

- Преподавание истории и культуры стран Азии в средней и высшей школе России: исторический опыт и современные проблемы: Сб. трудов междунаро-дн. конф. (Красноярск, 14-16 марта 2008 г.). – Красноярск: СФУ, 2008. – С. 87-92.
7. Кремнёв Е.В. Регионоведение и этнология стран АТР: грамматологическая этимология как метод изучения материально-бытовой культуры древних китайцев / Е.В. Кремнёв, С.Б. Макеева, О.В. Кузнецова // *Sciences of Europe*. – 2017. – № 13-1 (13). – С. 45-51.
 8. Кычанов Е.И. «Маха праджня парамита» сутра на тангутском языке. [Значение трудов В. П. Васильева для изучения буддийского канона] / Е.И. Кычанов // 22-я НКОГК. – Ч. 3. – М.: Наука, 1991. – С. 55-63.
 9. Патрушева М.А. О трудах В. П. Васильева по истории Маньчжурии / М.А. Патрушева // 17-я НКОГК. – Ч. 2. – М.: Наука, 1986. – С. 191-192.
 10. Скачков П.Е. Очерки истории русского китаеведения / П.Е. Скачков / АН СССР. Ин-т востоковедения. Ин-т Дальнего Востока. – М.: Наука, 1977. – 505 с.
 11. Шаравьева И.В. Опыт этимолого-грамматологического анализа знака «人» и некоторых его производных / И.В. Шаравьева // Вестник Иркутского гос. лингв. ун-та. – Иркутск: ИГЛУ, 2009. – № 4. – С. 42-47.

V.P. VASILYEV' S CONTRIBUTION TO THE DEVELOPMENT OF RUSSIAN SINOLOGY

A.K. Kovtun

Irkutsk State University, Irkutsk

The article describes major achievements of the outstanding Russian scientist Vasily Pavlovich Vasilyev, who made a significant contribution to the evolution of Russian synology. A scientific path is shown in the field of studying Asia and specifically his Chinese studies.

Key words: *China, the Chinese language, Sinology, V.P. Vasiliev.*

Об авторе:

КОВТУН Александр Кириллович – студент Иркутского государственного университета; *e-mail:* westonthe@gmail.com.

УДК 008:316.77

МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ: ОТ ТЕОРИИ К ПРАКТИКЕ

С.В. Кошелева

Орловский государственный университет им. И.С. Тургенева, Орел

Статья посвящена концепту «МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ». Автор приводит определения этого термина различными учеными и специалистами практиками. Ролевая игра и метод решения ситуативных задач «case-study» предлагаются в качестве эффективного подхода в обучении межкультурной коммуникации в условиях глобализованного мира.

Ключевые слова: межкультурная коммуникация, метакогнитивные навыки, ролевая игра, метод решения ситуативных задач.

В современном мире, в условиях глобализации, когда страны сближаются на основе экономической и информационной интеграции, становится все более очевидным, насколько сложна и самобытна каждая из мировых культур. Межкультурное общение остается по-прежнему делом сложным и дискуссионным.

Ситуация международной интеграции требует от современных специалистов не только профессионализма в своей сфере, активного владения несколькими иностранными языками, но и способности понимать и адаптироваться к различным культурам, чувствовать себя свободно в разных типах культур и одновременно четко понимать и осознавать свою национально-культурную специфику (cultural identity).

Создателем концепции межкультурной коммуникации (intercultural communication) является американский антрополог и кросскультурный исследователь Эдвард Холл. В 1954 г. вышла книга Э. Холла и Д. Трагера «Culture as communication», в которой впервые термин «межкультурная коммуникация» был предложен для широкого применения. Американские ученые Ларри Самовар и Ричард Портер в 1972 году в книге «Коммуникация между культурами» дали определение этому термину, согласно которому межкультурная коммуникация – это такой вид коммуникации, в котором отправитель и получатель принадлежат к разным культурам [Samovar 2012: 37].

Термин «межкультурная коммуникация» представляет собой общие идеи, которые трудно выразить одним способом. Рассмотрим еще несколько академических определений.

Межкультурная коммуникация – это общение между людьми из разных культур [Chen 1998, 28].

Межкультурная коммуникация – это символический, толковательный, связанный с поступками человека контекстуальный процесс, в котором люди из разных культур создают общин значения [Lustig 2007, 46].

Межкультурная коммуникация – это влияние на коммуникационное поведение, оказываемое во время взаимодействия различных культур. Следовательно, межкультурная коммуникация — это коммуникация, которая раскрывается в символических межкультурных пространствах. [Arasaratnam 2013: 48].

В данной статье мы, говоря о концепте «МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ», выделяем три элемента, наличие которых свидетельствует о межкультурной коммуникации:

- коммуникация;
- взаимодействие между представителями различных культур;

- культурные различия, которые оказывают влияние на процесс коммуникации.

Во-первых, должна быть коммуникация. Неважно будет ли это лицом к лицу или посредством письма, либо электронной почты, онлайн игр или социальных сетей. С учетом быстрого развития информационно-коммуникационных технологий в нашу эпоху коммуникация осуществляется на различных платформах с аудиторией со всего мира.

Во-вторых, существование культурных различий. Эти различия можно классифицировать по национальности, этническому происхождению, религиозным убеждениям, полу, возрасту, географическому региону, политической идеологии, сексуальной ориентации и т.д. Вряд ли кто-то принадлежит только к одной культурной группе, поэтому вполне естественно, что несколько категорий будут затронуты в конкретном взаимодействии.

В-третьих, культурное различие должно оказывать влияние на процесс коммуникации. Только когда культурные несовпадения влияют на взаимодействие, это можно квалифицировать как процесс межкультурной коммуникации. Таким образом, любое коммуникативное взаимодействие можно охарактеризовать как межкультурное, если выявить культурные различия и показать, как они влияют на коммуникативное событие.

В настоящее время межкультурная коммуникационная деятельность играет важнейшую роль в преподавании иностранных языков. Преподаватели иностранных языков должны знать, как развивать межкультурные коммуникативные компетенции студентов, а также помогать им в личностном развитии.

Для решения этих задач огромное значение имеют ролевые игры. Поскольку ролевая игра или симуляция поощряют рефлексивное мышление и творчество [Di Pardo Léon-Henri 2014: 352], обучающиеся могут развивать и практиковать новые языковые и поведенческие навыки. Кроме того, развитие метакогнитивных навыков является неотъемлемой частью ролевой игры с участием сверстников. Благодаря этому инновационному и прагматичному подходу к изучению иностранного языка, учитель расширяет возможности учащихся, побуждая их активно участвовать в исследованиях и самостоятельно принимать решения. Активно участвуя в выборе своей темы, учащиеся могут затем приступить к концептуализации оригинальной идеи и построить свой диалог, включив словарные термины или выражения при подготовке своих персонализированных сценариев ролевых игр.

С точки зрения методологии, ролевая деятельность может охватывать различные виды общения в классе. Э. Мортимер и Ф. Скотт описывают четыре основных типа общения следующим образом:

- интерактивный /диалогический: и учитель, и ученики участвуют в изучении новых идей, задают вопросы и отвечают на них, высказывая различные точки зрения;

- неинтерактивный / диалогический: учитель суммирует различные точки зрения и исследует или работает с различными точками зрения;
- интерактивный / авторитетный: учитель фокусируется на одной точке зрения, используя упорядоченную последовательность вопросов с целью консолидации конкретной точки зрения;
- неинтерактивный / авторитетный: только учитель представляет конкретную точку зрения, и она не взаимодействует со студентами [Mortimer 2003: 395-406].

Приведенная выше схема может помочь преподавателям в достижении целей обучения. Каждый подход соответствует определенным ролям и обязанностям, связанным с различными отношениями между преподавателем и учеником.

Чтобы способствовать более глубокому пониманию глобальных профессиональных условий и, в частности, межкультурных деловых отношений, для преподавателей иностранного языка важно посвятить часть своего времени повышению межкультурной осведомленности студентов. При этом студенты учат практические термины и выражения (словарный запас и содержание), а также знакомятся с различными аспектами межкультурного общения (словесного и невербального) в профессиональной среде. Таким образом, студенты могут развивать свои метакогнитивные навыки, проводя мозговой штурм, анализируя проблемы и решая задачи.

Кроме того, студентам предоставляется возможность улучшить свои коммуникативные навыки (говорение, произношение, интерактивность), чтобы лучше подготовиться к ролевой игре в своих группах. В этом педагогическом методе выбранная ролевая деятельность делится на следующие этапы: этап подготовки, этап объяснения, этап проведения, и обратная связь, этап анализа и обобщения.

Рассмотрим еще об один метод, роль которого велика при обучении межкультурной коммуникации. Это case-study или метод решения ситуационных задач – сравнительно новая методика, которая приобретает все большее признание в сфере высшего образования. Это происходит в связи с изменением в системе образования вектора, который направлен теперь не на передачу и получение определенных знаний, а на формирование у студентов профессиональных компетенций, навыков мышления, развитие личностных качеств, подготовку специалиста, который обладает способностью оптимального поведения в межкультурных ситуациях общения. В основе метода case-study лежит конкретная ситуация, взятая из жизни и содержащая проблему. Задача состоит в том, чтобы найти решение этого вопроса. Популярность этого метода основана как раз на близости к реальной профессионально-ориентированной модели поведения будущих специалистов в условиях профессионального и межкультурного взаимодействия.

Ролевые игры и метод case-study в сочетании с партнерским взаимодей-

ствием и межкультурным измерением являются эффективным подходом к изучению иностранного языка. Подавляющее большинство студентов считают, что эта деятельность дает им возможность учиться и развивать свои языковые навыки в творческой обстановке. Даже если преподаватель иногда берет на себя роль модератора, учащиеся являются активными учениками, готовыми взять на себя ответственность, связанную с инновациями и принятием решений. Кроме того, студенты указывают, что этот метод предоставляет им интересный форум, где сочетается содержание, познание, общение, многообразие культур для развития профессиональной и межкультурной компетенции будущих специалистов. Принимая активное участие в этой деятельности, студенты признают, что межкультурное общение может быть очень сложной проблемой в профессиональной сфере общения. Ролевые игры и case-study дают студентам свободу представлять, создавать, а затем анализировать ситуации межкультурного взаимодействия, обсуждать и согласовывать результаты своей деятельности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Arasaratnam L.A. Intercultural Communication Competence / L.A. Arasaratnam // Intercultural Communication: Representation and Construction of Culture. – L.A., CA: SAGE Publications, 2013.
2. Chen G.M. Foundations of Intercultural Communication / G.M. Chen, W.J. Starosta. – Boston, MA: Allyn & Bacon, 1998.
3. Di Pardo Léon-Henri D. Breaking the Ice with Business English / D. Di Pardo Léon-Henri // The Journal of Teaching English for Specific and Academic Purposes. – 2014. – Vol. 2. – № 3, Special Issue. – P. 345-358.
4. Lustig M.W. Intercultural Competence: Interpersonal Communication Across Cultures / M.W. Lustig, J. Koester. – 5th ed. – Shanghai, China: Shanghai Foreign Language Education Press, 2007.
5. Mortimer E. Meaning Making in Secondary Science Classrooms / E. Mortimer, Ph. Scott. – Open University Press, 2003.
6. Samovar L., Porter R. Intercultural Communication: a Reader / L. Samovar, R. Porter. – 13th edition. – Wadsworth: Cengage Learning, 2012. – 518 p.

INTERCULTURAL COMMUNICATION: FROM THEORY TO PRACTICE

S.V. Kosheleva

Orel State University named after I.S. Turgenev, Orel

The present article focuses on comprehending cross-cultural communication. The author clarifies what scholars and practitioners mean by the term «intercultural communication». Role play and case-study are presented as practical and effective ways to teach students intercultural communication in an increasingly global and mobile society.

Key words: *intercultural communication, metacognitive skills, role play, case study.*

Об авторе:

КОШЕЛЕВА Светлана Витальевна – старший преподаватель кафедры

иностранных языков в сфере профессиональной коммуникации Орловского государственного университета им. И.С. Тургенева, *e-mail*: claire.76@mail.ru

УДК 81'271.133.18

ОБРАЗ ЖЕНЩИНЫ ВО ФРАНЦУЗСКИХ РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТАХ

Р.С. Муханбетжанова

Костанайский государственный университет им. А.Байтурсынова,
Костанай, Казахстан

Современная французская печатная реклама, наряду с другими средствами массовой информации играет большую роль в формировании женского имиджа. В статье рассматриваются особенности французской рекламы, в которой женщина представлена как «женщина-мать», «женщина-соблазнительница», «женщина-хранительница очага».

Ключевые слова: *французская реклама, рекламный текст, образ женщины.*

At present, advertising texts are one of the crucial elements of mass and intercultural communication. Advertising is a means of moulding public opinion and social behaviour of people, it influences our social institutions, penetrates into all spheres of life of the society. Advertisements do more than communicate about products and services; they also tell us what products mean to the way we live.

The article shows the way how gender characteristics are shown in modern French advertisements. During the research of modern French advertisement, the main attention was paid to the description and the analysis of a female gender stereotypes.

Modern French print commercial advertising, along with other mass media, plays a large role in formation of a female image. As a rule, during creation of advertising messages the French advertisers use biological (appeal, age, character) and social (public status, career, social position, way of life, home duties) factors entering a basic images of a woman, which has already been a part of French national consciousness. Having analysed modern French advertisements with the use of female images we can note that most often in French advertising the woman appears in three main forms:

Image of a woman (in different roles):

- a woman-mother;
- a woman-temptress (sexy image);
- a woman-family keeper (a good housewife);

No doubt that such distribution is caused by features of the French national