

Архипова Любовь Владимировна, к.ф.н., доцент  
Тамбовский государственный технический университет  
[pchelka-tmb@mail.ru](mailto:pchelka-tmb@mail.ru)

### **Работа над причастием на первом этапе обучения русскому языку иностраннных учащихся**

**Ключевые слова:**зависимое (определяемое) слово, образование причастия, падеж, активное причастие, пассивное причастие, придаточное определительное, причастный оборот,русский язык как иностранный,слово *который*, структура предложения,существительное, трансформация, виды упражнений.

**Аннотация:**В статье рассматриваются вопросы презентации темы «Причастие» в иноязычной аудитории на этапе предвузовской подготовки; обращается внимание на трудности, которые испытывают учащиеся при формировании языковой компетенции в процессе изучения русских причастий; представлены систематизирующие грамматический материал таблицы, различные виды заданий и система работы над причастием на первом этапе обучения иностраннных учащихся русскому языку.

Причастие в курсе изучения русского языка как иностранного – одна из труднейших тем для учащихся подготовительных факультетов, обучающихся в российских вузах. В свою очередь усвоение знаний о причастиях, успешное владение на практике грамматическим материалом по данной теме имеет большое значение в процессе формирования коммуникативно-речевой компетенции иностраннных студентов, изучающих русский язык. Причастия крайне редко употребляются в разговорной речи, они являются особенностью книжной речи, однако научить учащихся свободно владеть языковым материалом по данной теме необходимо для успешного обучения будущей специальности. Уже на подготовительном факультете на занятиях по химии, физике, информатике, инженерной графике, математике (если говорить об инженерных специальностях) студенты знакомятся с различными общенаучными тестами, в которых обязательно встречаются причастия. А на продвинутом этапе обучения начинается уже серьезная работа над текстами общенаучного стиля, профессионально ориентированными на будущую специальность учащихся, и эти тексты резко отличаются от тех, что использовались ранее. Они содержат достаточно сложные синтаксические конструкции: предложения с причастными оборотами, различные виды пассивных конструкций, предложения с разными видами придаточных (определения, причины, времени, цели, условия и уступки). И только усвоив вышеперечисленные грамматические темы, можно говорить о сформированной у учащихся языковой компетенции как одной из составляющей коммуникативно-речевой компетенции. Важно также отметить, что «знание данного языкового материала и самое главное – активное владение

им в речевой практике, является основой для развития таких видов речевой деятельности, как чтение, письмо и аудирование»[11].

Трудность работы над причастиями заключается в отборе необходимого языкового материала, его подаче, определении последовательности его усвоения. В данной статье представлен опыт работы над темой «Причастия» в иноязычной аудитории, который основывается на сознательно-практическом подходе и реализуется во многих современных пособиях по русскому языку для иностранных учащихся[1;2;8;12].

Общеизвестно, что причастия обозначает признак лица или предмета, которые выполняют определенное действие (активное причастие), или на которые направлено определенное действие (пассивное причастие). Называется оно так потому, что «причастно к свойствам как глагола (образовано с помощью его корня), так и прилагательного (образовано с помощью его окончания)» [3]. Поэтому в самом начале работы над темой иностранные учащиеся должны уяснить, что причастие – это особая изменяемая форма глагола, совмещающая в себе значения глагола (значение действия) и прилагательного (значение признака). Сочетание в причастиях признаков этих двух частей речи делает данный языковой материал особенно трудным для усвоения иностранными учащимися.

Традиционно сначала знакомим учащихся с активными (действительными) причастиями, а потом с пассивными (страдательными). Как и прилагательные, причастия отвечают на вопросы *какой? какая? какое? какие?*, и в то же время их легко заменить сочетанием слова *который* с личной формой глагола: *какой мальчик? – играющий мальчик = мальчик, который играет; какая девочка? – играющая девочка = девочка, которая играет; какие дети? – играющие дети = дети, которые играют*. Обращаем внимание учащихся на окончания причастий в Им.п. (сравните, прил. *хороший*). Также отмечаем, что в предложении причастия выполняют синтаксическую функцию согласованного определения. Как и прилагательные, причастия изменяются по родам, числам и падежам и согласуются с существительным, которое они определяют: *кто? играющий мальчик; кого? играющего мальчика; кому? играющему мальчику; с кем? с играющим мальчиком; о ком? об играющем мальчике*. И снова обращаем внимание на окончания причастий, а именно: они изменяются по падежам по типу прилагательного *хороший*. Активные причастия управляют тем же падежом, что и глагол, от которого они образованы: *играть (где?) во дворе – играющий (где?) во дворе; играть (во что?) в футбол – играющий (во что?) в футбол*. Сильным учащимся можно сразу же по ходу объяснения дать понятие причастного оборота (причастие с зависимым словом образуют причастный оборот).

Так как причастие – это глагольная форма, оно характеризуется формами вида (СВ – НСВ) и времени (наст.вр. и прош.вр.): *играющий мальчик – наст.вр., НСВ; улыбнувшийся ребенок – прош.вр., СВ*. Причастие в предложении может быть одиночным или иметь при себе зависимое слово, которое его поясняет. Одиночное причастие образует словосочетание *прич. + сущ.*, т.е. оно всегда занимает позицию перед определяемым существительным: *пишущий студент,*

*идущие студенты, поющая студентка и т.п.* По отношению к определяемому слову (существительному) в предложении причастный оборот образует две структуры словосочетаний: *сущ. + прич. оборот* или *прич. оборот + сущ.* Иными словами, причастие и его слова-определители, которые вместе составляют причастный оборот, могут стоять после определяемого существительного или перед ним. Обобщая сказанное, приходим к выводу, что в русском языке имеются три структуры предложений с причастиями. Далее необходимо записать предложения-модели в тетради и проанализировать особенности каждой из них.

1. Все смотрели на *играющего* мальчика.
2. Все смотрели на мальчика */играющего во дворе.*
3. Все смотрели на */играющего во дворе/* мальчика.

Особенность первой модели заключается в том, что причастие не имеет при себе зависимых слов, оно одиночное. Данная модель самая легкая, поэтому именно с нее мы начинаем презентацию возможных предложений с причастиями. При анализе также обращаем внимание на место причастия по отношению к существительному, которое оно определяет, а именно: причастие всегда занимает позицию перед существительным (*играющего мальчика*, но нельзя *мальчика играющего*). Предложения-модели 2,3 включают в себя причастный оборот, о котором учащиеся уже имеют представление. Если они ещё не знакомы с понятием «причастный оборот», то сейчас самое время их ознакомить. Характеризуя названные модели, акцентируем внимание на позициях причастного оборота в структуре простого предложения. На этом этапе очень важно научить студентов видеть определяемое слово и причастный оборот, которые всегда рядом и их не следует разделять, так же, как нельзя разделять причастный оборот. Безусловно, подобная работа в дальнейшем поможет избежать речевых ошибок. Комментируя структуру 3, которая вызывает у учащихся определенные трудности из-за препозиции причастного оборота, отметим, что данная модель характерна для научного и публицистического стилей речи. В.Н. Вагнер рекомендует провести аналогию с именами прилагательными в связи с изучением структуры 3 [2:318], поскольку данная модель предложений непривычна для иностранной аудитории, сравните: *Он приготовил все необходимые для занятия учебники.* В ходе анализа структур предложений 2,3 следует отметить и пунктуационные трудности с обособленными определениями, выраженными причастным оборотом, а также интонирование и синтагматическое членение. Причастный оборот в постпозиции произносится как отдельная синтагма, и на месте паузы после определяемого слова на письме ставится запятая, если обособленный оборот стоит в конце предложения (модель 2). Если причастный оборот после определяемого слова занимает позицию в середине предложения, то он будет выделяться двумя запятыми, и на месте запятых при чтении предложения делаются паузы, например: *Мальчик, /играющий во дворе,/ живет на пятом этаже.* Причастный оборот, который стоит перед определяемым словом, произносится как одна синтагма и не выделяется на письме запятыми, а при

чтении интонационно, сравните: *Играющий во дворе мальчик* / живет на пятом этаже.

Для понимания причастия, осмысления его функции в предложении предлагаем сравнить сложные предложения со словом *который* и простые предложения, осложненные причастным оборотом. Путем постановки вопроса определяем признак лица (предмета) и форму выражения причастия в предложении. Например: Какой мальчик сидит у окна? – *Мальчик, который читает сказку, сидит у окна.* Заменяем в придаточном предложении сочетание *который читает* причастием *читающий* и получаем синонимичное предложение: *Мальчик, читающий сказку, сидит у окна.* Прежде всего учащийся должен для себя отметить, что причастие *читающий* согласуется с существительным *мальчик*, которое оно определяет, в роде (м.р.), числе (ед.ч.) и падеже (Им.п.). В предложении *Я вижу мальчика, читающего сказку* причастие *читающего* согласуется со словом *мальчика* и поэтому ставится уже в форме Вин.п. Таким образом, на новом языковом материале учащиеся прослеживают, что у причастия, как и у существительных, прилагательных, числительных и местоимений, имеются грамматические категории рода, числа и падежа. Для наглядности можно предложить примеры с существительными женского рода: – *Какая девочка сидит у окна?* – *Девочка, которая читает сказку, сидит у окна.* = *Девочка, читающая сказку, сидит у окна.*

Учащиеся усваивают, что причастие *читающая* согласуется со словом *девочка* в роде (ж.р.), числе (ед.ч.) и падеже (Им.п.). В предложении *Мы разговаривали о девочке, читающей сказку*, причастие *читающей* стоит в П.п., как и существительное *о девочке*, которое оно определяет. Далее учащимся предлагаются примеры с существительными и причастиями во множественном числе и в разных падежах. Студенты также должны уяснить, что после причастия ставится тот же падеж и предлог, что и после глагола, от которого это причастие образовано. Например: *читать что? о чем? кому?* – *читающий (-ая, -ее, -ие) что? о чем? кому? Отец, читающий своему сыну сказку о Красной Шапочке, работает в школе учителем физики.*

Работа над активными причастиями прошедшего времени, а также над пассивными причастиями настоящего и прошедшего времени проводится в такой же последовательности. Для понимания и осознания выполняемой причастием в предложении функции, как считают опытные методисты, студенты должны постоянно ставить вопрос к этим причастиям/причастному обороту и придаточному предложению со словом *который* [11]. Например:

1. Какой мальчик? а) *мальчик, который играет во дворе;* б) *мальчик, играющий во дворе*

2. Какой мальчик учится в школе? а) *В школе учится мальчик, который играет во дворе.* б) *В школе учится мальчик, играющий во дворе.*

Эта работа способствует осознанному усвоению грамматической структуры предложений и активизирует у студентов навыки грамматического анализа. Ведь овладение речью предполагает в первую очередь усвоение

механизма построения предложения, умение практически пользоваться языковыми средствами в составе предложения.

Уяснив значение активных причастий и их функционирование в предложении, переходим к следующему этапу – их образованию. Понять механизм образования причастий поможет таблица, отражающая различные модели глаголов. Путем наблюдения над примерами, приводимыми для анализа в таблице, и комментария преподавателя студенты без особого труда усваивают различные способы образования активных и пассивных причастий.

**Таблица 1.**

**АКТИВНЫЕ ПРИЧАСТИЯ**

Образование активных причастий настоящего времени				
Инфинитив глагола НСВ	Основа настоящего времени (они)	Суффиксы причастий	Окончания	Причастие
читать I нести I рисовать I давать I	чита-ют нес-ут рису-ют да-ют	-ющ- -ущ- -ющ- -ющ-	-ий -ая -ее -ие	читающий (-ая,-ее,-ие) несущий (-ая,-ее,-ие) рисующий (-ая,-ее,-ие) дающий (-ая,-ее,-ие)
строить II молчать II находиться II	стро-ят молч-ат наход-ят-ся	-ящ- -ащ- -ящ-		строящий (-ая,-ее,-ие) молчащий (-ая,-ее,-ие) находящийся (-ая,-ее,-ие) ся
Образование активных причастий прошедшего времени				
Инфинитив глагола НСВ – СВ	Основа прошедшего времени	Суффиксы причастий	Окончания	Причастие
изучать изучить встречаться встретиться помогать помочь расти вырасти	изуча-л изучи-л встреча-л-ся встрети-л-ся помога-л помог- рос- вырос-	-вш- -вш- -вш- -вш- -вш- -ш- -ш- -ш-	-ий -ая -ее -ие	изучавший (-ая,-ее,-ие) изучивший (-ая,-ее,-ие) встречавший (-ая,-ее,-ие) ся встретивший (-ая,-ее,-ие) ся помогавший (-ая,-ее,-ие) помогший (-ая,-ее,-ие) росший (-ая,-ее,-ие) выросший (-ая,-ее,-ие)
Запомните!	идти	идуший (-ая,-ее,-ие) (наст. вр.) шедший (-ая,-ее,-ие) (прош. вр.)		

**Таблица 2.**

**ПАССИВНЫЕ ПРИЧАСТИЯ**

Образование пассивных причастий настоящего времени				
Инфинитив глагола НСВ	Основа настоящего времени (мы)	Суффиксы причастий	Окончания	Причастие

читать I изучать I рисовать I создавать I	чита-ем изуча-ем рису-ем созда-ём	-ем- -ем- -ем- -(ва)-ем-	-ый -ая -ое -ые	читаемый (-ая,-ое,-ые) изучаемый (-ая,-ое,-ые) рисуемый (-ая,-ое,-ые) создаваемый (-ая,-ое,-ые)
строить II слышать II любить II видеть II	стро-им слыш-им люб-им вид-им	-им- -им- -им- -им-		строимый (-ая,-ое,-ые) слышащий (-ая,-ое,-ие) любимый (-ая,-ое,-ые) видимый (-ая,-ое,-ые)
Образование пассивных причастий прошедшего времени				
Инфинитив глагола СВ	Основа прошедшего времени	Суффиксы причастий	Окончания	Причастие
прочитать увидеть потерять изучить принести купить забыть	прочита-л увиде-л потеря-л изучи-л принёс купи-л (п//пл) забы-л	-нн- -нн- -нн- -енн- -ённ- -енн- -т-	-ый -ая -ое -ые	прочитанный (-ая,-ое,-ые) увиденный (-ая,-ое,-ые) потерянный (-ая,-ое,-ые) изученный (-ая,-ое,-ые) принесённый (-ая,-ое,-ые) купленный (-ая,-ое,-ые) забытый (-ая,-ое,-ые)

Дедуктивным способом устанавливаем, что активное причастие настоящего времени имеет суффиксы -ущ-/-ющ- (Испр.) или -ащ-/-ящ- (Пспр.) и образуется только от глаголов НСВ. Активное причастие прошедшего времени образуется от глаголов обоих видов с помощью суффиксов -вш- или -ш- в зависимости от формы глагола в прошедшем времени: (м.р., ед.ч.): -л-→вш- ; (м.р., ед.ч.): другой согласный →ш-

Пассивное причастие настоящего времени образуется от переходных глаголов НСВ и имеет суффиксы -ем- (Испр.) или -им- (Пспр.). Пассивное причастие прошедшего времени имеет суффиксы -нн-, -ённ-, -т- в зависимости от формы прошедшего времени глагола: : (м.р., ед.ч.): -ал, -ел, -ял → -нн- ; (м.р., ед.ч.): -ил → -енн- (-ённ-). Небольшую группу причастий с суффиксом -т- даем на запоминание: *открыть, закрыть, убить, забыть, взять, понять, спеть, надеть, начать, выпить, принять*. Пассивное причастие прошедшего времени образуется от переходных глаголов СВ и имеет окончания как прилагательные с твердой основой (сравните: *новый*). Учащимся трудно самостоятельно сделать выводы о вариативности суффиксов образования пассивных причастий прошедшего времени, и здесь на помощь им приходит преподаватель. Следует сказать, что описание образования причастий отмечено во многих учебных пособиях по русскому языку для студентов-иностранцев [2; 8; 12].

Для обобщения материала по образованию причастий целесообразно обратиться к следующей таблице.

**Таблица 3.**

Инфинитив глагола	Вид глагола	Активные причастия		Пассивные причастия	
		Настоящее время	Прошедшее время	Настоящее время	Прошедшее время

создавать	НСВ	создающий	создававший	создаваемый	–
создать	СВ	–	создавший	–	созданный
решать	НСВ	решающий	решавший	решаемый	–
решить	СВ	–	решивший	–	решённый
открыть	СВ	–	открывший	–	открытый
открывать	НСВ	открывающий	открывавший	открываемый	–
привезти	СВ	–	привёзший	–	привезённый
встретиться	СВ	–	встретившийся	–	–
вернуться	СВ	–	вернувшийся	–	–

В книжной речи наряду с предложениями со словом *который* используется более экономная конструкция с причастием. В связи с этим особое значение на занятии следует придавать работе по трансформации причастных оборотов в придаточные предложения со словом *который* и обратной замене, чтобы учащиеся смогли хорошо уяснить, что причастный оборот имеет такое же значение, что и придаточное предложение со словом *который*, стоящим в *Им.п.* или в *Вин.п.* и всегда без предлога. Преподаватели русского языка, проработавшие на подготовительном факультете не один десяток лет, знают, как трудно добиться от учащихся правильных форм слова *который* при трансформации активных и пассивных причастий в составе причастного оборота в придаточные определительные предложения, а также правильных форм причастий в составе причастного оборота. Необходимо добиваться автоматизма при замене причастного оборота с активным причастием придаточным предложением со словом *который* в *И.п.* и причастного оборота с пассивным причастием – придаточным определительным со словом *который* в *Вин.п.*. Обращаем внимание учащихся на то, что сказуемое в трансформированных предложениях выражается глаголом того же времени и вида, что и причастие.

Напредвузовском этапе обучения обычно отрабатывается только одна модель трансформации предложений причастного оборота с пассивным причастием в придаточное определительное, в частности: *Книга «Дорога в космос», написанная Ю.А. Гагариным, рассказывает о первом полете человека в космос.* = *Книга «Дорога в космос», которую написал Ю.А. Гагарин, рассказывает о первом полете человека в космос.* Однако в сильных группах студентов следует ознакомить и со вторым способом трансформации причастного оборота с пассивным причастием в придаточное предложение со словом *который*, когда сказуемое в определительном придаточном предложении выражается краткой формой пассивного причастия, а слово *который* ставится в *Им.п.*, например: *Книга «Дорога в космос», написанная Ю.А. Гагариным, рассказывает о первом полете человека в космос.* = *Книга «Дорога в космос», которая написана Ю.А. Гагариным, рассказывает о первом полете человека в космос.* И еще раз покажем эти способы замены на новом примере: *Прочитанная студентом статья лежала на столе.* = 1) *Статья, которую прочитал студент, лежала на столе.* = 2) *Статья, которая была прочитана студентом, лежала на столе.* Таким образом, студенты узнают, что в русской грамматике существует два способа замены простых

предложений, включающих в себя причастный оборот с пассивным причастием, сложным предложением со словом *который*. Нам представляется, что и возможный второй способ замены необходимо знать иностранному учащемуся и, что гораздо важнее, он должен научиться при необходимости его сознательно использовать на практике, впрочем, как и все остальные способы замены причастий /причастных оборотов, например при написании конспектов или при работе с учебными текстами.

Говоря о замене придаточных предложений со словом *который* причастным оборотом, необходимо акцентировать внимание студентов на том, что обратная замена может производиться только в том случае, если 1) слово *который* употреблено в форме Им. п. или Вин.п. без предлогов, например: *Сегодня на уроке мы слушали текст об Эрмитаже, **который** находится (находящемся) в Санкт-Петербурге. На полке стоит книга об Эрмитаже, **которую** я купил (купленную мной) в киоске.* 2) сказуемое придаточного определительного выражено глаголом настоящего или прошедшего времени или кратким пассивным причастием, например: *В журнале опубликовали статью, **которая** вызывает (вызывающую) у всех большой интерес. – В журнале опубликовали статью, **которая** вызвала (вызвавшую) у всех большой интерес. – В журнале опубликовали статью, **которую** написал мой друг (написанную моим другом). – В журнале опубликовали статью, **которая** написана (написанную) моим другом.* При замене нужно следить за тем, чтобы причастие стояло в том же виде и времени, что и сказуемое в придаточном предложении. Обращаем внимание на то, что если слово *который* стоит в форме Вин.п., то при трансформации будем употреблять пассивное причастие. И тогда в структуре придаточного предложения произойдут важные в грамматическом аспекте изменения: подлежащее в придаточном предложении, стоящее в Им.п., ставится уже в Тв.п., т.е. субъект действия в предложениях выражается разными грамматическими формами. При замене придаточного предложения со словом *который* причастным оборотом учащиеся не должны забывать, что образуемое причастие должно стоять в том же роде, числе и падеже, что и существительное, к которому относится придаточное определительное.

Для развития навыков образования и использования причастий в речи предлагаются следующие виды упражнений:

1. а) Назовите глаголы, от которых образуются следующие активные причастия; б) Назовите (напишите) словосочетания с данными активными причастиями. Обратите внимание на падежи, которые требуют данные причастия.

2. Образуйте от данных глаголов активные (пассивные) причастия настоящего (прошедшего) времени.

3. Образуйте от данных глаголов все возможные формы причастий и запишите их в таблицу по образцу.

Инфинитив глагола	Вид глагола	Активные причастия		Пассивные причастия	
		Настоящее время	Прошедшее время	Настоящее время	Прошедшее время

давать дать	НСВ СВ	дающий –	дававший давший	даваемый –	– данный
----------------	-----------	-------------	--------------------	---------------	-------------

4. Поставьте вместо точек данные справа причастия в нужном падеже.

5. Поставьте вместо точек активные (пассивные) причастия настоящего (прошедшего) времени, образованные от данных справа глаголов.

6. Назовите (напишите) вопросы к причастиям в следующих предложениях.

7. Дополните причастные обороты.

8. В данных предложениях измените место причастного оборота.

9. Закончите предложения, используя конструкции с причастным оборотом.

10. Закончите предложения (предложение уже имеет в своей структуре причастный оборот).

11. Поставьте данные справа словосочетания в нужном падеже (словосочетания включают причастный оборот с определяемым словом).

12. Замените причастные обороты сложными предложениями со словом *который*. Полученные предложения запишите.

13. Замените сложные предложения со словом *который* причастными оборотами. Полученные предложения запишите.

14. Составьте из двух простых предложений одно с причастным оборотом по образцу: *Сегодня на факультете я встретил нового студента. Он приехал из Алжира.* = *Сегодня на факультете я встретил нового студента, приехавшего из Алжира.*

15. Составить предложения с данными сочетаниями активного (пассивного) причастия с существительным.

После различных видов тренировочных упражнений, следуя принципу текстоцентризма, который неразрывно связан с коммуникативно-деятельностным подходом в обучении языкам [4], можно переходить к работе с текстом, дающим учащимся возможность непосредственно наблюдать за функционированием причастий. Безусловно, в своем большинстве предъявляемые учащимся тексты будут отличаться своим книжным характером. «Книжность» причастий исторически оправдана: они восходят к старославянскому языку и издавна были принадлежностью письменной речи. Для работы на занятии лучше использовать публицистические, общенаучные или научные тексты, которые должны вызывать интерес у аудитории, с которой вам предстоит работать, например тексты о великих людях. Предлагаемы на уроке тексты можно использовать для ознакомительного или изучающего чтения; задания к таким текстам должны быть направлены на развитие как рецептивных, так и продуктивных видов речевой деятельности. И еще одно важное требование – предлагаемые учащимся для анализа тексты должны ярко демонстрировать употребление причастий в речи. Работая с текстом, учащиеся получают возможность осмыслить языковой материал, изученный на занятиях по теме «Причастие».

Особенности функционирования причастий в художественных произведениях русских писателей можно показать на примере отрывка из книги К. Паустовского «Далекие годы»[7:24].

*С этого лета я навсегда и всем сердцем привязался к средней России. Я не знаю страны, **обладающей** такой огромной лирической силой и такой трогательно живописной – со всей своей грустью, спокойствием и простором, – как средняя полоса России. Величину этой любви трудно измерить. Каждый знает это по себе. Любишь каждую травинку, **поникишую** от росы или **согретую** солнцем, каждую кружку воды из лесного колодца, каждое дерево над озером, **трепещущее** в безветрии листьями, каждый крик петуха и каждое облако, **плывущее** по бледному и высокому небу. И если мне хочется иногда жить до ста двадцати лет, как предсказывал дед Нечипор, то только потому, что мало одной жизни, чтобы испытать до конца все очарование и всю **исцеляющую** силу нашей русской природы.*

Работа с текстом начинается с его чтения, определения темы, идеи и стиля. Затем выполняются задания, позволяющие проверить грамматические умения и навыки, например: *Найдите в тексте причастия и определите их форму; Назовите глаголы, от которых они образованы; Назовите причастные обороты и скажите, как вы их определили; Поставьте вопросы к причастиям/ причастным оборотам и определите их падеж.* Ключевым моментом в работе, конечно же, должна стать аналитическая деятельность учащихся, направленная на развитие умения понимать текст, извлекать из него заложенную автором информацию, на осознание смыслов, передаваемых речевыми единицами, и коммуникативной задачи текста в целом. Преподаватель никогда не должен забывать, что основной целью текста является «обучение речемыслительной деятельности на изучаемом языке, овладение стратегиями понимания» [6:101].

За использованием причастий в поэтических текстах можно проследить на примерестихотворенияДмитрия Борисовича Кедрина «Я»[5].

Много видевший, много знавший,  
Знавший ненависть и любовь,  
Всё имевший, всё потерявший  
И опять всё нашедший вновь.  
Вкус узнавший всего земного  
И до жизни жадный опять,  
Обладающий всем и снова  
Всё боящийся потерять.

Небольшое по объему стихотворениеукраинского поэта изобилует причастиями и дает возможность оценить их использование в поэзии.После чтения учащиеся называют причастия и глаголы, от которых они образованы.Данный текст дает возможность преподавателю совершенствовать и навыки произношения у студентов: в нём имеется сложный для автоматизации материал на дифференциацию шипящих и свистящих, твёрдых и мягких согласных. Работая многоаспектно с данным поэтическим тестом, мы реализует принцип комплексности и аспектности при обучении русскому языку [10].

Переходя непосредственно к анализу, просим студентов рассказать, что же говорит о себе поэт. В их ответах мы следим за трансформацией причастий/причастных оборотов в сложные предложения с придаточным определительным. Проникнутые глубоким философским содержанием строки передают настроение автора, его эмоциональность и жизненную позицию. Каждое причастие глубоко информативно, в результате каждая строка как будто зашифрована, и читателю предстоит домыслить, что жесток за каждой из них. Содержание этого стихотворения позволяет на занятии перейти к обсуждению многих жизненно важных вопросов, задуматься над предназначением живущего на Земле человека. Почувствовать авторское настроение в стихотворении, его отношение к жизни позволяют причастия. В художественных текстах причастия помогают выразить довольно сложные чувства, поэтому писатели и поэты часто их используют. Они делают речь богаче, выразительнее, ярче, иначе говоря, причастия в художественной речи выполняют экспрессивную функцию.

И, наконец, уже на последней стадии формирования грамматического навыка использования причастий в речи можно прибегнуть к описанию картины К. Маковского "Дети, бегущие от грозы". Ходякова Л.А. в книге «Живопись на уроках русского языка» отмечает, что «при обучении видам речевой деятельности картина, как правило, выступает в качестве зрительно-смысловой опоры, способствующей формированию умений и навыков аудирования, говорения, чтения и письменной речи, ... создает на уроке атмосферу поиска и эмоциональной приподнятости, которая рождает потребность в общении» [9:52]. Безусловно, работа над картиной требует от преподавателя серьезной подготовки. Назовем отдельные, на наш взгляд, важные этапы такой работы: 1) слово о художнике; 2) история возникновения картины; 3) историческая справка о жизни крестьянских детей конца XIX века в России; 4) знакомство с искусствоведческим текстом, интерпретирующим картину; 5) серьезная лексическая работа; 6) беседа по картине; 7) составление плана картины; 8) понимание темы и основной идеи картины; 9) отношение автора к изображаемому на картине; 10) впечатление, производимое картиной; 11) составление по цепочке устного рассказа по картине; 12) написание сочинения по картине (дома).

Мы опишем небольшой фрагмент работы над отдельными словами и словосочетаниями во время беседы со студентами по картине. Использование причастий при описании состояния природы перед грозой и бегущих домой детей, изображенных на переднем плане картины, происходит невольно. Студенты без помощи преподавателя называют следующие словосочетания: *потемневшее небо (какое небо?), надвигающаяся гроза (какая гроза?), усиливающийся ветер (какой ветер?), испуганные лица детей (какие лица?), бегущие от грозы дети (какие дети?); трава, клонящаяся к земле (какая трава?)*. При описании состояния девочки и ее младшего братика используем словосочетания *девочка, одетая в простой сарафан (какая девочка?); девочка, смотрящая на приближающуюся тучу (какая девочка?); девочка, волнующаяся за братика (какая девочка?); волосы, выбившиеся от ветра из-под косынки*

(какие волосы?); собранные в лесу и завязанные в переднике грибы (какие грибы?); маленький брат, обхвативший руками шею сестры и уткнувшийся в нее (какой брат?); дети, застигнутые грозой (какие дети?). В ходе беседы по картине учащиеся с интересом усваивают новую лексику, строят по законам русского языка фразы с использованием причастий/причастных оборотов и учатся ценить их за выразительность в текстах описательного характера.

Контроль за усвоением материала по теме «Причастия» можно осуществить в традиционной форме в виде контрольных (самостоятельных) работ или предложить учащимся выполнить тестовые задания.

Итак, последовательная и глубоко продуманная работа над причастиями на этапе довузовской подготовки способствует более прочному усвоению данного грамматического материала, подчиняет изучение грамматики задачам развития речи, самое главное – формирует умения и навыки конструирования и использования при необходимости в речи предложений с причастиями и причастными оборотами.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Алексеева Н.Н, Иванова Э.И., Дефье Н.В. «Время». Учебник русского языка для иностранцев (средний этап). М.: «Баллас», 1993.– С.20 – 38.
2. Вагнер В.Н. Методика преподавания русского языка англоговорящим и франкоговорящим на основе межъязыкового сопоставительного анализа: Фонетика. Графика. Словообразование. Структуры предложений, порядок слов. Части речи: Учеб. Пособие для студ. высш. учеб.заведений. – М.: Гуманит. Изд. Центр ВЛАДОС, 2001. – С.316 – 328.
3. Википедия. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Причастие> (Лингвистика)
4. Горбачева Н.А. Текстцентрический подход к формированию коммуникативных умений и навыков учащихся. – Режим доступа: [http://virtkafedra.ucoz.ua/el\\_gurnal/pages/vyp8/Gorbacheva.pdf](http://virtkafedra.ucoz.ua/el_gurnal/pages/vyp8/Gorbacheva.pdf)
5. Дмитрий Кедрин. Стихи о любви. – Режим доступа: <https://stihirus.ru/1/Kedrin/60.htm>
6. Кулибина Н.В. Зачем, что и как читать на уроке. Художественный текст при изучении русского языка как иностранного. – СПб: Златоуст, 2001.– 264с.
7. Паустовский К. Далекие годы (книга о жизни). – Режим доступа: <https://www.litmir.me/br/?b=66821&p=1>
8. Пулькина И.М., Захава-Некрасова. Учебник русского языка для студентов-иностранцев/Под ред. Проф. П.С. Кузнецова. 3-е изд., испр. – М.: Изд-во «Высшая школа», 1964. – С. 344 – 368.
9. Ходякова Л. А. Живопись на уроках русского языка : Теория и метод.разраб. уроков : Учеб.пособие / Л. А. Ходякова. – М. : Флинта : Наука, 2000. – 336 с.
10. Шустикова Т.В. Комплексность и аспектность в преподавании русского языка как иностранного: компетентностный подход: Монография. – М.: РУДН, 2010. – 320 с.

11. Шустикова Т.В., Гордиенко И.В. Тема «Причастия» в практическом курсе русского языка для иностранцев (первый сертификационный уровень): – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/tema-prichastiya-v-prakticheskom-kurse-russkogo-yazyka-dlya-inostrantsev-pervyy-sertifikatsionnyy-uroven>
12. Русский язык для вас. Первый сертификационный уровень. Учебник русского языка для иностранных учащихся / Под ред. Т.В. Шустиковой и В.А. Кулаковой. 2-е изд., доп. – М.: Изд-во РУДН, 2005. – С.159 – 193.

ArkhipovaLyubovVladimirovna, PhD, Associate Professor  
Tambov State Technical University  
[pchelka-tmb@mail.ru](mailto:pchelka-tmb@mail.ru)

Work on participle during the beginning level of the Russian language teaching to foreign students

**Key words:** a dependent (defined) word, formation of participle, cases, active participle, passive participle, attributive clause, participle construction, the Russian language as foreign, word “that”, sentence structure, noun, transformation, types of exercises.

**The Abstract:** The article observes the issue of presentation of the topic “Participle” to foreign students during the pre-university program; the attention is drawn to problems which foreign students have during the formation of language competency in the process of studying of the Russian principals; there are presented worksheets which systemize grammatical materials, different types of knowledge and system of work on participle during the beginning level of the Russian language teaching to foreign students.

**Глазкова Марина Михайловна, к.ф.н., доцент**  
*Тамбовский государственный технический университет*  
*rusfilol37@mail.ru*

**Иконникова Яна Владимировна, к.ф.н.**  
*Тамбовский государственный технический университет*  
*janakareva@yandex.ru*

## **РАБОТА НАД РЕЗЮМЕ КАК КОМПОНЕНТ КОНЦЕПЦИИ ФОРМИРОВАНИЯ КОММУНИКАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ СТУДЕНТОВ НЕЯЗЫКОВОГО ВУЗА**

*В статье работа над составлением резюме рассматривается как этап развития коммуникативной компетенции студентов. Данный вид работы носит комплексный характер, включающий в себя анализ структуры резюме, правила подготовки сопроводительного письма, этикетные нормы электронной переписки, элементы собеседования. Подобная технология подготовки акцентирует прагматическую направленность курса «Русский язык и культура общения».*

*Ключевые слова:* резюме; русский язык; культура общения; коммуникативная культура; коммуникативная компетенция.

Обновленный федеральный государственный образовательный стандарт третьего поколения содержит строго определенные требования к результатам освоения программы, в том числе с учетом профессиональных стандартов. Компетентностный подход является основным векторным направлением, при этом совокупность сформированных компетенций должна обеспечить выпускнику способность осуществлять профессиональную деятельность. Важным становится отказ от односторонней формы коммуникации, в том числе

ориентация на понятный студенту способ получения и усвоения знаний, использование его собственных знаний и опыта, моделирование профессионального погружения на практических занятиях, проводимых с использованием интерактивных форм обучения.

Коммуникативная компетенция, которая должна быть сформирована при реализации программы «Русский язык и культура общения», относится к категории универсальных. Также ее можно назвать метакомпетенцией, на базе которой как формируется, так и реализуется целый ряд других компетенций. Работодатели сегодня говорят о softskills, при этом в образовательной среде вопрос о важности softskills, балансе softskills и hardskills до сих пор остается дискуссионным и в определенной степени амбивалентным. Не так давно на «страницах» электронной газеты «Вести образования» была опубликована статья В.А.Мау, ректора Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, «Фундаментальные знания не стареют: современное образование и softskills», в которой он отмечает: «...Умение подать себя и умение быть профессионалом не заменяют друг друга. <...> Впрочем, коммуникативность и другие известные softskills остаются (но не становятся) важнейшими компетенциями» [12]. Таким образом, коммуникативную компетентность выпускника неязыкового вуза мы можем отнести к softskills, которые являясь дополнением к hardskills, становятся важным элементом профессиональной реализации молодого специалиста.

Работа над резюме может стать одним из мощных факторов мотивации учебной деятельности и, в свою очередь, развития коммуникативной компетенции студентов. Резюме стало неотъемлемой частью процесса трудоустройства, но в то же время отсутствуют единые, нормативно закреплённые стандарты оформления подобных документов. Подобная нормативная неопределенность, с одной стороны, усложняет работу над темой, а с другой – позволяет поставить целый ряд учебных коммуникативных задач.

Прежде всего, необходимо определить границы понятия «резюме», для которого характерны определенные терминологические разночтения: «В

англоязычных культурах резюме (resume) и CV (curriculum vitae) выступают как тождественные понятия. <...> Однако следует обратить внимание, что в некоторых российских источниках отмечается особый вид документа – CV, т.е. четко прослеживаются различия в понимании резюме и CV. <...> Такой подход к пониманию резюме и CV мы считаем противоречащим действительности, т.к. априори данные понятия являлись и являются синонимичными в европейских и американской культурах» [1]. В глоссарии к книге Р. Сорокиной выделяются оба понятия с учетом их этимологии, но при этом сближаются как синонимичные:

«Резюме – (фр. resume, от resumer «излагать вкратце») составленный по определенным правилам перечень сведений о претенденте на работу. Краткое изложение речи, краткий вывод.

CV – резюме (лат. curriculum vitae – «ход жизни») краткое описание жизни и профессиональных навыков. Термины CV и резюме в России часто применяются как полные синонимы и обозначают документ, который соискатель предоставляет потенциальному работодателю, выставляя свою кандидатуру на открытую вакансию» [16].

Кроме того, на занятии студенты должны познакомиться с такими терминами, как HR, HR менеджер, рекрутер, скрининг, рефрейминг, компетенция. Затем преподавателю необходимо дать краткий обзор источников, с которыми предстоит работать. Прежде всего, это вузовские учебные пособия, а также специализированная литература, посвященная составлению резюме: А. Казанцева «Как составить блестящее резюме», И. Князева «Секреты превосходного резюме», Р. Сорокина «Сразить наповал. #Резюме. Как получить приглашение на собеседование?», В. Якуба «Выигрышное резюме – 1:0 в Вашу пользу» [5, 11, 16, 17]. Также актуальные статьи представлены на сайтах крупнейших компаний интернет рекрутмента и специализированных ресурсах для кадровых служб: «Как составить резюме: наши советы соискателям» (<https://hh.ru>), «Как составить резюме? 9 правил профессионального резюме!» (<https://www.superjob.ru>), «Резюме: правила оформления» (<https://hr-portal.ru>) [9, 10, 13].

Типология резюме вариативна. Наиболее полное деление представлено в книге А.Казанцевой «Как составить блестящее резюме» [5]:

- хронологическое;
- функциональное;
- гибридное;
- таргетированное (целевое);
- креативное резюме;
- резюме временного работника;
- удлиненное;
- универсальное.

На наш взгляд, целесообразно рассказать студентам о нескольких видах резюме, но подробно разобрать стоит только его универсальный тип, который включает следующие сведения:

- основное и дополнительное образование;
- опыт работы и ключевые компетенции;
- личностные характеристики;
- дополнительные навыки;
- рекомендации.

Для работы с универсальным типом резюме следует подготовить таблицу, в которую необходимо включить указанные блоки, опираясь на стандартные типы резюме, представленные наиболее авторитетными интернет-ресурсами по подбору персонала:

<b>Фамилия, имя, отчество</b>	
Дата рождения:	
Город проживания:	
Мобильный телефон:	
E-mail:	
<b>Цель</b>	
Желаемая должность:	
Зарплата:	
<b>Профессиональные компетенции</b>	
Ключевые навыки:	
<b>Опыт работы</b>	

Период работы:	
Организация:	
Должность:	
Функциональные обязанности (могут быть также указаны достижения):	
<b>Рекомендации</b>	
Рекомендации и ссылки:	
<b>Образование</b>	
Учебное заведение:	
Дата окончания:	
Уровень образования:	
Факультет:	
Специальность:	
Форма обучения:	
<b>Дополнительное образование / Повышение квалификации, курсы</b>	
Название курса:	
Учебное заведение:	
Продолжительность:	
Дата окончания:	
<b>Дополнительная информация</b>	
Уровень владения языками	
Уровень владения ПК	
Наличие водительских прав:	
Личные качества:	

Задача преподавателя – прокомментировать правильное заполнение каждого из этих блоков с учетом как требований русского языка, так и рекомендаций специалистов кадровых служб. При выполнении данной работы мы опираемся на книгу И.Князевой «Секреты превосходного резюме», которая содержит наиболее четкие рекомендации [11]. Студентам необходимо представить автора книги, подчеркнуть авторитетность его мнения. Так, С.Князева является сертифицированным карьерным консультантом с 15-летним опытом работы, которая рассмотрела более 500 тысяч резюме и провела более 15 тысяч личных собеседований. Обращение к специалистам в той или иной области усиливает прагматическую направленность курса. Важным для повышения мотивации студентов является, на наш взгляд, приведенная в пособии статистика:

направлено 100 резюме – первоначально отобрано 25 резюме – приглашено на собеседование 10-15 соискателей;

на просмотр 1 резюме менеджером по подбору персонала затрачено от 3 до 15 секунд.

Подобные жесткие условия конкуренции на рынке труда заставляют относиться к заданиям преподавателя не как к отвлеченной учебным задачам. Таким образом, работа с подобной бизнес-литературой служит особым инструментом формирования коммуникативной компетенции.

Важным этапом учебной деятельности является и анализ общих рекомендаций, предлагаемых как различными пособиями, так и интернет-ресурсами:

- краткость, лаконичность;
- грамотное форматирование документа;
- избирательность представленных данных отсутствие случайной информации;
- обратный хронологический порядок сведений о профессиональном опыте;
- точность и достоверность;
- отсутствие заголовка *резюме / резюме на должность*;
- отсутствие ошибок и опечаток.

Наряду с общими рекомендациями встречается совет не указывать в резюме свое семейное положение (хотя эта информация встречается в большинстве размещенных образцов), а оставить эту тему для собеседования, если этот вопрос будет интересовать специалиста кадровой службы.

Важно обратить внимание на адрес электронной почты, указываемый в резюме. Анализ личных данных студентов показывает, что в большинстве случаев они нейтральны, но ряд студентов используют для обмена информацией адреса, которые не могут быть применимы в жестких рамках делового общения.

Также важно акцентировать корректное название файла (не Резюме.doc, Мое резюме.doc, Резюме на вакансию инженера.doc), так как при сохранении или копировании подобные однотипные файлы приводят к потере рабочего времени специалиста кадровой службы на их переименование.

После рассмотрения структуры резюме и основных правил его составления целесообразно выполнение следующих типовых заданий:

1) найти основные структурные элементы резюме в предложенном преподавателем образце;

2) рассмотреть резюме, размещенное на популярном интернет-ресурсе в качестве образца, оценить его соответствие рассмотренным правилам;

3) найти резюме реального соискателя по своей специальности и дать ему оценку с позиции кадрового работника;

4) рассмотреть 5 резюме по своей специальности, подготовленных соискателями со стажем работы более 5 лет, и подготовить блок профессиональных компетенций, которыми должен владеть будущий инженер (программист, юрист, бухгалтер).

Таким образом, студент определяет тот вектор своего профессионального, а не только речевого развития, который поможет ему построить более эффективно и продуманно свою систему обучения в вузе.

Также целесообразно составление резюме по заданным параметрам, что ориентирует студентов на правильность подготовки данного вида документа в соответствии с запросом работодателя. Например, эффективны задания подобного типа:

*Прочитайте образцы объявления центра занятости. Составьте резюме, соответствующие данным вакансиям.*

*1. Торговый представитель (торговая компания, продажа продуктов питания, бакалейная группа); работа с розничной сетью по сбыту продуктов питания, поиск клиентов, заключение договоров, контроль за исполнением, до 30 лет, желательно опыт продаж любых продуктов питания, з/п от 15000 руб[15].*

После анализа подготовленных резюме стоит ввести такое понятие, как профиль должности, который отличается от описания вакансии. Как отмечает Р.Сорокина, «профиль должности – определенный стандарт, который описывает обязанности, а также квалификационные и личные параметры претендента» [16]. Но полная информация о профиле должности доступна только сотруднику по подбору персонала, в то время как описание вакансии доступно соискателю: «Вакансия – это учебник по написанию резюме. Рекрутеры отбирают только те резюме кандидатов, которые наиболее точно совпадают с описанием вакансии» [16]. Таким образом, работа над резюме должна быть расширена за счет анализа вакансий, что учит студентов эффективно решать поставленные коммуникативные задачи.

Для формирования коммуникативной компетенции, безусловно, важно акцентировать внимание на структурных блоках, запросах работодателя, умении правильно представить имеющуюся информацию. В то же время важно актуализировать знания студентов в области орфографии и пунктуации, так как грамотное оформление документа в соответствии с правилами русского языка является важным элементом коммуникативной компетенции.

Почти все интернет-рекомендации и бизнес-литература по составлению резюме содержат требования к уровню грамотности, а также к точности изложения информации. На эти требования следует обратить особое внимание, систематизировав уже имеющиеся знания по русскому языку.

Важно точно записывать названия учебных учреждений, а также организаций, в которых работал соискатель. Анализ резюме, подготовленных студентами самостоятельно, показал наличие странной ошибки: написание с заглавных букв всех слов в названии вуза (Тамбовский Государственный Технический Университет). Подобные примеры, к сожалению, частотны в интернет-образцах, поэтому стоит обратить внимание, что подобное написание нарушает правила русского языка.

Студенты с высоким уровнем грамотности сомневаются, стоит ли брать название вуза или фирмы в кавычки, так как встречаются двойное написание в

самостоятельно найденных резюме. На эту тему стоит обратить особое внимание, рассмотрев как классическое справочное пособие Д.Э.Розенталя, так и авторитетные интернет-ресурсы.

Раздел «Письмовник» на портале «Грамота.ру» содержит подробный анализ темы «Как правильно употреблять кавычки в собственных наименованиях»[8]. Во-первых, необходимо определить вид собственного имени (реальные собственные имена и условные (символические) названия, которые различаются, в первую очередь, синтаксической сочетаемостью). Во-вторых, определить наличие родового наименования (в официальных документах чаще всего – обозначение организационно-правовой формы) при реальных собственных именах. Анализируя правило, студенты сами исправляют допущенные ошибки: Тамбовский государственный технический университет, но федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тамбовский государственный технический университет» (ФГБОУ ВО «ТГТУ»).

Эту же тему стоит рассмотреть и в пособии Д.Э.Розенталя, что способствует развитию навыка сопоставительного анализа представленной информации. В §129 главы XXXIII также определены правила употребления кавычек при названиях литературных произведений, органов печати, предприятий [14]. На наш взгляд, важной составляющей коммуникативной компетенции является умение самостоятельного поиска и анализа информации, поэтому работа со справочными пособиями является важным компонентом формирования искомой компетенции.

Другой ошибкой, найденной вместе со студентами в целом ряде резюме, стало неправильное оформление списков. В одном из примеров элементы списка завершались либо точкой, либо пропуском знаков препинания. Вдругом – деление списка на структурные блоки нарушало как правила русского языка, так и законы логики. Требования к оформлению списков также определяем вместе со студентами, обратившись к порталу «Грамота.ру» (раздел «Письмовник», блок «Техническое оформление текста», тема «Как оформлять

перечни?») [6]. Стоит отметить, что если первоначально студенты обращают внимание на саму структуру резюме (формальную часть), то задание найти ошибки и недочеты заставляет их более внимательно изучать представленную информацию (содержательную часть). Преподавателю необходимо отметить, что правила оформления перечней важны не только в деловых документах, но и в учебных работах студента, например в докладах и рефератах.

При оформлении информации о периоде работы и учебы студенты сталкиваются с проблемой, как правильно записать дату. В данном случае мы работаем с 2 источниками: информацией на портале «Грамота.ру» (раздел «Письмовник», блок «Техническое оформление текста», тема «Как правильно записать дату?») и ГОСТ Р 7.0.97-2016 «Национальный стандарт Российской Федерации. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Организационно-распорядительная документация. Требования к оформлению документов», утвержденный Приказом Росстандарта от 08.12.2016 № 2004-ст (ред. от 14.05.2018). В статье «Как правильно записать дату?» содержится информация о правильной записи даты, принятых сокращениях, а также ответы на часто возникающие вопросы [7]. Но работа с текстом государственного стандарта также должна быть проведена. Информация пункта 5.10 регламентирует правила написания даты: «Дата документа записывается в последовательности: день месяца, месяц, год одним из двух способов: арабскими цифрами, разделенными точкой: 05.06.2016; словесно-цифровым способом, например: 5 июня 2016 г.» [4]. При работе над резюме происходит первичное знакомство с текстом данного стандарта, которое продолжится при работе над деловыми письмами.

Знакомство с правилами деловой переписки также носит ознакомительный характер. Сегодня сопроводительное письмо является своеобразным продолжением резюме и важным шагом к будущему трудоустройству. Один из самых авторитетных интернет-порталов по подбору персонала советует обратить особое внимание на сопроводительное письмо: «В системе hh.ru знакомство рекрутера с вами всегда начинается с

сопроводительного письма» [9]. В письме важно отметить не только свои профессиональные навыки и достижения, но и подчеркнуть свою заинтересованность в конкретной компании, не используя общие фразы. Кроме того, сопроводительное письмо может помочь объяснить проблемные этапы вашего карьерного пути, например продолжительные перерывы в работе. В качестве примера можно привести часть письма, представленного в книге Р.Сорокиной: «Компания провела сокращение бюджета и уволила двух специалистов. Я был одним из членов команды, который работал в компании менее года. Тем не менее, я горжусь работой, которую я сделал в „Х“ и могу предоставить рекомендацию от руководителя» [16]. Таким образом, работа над структурой сопроводительного письма не сводится к формальному разбору его элементов, а является эффективным этапом в формировании коммуникативной компетенции студентов.

В единой системе целесообразно рассмотреть общие правила оформления электронных писем. Подробно особенности электронного делового письма рассмотрены в учебнике Л.А.Введенской: структура письма, его объем, заполнение поля «Тема», правила сетикета (нормы общения в интернете), в том числе нормы обращения [2]. На наш взгляд, также стоит рассмотреть статью «Деловая email-переписка: правила этикета», размещенную на сайте журнала «Главная книга» [3]. Аналогичная статья размещена на личной странице Т.Воротынцевой, практикующего бизнес-тренера, директора по развитию тренинговой компании «Бизнес Партнер».

Основные правила четко структурированы и представлены в виде советов с комментарием:

- 1) не пренебрегайте в своих письмах персональным обращением к адресату;
- 2) уделяйте особое внимание форме приветствия;
- 3) не забывайте заполнять поле «Тема»;
- 4) обращайтесь на поля «Кому» и «Копия»;
- 5) не затягивайте с ответом;

- 6) соблюдайте основные правила подачи информации в письме;
- 7) завершайте каждое письмо блоком из подписи и ваших контактов.

Подобное представление информации наиболее удобно для запоминания. Сопоставление приведенных советов с текстом параграфа учебника также является важным элементом самостоятельной работы студентов.

Завершить блок, посвященный подготовке резюме и трудоустройству в целом, целесообразно проведением деловой игры «Собеседование». Методика проведения игры проста: студенты проходят собеседование, желательно чтобы интервьюером был также один из учащихся, но на практике сначала эту роль стоит взять на себя преподавателю, чтобы направить деловую беседу в правильное русло и задать наиболее сложные вопросы: например, необходимо назвать свои отрицательные качества, но таким образом, чтобы не испортить первое впечатление о себе. Ответ на подобный вопрос вызывает затруднения, но совместное рассуждение вместе с преподавателем позволяет продолжить «собеседование» уже самостоятельно.

Элементы таких тем, как устное деловое общение, элементом которого является собеседование, структура сопроводительного письма, правила ведения электронной переписки, включаются как ознакомительные, но подобная пропедевтика помогает подчеркнуть прагматический аспект изучения дисциплины «Русский язык и культура общения», поставить перед студентами ряд задач, решение которых способствует формированию универсальной компетенции. Таким образом, работа над резюме становится важным этапом в целостной концепции формирования коммуникативной культуры студентов неязыковых вузов.

#### *Список источников*

1. Баделина М.В., Орехова Е.Ю. Резюме и CV в деловой коммуникации (на примере русского и английского языков) // Наука и бизнес: пути развития. 2015. №11 (53). С.116-118.

2. Введенская Л.А., Павлова Л.Г., Кашаева Е.Ю. Русский язык. Культура речи. Деловое общение: учебник. М.: КНОРУС, 2019. С. 369, 370.

3. Воротынцева Т.Л. Деловая email-переписка: правила этикета // 2013. №23. [Электронный ресурс]. URL: [https://glavkniga.ru/elver/2013/23/1280-delovaja\\_email\\_perepiska\\_pravila\\_etiketa.html](https://glavkniga.ru/elver/2013/23/1280-delovaja_email_perepiska_pravila_etiketa.html) (дата обращения: 15.10.2019).

4. ГОСТ Р 7.0.97-2016. Национальный стандарт Российской Федерации. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Организационно-распорядительная документация. Требования к оформлению документов [Электронный ресурс]. URL: <http://docs.cntd.ru/document/1200142871> (дата обращения: 11.10.2019).

5. Казанцева А. Как составить блестящее резюме [Электронный ресурс]. URL: <https://www.litres.ru/anna-kazanceva/kak-sostavit-blestyaschee-rezume/> (дата обращения: 01.10.2019).

6. Как оформлять перечни? [Электронный ресурс]. URL: <http://new.gramota.ru/spravka/letters/83-rubric-7> (дата обращения: 08.10.2019).

7. Как правильно записать дату? [Электронный ресурс]. URL: <http://new.gramota.ru/spravka/letters/90-data> (дата обращения: 07.10.2019).

8. Как правильно употреблять кавычки в собственных наименованиях [Электронный ресурс]. URL: <http://new.gramota.ru/spravka/letters/75> (дата обращения: 07.10.2019).

9. Как составить резюме: наши советы соискателям [Электронный ресурс]. URL: <https://tambov.hh.ru/article/311410> (дата обращения: 05.10.2019).

10. Как составить резюме? 9 правил профессионального резюме! [Электронный ресурс]. URL: <https://www.superjob.ru/pro/5061/> (дата обращения: 05.10.2019).

11. Князева И. Секреты превосходного резюме [Электронный ресурс]. URL: <https://www.litres.ru/irina-knyazeva-18508690/sekrety-prevoshodnogo-rezume/> (дата обращения: 01.10.2019).

12. Мау В.А. Фундаментальные знания не стареют: современное образование и softskills // Электронная газета «Вести образования». 2019. 2

сентября. URL: [https://vogazeta.ru/articles/2019/9/2/quality\\_of\\_education/9176-fundamentalnye\\_znaniya\\_ne\\_stareyut](https://vogazeta.ru/articles/2019/9/2/quality_of_education/9176-fundamentalnye_znaniya_ne_stareyut) (дата обращения: 20.10.2019).

13. Резюме: правила оформления [Электронный ресурс]. URL: <https://hr-portal.ru/article/rezyume-pravila-oformleniya> (дата обращения: 05.10.2019).

14. Розенталь Д.Э. Справочник по правописанию и литературной правке / Под ред. И.Б. Голуб. М.: Рольф: Айрис-пресс, 1999. С.173, 174.

15. Самокрутова Л.В. Русский язык и культура речи в профессиональном образовании студентов экономического профиля: учебное пособие-практикум. Тамбов: ТОГОАУ ДПО «Институт повышения квалификации работников образования», 2010. С.130, 131.

16. Сорокина Р. Сразить наповал. #Резюме. Как получить приглашение на собеседование? [Электронный ресурс]. URL: <https://www.litres.ru/raisa-sorokina/srazit-napoval-rezume-kak-poluchit-priglasenie-na-sobesedo/> (дата обращения: 01.10.2019).

17. Якуба В. Выигрышное резюме – 1:0 в Вашу пользу [Электронный ресурс]. URL: <https://www.litres.ru/vladimir-yakuba/vyigryshnoe-rezume-1-0-v-vashu-polzu-10266121/> (дата обращения: 01.10.2019).

**Москальцова Мария Александровна,**  
магистрант кафедры «Реклама и связи с общественностью»  
ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный технический университет», г. Тамбов  
[mmoskaltsova@gmail.com](mailto:mmoskaltsova@gmail.com)

## **Реклама в пространстве массовой культуры, языка и Интернета**

**Аннотация.** *Размышляя об актуальных проблемах современной рекламы, автор статьи акцентирует внимание на сути взаимоотношений массовой культуры и рекламы как одного из ее слагаемых, рассматривает рекламный продукт как явление массовой культуры, анализирует слоганы, являющиеся вербализованным рекламным продуктом, показывает преимущества Интернета (в частности социальных сетей) как пространства для распространения рекламы и оценивания ее эффективности на примере целого ряда проведенных в разное время рекламных кампаний.*

**Ключевые слова:** *реклама, массовая культура, рекламная кампания, потребители, бренд, социальная повестка, инфоповод, брендинг, слоган, Интернет.*

Реклама – это не только одно из ключевых понятий бизнеса, но и важная составляющая массовой культуры, более того, в настоящее время реклама постепенно превращается в ее символ и главную движущую силу. В этом нет ничего удивительного, ведь и массовой культуре (если воспринимать ее как нечто целое), и рекламе (в качестве одного из ее слагаемых) присущи одни и те же признаки, хотя, безусловно, все их характерологические особенности, рассматриваемые в совокупности, полностью совпасть не могут. К числу таких (совпадающих) признаков, по-видимому, можно отнести следующие: адресность, нацеленность на широкие массы, постоянное стремление к расширению аудитории и связанная с этим ориентация на некое усредненное восприятие; предельная стандартизированность используемых языковых моделей и речевых образцов, с одной стороны, а с другой, – интерес к символам и языковой игре, сомнительная самооценка конечного продукта, манкирование эстетическими (а порой и этическими принципами) при самовыражении. В эпоху конвейерного промышленного производства и сверхскоростей, массовой компьютеризации и почти повсеместного использования Интернета реклама в определенном смысле становится своеобразным транслятором культуры огромному массиву потребителей.

Рекламные кампании (в ряду прочих задач, которые они решают) выявляют, как именно еще не до конца исследованные области человеческой природы пересекаются с новыми возможностями современных технологий, специалисты по рекламе пытаются эти «пересечения» эксплицировать, а затем начинают активно «эксплуатировать» их в рекламных целях. Грамотно составленная стратегия рекламной кампании в состоянии достоверно определить и вербализовать желания потребителей, о существовании которых, как кажется, аудитория раньше даже не догадывалась, а также предложить способы их удовлетворения, которые компании не прогнозировали и еще несколько лет назад даже не могли их себе вообразить. Заметим, что в основе любой планируемой рекламной кампании лежит четкое представление о современном состоянии массовой культуры, а ее успех

изффективность напрямую зависят от того, насколько она учитывает социальную повестку дня общественной жизни и соответственно интегрирована в нее.

Понятие массовой культуры, которая в самом общем виде определяется как «культура быта, развлечений и информации, преобладающая в современном обществе», включает в себя индустрию интертейнмента (литературу, музыку, кинематограф и другие виды искусства); средства массовой информации; систему организации и стимулирования массового спроса на товары и услуги; индустрию здоровья и досуга; Интернет и др. [1]

Современная массовая культура основывается на господствующих ныне социальных процессах, явлениях, общественных настроениях и социальных повестках, таких как а) изживание и отмирание систем тоталитарного и авторитарного политического управления государством, б) переход к более либеральным и демократическим формам управления, в) перманентно повышающийся уровень образованности и осведомленности большей части мирового населения и пр. Здесь же следует упомянуть многовековую, иногда не вполне очевидную партизанскую борьбу за права таких общественных движений, как феминизм, ЛГБТК+ и др., а также защиту прав животных, рабочих, социально уязвимых слоев населения, заботу об окружающей среде, национальной идентичности. Все перечисленные выше факторы можно считать предвестниками революции гуманизма, всеобщей толерантности, уважения не только к каждой отдельной личности, но и ко всему миру в целом, чем, как нам кажется, и пропитана современная массовая культура. Если не закрывать глаза на неприглядную, а порой и чудовищную действительность, если вести честный и искренний диалог, не прятаться за лицемерными ценностями и внутренними установками, если бороться за справедливость и равноправие, если «вращивать» адекватность и культивировать осведомленность, то все названное должно привести к торжеству здравого смысла и реалистического подхода к действительности, к желанию трансформировать ее (а не сбегать от нее) исключительно с целью ее совершенствования.

Мейнстримом нынешней массовой культуры является стремительный процесс глобализации, технологический прорыв прикладных IT-наук, в частности AI-технологий; глобальные катаклизмы; загрязнение мирового океана; изменение климата планеты, в частности ввиду последствий яростного, необузданного консьюмеризма – проблемы переработки отходов, утилизации товаров, недолгое время бывших в употреблении; истощение природных ресурсов.

Эксперты уже давно причислили рекламу к явлениям массовой культуры, поскольку именно она способна создавать продукты, имеющие массовый потребительский характер, но в то же время стремящиеся перейти в ранг более высоких культурных ценностей, подняться в этой иерархии хотя бы на одну ступеньку выше. Иллюстрацией этого может служить краткий экскурс в историю брендов. Вспомним, например, как в далеком уже 1931 году бренд «Coca-Cola» провел одну из самых успешных рекламных кампаний в истории, которая имела прямое отношение к объектам массовой культуры и, более того, основывалась на них. Этот бренд ввел в оборот слоган «Праздник к нам приходит всегда с Coca-Cola» и представил маскота в обличье хрестоматийного Санта-Клауса. Так образ американского Деда Мороза, являвшегося национальным достоянием, занял свое почетное место в кругу общемировых «ценностей», а рекламируемый продукт превратился в обязательно присутствующий на всех столах во время всех праздников, а не только в Рождество напитков. Любопытно, что и другие религиозные праздники, которые отмечаются в той или иной стране, их главные атрибуты и особенности, продолжают «эксплуатироваться» в различных рекламных акциях, и это своеобразное переплетение разнородных явлений, этот сплав (на первый взгляд) несовместимых элементов превращается в любопытный феномен

современной массовой культуры. Приведем еще один, с нашей точки зрения, показательный пример: изобретенные компанией «Pampers» бумажные подгузники для детей стали обязательным атрибутом детской гигиены и одновременно неотъемлемой частью культуры современной семьи в развитых странах. В нашей стране иноязычное слово «памперсы» практически вытеснило из русского языка широко используемую ранее лексему «подгузники» и прочно укоренилось в нем, а его употребление в настоящий момент тяготеет к нормированной речи. Приведенные выше примеры наглядно демонстрируют, что в наши дни понятия «реклама» и «массовая культура» становятся понятиями сопряженными, взаимозависимыми, а рекламные кампании уже невозможно рассматривать вне контекста массовой культуры.

Обратим внимание на то, что реклама не только следует за насущными социальными повестками и соответственно играет по правилам, заложенным в них, но и сама способна распознать «нарывы на теле общества», а обнаружив их, сделать достоянием общественности, приковывать к ним общественное внимание, тем самым формируя собственную повестку. Нельзя не отметить, что подобное, к сожалению, происходит крайне редко, гораздо реже, чем это необходимо, но все же случается. Как правило, примеры подобной рекламы в основной своей массе обнаруживаются среди роликов-участников премии «CannesLions». Например, наиболее яркой и запоминающейся рекламой 2017 года, заявленной в программе «CannesLions», стала реклама, презентующая новую модель автомобиля, эко-кроссовера «Niro» бренда «KIA». Рекламный ролик не без иронии указал на все сложности, с которыми сталкиваются эко-активисты, на все «тяготы» их эко-активистской жизни, а также высмеял неконтролируемое стремление брендов любыми доступными им способами запрыгнуть в последний вагон хайп-трейна. Заметим, что ключевая роль в широком признании и высокой популярности этого ролика принадлежит его главной героине – всемирно известной американской комедийной актрисе Мелиссе Маккарти.

В настоящее время известные бренды пытаются отыгрывать социальные повестки и внедряться в актуальные инфоповоды, что позволяет им не отставать от трендов массовой культуры. Например, в первой половине 2019 года транснациональная компания по производству спортивной одежды и спортивных товаров «Reebok» запустила международную рекламную кампанию для англоязычной аудитории – «BeMoreHuman» (в русской версии это выглядит так: «Будь более человечным»). Главный московский офис компании ответил на это своей оригинальной адаптацией, также подняв этот социально важный вопрос и тем самым продолжив благое дело, начатое компанией «Reebok». Российская рекламная компания под хэштегом «#нивкакиерамки» во главе с концептуальным идеологом Александром Голофастом явила широкой аудитории серию снимков, которые были выложены во флагманском Instagram-аккаунте бренда. Слоган, пририсованный к снимкам, выглядел следующим образом: «Пересядь с иглы мужского одобрения на мужское лицо». Насколько может судить автор данной работы, в основу этого слогана могла быть положена популярное и часто используемое в зарубежном кластере сети словосочетание, взятое из американского варианта английского языка, – «face-sitting». Российский же слоган, на наш взгляд, стал нелепой и неудачной попыткой егорушификации, вследствие чего его использование в таком виде следует признать неуместным. Лицом рекламной кампании в данном случае стала журналистка, популярная в Твиттерской и Телеграмной среде, «тысячница», активистка, борющаяся за права женщин, а также популяризирующая принципы феминизма, – Залина Маршенкулова. Реакция на данную публикацию в сети как профессиональной, так и обывательской аудитории последовала незамедлительно. Контент был основательно раскритикован, компания обвинена в квази-феминизме, неумелой игре в социальный маркетинг, корыстном «юзании» популярной ныне

социальной повестки. Однако муссирование бренда «Reebok» в СМИ, Telegram-каналах и на просторах Twitter не прекратилось, так как принятые компанией антикризисные меры реагирования, как показало время, оставляли желать лучшего. И это при том, что сделано было немало: всего спустя два часа после размещения в сети все публикации были удалены из нее (руководство заявило, что не было уведомлено о запуске рекламной кампании и о ее концепции, что, очевидно, не соответствовало действительности); ведущий специалист по маркетингу был уволен; активизировавшиеся PR-специалисты компании в тот же день занялись веерной рассылкой по имевшейся у них базе данных писем популярным Instagram-инфлюенсерам с просьбой поддержать бренд, написать об этом пост в личном аккаунте, за что им был обещан солидный профит (одна из копий этого электронного письма позже стала достоянием общественности). Еще одним промахом компании можно считать то, что за скандальными публикациями пользователи не заметили другую (довольно важную) часть рекламной кампании «нивкакиерамки», в которой, кроме Маршенкуловой, приняли участие чемпионка Европы по спортивной борьбе Анжелика Пиляева и боец ММА, Юстына Грачык. Они фигурировали в серии фото, а также видео, где спортсменки рассказывали о существующих ныне гендерных стереотипах, о своем отношении к ним, о том, как существование такого рода стереотипов в обществе влияет на их спортивную жизнь и отражается на их спортивных достижениях.

Похожий печальный зарубежный опыт имеется и у американской компании «Gillette», знаменитого производителя аксессуаров для бритья и средств для ухода. Приурочив к частичному ребрендингу – замене слогана «The best man can get» на более социально приемлемый «The best man can be» – «Gillette» в коллаборации с легендарным активистским движением, выступающим против сексуального угнетения женщин и сексуальных домогательств, «#MeToo» выпустила мини-фильм, лейтмотивом которого стала недопустимость психологического террора молодого поколения и борьба с токсичной маскулинностью мужчин. Ролик вызвал шквал негодования американских и канадских пользователей, о чем свидетельствуют более миллиона дизлайков под опубликованным роликом на видео-хостинге YouTube; многотысячные гневные комментарии пользователей социальных сетей; челлендж, в котором пользователи «с особой жестокостью» избавляются от продукции бренда, записывая процесс на камеру и публикуя возмущенные посты в личных аккаунтах с хэштегом #GilletteAd. Интернет-пользователи обвинили «Gillette» в предвзятом отношении к мужчинам, расистском подходе, левых взглядах, лицемерии, а также в неуместном использовании острой социальной повестки с одной лишь целью – целью получения материальных выгод в максимальном объеме, то есть фактически можно констатировать полный провал данной рекламной акции.

Еще одним и, пожалуй, вопиющим примером неуместного, неудачного встраивания рекламной кампании в массовую культуру является недавняя кампания красноярского ночного клуба «Колумбийская мама», приглашавшая горожан на вечеринку в честь грядущего Дня Победы. Мероприятие анонсировалось с помощью таргетированной рекламы в социальной сети Instagram; его афиша содержала в себе такой весьма спорный текст: «За Русь на танцполе взорвусь», а также фотографию девушки-модели, одетой в военную форму времен Великой Отечественной войны и держащей в руках автомат.

Технологии, объединяющие рекламу и искусство в одно целое, а также коллаборация между элементами массовой культуры были разработаны еще в XX веке Эдвардом Бернейсом. Он первым начал «украшать» развороты популярных в те времена СМИ портретами известных кинозвезд, певиц, певцов и других представителей шоу-бизнеса, которые в то время являлись лидерами мнений и «властителями дум» широкого массива потребителей рекламы в основном из числа

молодых людей, тинейджеров и домохозяек. Так, однажды Бернейс, имея своей целью повысить привлекательность президента Калвина Кулиджа, которого американский народ считал «серым и скучным», на приём в Белый дом пригласил несколько десятков кинозвёзд, о чем написали все газеты Америки. После этого события светской жизни «президент в глазах общественности превратился из безнадёжно скучного в почти весёлого и удалого». [ 2 ] Также Эдварду Бернейсу принадлежит идея productplacement в индустрии кино. Отметим, что он, возможно, сам того не желая, заложил камень и в фундамент современного феминизма, ведь именно благодаря ему феминистки обзавелись одним из неотъемлемых атрибутов этого движения: Бернейс водрузил сигарету на знамя освобождения женщин от мужского угнетения и использовал для этого символ, знакомый каждому американцу с пеленок, – Статую Свободы с факелом в руках. Во время всенародного праздника Бернейс выслал на парад, проводившийся в Нью-Йорке, специально подготовленных светских львиц, которые перед десятками фотокамер по сигналу достали сигареты и одновременно закурили, что выглядело очень эффектно, при этом рядом с ними красовался лозунг – «Факел свободы». Бернейсу даже не пришлось платить прессе, на следующее утро эта история была на первой странице каждой американской газеты, в прессе поднялся шум, в обществе разразился страшный скандал, на фоне которого началась публичная дискуссия об освобождении женщин, угнетаемых мужчинами.

Главная заслуга Бернейса перед рекламным рынком состоит в том, что он разработал и предложил большому бизнесу такие технологии, которые позволяли апеллировать не к разуму, а к чувствам и переживаниям «среднестатистического» человека, рядового обывателя, вследствие чего бизнес начал стремительно завоевывать симпатии широких масс потребителей различных товаров и услуг. А это можно считать отправной точкой современной рекламы, в фундаменте которой отчетливо просматриваются иррациональная, чувственная и эмоциональная составляющие. Следует заметить, что до Бернейса в фокусе рекламы в США в подавляющем большинстве случаев находилась практичность рекламируемых товаров, а любой продукт представлялся лишь в свете его нужности, полезности и надежности.

Современную культуру под определенным углом зрения можно рассматривать как контркультуру, которая широко представлена современным искусством и проявляется через свободу личного выбора, свободу самовыражения; свободу быть самим собой, быть отличным от других, максимально не похожим на окружающих, до определенной степени странным, дауншифтером и даже в известном смысле изгоем. Компании, мечтающие найти какие-либо точки соприкосновения с произведениями современного искусства и внедриться в повестку «правил больше нет», устраивают рекламные интеграции с деятелями искусства или так называемые коллаборации. Побуждает их к этому все возрастающее желание «влиться» в тусовку ставших платежеспособными миллениалов и быть для них не просто «пережитком капитализма» и организациями, неплохо представляющими, как выкачивать из них финансовые ресурсы, но и перейти в статус компании-друга, очень близкого друга, говорящего с ними на одном языке, другими словами, стать своим «бро или хоуми». Именно с этих позиций можно объяснить недавние коллаборации российской технологической компании «Mail.ru» и «андеграундного» бренда одежды «OutlawMoscow», вся рекламная кампания которых была снята трендовым фотографом-урбанистом «19TONES». Общеизвестно, что самым близким к широким массам видом искусства является уличное искусство, или стрит-арт. Именно поэтому столь востребованными и популярными оказались коллаборации художника-каллиграфуриста Покраса Лампаса и брендов «Levi's», «M.A.C», «Reebok», «Tele 2», «Яндекс» и некоторых других.

Реклама добралась и до Мекки современной российской музыкальной индустрии – до рэп-батлов и рэп-исполнителей. Так, ключевая фигура русского рэпа Oxxxymiron стал амбассадором бренда «Reebok», а его коллега по лейблу «Loqimean» – автором коллаборации ранее невиданного формата с брендом «МТС», интегрированной в клип «Быть дауном».

Благодаря своей приверженности абсолютной открытости миру, прозрачности, гуманизму, альтруизму и социальной осведомленности современная массовая культура продолжает завоевывать широкую общественность (в том числе посредством овладения умами индивидуумов). Реклама вплетена в ткань массовой культуры и представляет многочисленные бренды, которые пытаются перенять ее базовые принципы и, опираясь на них, позиционируют себя социально ориентированными. При этом бренды очень стараются не отставать от декларируемых массовой культурой повесток, довольно часто конструируя из них идею фикс, и, к большому сожалению, нередко вместо детальной проработки стратегии социально важной рекламной кампании и выстраивания адекватной и полезной двусторонней коммуникации с аудиторией они получают «кривой и косою», фактически «недопрыжок» на хайп-трейн, суть которого в результате сводится к хайпу ради хайпа.

Однако следует отметить и преимущества брендинга, основанного на умелом и грамотном использовании продуктов массовой культуры. К их числу можно отнести повышение уровня лояльности старых клиентов и привлечение потенциальных; стимуляцию роста и развитие бизнеса; формирование положительного имиджа как всей компании в целом, так и отдельно HR-брендинга. Наверное, нет ничего удивительного в том, что люди предпочитают покупать продукцию таких компаний и пользоваться услугами таких корпораций, которые каким-то образом (пусть и условно) интегрируются в искусство, в культурное пространство, кроме того, они пытаются каким-то образом вписаться в него, стремятся найти в нем свое место (в том числе и рабочее).

Таким образом, факторы массовой культуры начинают оказывать все более ощутимое влияние на принятие потребителями решения о покупке товара или услуги, предлагаемых той или иной компанией, представляющей тот или иной бренд. Обратим внимание еще на один любопытный факт: современная реклама в определенном смысле становится неким двигателем в широком смысле этого слова (сродни двигателю прогресса) и получает уникальную возможность всеми имеющимися в ее арсенале и доступными ей способами и средствами, например, с помощью различных рекламных кампаний, рекламных интеграций и коллабораций с деятелями культуры и искусства и т.п. популяризировать и «элитарную» культуру, транслировать ее широким массам, наконец, внедрять ее элементы в массовую.

В настоящее время рекламные кампании опираются на предпочтения потребителей, в то же время они формируют некий круг предпочтений при выборе не только марок автомобилей, шампуня, майонеза или кошачьего корма, но и художественных фильмов, сериалов, мюзиклов и т.п. и постепенно расширяют его; оказывая таким образом воздействие на массовое сознание, которое может приобретать и манипуляционный характер.

Иногда складывается впечатление, что социальные проблемы перемещаются на передний план, они становятся господствующими в процессе общественного обсуждения. При определенных условиях именно они могут быть положены в основу рекламных кампаний, а грамотный, профессиональный подход к своему делу специалистов в области рекламы сделает рекламные акции такого рода успешными и эффективными.

В современном мире для формирования одобряемого общественностью имиджа бренду необходимо внедряться в социальную повестку дня, кроме того, ему следует гармонизировать внешнюю и внутреннюю коммуникацию, при этом миссия

и ценности компании должны коллаборировать с острыми публичными дискуссиями, имеющими место в общественном пространстве, а сами компании вынуждены проявлять участие к тем, кто остался в меньшинстве, оказывать им помощь и всемерно поддерживать, своевременно реагируя на ключевые инфоповоды. Следуя таким путем, реклама постепенно превращается в важный фактор современной общественной жизни и массовой культуры, оставаясь при этом необходимым и обязательным компонентом и того, и другого.

#### **Ссылки на источники**

1. Массовая культура и контркультура. [Онлайн-справочник]. – URL: [https://spravochnick.ru/kulturologiya/formy\\_kultury/massovaya\\_kultura\\_i\\_kontrkultura/](https://spravochnick.ru/kulturologiya/formy_kultury/massovaya_kultura_i_kontrkultura/), автор неизвестен, (дата обращения 28.03.2019)
2. Пиар и пропаганда [Онлайн-самиздат Батенька, да вы трансформер]. – URL: <https://batenka.ru/worship/dictator/bernays/>, Сергей Жданов, (дата обращения 28.03.2019)

***Maria Aleksandrovna Moskaltsova,***

A Master student of Public Relations Department, TSTU, Tambov  
[mmoskaltsova@gmail.com](mailto:mmoskaltsova@gmail.com)

#### **Advertising in the space of mass culture, language and the Internet**

**Annotation.** *Reflecting on the pressing issues of modern advertising, the author focuses on the essence of mass relationships culture and advertising as one of its components. The author considers advertising product as a phenomenon of mass culture, analyzes taglines that are verbalizing an advertising product, reduces the benefits Internet (in particular social networks) as spaces for distribution of advertising and evaluating its effectiveness on the example a number of advertising campaigns conducted at different times.*

**Keywords.** *Advertising, mass culture, advertising campaign, consumers, brand, social agenda, news feed, branding, tagline, the Internet.*

**Нарбекова Оксана Владимировна,**

кандидат филологических наук, старший педагог дополнительного образования ФГБОУ ВПО «Тамбовский государственный технический университет», г. Тамбов

[oksanaa-n@mail.ru](mailto:oksanaa-n@mail.ru)

### **Изучение имени прилагательного на уроках РКИ на начальном этапе**

**Аннотация:** В статье рассматривается изучение имени прилагательного на уроках русского языка как иностранного. Представлен начальный этап изучения данной части речи. Актуальность статьи обусловлена сложностью усвоения грамматической системы русских прилагательных иностранными учащимися. Цель данной публикации – продемонстрировать возможную методику подачи учебного материала при изучении имени прилагательного. Статья написана с опорой на опыт работы автора, а также общие методические рекомендации.

**Ключевые слова:** русский язык, имя прилагательное, имя существительное, род, число, словообразование, задание, упражнение, иностранные учащиеся

Изучение имени прилагательного на уроках у иностранных слушателей нередко вызывает сложности. Объясняется это во многом различием грамматической системы языков, неизменяемостью прилагательных в некоторых из них, например в английском, сложностью грамматической системы русских прилагательных. Как следствие, иностранцы стараются не употреблять прилагательные в речи или свести их употребление к минимуму, довольствуясь несколькими заученными фразами типа «красивая девушка», «хорошая погода». Между тем, присутствие прилагательных в речи иностранца является маркером владения русским языком: умение грамотно, безошибочно их использовать всегда свидетельствует о достаточно хорошем уровне владения русским языком.

Преподаватель вводит прилагательные в речь учащихся уже на первых уроках при изучении алфавита, представляя оппозицию «большая буква – маленькая буква». Разумеется, понятием «прилагательное» преподаватель не оперирует. Что это дает? Возникает понимание, что данные слова обозначают признак, дают определение предмету, причем это определение находится в препозиции к предмету. Точно так же вводится оппозиция «плохая погода – хорошая погода», вопрос «Какая погода?». Можно ввести и ряд других прилагательных и оппозиций на механическое запоминание. Как правило, это принимается и усваивается иностранными учащимися неплохо. Трудности возникают при последующем изучении рода существительных и необходимости изменения прилагательных в зависимости от рода существительных. Учащиеся должны запомнить, что при изменении существительного обязательно изменяется форма прилагательного, то есть прилагательные согласуются с

существительными в роде и числе (о падежах речь еще не идет). Для англоговорящих можно опираться на изученные ранее формы притяжательных местоимений *мой, моя, моё, мои*.

Учащимся необходимо усвоить механизм изменения прилагательных: изменяется только окончание, но это не одна буква, как у существительных, а две: *холодн –ый, холодн-ая, холодн-ое, холодн-ые*.

Практика показала, что не стоит сразу давать все модели изменения прилагательных и их согласования с существительными, целесообразно переходить от одной модели к другой после выполнения ряда упражнений на закрепление изученного материала. Сначала даем только прилагательные с твердой основой с безударным и ударным окончанием, обращая внимание на разное окончание у существительных мужского рода: *но́в –ый, но́в –ая, но́в –ое, но́в –ые – молод –ой, молод –ая, молод –ое, молод –ые*. Сразу устно выполняем небольшое упражнение на образование форм прилагательных по этой модели, добиваясь от учащихся четкого проговаривания окончаний прилагательных. После этого даем упражнение на согласование существительных с прилагательными в роде и числе: *холодный чай, холодная вода, холодное утро, холодные руки*. При выполнении упражнения преподаватель постоянно напоминает учащимся о том, что они сначала определяют (осознают) род существительного, а потом уже изменяют форму прилагательного. Если иностранными слушателями плохо усвоен род существительных, то, понятно, здесь возникнут ошибки.

Вторая модель – это прилагательные с мягкой основой на *н*. Здесь отличные от первой модели окончания прилагательных: *син-ий, син-ая, син-ее, син-ие*. Учащимся трудно определить твердую и мягкую основу, необходимо сделать акцент на том, что не все прилагательные с основой на *н* изменяются по этой модели, а только некоторые, которые нужно запомнить. Преподаватель на свое усмотрение дает определенное количество подобных прилагательных, однако отметим, что не стоит ограничиваться минимумом, несмотря на то что они сложны для иностранных слушателей в фонетическом плане. Мы знакомим учащихся со следующими прилагательными: *осенний, весенний, зимний, летний, сегодняшний, вчерашний, завтрашний, утренний, вечерний, ранний, поздний, синий, последний, соседний, домашний, верхний, средний, нижний, лишний, дальний*. Произношение каждого слова должно быть отработано во всех формах, после чего даются упражнения на согласование прилагательных подобного плана с существительными. Эти прилагательные обязательно должны быть выучены учащимися, иначе окончания прилагательных этой модели автоматически переносятся на все прилагательные с твердой основой на *н*. Поэтому потом обязательно даем задание на согласование существительных с прилагательными первой и второй группы (миксуем их) – это заставляет учащихся быть внимательнее при выполнении упражнений.

После закрепления словообразования прилагательных по первой и второй моделям представляем третью модель: образование прилагательных после букв *г, к, х* и основой на шипящий – после *ж, ш, ч, щ*. Как правило, эта модель является самой трудной для иностранцев, потому что надо помнить и о буквах, и об ударении – и то,

и другое играет решающую роль в выборе окончания: *тих -ий, тих -ая, тих -ое, тих -ие* – друг-*ой, друг-ая, друг-ое, друг-ие*; свеж-*ий, свеж -ая, свеж -ее, свеж -ие* – больш-*ой, больш-ая, больш-ое, больш-ие*. Можно обратить внимание на то, что в прилагательных этой модели в мужском роде никогда не пишется буква *ы*.

Сводная таблица выглядит следующим образом:

1. М.р. (какой?) Ж.р. (какая?) Ср.р. (какое?) Мн.ч. (какие?)	новый новая новое новые <b>-ый, -ая, -ое, -ые</b>	молодой молодая молодое молодые <b>-ой, -ая, -ое, -ые</b>
2. (н) -ий, -ая, -ее, -ие М.р. (какой?) Ж.р. (какая?) Ср.р. (какое?) Мн.ч. (какие?)	синий синяя синее синие <b>-ий, -ая, -ее, -ие</b>	<b>Запомните эти слова!</b> <i>осенний, весенний, зимний, летний, домашний, соседний, вчерашний, сегодняшний, завтрашний, синий, последний, утренний, вечерний, ранний, поздний, верхний, нижний, средний, дальний, лишний</i>
3. г, к, х, ж, ш, ч, щ а) г, к, х М.р. (какой?) Ж.р. (какая?) Ср.р. (какое?) Мн.ч. (какие?)	тихий тихая тихое тихие <b>-ий, -ая, -ое, -ие</b>	другой другая другое другие <b>-ой, -ая, -ое, -ие</b>
б) ж, ш, ч, щ М.р. (какой?) Ж.р. (какая?) Ср.р. (какое?) Мн.ч. (какие?)	свежий свежая свежее свежие <b>-ий, -ая, -ее, -ие</b>	большой большая большое большие <b>-ой, -ая, -ое, -ие</b>

Упражнения на закрепление даются аналогичные тем, что были при закреплении по моделям 1 и 2 с дальнейшим усложнением. Например, неплохой тренировкой внимания и памяти является задание, в котором надо образовать множественное число как прилагательных, так и существительных, причем существительные в словосочетаниях или во фразах должны быть те, форму множественного числа которых нужно запомнить – *друг, дочь, стул, ребенок* и т.д. : *хороший друг – хорошие друзья, взрослая дочь – взрослые дочери, новый стул – новые стулья, маленький ребенок – маленькие дети*. Таким образом попутно вспоминается тема множественного числа существительных. Будут уместны и упражнения следующего характера: дается существительное,

к которому студенты подбирают возможные прилагательные: *погода – хорошая, плохая, теплая, холодная, солнечная, дождливая...* Похожее задание – необходимо расширить информацию в предложении с помощью прилагательного: *Они слушают новости. – Они слушают последние новости.*

Обращаем внимание на отрицательные конструкции с прилагательным: часто студенты-иностранцы вместо частицы *не* ставят перед прилагательным частицу *нет*: *Это сегодняшняя газета? – Нет, это не сегодняшняя газета.*

Такая же ошибка возникала и в отрицательных конструкциях с притяжательными местоимениями, изученными ранее. Если эти конструкции были отработаны хорошо, то ошибок здесь не будет или их будет немного.

Отметим, что на уроках по изучению прилагательных вводится достаточно большое количество новой лексики, характеризующей человека, его состояние и настроение, явления окружающей природы, быта, обозначающей цвет и т.д.

Вопросы к прилагательным даются сразу при представлении учащимся этой части речи, но отработку правильной постановки вопроса в зависимости от рода или числа не стоит делать одновременно с отработкой окончаний, чтобы не распылять внимание и не вызывать дополнительные трудности. Исключения могут составлять сильные группы. Однако можно сделать и наоборот: сначала отработать только вопросы, а потом переходить к моделям словообразования прилагательных. Упражнения в этом блоке типовые, например: задать вопрос к выделенному слову в предложении: *У них маленький ребенок. – Какой у них ребенок?* Или такого характера: «Вы хотите услышать сказанное еще раз. Задайте вопрос по образцу:

Тут холодный чай. – *Какой-какой? – Холодный.*

Сегодня солнечная погода. – *Какая-какая? – Солнечная.*

Это последнее письмо. – *Какое-какое? – Последнее.*

Уместны будут упражнения творческого плана: учащиеся знакомятся с ситуацией, после чего они должны дать характеристику предмету или явлению. Например:

Дети смотрели фильм и громко смеялись. *Какой фильм они смотрели? (Веселый)*

Моя кошка любит лежать на диване, она мало играет и много спит. *Какая у меня кошка? (Ленивая; старая; больная)*

Ребенок все хочет видеть, знать, ему все интересно. *Какой это ребенок? (Любопытный)*

Необходимо обратить внимание учащихся на то, что вопрос *какой?* в вопросительных предложениях в русском языке определяет не только признак прилагательных, но и вид предмета. На вопрос «*Какая у тебя машина?*» возможны ответы как *новая/ хорошая/дорогая* и т.д., – указывающие на признак, так и «*Мерседес*», «*Нива*» и т.д. – указывающие на предмет. На вопрос «*Какой это дом?*», возможны ответы: «*Это большой (хороший, старый) дом*», и «*Это дом № 1*».

От вопросительных предложений со словом *какой* учим отличать восклицательные предложения с таким же местоимением: *Какой это город? – Какой это город!* Дифференцирующую роль играет интонация. И если вопросительные конструкции учащиеся слышат и воспроизводят неплохо, то над восклицательными приходится поработать.

Среди упражнений на закрепление, как правило, всегда дается упражнение, направленное на подбор антонимов к прилагательным: *добрый – ...; старый (кто?) – ...; старый (что?) – ...; светлый – ...*. Можно изначально дать прилагательные в разном роде, тогда и антонимы нужно подобрать соответствующего рода. Данное задание можно провести в форме игры «Домино». Преподаватель готовит карточки, каждая из которых разделена на две части: слева написано одно прилагательное – справа другое. Карточки раздаются учащимся, начинается игра. Задача – найти среди своих карточек такую, в которой в левой части есть антоним к слову из правой части карточки предыдущего игрока. Так, например, у начавшего игрока в карточке написано *хороший – пассивный*, значит, следующая карточка должна быть со словом *активный*, например *активный – холодный*, следующая – со словом *горячий* и т.д.

Когда учащиеся справляются со всеми вышеизложенными и подобными заданиями, они знакомятся с разной функцией прилагательных в предложении: в роли определения в препозиции и в роли предиката в постпозиции: *У него дорогая машина. – Его машина очень дорогая*. Осмысление этой синтаксической функции целесообразно уже на этом этапе знакомства с прилагательными, так как это облегчит в дальнейшем изучение кратких форм и степеней сравнения [1]. Кроме того, это необходимо и для лучшего понимания разного плана и характера текстов на русском языке, которые уже сейчас предлагаются учащимся и в которых конструкции с прилагательным-предикатом не редкость.

Заканчивает серию упражнений обычно работа с диалогами и текстами, в которых нет прилагательных и их необходимо восстановить и наоборот – наличествует достаточное количество прилагательных.

Приведем фрагмент текста, в котором надо восстановить прилагательные:

*Это мой город. Он не ..., но я его люблю. Рядом море. Оно очень .... Называется оно Черное, но вода в нем обычно ... . Летом вода всегда ..., я много плаваю. Я люблю ... лето. Мне нравится ...солнце и ... небо. Рядом Кавказские горы. Какие они ...! [1]*

Текст, в котором большое количество прилагательных, может быть следующий:

*Меня зовут Мария. У меня есть близкая подруга. Ее зовут Лена. Она стройная и красивая. У нее большие карие глаза и длинные светлые волосы. У нее не очень хороший характер. Она немного капризная. Но она всегда понимает меня, а это важно. У нее есть муж. Его зовут Андрей. Он высокий и симпатичный мужчина. Андрей серьезный человек, и у него хороший характер. Он заботливый муж. Андрей хороший друг, он тоже понимает меня. У них есть маленький ребенок. Его зовут Димка. Он всегда смеется. Он очень активный мальчик. У него обычно отличное настроение. Димка любит играть. Его любимые игрушки – маленькие машины. У него пока легкий характер. И он тоже понимает меня!*

*Какая я? Какой у меня характер? Как вы думаете?[2]*

После чтения текста учащиеся должны ответить на вопросы:

Как ее зовут? Кто у нее есть?

Как зовут подругу? Она полная? Какие у нее глаза? А волосы? Какой у нее характер? Она хорошая подруга или плохая? Почему?

У Лены есть муж? Какой он? У него плохой характер? Он серьезный или несерьезный человек? Какой он муж? А друг? Почему?

У них большой ребенок? Как его зовут? Он всегда плачет? Он пассивный или активный мальчик? Какое у него обычно настроение? Что он любит делать? Его любимые игрушки – куклы? Какой пока у него характер? Он не понимает Марию?

Затем учащиеся должны рассказать о героях (о Лене, об Андрее, о Димке, о Марии), причем рассказ можно вести от 3 лица и от 1 лица, что труднее. Кроме того, в этом тексте нет прямой характеристики Марии, от ее имени ведется повествование, поэтому, чтобы рассказать о ней, надо понять текст в целом и проявить логику.

После работы с текстом учащиеся должны ответить на вопросы о себе:

*Как Вас зовут? Кто Вы? Вы хороший человек? Вы высокий? Вы стройный? Какие у Вас волосы? Какие у Вас глаза? Какое у Вас лицо? Какое у Вас обычно настроение? Какой у Вас характер? Вы активный человек? Что Вы любите делать?*

В заключение статьи отметим, что представленная форма работы при изучении прилагательных на начальном этапе была отработана со студентами-иностранцами в аудитории и показала свою состоятельность, однако каждый преподаватель всегда строит урок и подбирает задания исходя из своего видения, опыта, общих методических рекомендаций. Догмы быть не может.

#### **Ссылки на источники:**

1. Максимова О.В., Нарбекова О.В. Проверочные работы по русскому языку для студентов-иностранцев. Начало...
2. Там же.

**Narbekova Oхana Vladimirovna,**

candidate of Philology, Senior Teacher of Additional Education, FSBEI HPE Tambov state technical university, Tambov

[oksanaa-n@mail.ru](mailto:oksanaa-n@mail.ru)

**Anotation.** The article deals with the study of the adjective name in the lessons of Russian as a foreign language. The initial stage of studying this part of speech is presented. The relevance of the article is due to the complexity of mastering the grammatical system of Russian adjectives by foreign students. The purpose of this publication is to demonstrate a possible method of presentation of educational material in the study of the adjective. The article is based on the experience of the author, as well as General guidelines.

**Keywords:** Russian language, adjective, noun, gender, number, word formation, task, exercise, foreign students

**Товт Анастасия Михайловна,**  
кандидат филологических наук, старший педагог дополнительного образования кафедры русской филологии ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный технический университет», г. Тамбов  
[Tovt\\_tasya@mail.ru](mailto:Tovt_tasya@mail.ru)

**Шахова Лариса Александровна,**  
кандидат филологических наук, старший педагог дополнительного образования кафедры русской филологии ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный технический университет», г. Тамбов  
[Castomelchor@yandex.ru](mailto:Castomelchor@yandex.ru)

### **Текст в международной коммуникации: на примере преподавания русского языка как иностранного (РКИ)**

**Аннотация.** В статье рассматривается важность использования лингвострановедческого материала при обучении русскому языку как иностранному. Тексты подобного характера помогут сформировать у учащихся положительное отношение к изучению языка и культуре носителя данного языка, повысить эффективность образовательного процесса и результативность межкультурной коммуникации.

**Ключевые слова:** коммуникация, язык, культура, лингвострановедение, адаптация, мотивация, фоновые знания, текст.

Мир начала 21-го века – это активное взаимодействие народов, культур, религий. И хотя сохранение национальной, культурной и религиозной идентичности/уникальности стоит в приоритете у каждого народа, современные тенденции в развитии международных отношений требуют от людей постоянного диалога. Причем, чем долговременней межкультурное взаимодействие, тем больше стимулов появляется для сравнения собственной и неродной культуры и желания поделиться результатом своих наблюдений с окружающими. И коммуникация – необходимое условие не только для жизнедеятельности личности, но и для общества в целом – выступает в качестве его фундаментальной основы.

Глобализация, развитие мировой экономики, технический прогресс, социальная интеграция т.п. расширили рамки межкультурной коммуникации, изменившей весь стиль современной жизни. Межкультурная коммуникация – это не просто процесс взаимодействия представителей разных социокультур, а феномен, привлечший внимание самых разных наук. Причем комплексность исследований в этой области позволила рассмотреть межкультурную коммуникацию как междисциплинарное направление научной мысли [1].

Взаимосвязанность языка и культуры не требует специальных доказательств. Однако только в конце 19 – начале 20 веков наряду с обучением навыкам устной речи изучаемого языка начинает рассматриваться его история, культура, достояние.

Неоспорим тот факт, что на сегодняшний момент межкультурная коммуникация, затрагивая теоретические и практические аспекты лингводидактики, выступает моделью педагогического процесса преподавания неродного языка. Однако понятно, что только лингвистических знаний для подготовки к межкультурной коммуникации недостаточно, поэтому методически верным является изучение иностранного языка в связи с культурой, историей, традициями, особенностями национального видения мира народом-носителем. Этот аспект преподавания иностранного языка всесторонне раскрывается в лингвострановедении, науке молодой, но

перспективной. Интересно, что в разных странах лингвострановедение имеет различные определения и интерпретацию. В США – это *languageandarea* («язык и территория»), в Германии – *kulturkunde* (культуроведение), в Великобритании – *linguaculturalstudies* (лингвокультурные исследования). Это, в свою очередь, позволяет говорить об очень широком спектре вопросов, связанных с взаимодействием языка и культуры, а также о наличии национальной специфики в их рассмотрении [2].

В начале 70-х годов термин «лингвострановедение» в России вводят в научной оборот В.Г. Костомаров и Е.М. Верещагин в своей работе «Лингвистическая проблематика страноведения в преподавании русского языка иностранцам», а позднее в своей книге «Язык и культура» они затрагивают проблему использования страноведческих фактов в процессе изучения языка[1].

Данная теория получила подтверждение и развитие в трудах многих известных методистов и лингвистов. Сами В.Г. Костомаров и Е.М. Верещагин сформулировали ее таким образом: «Две национальные культуры никогда не совпадают полностью... Поэтому неудивительно, что приходится расходовать время и энергию на усвоение не только плана выражения некоторого языкового явления, но и плана содержания, т.е. надо вырабатывать в сознании обучающихся понятия о новых предметах и явлениях, не находящих аналогии ни в их родной культуре, ни в их родном языке...» [3]. Используя данный подход в обучении, им удалось пробудить большой интерес как у преподавателей, так и у студентов к русскому слову с его богатейшим национально-культурным потенциалом, к текстам, отражающих действительность страны носителей языка.

Практика преподавания иностранного языка/русского показывает, что в педагогическом плане мобилизовать у студентов скрытые ресурсы для обучения – довольно сложная задача. Этому прежде всего мешает на начальном уровне обучения процесс *адаптации* к новой для них лингвокультурной среде. Этот процесс затрагивает разные уровни и включает психологическую, межкультурную, языковую адаптацию, - и, как следствие, сопряжен с большими психическими, эмоциональными, интеллектуальными и физическими нагрузками. Все эти виды адаптации протекают одновременно и являются барьерами в учебной и коммуникативной деятельности инофона[4]. В связи с этим удержать *мотивацию* к изучению иностранного языка (в нашем случае к русскому языку) на высоком уровне довольно сложно. Во время пребывания и учебы в другой стране/России содержание мотивов иностранных студентов активно развивается, поэтому культурная информация, содержащаяся в учебных материалах, на любом из этапов обучения обязательно должна быть существенной.

Языковая личность иностранных учащихся на мотивационном уровне в достаточной большей части обусловлена взаимодействием этой личности с культурой носителя языка, с жизнью страны, в которой этот язык функционирует как родной и выступает в качестве языка межнациональной коммуникации. В результате у инофонов возникает необходимость ролевого общения в условиях первенства языковой и культурной среды и осмыслении особенностей культуры и картины мира носителя языка.

Через интерес начинает проявляться тесная связь мотива с творческой активностью учащихся, служащей той искомой деятельностью, которую стремятся активизировать преподаватели, с целью дать им качественные знания. Для запуска процесса модели *мотивация - интерес - творческая деятельность студентов* особенно важным представляется использование художественных текстов, поскольку, увлекая сюжетной линией, погружая в мир героев и замыслы автора, сталкиваясь с реалиями современной (российской) жизни, они затрагивают прежде всего эмоциональную сферу учащихся. А ведь именно эмоции, как верно

заметила академик А.Н. Леонтьев, являются «механизмом движения всякой деятельности и творческого мышления в том числе, то есть эмоциональный компонент коммуникации, выступающий в качестве коммуникативного стимула, способствует активному запоминанию материала» [5].

Знание национально-культурной лексики и ее отношений друг к другу дает возможность участникам речевого акта (иностранным учащимся и носителям языка) осуществлять коммуникативную связь. Главной единицей коммуникации считается *текст*. Тексты со страноведческим содержанием, передающие информацию о культуре страны, способны поддерживать у учащихся такие типы мотивации, как нравственно-этические, учебные, повседневно-бытовые, профессиональные и др. По своему содержанию и речевому оформлению источники информации о культуре должны быть разнообразны и приближены к реальным условиям жизни иностранных студентов в русско-языковой среде, чтобы прежде всего помогать речевой ориентации учащихся в стране носителей языка и культуры. Пристальное внимание нужно уделить текстам, отражающим духовную культуру народа с его богатым речевым потенциалом. Поскольку через материалы духовной культуры могут быть постигнуты глубокие качества русской речи и русского слова. Приобщение к миру духовной культуры (знакомство с философскими, нравственно-этическими, религиозными, мифологическими моделями, созданными русской культурой) может стать устойчивым мотивом у иностранцев для более глубокого изучения русского языка.

При отборе учебных материалов, ориентированных на культуру страны носителя языка, важно учитывать лингвострановедческие компетенции учащихся, сферу их речевого общения, профиль обучения будущей специальности, особенности родной культуры учащихся, индивидуально-психологические особенности студентов. В связи с этим с методической точки зрения важно конкретизировать критерии отбора учебных материалов, сведения о культуре страны носителя языка, описать особенности фактических и фоновых страноведческих знаний.

Под *фоновыми знаниями* обычно понимают различные типы знаний, влияющие на процесс коммуникации. Эти знания участвуют в процессе интерпретации коммуникативного поведения и влияют на наши ожидания и пресуппозиции, являющиеся частью коммуникативной ситуации, и выступают социально-культурным фоном, характеризующим воспринимаемую речь [6].

Именно фоновые знания во многом определяют уровень смыслового содержания текста национально-культурного характера, позволяют вести полноценный диалог этнических общностей. Сами по себе фоновые знания изучаются разными науками: историей, географией, этнографией и т.п. В работах таких авторов, как В. Гудикунст, Й. Ким, Р. Сколлон и С. Вонг Сколлон, И.В. Гюббенет и др. под этим термином понимают все человеческие знания о мире [6].

Понять логическую организацию предикативных связей в тексте без фоновых знаний достаточно сложно. У представителей этнических групп фоновые знания, проявляясь в виде смысловых ассоциаций и коннотаций, обеспечивают осознание определенных норм поведения, соблюдение правил речевого этикета, знание национальной художественной культуры и т.п.

Иностранные студенты в процессе коммуникации благодаря наличию у них базовых фоновых знаний могут спокойно реконструировать в своем сознании модель конкретной ситуации общения, находя ей место в модели национальной действительности, что помогает понять замысел текста, а это, в свою очередь, облегчает видение в тексте сообщений, высказываний, языковых единиц, с помощью которых раскрывается сам текст. Для иностранца смысловая проблема заключается в понимании тех фактов или явлений культуры носителя языка и их связей между

собой, которые заложены в замысел. Наличие запаса фоновых знаний, национально-культурная ориентация иностранцев в новой для них среде значительно облегчает эту передачу.

Интересно, что предметом естественной речи в коммуникативном процессе с оглядкой на национальную действительность являются не фоновые, а больше страноведческие знания. Колшанский Г.В., рассматривая одну из сложнейших лингвистических областей, – паралингвистику, писал: «Знание и опыт коммуникантов, попадающих в определенную конкретную среду предопределяют характер речевых актов в смысле передачи с помощью языка такой информации, которая дополняет, но, как правило, не повторяет уже имеющуюся у коммуникантов информацию соответствующих предметах и явлениях» [7]. Из этого следует, что коммуникация должна обогащать своих участников новой информацией, а не повторять уже известные носителям языка и культуры фоновые знания. В актах межкультурной коммуникации фоновые знания могут стать предметом самой речи. Поэтому у иностранных учащихся в процессе обучения важно сформировать понимание «пограничности» фоновых знаний с речью любого предметного содержания.

Фоновые знания, способствуя развитию лингво,- социокультурной компетенции, повышают мотивационный интерес к изучению РКИ. При длительной работе с текстами, содержащими национально-культурный компонент, у инофонов развивается гибкость мышления, языковая интуиция, способность сопоставить особенности разных культур.

Очевидно, что без языка оппонента по коммуникации, владения страноведческой информацией представляемой им культуры полноценное общение разных этнических групп просто невозможно. В процессе коммуникации необходимо знать, почему собеседник, принадлежащий к другой культуре, поступает так, а не иначе, уважает те или иные ценности, следует именно таким правилам поведения. Общение должно прежде всего строиться из знаний о специфике культуры оппонента, принадлежащего к этой/иной культуре. Из этого следует, что успех в контакте с представителями другой культуры возможен только при наличии знаний о ее особенностях. Знакомить инофона с иностранным языком/русским – это прежде всего знакомить его со страной носителя языка/Россией с ее культурой, что, в свою очередь, приводит к развитию у инофонов культурного самосознания.

Все это возможно благодаря систематической работе с художественными текстами. Причем методически верным считается делать выборку текстов из творчества крупных представителей литературы/русской литературы, поскольку в их произведениях в наибольшей степени заключен исторический опыт жизни нации, ее духовная ценность. Сами студенты активно проявляют интерес к тем художественным произведениям, чем крупнее и известнее его автор, не только в стране изучаемого языка, но и за рубежом, особенно на родине самого инофона. Что касается выбора современных прозаических текстов, то ценностью обладают прежде всего те работы наших современников, которые являются воплощением художественного мастерства и получили признание литературного сообщества (например, вхождение в шорт-листы национальных премий (для России «Русский Букер», «Большая книга», «Национальный бестселлер» и др.).

Однако это не всегда касается той аудитории, с которой работают преподаватели иностранного языка/русского как иностранного (РКИ). Обучая будущих инженеров, экономистов, архитекторов, юристов, преподаватели в очередной раз задумываются над вопросом, как облегчить процесс овладения совершенно новым по своей структуре языком, как создать естественные условия для осознанного стремления обучаемого овладеть ценностями русской культуры, не навязывая собственных представлений. А может быть, это совсем и не нужно, стоит

ли тратить учебное время (ограниченное по часам) на изучение страноведческого материала, содержащегося в художественных текстах. Зачем, например, инженеру или программисту знания об А.С. Пушкине, «отце» русского литературного языка, если изучение языка для него (инофона) воспринимается лишь как один из этапов овладения будущей профессией. Многие преподаватели, хотя и признают эффективность и целесообразность использования художественных текстов в процессе обучения неродному языку, часто вынуждены отдавать предпочтение узкоспециализированным текстам, «направленным на формирование профессиональной компетенции» [8].

Однако опрос инофонов, проживающих в стране изучаемого языка/России (Тамбов) несколько лет, обучающихся на старших курсах ТГТУ и на разных специальностях (технического и гуманитарного направления), подтвердил обратное. Большинство студентов благодаря внедрению страноведческого материала, чтению художественных текстов, в большинстве своем на языке оригинала/русском языке поменяли свое первоначальное (на начальном этапе обучения) представление о духовном богатстве неродной для них страны/России, расширили свой кругозор настолько, что смогли почувствовать «чужое» «своим», а в профессиональном плане перестали считать себя узконаправленными специалистами, наоборот, почувствовали себя активными участниками межкультурной коммуникации. Внедрение художественного текста в процесс обучения иностранному языку/русскому языку, входящее в сознание изучаемое русское духовное наследие, способствовало развитию и воспитанию у обучающихся культурных ценностей, усовершенствованию эстетического вкуса, пробуждению ассоциаций с собственной культурой. Сообщение инофонам ценной страноведческой информации, демонстрация контекстов актуального словоупотребления смогли повысить интерес студентов не только к чтению литературы, но и к изучению языка/русского языка вообще.

Таким образом, в эпоху глобализации, роста экономических, экологических проблем, решение которых возможно только в рамках международного сотрудничества, от молодого поколения требуется формирование в сознании, в первую очередь, современного широкомасштабного мышления и, безусловно, коммуникативной культуры. Поэтому, хотя межкультурное взаимодействие затрагивает практически все сферы общественной деятельности, сегодня в процессе обучения роль дисциплин, способствующих успешной социализации и, в итоге, коммуникации студентов, особенно важна. Именно институтам образования, призванным вносить целенаправленный вклад в процесс социализации человека, принадлежит ведущая роль в формировании межкультурных форм сознания и поведения личности. И больше всего оно нашло отражение в преподавании иностранного языка (в нашем случае, русского языка), изменившее сами взгляды и представления о самой методике преподавания.

#### **Ссылки на источники**

1. Флеров О.В. Лингвострановедение и лингводидактика: точки соприкосновения // Психология, социология и педагогика. 2016. № 10 [Электронный ресурс]. – URL:<http://psychology.snauka.ru/2016/10/7217> (дата обращения: 03.10.2019).
2. Шарафутднов Р.Р. Лингвострановедение и его роль в иноязычном образовании. – URL:<https://cyberleninka.ru/article/n/lingvostranovedenie-i-ego-rol-v-inoazychnom-obrazovanii> (дата обращения 06.10.2019).
3. Верещагин Е.М., Костомаров В.Г. Язык и культура: Лингвострановедение в преподавании русского языка как иностранного. М.: Русский язык, 1990. – С. 14.

4. Поморцева Н.В. Лингвокультурная адаптация иностранных учащихся в процессе обучения русскому языку в условиях языковой среды: социально-психологический аспект. –URL: [https://cyberleninka.ru/article/n/lingvokulturnaya-adaptatsiya-inostrannyh-uchaschihsya-v-protsesse-obucheniya-russkomu-yazyku-v-usloviyah-yazykovoy-sredy-sotsialno](https://cyberleninka.ru/article/n/lingvokulturnaya-adaptatsiya-inostrannyh-uchaschihsya-v-protsesse-obucheniya-russkomu-yazyku-v-usloviyah-yazykovoy-sredy-sotsialno-psihologicheskii-aspekt) (дата обращения 07.10.2019).
5. Фомина Л.Ю. Влияние эмоций на познавательную деятельность младшего школьника URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-emotsiy-na-poznavatelnyuyu-deyatelnost-mladshego-shkolnika> (дата обращения 01.10.2019).
6. Шеина И.М. Фоновые знания как неотъемлемый компонент профессиональной компетенции переводчика – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/fonovye-znaniya-kak-neotemlemyy-komponent-professionalnoy-kompetentsii-perevodchika> (дата обращения 02.10.2019).
7. Колшанский Г.В. Паралингвистика. М.: ЛЕНАНД, 2014. – 100 с.
8. Триандафилиди Т. М.Методика отбора и использования художественных текстов в практическом курсе русского языка среднего этапа обучения на гуманитарных факультетах зарубежной высшей школы (на примере вузов Греции). – URL: <https://www.dissercat.com/content/metodika-otbora-i-ispolzovaniya-khudozhestvennykh-tekstov-v-prakticheskom-kurse-russkogo-yaz/read> (дата обращения 11.10.2019).

**Anastasia Tovt,**

*candidate of Philological Sciences, senior teacher of additional education the Department of Russian Philology FSBEI HE Tambov state technical university, Tambov*  
[Tovt\\_tasya@mail.ru](mailto:Tovt_tasya@mail.ru)

**Larisa Shakhova,**

*candidate of Philological Sciences, senior teacher of additional education the Department of Russian Philology FSBEI HE Tambov state technical university, Tambov*  
[Castomelchor@yandex.ru](mailto:Castomelchor@yandex.ru)

#### **Text in international communication: the example of teaching Russian as a foreign language**

**Abstract.** *The article discusses the importance of using linguistic and regional material when teaching Russian as a foreign language. Texts of this nature will help students to form a positive attitude towards learning the language and culture of the native speaker of this language, increase the efficiency of the educational process and the effectiveness of intercultural communication.*

**Key words:** *communication, language, culture, linguistic studies, adaptation, motivation, background knowledge, text.*

**Толмачева Оксана Васильевна**

кандидат филологических наук, старший педагог дополнительного образования  
ФГБОУ ВО «ТГТУ», г. Тамбов

[oxvt@rambler.ru](mailto:oxvt@rambler.ru)

**Нивина Елена Анатольевна**

кандидат филологических наук, старший педагог дополнительного образования  
ФГБОУ ВО «ТГТУ», г. Тамбов

[nivinav@mail.ru](mailto:nivinav@mail.ru)

**Тема «Числительное» в практическом курсе  
русского языка как иностранного на этапе предвузовской подготовки**

**Аннотация.** Статья посвящена одной из важных и сложных тем в курсе русского языка как иностранного. Проанализированы некоторые аспекты презентации числительных на разных этапах обучения. Акцентируется внимание на трудностях и путях их преодоления, с которыми сталкиваются иностранцы при усвоении предъявляемого грамматического материала. Предлагаются разнообразные виды упражнений для отработки навыков и умений у иностранных учащихся в процессе реализации языковых интенций.

**Ключевые слова:** русский язык как иностранный, предвузовская подготовка, числительное, коммуникативная компетенция.

Трудно представить себе речь современного человека без использования числительных. Числительные сопровождают нас повсюду на протяжении всей жизни. Ввиду этого представляется важным научить иностранцев, изучающих русский язык, грамотно использовать числительные в разных речевых ситуациях. Сказать, например, сколько лет, какого числа и в каком году родился, какую сумму собирается поменять в обменном пункте, в какой группе учиться, в какой комнате и на каком этаже живет, на каком автобусе обычно ездит в университет, сколько стоит та или иная вещь и т.д.

Тему «Числительное» учащиеся подготовительного отделения осваивают на протяжении всего курса обучения, начиная с самых первых занятий. На элементарном уровне студенты должны познакомиться с количественными числительными и их употреблением в сочетании с существительными, а также с порядковыми числительными в форме именительного падежа [1]. На базовом уровне необходимо представить им парадигму склонения порядковых числительных [2]. Согласно программе первого сертификационного уровня учащиеся должны активно использовать количественные и порядковые числительные в разных формах, а собирательные должны быть представлены как материал для пассивного усвоения [3].

Уже на первых уроках студентам предъявляются количественные числительные сначала для заучивания, а затем они включаются в речь. На начальном этапе обучения основную трудность в освоении этой темы представляет произношение отдельных лексических единиц, а также их запоминание. Добиться «чистоты» произношения можно путем многократного повторения и проговаривания. Для этого на занятиях целесообразно использовать игры, позволяющие помимо формирования произносительного навыка активизировать процесс запоминания. Студенты, как правило, принимают активное участие в таких играх, как «Лото», «Бинго», игры с игральными кубиками, решают простые арифметические примеры, пишут числовые диктанты, продолжают числовые последовательности и т.д. И, самое главное, они учатся активно использовать количественные числительные в

своей речи. Так, заученные лексические единицы сразу же включаются в простые диалоги, позволяющие решать повседневные коммуникативные задачи. При этом используется метод опережающего обучения, когда внимание акцентируется не на грамматике, а на решении речевой проблемы, и модели заучиваются как формулы:

1 – Сколько тебе лет?

– 18. / Мне 18 лет.

2 – Андрей, это твоя мама?

– Да. / Да, это моя мама.

– Сколько ей лет?

– 45. / Ей 45 лет.

3 – Здравствуйте. У вас есть простой карандаш?

– Да, конечно есть. Посмотрите. Простые карандаши здесь.

– А сколько стоит этот?

– 12 рублей.

– Хорошо. Вот, пожалуйста, 20 рублей.

– Возьмите сдачу.

– До свидания.

– До свидания.

4 – Здравствуйте. У вас есть голландский сыр?

– Да, есть.

– А сколько он стоит?

– 360 рублей за килограмм.

– Дайте мне, пожалуйста, 350 граммов.

– Вот, пожалуйста.

– Спасибо.

5 – Скажите, пожалуйста, который сейчас час (сколько сейчас времени)?

– Сейчас 10.40 (десять сорок).

– Спасибо.

6 – Можно ваш / твой номер телефона?

– Да. Мой номер 8 909 316 02 47.

– Повтори / повторите, пожалуйста.

– 8 909 316 02 47.

Целесообразно уже на раннем этапе изучения русского языка включать в процесс обучения тексты, содержащие числительные, реализуя текстоцентрический подход к обучению русскому языку как иностранному. Работа с текстом позволяет наблюдать за функционированием числительных, а затем на основе текстовых моделей продуцировать свои собственные монологические высказывания на заданные темы. Так, знание числительных на начальном этапе обучения позволяет ввести лексические темы и расширить их. Например, темы «Моя семья» и «Мой день»:

А) Познакомьтесь. Это моя семья: бабушка, дедушка, родители, брат и сестра. Нам 277 лет. Как это возможно, спросите вы. Всё очень просто! Это дедушка. Ему 76 лет. А бабушке 73 года. Маме и папе по 43 года. Мне 20 лет. Сестра и брат младше меня. Сестре 14 лет, а брату 8. А всем вместе нам 277 лет! А сколько лет вашей семье?

Б) Здравствуйте. Меня зовут Элвис. Каждый день я встаю в 7.30 и иду в душ. В 8.00 я завтракаю, в 8.30 иду в университет на урок. Первый урок начинается в 9.00. В 12.20 большая перемена и я обедаю. В 14.35 заканчивается последний урок, и я иду домой. Обычно я ужинаю в 19.00. Потом я делаю домашнее задание. В 22.00 я уже ложусь спать, потому что завтра урок.

Следом за количественными числительными вводятся порядковые. Сначала только в форме именительного падежа. Объясняются правила согласования формы

числительного с существительным. Кроме этого, уже на этом этапе обучения надо показать учащимся ситуации, когда возможно использование как количественных, так и порядковых числительных (номер аудитории, квартиры, дома, автобуса и т.д.), что обогатит их коммуникативную компетенцию. Для этого можно предложить выполнить следующее упражнение:

*Упражнение. Составьте диалоги по образцу.*

*Образец: – Это школа № 7?*

*– Да, это седьмая школа.*

1. квартира № 172
2. поликлиника № 3
3. дом № 19
4. комната № 538
5. аудитория № 107
6. автобус № 146
7. упражнение № 54
8. место № 16

Работа по совершенствованию навыка употребления числительных в речи будет продолжаться на последующих этапах изучения русского языка как иностранного. Одной из самых больших трудностей станет овладение падежными формами числительных. Так, с парадигмой склонения порядковых числительных учащиеся знакомятся параллельно с прилагательными. При этом важно не только объяснить схожесть словоизменительных моделей, но включить в тренировочные упражнения достаточное количество примеров с числительными, чтобы сформировать прочный навык их использования. Например, при изучении предложного падежа акцентируем внимание на обозначении даты и предлагаем выполнить упражнение:

*Упражнение. Прочитайте текст и продолжите предложения.*

*Сейчас 2019 год. Скоро у нас будет ребёнок. Это, конечно, будет сын. Мы назовём его Максимом. Через 7 лет он пойдёт в школу. Максим пойдёт в школу в \_\_\_\_\_ году. Через 11 лет он окончит школу. Максим окончит школу в \_\_\_\_\_ году. Через 17 лет он окончит университет и получит диплом магистра. Максим окончит университет и получит диплом магистра в \_\_\_\_\_ году. А родилась дочь Света. Через 7 лет она пойдёт в школу. Света пойдёт в школу в \_\_\_\_\_ году. Через 11 лет она закончит школу. Света окончит школу в \_\_\_\_\_ году. Через 17 лет он окончит университет и получит диплом магистра. Света окончит университет и получит диплом магистра в \_\_\_\_\_ году.*

Со склонением количественных числительных учащиеся подробно знакомятся на продвинутом этапе обучения. Иногда в сильных группах представляется возможность познакомить студентов с парадигмой склонения количественных числительных на примере темы «Расписание на неделю» уже на базовом уровне, поскольку употребление косвенных падежей количественных числительных при обозначении времени является достаточно частотным явлением. Для отработки этих форм возможно использовать следующее упражнение:

*Упражнение. А) Рассмотрите расписание Ларисы на неделю. Расскажите, что она будет делать каждый день. Используйте приведенные ниже модели. Б) Когда Лариса сможет пойти на выставку в музей?*

*Образец: Во вторник в 15 часов она будет обедать дома.*

*В четверг с 12 до 16 часов у неё будут занятия в университете.*

*В пятницу около 9 часов вечера она пойдёт гулять с собакой.*

*В среду между 5 и 7 часами вечера она планирует пойти к парикмахеру.*

В понедельник она пойдет в бассейн к 10 часам.

	ПОНЕДЕЛЬНИК	ВТОРНИК	СРЕДА	ЧЕТВЕРГ	ПЯТНИЦА	СУББОТА	ВОСКРЕСЕНЬЕ					
8.00	Завтрак											
9.00	Занятия в университете.					Завтрак						
10.00						Занятия в университете						
11.00						Занятия в университете. Обед в столовой.					Рынок / магазин	Парикмахер
12.00												
13.00												
14.00	Обед дома					Обед дома						
15.00												
16.00	Библиотека											
17.00				Библиотека	Фитнес центр							
18.00		Бассейн				Встреча с другом в кафе	Бассейн					
19.00	Ужин							Ужин				
20.00	Прогулка с собакой							Прогулка с собакой				
21.00	Книга / телевизор					Прогулка с собакой	Кино-театр, фильм «Джокер»					
22.00												
23.00	Сон											

Собирательные числительные для учащихся подготовительного отделения предъявляются как материал для пассивного усвоения. Скорее всего, в процессе обучения они встречали выражения «столик на двоих», «семеро одно не ждут» и др. На продвинутом этапе для закрепления этой темы предлагаем описать картинки и заполнить пропуски в тексте:

Упражнение. Рассмотрите картинки [4] и скажите, что или кого вы видите, используя, где это возможно, собирательные числительные.

1. 2. 3.



4. 5. 6.



Упражнение. Прочитайте текст. Напишите числительные. Если это возможно, используйте собирательные числительные в нужной форме.

У меня большая семья. У меня есть (7) \_\_\_\_\_ братьев и сестёр: (3) \_\_\_\_\_ братьев и (4) \_\_\_\_\_ сестры. (4) \_\_\_\_\_ из моих братьев и сестёр младше меня, а (3) \_\_\_\_\_ старше. Моих братьев зовут Кирилл, Дима и Олег. Дима и Олег младше меня. Они (2) \_\_\_\_\_ учатся в школе. Кирилл – самый старший ребёнок в нашей семье. У него уже есть свои дети: дочь и (2) \_\_\_\_\_ сыновей. Я очень люблю играть с (3) \_\_\_\_\_

своими племянниками. (2) \_\_\_\_\_ мои младшие сестры, Зоя и Рита, ещё совсем маленькие. Они ходят в детский сад. А Людмила и Нина учатся в университете. Они (2) \_\_\_\_\_ старше меня на 3 года. Они близнецы.

Наши родители говорят, что мы самые лучшие дети на свете, и что они очень любят всех своих (8) \_\_\_\_\_ детей. Мы тоже думаем, что наши родители самые хорошие и заботливые, и очень любим их (2) \_\_\_\_\_.

Обладая большим коммуникативным потенциалом, тема «Числительное» требует большого внимания со стороны преподавателя и студентов. Чтобы достичь автоматизма в употреблении числительных, необходимо постоянно возвращаться к ним. В помощь себе преподаватель может привлечь аутентичные материалы: афиши, программы телепередач и мероприятий, расписания, рекламные буклеты магазинов и т.п., работа с которыми, кроме совершенствования использования форм числительных, будет направлена в первую очередь на формирование коммуникативной компетенции. Приведем несколько примеров:

Упражнение. Прочитайте объявления [5]и пригласите друга на концерт (фильм, выставку...).

Образец: – Витя, ты уже смотрел спектакль «Ханума»?

– Ещё нет.

– Тогда я приглашаю тебя в театр на этот спектакль.

– Спасибо за приглашение. А когда?

– Послезавтра, 17 марта, в 18 часов.

– Отлично! Я свободен.

– Тогда встречаемся послезавтра в 17.40 около театра.

– Договорились.



Упражнение. А) Рассмотрите табло прибытия поездов на станцию Тамбов-1[6]. Расскажите, когда и какой поезд прибывает. Б) На каких поездах вы можете доехать до Москвы (Саратова)? Какие из этих поездов отправляются раньше, а какие позже всех? На какой поезд вы уже опоздали?

рейс	расписание	статус
 <b>085С</b> <a href="#">Махачкала — Москва</a> поезд, РЖДФПК	20:32, 5 ноября	отправлен
 <b>6635</b> <a href="#">Тамбов-1 — Никифоровка</a> пригородный поезд, ППК "Черноземье"	20:58	ожидается
 <b>031В</b> <a href="#">Тамбов — Москва</a> поезд, РЖДФПК, фирменный «Тамбов»	21:20	ожидается
 <b>047Й</b> <a href="#">Москва — Балаково</a> поезд, РЖДФПК	22:45	ожидается
 <b>009Ж</b> <a href="#">Саратов — Москва</a> поезд, РЖДФПК + ТКС, фирменный «Саратов»	23:04	ожидается
 <b>379Й</b> <a href="#">Москва — Камышин</a> поезд, РЖДФПК	23:51	ожидается
 <b>047Ж</b> <a href="#">Балаково — Москва</a> поезд, РЖДФПК	00:56, 6 ноября	ожидается
 <b>017Ж</b> <a href="#">Саратов — Москва</a> поезд, РЖДФПК + ТКС, фирменный «Москва–Саратов»	01:53	ожидается
 <b>009Г</b> <a href="#">Москва — Саратов</a> поезд, РЖДФПК + ТКС, фирменный «Саратов»	02:22	ожидается
 <b>307Б</b> <a href="#">Саратов — Барановичи</a> поезд, БЧ	03:15	ожидается
 <b>343Ж</b> <a href="#">Москва — Балашов</a> поезд, РЖДФПК	04:22	ожидается
 <b>017М</b> <a href="#">Москва — Саратов</a> поезд, РЖДФПК + ТКС, фирменный «Москва–Саратов»	04:44	ожидается
 <b>086В</b> <a href="#">Москва — Махачкала</a> поезд, РЖДФПК	05:25	ожидается
 <b>005Ж</b> <a href="#">Астрахань — Москва</a> поезд, РЖДФПК, фирменный «Лотос»	05:30	ожидается
 <b>6505</b> <a href="#">Тамбов-1 — Мичуринск-Уральский</a> пригородный поезд, ППК "Черноземье"	06:07	ожидается
 <b>045Й</b> <a href="#">Тамбов — Москва</a> поезд, РЖДФПК, «Дневной экспресс»	07:15	ожидается
 <b>6555</b> <a href="#">Обловка — Сабурово</a> пригородный поезд, ППК "Махачкала"	07:30	ожидается

*Упражнение. А) Рассмотрите инфографику[7]. Сравните результаты опросов разных лет и расскажите об этом. Б) А вы занимаетесь спортом? Как часто?*

# ЗДОРОВЫЙ ОБРАЗ ЖИЗНИ: МОНИТОРИНГ

Занимаетесь ли Вы физкультурой, спортом или нет?

(закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных, вариант «Затрудняюсь ответить» не представлен)



Таким образом, на этапе предвузовской подготовки реализуется «сквозное» предъявление темы «Числительное». Так, уже на раннем этапе обучения учащиеся многократно сталкиваются с необходимостью применять числительные. Связано это как с необходимостью организации продуктивного учебного процесса (называние номера страницы, упражнения, класса, группы и т.д.), так и с решением бытовых коммуникативных задач. Совершенствование употребления числительных продолжается на всех последующих этапах обучения. В связи с этим на занятиях следует отвести достаточное время для усвоения темы «Числительное» исходя из ее достаточно высокого коммуникативного потенциала.

## Ссылки на источники

1. Государственный стандарт по русскому языку как иностранному. Элементарный уровень. / Владимирова Т.Е. и др. – М.-СПб.: «Златоуст», 2001. – С. 14.
2. Государственный стандарт по русскому языку как иностранному. Базовый уровень. / Нахабина М.М. и др. – М.-СПб.: «Златоуст», 2001. – С. 14.
3. Программа по русскому языку для иностранных граждан. Первый сертификационный уровень. Общее владение / Андрюшина Н.П. и др. – СПб.: Златоуст, 2002. – С. 87–91.
4. Все картинки взяты с сайта <https://pixabay.com/ru/>
5. Афиши взяты с сайтов: <https://vtambove.ru/afisha/>; <http://www.tambovart.ru/>; <https://rachmaninov.ru/konzertyi/afisha/>
6. Скриншот экрана страницы сайта <https://rasp.yandex.ru/>
7. Инфографика «Здоровый образ жизни». [Электронный ресурс]. – URL: <https://infographics.wciom.ru/theme-archive/society/social-problems/smoking/article/zdorovyi-obraz-zhizni-monitoring.html> (дата обращения 14.10.2019).

**Oksana V. Tolmacheva,**

*Candidate of Philology, senior additional education teacher of the Tambov state technical university, Tambov [oxvt@rambler.ru](mailto:oxvt@rambler.ru)*

**Elena A. Nivina**

*Candidate of Philology, senior additional education teacher of the Tambov state technical university, Tambov [nivinav@mail.ru](mailto:nivinav@mail.ru)*

**Topic «Numeral» in practical course Russian as a foreign language at the stage of pre-university training**  
**Topic "Numeral" in practical course Russian as a foreign language at the stage of pre-university training**

**Abstract.** *The article is devoted to one of the important and difficult topics in the course of the Russian language as a foreign language. Some aspects of presentation of numerals at different stages of training are analyzed. Emphasis is placed on the difficulties and ways of overcoming them encountered by foreigners in learning the grammatical material presented. Various types of exercises are offered to train skills and skills in foreign students in the process of implementing language intences.*

**Keywords:** Russian as a foreign language, pre-Russian training, numerical, communicative competence.