<input type="radio"/> 90%-100%	<input type="radio"/> 90%-100%
<input type="radio"/> 80%-90%	<input type="radio"/> 80%-90%
<input type="radio"/> 70%-80%	<input type="radio"/> 70%-80%
<input type="radio"/> 60%-70%	<input type="radio"/> 60%-70%
<input type="radio"/> 50%及以下	<input type="radio"/> 50% и менее
4.您的课堂上配有多媒体教学设备吗？ [单选题] *	4. Оснащена ли Ваша аудитория мультимедийным учебным оборудованием? [Один вариант ответа]*
<input type="radio"/> 有	<input type="radio"/> Да
<input type="radio"/> 没有 (请跳至第 6 题)	<input type="radio"/> Нет (Перейдите к вопросу №6)
5.您在课堂上使用过多媒体设备吗？ [单选题] *	5. Используете ли Вы мультимедийное учебное оборудование во время Ваших занятий? [Один вариант ответа]*
<input type="radio"/> 经常使用	<input type="radio"/> Часто использую
<input type="radio"/> 偶尔使用	<input type="radio"/> Иногда использую
<input type="radio"/> 从未使用	<input type="radio"/> Никогда не использую
6.翻译课上您最常用的教学手段是什么？ [多选题] *	6. Какие способы преподавания Вы чаще всего используете на занятиях по переводу? [Несколько вариантов ответа]*
<input type="checkbox"/> 语言讲授	<input type="checkbox"/> Чтение лекций
<input type="checkbox"/> 文字输入	<input type="checkbox"/> Тексты

<input type="checkbox"/> 图片展示	<input type="checkbox"/> Изображения
<input type="checkbox"/> 视频播放	<input type="checkbox"/> Видеоматериалы
<input type="checkbox"/> 音频播放	<input type="checkbox"/> Аудиоматериалы
<input type="checkbox"/> 体验式教学	<input type="checkbox"/> Экспериментальные способы обучения
<input type="checkbox"/> 其他 _____	<input type="checkbox"/> Другое _____
7.您在汉语课堂上播放过影视作品吗？ [单选题] *	7. Используете ли Вы фильмы или телепередачи в качестве учебного материала во время занятий по переводу? [Один вариант ответа]*
<input type="radio"/> 经常播放	<input type="radio"/> Часто использую
<input type="radio"/> 偶尔播放	<input type="radio"/> Иногда использую
<input type="radio"/> 从未播放 (请跳至第 11 题)	<input type="radio"/> Никогда не использую (Перейдите к вопросу №11)
8.您在课堂上选择播放某部影视作品的主要原因是什么？ [多选题] *	8. Какова основная причина, по которой Вы решаете показать определенный фильм или телепередачу во время занятия? [Несколько вариантов ответов]*
<input type="checkbox"/> 补充教学内容	<input type="checkbox"/> Внесение разнообразия в учебную программу
<input type="checkbox"/> 锻炼听说能力	<input type="checkbox"/> Тренировка навыков аудирования и говорения учащихся
<input type="checkbox"/> 活跃课堂气氛	<input type="checkbox"/> Оживление атмосферы в аудитории
<input type="checkbox"/> 自己感兴趣	<input type="checkbox"/> Собственный интерес
<input type="checkbox"/> 学生感兴趣	<input type="checkbox"/> Интерес учащихся
<input type="checkbox"/> 课堂休息	<input type="checkbox"/> Возможность отдохнуть от учебного процесса
9.您的学生是否喜欢在课堂上使用影视作品进行汉语教学？ [单选题] *	9. Нравится ли учащимся, когда Вы используете фильмы или телепередачи в процессе обучения? [Один вариант ответа]*
<input type="radio"/> 非常喜欢	<input type="radio"/> Очень нравится
<input type="radio"/> 喜欢	<input type="radio"/> Нравится
<input type="radio"/> 一般	<input type="radio"/> Они равнодушны
<input type="radio"/> 不喜欢	<input type="radio"/> Не нравится
10.您在汉语课堂中使用过电视广告吗？ [单选题] *	10. Используйте ли Вы телевизионную рекламу в качестве учебного материала на Ваших занятиях? [Один вариант ответа]*
<input type="radio"/> 经常使用	<input type="radio"/> Часто использую
<input type="radio"/> 偶尔使用	<input type="radio"/> Иногда использую
<input type="radio"/> 从未使用	<input type="radio"/> Никогда не использую
11.您觉得商业广告和公益广告,哪种更适合对外汉语教学？ [单选题] *	11. Что, по Вашему мнению, больше подходит для преподавания китайского языка как иностранного, коммерческая реклама или социальная? [Один вариант ответа]*
<input type="radio"/> 商业广告	<input type="radio"/> Коммерческая реклама
<input type="radio"/> 公益广告	<input type="radio"/> Социальная реклама
<input type="radio"/> 都不适合	<input type="radio"/> Ни одна не подходит
12.您赞同将电视公益广告应用于对外汉语翻译课吗？ [单选题] *	12. Одобряете ли Вы использование социальной рекламы в качестве учебного материала на занятиях по переводу с китайского языка? [Один вариант ответа]*
<input type="radio"/> 赞同	<input type="radio"/> Одобряю
<input type="radio"/> 不赞同	<input type="radio"/> Не одобряю
<input type="radio"/> 无所谓	<input type="radio"/> Мне всё равно

13.您认为在汉语翻译课堂中播放电视公益广告的优势是什么？ [多选题]*	13. Каковы, по Вашему мнению, преимущества использования телевизионной социальной рекламы на занятиях по переводу с китайского языка? [Несколько вариантов ответа]*
<input type="checkbox"/> 增加学习兴趣	<input type="checkbox"/> Повышение интереса к обучению
<input type="checkbox"/> 丰富课堂内容	<input type="checkbox"/> Внесение разнообразия в учебную программу
<input type="checkbox"/> 锻炼听说能力	<input type="checkbox"/> Тренировка навыков аудирования и говорения учащихся
<input type="checkbox"/> 丰富文化知识	<input type="checkbox"/> Преумножение культурных знаний учащихся
<input type="checkbox"/> 展现真实语境	<input type="checkbox"/> Демонстрация реальных языковых ситуаций
<input type="checkbox"/> 锻炼交际能力	<input type="checkbox"/> Тренировка коммуникативных навыков учащихся
<input type="checkbox"/> 其他	<input type="checkbox"/> Другое
14.您认为将电视公益广告应用于对外汉语翻译课教学的不足之处是什么？ [多选题]*	14. Каковы, по Вашему мнению, недостатки использования телевизионной социальной рекламы на занятиях по переводу с китайского языка? [Несколько вариантов ответа]*
<input type="checkbox"/> 查找资料任务重	<input type="checkbox"/> Сложно искать информацию
<input type="checkbox"/> 分散学生注意力	<input type="checkbox"/> Отвлекает внимание учащихся
<input type="checkbox"/> 课堂纪律难控制	<input type="checkbox"/> Трудно контролировать дисциплину в аудитории
<input type="checkbox"/> 影响正常教学进度	<input type="checkbox"/> Влияет на основной процесс обучения
<input type="checkbox"/> 浪费课堂时间	<input type="checkbox"/> Пустая трата времени на занятия
<input type="checkbox"/> 其他	<input type="checkbox"/> Другое
15.您认为选择电视公益广告进行对外汉语翻译课教学时，需要考虑哪些方面？ [多选题]*	15. Какие аспекты, по Вашему мнению, необходимо учитывать при выборе телевизионной социальной рекламы на занятиях по переводу с китайского языка? [Несколько вариантов ответа]*
<input type="checkbox"/> 广告的趣味性	<input type="checkbox"/> Интересность и увлекательность
<input type="checkbox"/> 广告内容与教学知识的相关性	<input type="checkbox"/> Соотношение содержания рекламы и получаемых знаний
<input type="checkbox"/> 广告内容难易程度	<input type="checkbox"/> Уровень сложности рекламных роликов
<input type="checkbox"/> 学生的语言水平	<input type="checkbox"/> Уровень языкового владения учащихся
<input type="checkbox"/> 文化的差异性	<input type="checkbox"/> Культурные особенности
<input type="checkbox"/> 广告语言的规范性	<input type="checkbox"/> Нормативность речи в рекламных роликах
<input type="checkbox"/> 其他	<input type="checkbox"/> Другое
16.您对在对外汉语翻译课中运用电视公益广告有何建议？ [填空]	16. Есть ли у Вас какие-либо предложения касательно использования телевизионной социальной рекламы на занятиях по переводу с китайского языка? [Заполните пропуск]
_____	_____
感谢您的支持与配合。	Спасибо за Ваше сотрудничество.
17. 您认为选择电视公益广告进行汉语翻译教学时，会面临哪些问题？ [填空]	17. Как Вы думаете, с какими проблемами Вы можете столкнуться при выборе телевизионной социальной рекламы для занятий по переводу с китайского языка? [Заполните пропуск]
_____	_____
问卷结果统计：	Статистика по результатам анкетирования:

没有现成符合的视频，且翻译比较难	Готовых видео, соответствующих требованиям, нет, и их сложно перевести.
合适的广告选择难度大	Сложно выбрать подходящие рекламные ролики.
如何将公益广告与翻译课结合	Проблема совмещение социальной рекламы с занятиями по переводу
学生程度与广告内容不匹配	Уровень языкового владения учащихся не соответствует содержанию рекламного ролика
选择合适的广告比较难	Сложности в выборе подходящего рекламного ролика
18.您在翻译课中运用电视公益广告有何建议？ [填空]	18. Есть ли у Вас какие-либо предложения касемо использования телевизионной социальной рекламы на занятиях по переводу с китайского языка? [Заполните пропуск]
_____	_____
问卷结果统计	Статистика по результатам анкетирования:
需要在播放广告前为学生扫除学习障碍	Перед использованием рекламных роликов на занятиях необходимо устранить препятствия в обучении.
普遍价值观内容挺好的，赞同使用	Согласны с использованием рекламных роликов, которые содержат общечеловеческие ценности
要分课型，分阶段地使用公益广告	Социальную рекламу необходимо использовать на занятиях по разным предметам и внедрять ее в учебный план поэтапно
我觉得能给公益广告加上双语字幕，能帮助学生更好地理解	По нашему мнению, добавление двуязычных субтитров к рекламным роликам поможет учащимся лучше понять их содержание.
语言比较简单	Уровень языка в рекламных роликах относительно невысокий.
学生在基于广告内容进行翻译练习过程中，教师需要提前做好解释的准备	Во время перевода учащимися рекламных роликов преподаватели должны быть готовыми заранее объяснить материал
适当运用	Целесообразное применение рекламных роликов
要分不同的类别使用公益广告	Необходимо использовать рекламные ролики разных категорий\тематик (?)
要适当运用，且适量	Необходимо использовать рекламные ролики целесообразно и в надлежащем количестве
运用公益广告的目的是什么？是学习广告的语言内容还是它所传达的价值观？	Какова цель использования социальной рекламы? Нужно ли изучать языковое содержание рекламы или ценности, которые она транслирует
引导学生从公益广告中学习相关的汉语知识，了解中国人的价值观。	Путем использования социальной рекламы можно помочь учащимся освоить китайский язык и понять национальные ценности.
不太清楚	Не уверена
要根据实际来进行教学	Обучение должно основываться на реальности (?)
选取与教学内容相关，与学生学习程度好匹配的广告内容	Необходимо выбирать такой рекламный контент, который соответствует содержанию обучения и уровню языковой подготовки учащихся.
可以给广告加上双语字幕辅助理解	К рекламным объявлениям можно добавлять двуязычные субтитры для облегчения понимания.

解。	
根据不同水平的汉语学习者，选择不同的广告教学形式	Подбирайте различные формы обучения в соответствии с учащимися разного языкового уровня.
要根据不同的课型，不同的阶段	В соответствии с типом курса и этапом обучения
最好作为翻译课教学的辅助手段，和原定教学内容相关	Социальную рекламу лучше всего использовать в качестве дополнительного материала при преподавании, чтобы она соответствовала изначальному\основному учебному плану
要注意各个国家之间文化的差异性	Обращайте внимание на культурные различия между странами.
学生的水平，能否看得懂广告，是需要考虑的	Необходимо учитывать уровень учащихся и их способность понимать содержание рекламных роликов.
要考虑学生的语言水平	Учитывайте уровень владения языком учащихся.

ПРИЛОЖЕНИЕ Б.

АНКЕТА 2	
1. Какой из этих языковых навыков Вы бы больше всего хотели улучшить? [Несколько вариантов ответа]	
<input type="checkbox"/> аудирование	
<input type="checkbox"/> говорение	
<input type="checkbox"/> чтение	
<input type="checkbox"/> письмо	
<input type="checkbox"/> перевод	
2. Какой из этих языковых навыков необходим для Вашей будущей работы или учебы?[Один вариант ответа]	
<input type="radio"/> устный перевод	
<input type="radio"/> письменный перевод	
3. Какой из предложенных вариантов Вы считаете самым большим препятствием в процессе общения? [Несколько вариантов ответа]	
<input type="checkbox"/> высокая скорость речи	
<input type="checkbox"/> незнакомые темы для разговора	
<input type="checkbox"/> большое количество незнакомых слов	
<input type="checkbox"/> высокий уровень стресса	
<input type="checkbox"/> недостаток фоновых культурных знаний	
4. Какое, по Вашему мнению, оптимальное соотношение лекционной части и практических заданий на занятиях переводом с китайского языка?[Один вариант ответа]	
<input type="radio"/> 30% лекционной части - 70% практических заданий	
<input type="radio"/> 40% лекционной части - 60% практических заданий	
<input type="radio"/> 50% лекционной части - 50% практических заданий	
<input type="radio"/> 60% лекционной части - 40% практических заданий	
<input type="radio"/> 70% лекционной части - 30% практических заданий	
5. Какой из предложенных видов обучения во время урока нравится Вам больше всего? [Несколько вариантов ответа]*	
<input type="checkbox"/> интерактивные игры	
<input type="checkbox"/> ролевые игры	
<input type="checkbox"/> доклад по теме занятия	
<input type="checkbox"/> переска	
<input type="checkbox"/> работа в группе	
6. Какие из предложенных видов домашнего задания нравятся Вам больше всего? [Несколько вариантов ответа]	
<input type="checkbox"/> заучивание текста	
<input type="checkbox"/> заучивание новых слов	
<input type="checkbox"/> составление предложений	
<input type="checkbox"/> составление диалогов	
<input type="checkbox"/> дублирование видеоролика	

7. оценить степень Ваши заинтересованности в каждой теме социальной рекламы (1 - совсем не заинтересован (1 балл); 2 - не слишком заинтересован (2 балла); 3 – безразличен (3 балла); 4 - немного заинтересован (4 балла); 5 - очень заинтересован (5 баллов)
1)традиционная культура
<input type="checkbox"/> 1 балл
<input type="checkbox"/> 2 балла
<input type="checkbox"/> 3 балла
<input type="checkbox"/> 4 балла
<input type="checkbox"/> 5 баллов
2) Семья и национальные чувства
<input type="checkbox"/> 1 балл
<input type="checkbox"/> 2 балла
<input type="checkbox"/> 3 балла
<input type="checkbox"/> 4 балла
<input type="checkbox"/> 5 баллов
3)забота о других
<input type="checkbox"/> 1 балл
<input type="checkbox"/> 2 балла
<input type="checkbox"/> 3 балла
<input type="checkbox"/> 4 балла
<input type="checkbox"/> 5 баллов
4)мораль и нравственность
<input type="checkbox"/> 1 балл
<input type="checkbox"/> 2 балла
<input type="checkbox"/> 3 балла
<input type="checkbox"/> 4 балла
<input type="checkbox"/> 5 баллов
5)охрана окружающей среды и экономия энергии
<input type="checkbox"/> 1 балл
<input type="checkbox"/> 2 балла
<input type="checkbox"/> 3 балла
<input type="checkbox"/> 4 балла
<input type="checkbox"/> 5 баллов
6)безопасность и закон
<input type="checkbox"/> 1 балл
<input type="checkbox"/> 2 балла
<input type="checkbox"/> 3 балла
<input type="checkbox"/> 4 балла
<input type="checkbox"/> 5 баллов

ПРИЛОЖЕНИЕ В.

Анкета 3
ФИО:
Курс, учебная группа:
1. Насколько Вам интересно посещать занятия по китайскому языку?
1 балл - совсем не интересно
2 балла - не очень интересно
3 балла - равнодушно отношусь
4 балла - достаточно интересно
5 баллов - очень интересно
2. Как Вы относитесь к методам обучения на занятиях?
1 балл - совсем не нравятся
2 балла - не очень нравятся
3 балла - равнодушно отношусь
4 балла - достаточно нравятся
5 баллов - очень нравятся
3. Насколько активно Вы участвуете в групповых заданиях и обсуждениях во время занятий?
1 балл - совсем не активно
2 балла - не очень активно
3 балла - средне активно
4 балла - достаточно активно
5 баллов - очень активно
4. Насколько Вы внимательны во время занятий?
1 балл - совсем не внимателен(-льна)
2 балла - не очень внимателен(-льна)
3 балла - средне внимателен(-льна)
4 балла - достаточно внимателен(-льна)
5 баллов - очень внимателен(-льна)
5. Как бы вы оценили эффективность занятий для улучшения Ваших навыков владения китайским языком?
1 балл - совсем не эффективны
2 балла - не очень эффективны
3 балла - средне эффективны
4 балла - достаточно эффективны
5 баллов - очень эффективны

ПРИЛОЖЕНИЕ Г.

ТЕСТ

I. 听后重复并翻译/Прослушать, повторить и перевести. (10 вопросов, 10 минуты)

1.兴趣是最好的老师。(Интерес - это лучший учитель.)

2.你别忘了带照相机。(Не забудь взять с собой фотоаппарат.)

3.桌子上放着一本书。(На столе лежит книга.)

4.这个问题必须马上解决。(Этот вопрос нужно решить немедленно.)

5.一年有春、夏、秋、冬四个季节。(В году есть четыре времени года: весна, лето, осень и зима.)

6.我们对你很有信心。(Мы в вас очень верим.)

7.这张卡的密码是你的生日。(Пароль от этой карты - ваша дата рождения.)

8.小李的男朋友特别幽默。(У молодого человека Ли отличное чувство юмора.)

9.公司安排我下周三出差。(Компания отправляет меня в командировку в следующую среду.)

10.王教授的教学经验比我丰富。(Профессор Ван более опытный преподаватель, чем я.)

II. 看图说话/Чтение и рассказ по картинке(1 вопрос, 2 минуты)



III. 根据图片内容编对话/Составление ситуативных диалогов на основе содержания картинок (1 вопрос, 3 минуты)



IV. 回答问题/Ответы на вопросы

1. 你喜欢和什么样的人交朋友？为什么？(С какими людьми тебе нравится дружить? Почему?)
2. 你对减肥是什么态度？为什么？(Как ты относишься к похудению? Почему?)

ПРИЛОЖЕНИЕ Д.

Критерии оценки

Промежуточный экзамен HSKK состоит из четырех типов заданий: повторение после прослушивания, чтение и рассказ по картинке, диалог с преподавателем и ответы на вопросы. Ниже кратко описаны критерии оценивания для каждого типа заданий.

I. Прослушать, повторить и перевести. (10 вопросов, 10 минуты)

Применимо для: вопросы 1-10.

Требования: 1. Воспроизведите предложение к каждому вопросу и попросите кандидатов повторить и перевести его после прослушивания.

Класс оценки:

Высокий: кандидат может точно повторить и перевести услышанные предложения.

Средний: кандидат повторяет и переводит услышанное не в полной мере.

Низкий: содержание повторенного предложения значительно отличается от оригинала и слабо взаимосвязано с ним.

II. Чтение и рассказ по картинке(1 вопрос, 2 минуты)

Применяемые элементы теста: вопрос 11.

Требования к ответу: в каждом задании приведена картинка, кандидат должен составить небольшой рассказ, ссылаясь на изображение.

Класс оценки:

Высокий – рассказ кандидата соответствует изображению, беглая речь, малое количество остановок, повторов.

Средний – рассказ кандидата в целом соответствует изображению, довольно много остановок, повторов, грамматических ошибок;

Низкий – рассказ кандидата имеет мало общего с изображением, информация скудная и хаотичная.

III. Составление ситуативных диалогов на основе содержания картинок (1 вопрос, 3 минуты)

Соответствующие вопросы теста: вопрос 12.

Требования к ответу: к каждому вопросу дается картинка, и кандидатам предлагается составить диалог с преподавателем.

Класс оценки:

Высокий: кандидат способен доминировать в содержании диалога, понимать, что говорит преподаватель, и быстро отвечать, при этом тема полностью соответствует вопросу.

Средний: кандидат с трудом доминирует в содержании диалога, понимает слова учителя в целом, нуждается в паузе перед ответом, а тема в основном соответствует содержанию картинки.

Низкий: содержание диалога кандидата с преподавателем в значительной степени не связано с содержанием темы.

IV. Ответы на вопросы(2 вопрос, 4 минуты)

Соответствующие вопросы: вопросы 13-14 из HSKK (Intermediate).

Требования к ответу: в экзаменационной работе даны два одинаковых вопроса, на которые кандидаты должны ответить.

Класс оценки:

Высокий – кандидат способен ответить на вопрос, беглая речь, богатое содержание ответа, немногочисленные остановки, повторения, грамматические ошибки;

Средний – кандидат способен ответить на вопрос, но информации мало, довольно много остановок, повторений, грамматических ошибок;

Низкий – кандидат дает несоответствующий вопросу ответ, информация скудная и бессвязная.

Примечание: кандидаты, не ответившие на вопросы, получают 0 баллов.

ПРИЛОЖЕНИЕ Е.

	Название	篇名
1	Наши сорок лет	我们的四十年
2	Оцените темп развития Китая	见证中国速度
3	Год счастья в прекрасном Китае	美丽中国幸福年
4	Сплоченность разных наций	民族团结
5	Путь Китая	中国道路
6	Нервно приходите через дверь	过门的忐忑
7	Последние новинки одежды	迟来的新衣
8	Люби, не жди	爱, 别等待
9	Банкомат "Папа"	取款机爸爸
10	Наши праздники, наша история	我们的节日, 我们的故事
11	Это наш традиционный праздник.	这是我们的传统节日
12	палочки для еды	筷子
13	Книга китайских иероглифов: Тысяча лет	汉字书千年
14	Вечный контекст (китайские иероглифы)	文脉永流传(汉字)
15	Сердце ремесленника	匠人心(二胡)
16	Серия "Фольклор" (вырезание из бумаги, новогодние картины, глиняные фигурки)	民俗系列(剪纸、年画、泥人)
17	Соединяя мир друг с другом (Танец льва)	连结世界扣近彼此(舞狮)
18	Человек, который следит за искусством / Китайская мечта	守艺人·中国梦(皮影篇)
19	Голос истории	历史的声音
20	Уход за пожилыми людьми - Ожидание мамы	关爱老人-母亲的等待
21	Забота о пожилых людях - Папина ложь	关爱老人-爸爸的谎言
22	Уход за престарелыми людьми - Упаковка (упаковывать остатки еды для того, чтобы забрать их с собой)	关爱失智老人-打包
23	Я с нетерпением жду этого дня.	只盼这一天
24	Провожая тебя до дома	回家陪伴篇
25	Взгляд матери	母亲的目光
26	Дверь	门
27	Лампа, не оставляющая следов добрых дел	善行无迹之一盏灯
28	Любовь - это свет	爱是一道光
29	Тепло от сердца	温暖前行, 从心出发
30	Всегда найдется кто-то, кто тайно любит вас.	总有人偷偷地爱着你
31	Привет, сосед.	您好邻居
32	Взгляд вверх - это любовь	抬头是爱
33	Мой тихий мир	我的无声世界

34	Честность и добродетель - основа бизнеса	诚信美德立业之本
35	Добросовестность делает мир лучше	诚信让世界更美好
36	Ешьте столько, сколько хотите, заказывайте столько, сколько хотите.	吃多少, 点多少
37	Последний урок учителя	老师的最后一课
38	Создавайте будущее упорным трудом	用勤劳的双手创造未来
39	Рекламный фильм о классификации бытовых отходов в Шанхае	上海市生活垃圾分类宣传片
40	Встреча с зеленой жизнью	绿色生活邂逅篇
41	Жизнь с низким содержанием углерода начинается с меня	低碳生活从我做起
42	Лучший вид - это тот, который не мешает	最美的风景是不打扰
43	Охрана окружающей среды и достопримечательности	环保-名胜古迹
44	Жизнь изменилась, и я люблю свой дом	生活有变化我爱我的家
45	Молодые стражи прекрасного Китая	青春守护美丽中国
46	Природа любит нас так сильно - Подарок	《大自然那么爱我们》-礼物
47	"Природа так любит нас" - Поэзия природы	《大自然那么爱我们》-大自然的诗
48	Вам нужно научиться оказывать первую помощь на месте происшествия.	现场急救你得学会
49	Появляйте интерес в первую очередь к противопожарной защите	关注消防生命至上
50	Не пользуйтесь мобильными телефонами во время вождения	开车请勿使用手机
51	Вы - зеркало своего ребенка.	你是孩子的镜子
52	Эту черту мы не хотим пересекать.	这条线我们不要去逾越
53	Секретная социальная реклама фильма "Секреты, скрытые в фотографиях"	保密公益宣传片《藏在照片里的秘密》