

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина»

На правах рукописи

Ян Синьюй

Ян Синьюй

**СЦЕНАРНЫЙ ПОДХОД В ОБУЧЕНИИ КИТАЙСКИХ УЧАЩИХСЯ
РУССКОМУ ЯЗЫКУ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ
(БАЗОВЫЙ УРОВЕНЬ)**

Специальность 5.8.2. – Теория и методика обучения и воспитания
(русский язык как иностранный, уровень общего, профессионального,
дополнительного образования, профессионального обучения)

Диссертация

на соискание ученой степени
кандидата педагогических наук

Научный руководитель:

кандидат педагогических наук, доцент

Калиновская Марина Михайловна

Москва – 2023

Оглавление

Введение	4-15
Глава 1. Теоретические основы понятий «сценарий» и «сценарный подход» в методике обучения русскому языку как иностранному.....	16-53
1.1. Теория сценария и ее применение в методике преподавания РКИ	16-20
1.2. Сценарный подход как новая технология и его использование в обучении русскому языку делового общения	21-28
1.3. Роль обучения стратегиям и тактикам при использовании сценарного подхода	28-32
1.4. Роль сценария в технике подготовки и проведения деловой игры	32-45
1.5. Тренинг как активная форма обучения речевому взаимодействию.....	45-50
Выводы по главе 1	50-53
Глава 2. Понятие «деловое общение» в методике РКИ и его особенности в русской и китайской культурах.....	54-125
2.1. Понимание термина «деловое общение» в современной методике преподавания РКИ	54-58
2.2. Основные понятия, связанные с содержанием и целями обучения русскому языку делового общения.....	59-61
2.3. Разработка уровневых систем владения языком делового общения.....	62-73
2.3.1. Содержание обучения на базовом сертификационном уровне владения русским языком делового общения	68-73
2.4. Русский язык делового общения в межкультурной коммуникации.....	74-92
2.4.1. Культурные и деловые различия между Россией и Китаем.....	77-92
2.5. Обучение русскому языку делового общения китайских учащихся.....	92-123
2.5.1. Общая характеристика обучения русскому языку делового общения в китайских вузах.....	92-101
2.5.2. Существующие проблемы в обучении русскому языку делового общения на факультетах русского языка китайских непрофильных вузов	101-103
2.5.3. Анализ учебников для обучения русскому языку делового общения, адресованных китайским студентам-филологам	103-115
2.5.4. Особенности спроса специалистов в сфере русского языка делового общения в современном Китае.....	115-118

2.5.5. Новые перспективы в подготовке русскоязычных специалистов в Китае в связи с учётом стратегии «Один пояс и один путь»	117-123
Выводы по главе 2.....	122-125
Глава 3. Программа экспериментального обучения китайских учащихся русскому языку делового общения с использованием сценарного подхода и ее реализация	125-206
3.1. Программа экспериментального обучения	125-166
3.1.1. Разработанные модели в виде лингводидактических материалов для проведения экспериментального обучения	128-166
3.2. Проведение экспериментального обучения.....	165-199
3.2.1. Анкетирование как один из этапов экспериментального обучения. Результаты анкетирования	165-174
3.2.2. Проведение констатирующего среза.....	173-186
3.2.3. Ход экспериментального обучения	185-190
3.2.4. Проведение итогового среза	191-201
3.3. Сравнительный анализ экспериментального обучения в Синьцзянском университете (Китай)	200-204
Выводы по главе 3.....	202-206
Заключение	205-208
Список использованной литературы.....	207-218
Приложение	219-224

Введение

Китай и Россия являются крупными державами и добрыми соседями. «Торговое сотрудничество между нашими странами началось с X века. С развитием экономик обеих стран их совместная деятельность постепенно расширяется, особенно после 2000 года, когда китайско-российская торговля вступила в этап быстрого роста, и за эти почти двадцать лет торговый оборот между двумя странами вырос почти в десять раз!» [Ян Синьюй, 2018, с. 211] Многие китайские крупные предприятия уже добились больших успехов на российском рынке, например, Lenovo, Huawei, ZTE, Media и т.д.

Деловое общение стало актуально благодаря расширению экономических и культурных связей между Российской Федерацией и Китаем. Например, после создания Шанхайской организации сотрудничества (ШОС) в 1999 г., товарный оборот между Россией и Китаем в год достиг 15 млрд. долларов.

Согласно данным, опубликованным недавно Министерством торговли Китая, объем торговли товарами между Китаем и Россией в 2021 году достиг 146,87 млрд долларов, увеличившись на 35,9% в годовом исчислении. Среди них экспорт из Китая в Россию автомобилей, бытовой техники, строительной техники продолжает быстро расти. Продажи автомобилей китайских брендов, таких как Haval, Chery и Geely, достигли рекордного уровня в России, а электронные продукты китайских брендов, таких как Huawei и Xiaomi, пользуются популярностью у россиян. В то же время на столах китайцев появляется все больше и больше российской сельскохозяйственной продукции.

В настоящее время стабильно функционируют такие крупные газотранспортные проекты сотрудничества, как «Сила Сибири» и арктический проект «Ямал-СПГ». Развивается всестороннее сотрудничество в области экологически чистой энергетики, искусственного интеллекта.

Россия является крупнейшим стабильным источником экспорта энергоносителей в Китай. Энергетическое сотрудничество всегда было наиболее важной, плодотворной и обширной областью делового взаимодействия между

Китаем и Россией. Согласно статистике Главного таможенного управления Китая, в 2021 году Китай экспортировал из России энергоносителей на 334,29 млрд юаней, увеличившихся на 47,4% в годовом исчислении, что составляет 65,3% от общей стоимости китайского экспорта из России в этом году.

В 2016 году на международной конференции, организованной Министерством иностранных дел России, бывший государственный советник Китая Дай Бингуо так охарактеризовал китайско-российские отношения: “Нынешние китайско-российские отношения прочны и с трудом завоеваны, это результат упорного труда поколений. Мы должны дорожить ими так же, как дорожим своими собственными глазами”. Нынешние отношения всеобъемлющего стратегического сотрудничества в новую эпоху между Китаем и Россией идут рука об руку, бок о бок, спина к спине и сердце к сердцу, так как соответствуют интересам Китая и России.

Очевидно, что экономическое сотрудничество, торговля сопровождаются проведением многочисленных переговоров между представителями двух стран. Прочно утвердилась мысль, что те, кто участвуют в подобных переговорах, должны обладать высокой коммуникативной компетенцией в области делового общения.

Развитие международной торговли и установление устойчивых связей в области науки, политики, культуры приводит к росту усилий ученых, национальных и международных организаций, правительств государств совершенствовать взаимопонимание и диалог. Становится очевидным, что для достижения этих целей необходимо не только изучение иностранных языков, но и знание особенностей межкультурной коммуникации: учёт материальной и духовной культуры другого народа. Рост значения межкультурных связей требует проведения сопоставительного анализа особенностей межкультурного делового общения в процессе взаимодействия людей разных лингвокультур в различных ситуациях делового сотрудничества и применения полученных данных на практике (см. параграф 2.4).

В настоящее время проводятся международные семинары и симпозиумы (например, международная научно-практическая конференция «Китай: история и современность»), посвященные проблемам делового общения; в школах и в университетах вводятся учебные программы по этой теме. Однако, несмотря на то, что на практике деловое общение зародилось достаточно давно, до сих пор достаточного количества специальных учебных пособий явно не хватает, а те, которые существуют, зачастую повторяют базовые положения основополагающих книг и учебников. Нельзя игнорировать тот факт, что современные политические и экономические отношения между Россией и Китаем постоянно развиваются, вот почему существующая учебная литература должна адекватно отражать реальное положение дел.

В связи с вышеизложенным, **актуальность** данного диссертационного исследования обусловлена следующими факторами:

- 1) несовершенством существующих в китайской методической учебной литературе пособий, посвященных деловому общению;
- 2) необходимостью разработки таких учебных материалов по способам ведения делового общения, которые бы учитывали особенности языка, существующие различия в деловом этикете в России и Китае и которые бы развивали у студентов умения и навыки делового общения;
- 3) осознанием важности использования сценарного подхода как новой технологии обучения русскому языку делового общения (РЯДО) китайских студентов, способствующей совершенствованию речевых навыков и умений учащихся, активизирующей учебный процесс в целом;
- 4) необходимостью внедрения учебных материалов с использованием сценарного подхода на базовом уровне РЯДО для обучения китайских учащихся для того, чтобы привить им навыки делового взаимодействия на более ранней стадии;
- 5) новыми перспективами в подготовке русскоязычных специалистов в Китае в связи с учётом стратегии «Один пояс и один путь».

Степень научной разработанности проблемы исследования.

В XXI веке в лингвистике, в научно-методической литературе по методике преподавания РКИ уделяется значительное внимание вопросам прагматики. В частности, рассматриваются проблемы воздействия на поведение людей, их речевые реакции (Дж. Серль, Дж. Остин), теория речевых актов, понятия «фрейм» (М.Л. Минский, Т.А. Ван Дейк, Р. Шенк, З.Д. Попова, И.С. Стернин, С.В. Иванова, О.Е. Арьемова), сценарная организация речевого поведения (А.Н. Баранов, Д.О. Добровольский, М.Н. Михайлов, П.Б. Паршин, О.И. Романова). С этой целью в методике РКИ разрабатываются методические материалы, позволяющие иностранным учащимся опознавать, анализировать намерения говорящих, понимать и реагировать на них, выстраивать в соответствии с этим свои стратегии и тактики (В.И. Шляхов). В связи с этим появилась потребность изучать теорию речевых актов, в частности, организацию речевого поведения людей.

Особый интерес для реализации цели и задач нашего исследования представляют работы, связанные с деловым общением (И.В. Михалкина, Л.П. Клобукова, М.В. Колтунова, Э.Г. Азимов, А.Н. Щукин), изучением вопроса преподавания русского языка делового общения, уровневым описанием владения русским языком делового общения (И.В. Михалкина, Л.П. Клобукова, Л.Б. Трушина, С.А. Хавроница, О.А. Ускова, Л.С. Журавлёва).

Успешное деловое общение невозможно без межкультурной компетентности как необходимого условия общения бизнесменов (С.Г. Тер-Минасова, Ю.Е. Прохоров, Д.Б. Гудков, И.М. Белоусова, Чжан Юн, Лю Хунди, Хуан Ли, Лю Цзуаян, Гуань Цзянь, Чжан Чжэ, Ли Ка Шинг).

Научные исследования, связанные с коммуникативно-деятельностным подходом (Н.Д. Гальскова, В.В. Сафонов, И.Л. Бим, М.Н. Вятютнев, Е.И. Пассов), компетентностным подходом, понятием «прагматическая компетенция» успешно развивались и описывались с разных позиций (И.А. Зимняя, А.В. Хуторской, Э.Г. Азимов, А.Н. Щукин).

Изучение теоретической и научно-методической литературы позволяет констатировать факт: степень разработанности научной проблемы, указанной в названии диссертации, представляется недостаточной в связи с отсутствием системного описания сценарного подхода как особой формы организации учебного процесса, способствующей совершенствованию речевых навыков и умений китайских учащихся на базовом уровне РЯДО. Необходимо отметить, что указанный базовый уровень РЯДО входит в систему сертификационных уровней владения русским языком делового общения, разработанную Государственным институтом русского языка им. А.С. Пушкина и рассмотрен более подробно во второй главе (см. об этом параграф 2.3)

Объектом настоящего исследования является процесс обучения китайских учащихся РЯДО.

Предметом исследования является использование сценарного подхода в обучении китайских учащихся на базовом уровне РЯДО.

Целью данной работы является разработка сценарного подхода и его лингводидактических научно-методических основ (на примерах сценариев «Торг», «Выдвижение претензии» и «Сотрудничество») для обучения деловому общению китайских учащихся на базовом уровне РЯДО.

Исследование направлено на верификацию **гипотезы** о том, что разработанный сценарный подход обучения на базовом уровне РЯДО является эффективным средством оптимизации учебного процесса, способствующим формированию у китайских учащихся коммуникативной компетенции РЯДО.

Для достижения указанной цели необходимо было реализовать ряд важных **задач**:

– изучить понятие «деловое общение» в современном социолингвистическом контексте, а также рассмотреть особенности делового общения на русском и китайском языках, а именно их этикетные, социокультурные и иные аспекты;

– проанализировать существующие учебники по обучению русскому языку делового общения в Китае, а также выявить соответствие этих материалов реальному положению дел в международном взаимодействии;

– дать научное обоснование сценарному подходу в обучении РКИ как новой педагогической технологии;

– описать лингводидактические особенности сценария в связи с использованием сценарного подхода при обучении деловому общению;

– разработать модели лингводидактических материалов – сценариев «Торг», «Выдвижение претензии» и «Сотрудничество» для обучения РЯДО китайских учащихся как наиболее реальные и часто встречающиеся в современной деловой жизни;

– проверить педагогическую эффективность разработанных сценариев во время экспериментального обучения.

В качестве **материала исследования** использовались следующие источники: современные китайские учебники по обучению русскому языку делового общения, наиболее часто используемые при обучении русскому языку делового общения и ориентированные на уровень базовый уровень РЯДО; инструктивно-методические документы, описывающие уровневые системы делового общения в контексте международных уровней (РЯДО, ВЕС, ВСТ); результаты анкетирования студентов, материалы экспериментального обучения.

Теоретическую и методологическую основу диссертационного исследования составляют:

- Научные труды для раскрытия понятия «сценарий» и описания возможности использования данного подхода при обучении РЯДО (Дж. Серль, Дж.Остин, М.Л. Минский, В.И. Шляхов, А.Н. Баранов, С.В. Иванова, М.Л. Макаров, А.П. Бабушкин, З.Д. Попова, Д.О. Добровольский).

- Научные труды по проблематике «деловое общение» (М.В. Колтунова, И.В. Михалкина, Л.Б. Трушина, Л.П. Клобукова, И.Л. Роляк, Л.С. Журавлёва, Т.И. Власова, А.П. Шарухин).

- Научные труды по проблематике «межкультурная коммуникация» (Ю.Е. Прохоров, С.Г. Тер-Минасова, Д.Б. Гудков, И.С. Стернин, О.С. Иссерс, О.А. Леонтович, И.М. Белоусова).

- Научные работы в области теории и методики преподавания русского языка как иностранного (В.Г. Костомаров, О.Д. Митрофанова, А.Н. Щукин, Э.Г. Азимов, Н.И. Формановская, С.А. Хавронина).

- Работы, написанные китайскими учеными в области методики обучения РЯДО (Ли Дексян, Сун Шуфан, Ван Сяохуэй, Ван Тин, Ван Цин, Мэнся, Ян Чун, Ву Сюэсун).

Для решения поставленных задач в диссертационном исследовании и проверки выдвинутой гипотезы были использованы следующие **методы исследования:**

теоретические: анализ, синтез и обобщение данных, представленных в лингвистической, научно-методической, педагогической, социологической литературе по исследуемой проблеме; социолого-педагогические и диагностические: визуальное наблюдение, анкетирование учащихся китайских вузов, наблюдение за ходом обучения, тестирование студентов, анализ выполнения студентами практических заданий; эмпирический: проведение экспериментального обучения для проверки выдвинутой гипотезы; статистический: количественный анализ результатов контроля умений и навыков, полученных в ходе экспериментального обучения; интерпретационный: анализ речевой деятельности китайских учащихся, изучающих русский язык делового общения в вузах Китая.

Основные научные результаты, полученные **лично соискателем**, и их **научная новизна** заключаются в том, что:

- в качестве новой технологии обучения разработан сценарный подход;
- впервые описываются модели сценариев («Торг», «Выдвижение претензии» и «Сотрудничество»), включающих в себя лингводидактические материалы для использования сценарного подхода в обучении РЯДО: перечень формируемых знаний, умений и навыков, примеры стратегий и тактик речевого взаимодействия, речевые образцы, учебный словарь тематической лексики, набор тренировочных языковых и речевых упражнений;

- определены пути и средства оптимального усвоения китайскими учащимися русского языка делового общения на базовом уровне РЯДО: разработка сценария, включающая лингводидактические материалы; использование деловых игр, тренингов, благодаря проведению которых студенты учатся планировать своё речевое поведение в пределах того или иного сценария, прогнозировать и понимать коммуникативные цели, речевые стратегии и тактики собеседника.

Теоретическая значимость данного диссертационного исследования заключается в следующем:

- рассмотрен ряд актуальных проблем теории и практики преподавания РЯДО китайским учащимся, важных как для практики преподавания иностранных языков вообще, так и для методики РКИ и РЯДО в частности;

- разработаны теоретические основы сценарного подхода и его применение в методике преподавания РКИ и РЯДО;

- путем анализа различных исследований систематизированы социокультурные различия у представителей бизнеса русской и китайской культур, которые имеют значение для объяснения возможных неудач и недопонимания в деловом общении.

Практическая значимость исследования заключается в том, что его результаты:

- апробированы и внедрены в практику преподавания РКИ, в частности РЯДО, на базе теоретически разработанных основ сценарного подхода;

- могут быть использованы:

- 1) при разработке учебных пособий, программ и учебников для обучения РЯДО китайских учащихся;
- 2) в лекционных и специальных курсах в системе профессиональной подготовки специалистов делового профиля;
- 3) при составлении учебных материалов, описывающих особенности делового общения у русских и китайцев, знание которых будет способствовать снятию культурных барьеров и оптимизации будущих профессиональных контактов.

Положения, выносимые на защиту:

1. Сравнительный анализ специфики деловых культур России и Китая и особенностей делового общения на русском и китайском языках должен обязательно проводиться в процессе обучения РЯДО китайских учащихся.

2. Данный сравнительный анализ должен помочь выявлению общего и различий в деловом общении представителей двух стран, что, в свою очередь, должно способствовать взаимопониманию в деловом общении.

3. При обучении РЯДО на базовом уровне необходимо использовать сценарный подход. В результате теоретического обоснования и экспериментального обучения, проведённых в данном исследовании, сценарный подход может быть использован в качестве новой педагогической технологии. Сценарный подход – это особая форма организации учебного процесса, которая предполагает живое общение студентов между собой и с преподавателем. Данный подход при обучении иностранцев РЯДО способствует совершенствованию речевых навыков и умений учащихся, активизирует учебный процесс в целом.

4. Сценарный подход в обучении китайских студентов позволит научить их:

- а) определять сценарии русского речевого взаимодействия в реальной речи;
- б) планировать речевое поведение в зависимости от того, как развиваются коммуникативные события в пределах того или иного сценария;
- в) прогнозировать и понимать коммуникативные цели, речевые стратегии и тактики собеседников;
- г) взаимодействовать с российскими партнёрами в реальной живой коммуникации.

Апробация и внедрение результатов исследования осуществлялись в ходе экспериментального обучения в декабре 2018 года в группе третьего курса факультета русского языка Харбинского научно-технического университета, в Государственном институте русского языка им. А.С. Пушкина, а также в марте-мае 2020 г. на 3-ем курсе факультета русского языка Синьцзянского университета.

Теоретические положения диссертационного исследования отражены в следующих публикациях:

В рецензируемых периодических научных изданиях, рекомендованных ВАК РФ:

1. Ян Синьей. Различия русского и китайского делового этикета и их учет при деловых контактах / Ян Синьей // Гуманитарные и социальные науки. – Ростов-на-Дону: сетевое издание. – 2018. – № 3. – С. 211-217. (0,5 п.л.)

2. Ян Синьей. Обучение русскому языку делового общения в китайских вузах. Сценарный подход: стратегии и тактики / Ян Синьей // Международный аспирантский вестник. Русский язык за рубежом. – 2018. – № 4. – С. 19-22. (0,25 п.л.)

3. Ян Синьей. Отличительные особенности деловых отношений и методы разрешения конфликтов при ведении переговоров в Китае / Ян Синьей // Международный аспирантский вестник. Русский язык за рубежом. – 2019. – № 4. – С. 22-26. (0,33 п.л.)

4. Ян Синьей. Сценарный подход как новая технология обучения русскому языку делового общения иностранных студентов / Ян Синьей // Педагогический журнал Башкортостана. Научно-практическое издание Ассоциации «Башкирский педагогический государственный университетский комплекс». – 2019. – № 5. – С. 134-140. (0,44 п.л.)

В других изданиях:

1. Ян Синьей. Обучение русскому языку делового общения на факультетах русского языка китайских вузов и особенности спроса специалистов в сфере русского языка делового общения в современном Китае / Ян Синьей // Филологическое образование в современных исследованиях: лингвистический и методический аспекты. Материалы Международной научно-практической конференции «Славянская культура: истоки, традиции, взаимодействие. XVIII Кирилло-Мефодиевские чтения» [сборник статей]. – М.: Ярославль: Ремдер, 2017. – С. 448-452. (0,25 п.л.)

2. Ян Синьей, М.М. Калиновская. Обучение сценарию «Торг» на базовом уровне РЯДО китайских учащихся как непривычной технологии обучения. / Ян Синьей, М.М. Калиновская // Славянская культура: истоки, традиции,

взаимодействие. XIX Кирилло-Мефодиевские чтения. Материалы Международной научно-практической конференции «Славянская культура: истоки, традиции, взаимодействие. XIX Кирилло-Мефодиевские чтения» в рамках Международного Кирилло-Мефодиевского фестиваля славянских языков и культур [сборник статей]. – М.: Гос. ИРЯ им. А.С. Пушкина, 2018. – С. 744-748. (0.31 п.л.)

Теоретические положения диссертационного исследования были изложены в докладах на научных конференциях:

1. Научная конференция «Леонтьевские чтения», «Особенности русского и китайского делового этикета и их учет при деловых контактах», Гос. ИРЯ им. А.С. Пушкина, декабрь, 2017.

2. Научная конференция «Дело Леонтьева у нас живет», «Отличительные особенности деловых отношений в Китае», Гос. ИРЯ им. А.С. Пушкина, декабрь, 2018.

Исследование проводилось поэтапно.

На первом этапе (2015 – 2016 гг.) проводился сбор информации, изучение научной литературы, наблюдение за занятиями, беседы с преподавателями и студентами, изучение опыта преподавателей, анализ учебников и нормативных документов.

На втором этапе (2017 – 2018 гг.) на основе анализа собранной информации была сформулирована рабочая гипотеза, проводилось теоретическое обоснование темы исследования, проводилось анкетирование студентов, разрабатывалась методика обучения китайских учащихся с использованием сценарного подхода на базовом уровне владения русским языком делового общения.

На третьем этапе (2018 – 2020 гг.) проводилась проверка гипотезы исследования в ходе экспериментального обучения. Экспериментальное обучение преследовало цель обосновать целесообразность использования в учебном процессе сценарного подхода в обучении китайских студентов на базовом уровне, апробировать созданные сценарии и разработанную на их основе систему упражнений.

Структура диссертации определяется целями и задачами исследования. Диссертационная работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы, включающей в себя 103 наименования, и приложения. Диссертация снабжена таблицами и рисунками. Общий объем диссертации составляет 226 страниц, из которых 208 страниц основного текста.

Глава 1. Теоретические основы понятий «сценарий» и «сценарный подход» в методике обучения русскому языку как иностранному

1.1. Теория сценария и ее применение в методике преподавания РКИ

В последние годы в методике преподавания РКИ обращается внимание на такие феномены, как дискурс, фрейм, ситуация, сценарий и т.д. Поэтому «в методике преподавания иностранных языков и русского языка как иностранного появилась потребность осмыслить открытия в теории речевых актов... в теории дискурс-анализа, в частности в области сценарной (фреймовой) организации речевого поведения и языкового мышления» [Шляхов, 2010, с. 1].

Сценарий является многогранным термином, который относится к различным сферам жизнедеятельности человека, определение которого можно найти во многих других источниках.

Как отмечает В.И. Шляхов, феномен сценарной организации общения изучается в различных науках: психологии, социальной психологии, психолингвистике, философии. Однако для каждой из них важна своя специфика. Так, «для психолога сценарность – это поведение человека в стандартных ситуациях общения, проблема воздействия слов на психическое состояние собеседников, для социальной психологии - это виды межличностного общения, для философа - это проблема происхождения и роли конвенций в жизни общества, влияние стереотипов сознания в процессах отражения окружающей среды, для психолингвистики – феномен обобщения языковой практики и ее использование в речепроизводстве» [Шляхов, 2013, с. 8].

В англо-русском словаре по лингвистике и семиотике сценарий трактуется как «концептуальная структура для процедурного представления знаний о типизированной ситуации, знание в которой привязывается непосредственно к участникам коммуникативной ситуации» [А.Н. Баранов, Д.О. Добровольский, М.Н. Михайлов, П.Б. Паршин, О.И. Романова, 2001, с. 312].

Т.А. Ван Дейк не давал четкого определения понятия «сценарий», однако глубоко исследовал вопросы возникновения сценариев и их сущности. Сценарии, по его мнению, возникают на основе типизации и обобщения моделей ситуации, которые являются носителями информации о ранее встречающихся ситуациях. То есть, образуется некая база данных, которая имеет индивидуальный характер и основывается на опыте лиц, вступающих в общение. Ван Дейк указывал, что в том случае, если личные модели начнут носить общий характер, то они будут полезными для общения в социуме.

Ван Дейк писал, что в сценариях содержится информация общего характера. Такая информация должна быть актуализирована в частной модели в тех случаях, когда люди понимают ситуацию. Таким образом, сценарии, по его мнению, представляют собой совокупность множества моделей поведения в определенной ситуации [Ван Дейк, 2000, с. 91].

Роджер Шенк в процессе изучения речевого мышления искусственного интеллекта разработал теорию концептуальной зависимости, основанную на представлении знаний и смыслов, которые хранятся в знаниях. Для этого им было разработано понятие сценария, включавшего в себя планы, сцены и концепты [R. Schank, R. Abelson, 1977]. Шенк выдвинул гипотезу о том, что информация, хранящаяся в памяти человека, основана, прежде всего, на его личном опыте, а также на представлениях, как нужно себя вести в той или иной ситуации. Любую ситуацию, по его мнению, можно представить в виде сценария, то есть в виде совокупности простых действий. Так, например, был разработан сценарий поведения человека в ресторане, который состоял из последовательности действий, типичных для посещения ресторана (войти, найти свободный стол, сесть, выбрать блюдо, заказать и т.д.). При этом различные сценарии обусловлены целью визита (утолить голод или отпраздновать юбилей). В данной теории постоянно проводится разграничение между терминами «сценарий» и «фрейм».

В современной лингвистике существуют разные точки зрения на определение понятия «фрейм». М.Л. Минский в своей работе «Структура для представления знаний. Психология машинного зрения» сделал вывод, что «фреймы обозначают

когнитивные схемы, которые хранятся в памяти человека и извлекаются из памяти для сохранения старых и новых реалий действительности и общения с накопленным опытом» [Минский, 1978].

А.П. Бабушкин в своей статье «Типы концептов в лексико-фразеологической семантике языка» определяет фрейм как «структуру знаний о человеческом опыте, хранящуюся в памяти человека или восстанавливаемую из содержащихся в памяти компонентов в случае необходимости» [Бабушкин, 1996, с. 25].

Попова З.Д. и Стернин И.С. трактовали фрейм как совокупность знаний об определенном явлении или предмете материального мира [Попова, 2007, с. 119].

Согласно М. Минскому, «фрейм – это структура данных, предназначенных для сохранения в памяти концептов и правил речевого поведения в стереотипной ситуации» [Минский, 1979]. Под ситуацией в данном случае понимается как определенное действие, так и рассуждение, и даже зрительный образ.

Фрейм выступает также как общее родовое обозначение сценария, так как речевые действия, заложенные в сценарии, выполняются в зависимости от конкретных обстоятельств, поэтому широкое распространение получило понятие «фрейм-сценарий», которое нашло свое отражение в ряде работ.

Некоторые ученые называют фреймы-сценарии также сценарными фреймами [Иванова, 2005, с. 48].

В соответствии с теорией М.Л. Минского, для полного анализа ситуации необходим не один фрейм-сценарий, а целая система, так как один отдельно взятый сценарий позволяет оценить только одну из всех возможных точек зрения, которые могут существовать в рамках конкретной ситуации. Для того, чтобы проанализировать ситуацию со всех сторон, и нужна система фрейм-сценариев.

В связи с этим в настоящий момент остро стоит вопрос о разграничении понятий «сценарий», «фрейм» и «фрейм-сценарий».

Основным отличием фрейма от фрейм-сценария является то, что фрейм носит статический характер, а фрейм-сценарий – динамический.

Кроме того, необходимо также разграничивать сценарий и фрейм-сценарий. Здесь дело обстоит сложнее, так как и сценарий, и фрейм-сценарий обладают

динамическим характером и в основе их лежат фреймы. Многие учёные рассматривают их и используют в научных трудах как синонимы. Так, например, С.В. Иванова и О.Е. Артемова используют термин «динамическая когнитивная структура» для замены терминов «сценарий» и «фрейм-сценарий».

Динамические структуры отличаются от статистических наличием следующих элементов:

1. Элемента действия, который рассматривается как базовый элемент;
2. Темпоральных, т.е. временных связей между элементами;
3. Казуальных связей между элементами.

Сценарии играют значительную роль в обучении иностранцев, так как позволяют разнообразить процесс обучения иностранным языкам. Мы в данной главе показали примеры определений сценария, данных многими учеными, но трактовка данного понятия, которую предложил В.И. Шляхов, представляет собой для нашего исследования наиболее подходящей. Рассмотрим его трактовку.

В. И. Шляхов определяет сценарии как «структуры, вбирающие в себя несколько речевых действий, связанных между собой отношениями зависимости и подчинения» [Шляхов, 2010, с. 75]. Каждое речевое действие в рамках сценария направлено на достижение определенной цели. Для достижения поставленной цели говорящий должен выбрать определенную стратегию поведения. Каждая стратегия связана с тактиками, под которыми понимаются способы и методы решения отдельных пошаговых задач на пути к достижению поставленной цели.

Выделяются три основные стратегии поведения в коммуникативной ситуации:

- 1) стратегия кооперации (иначе – сотрудничества), которая характеризуется использованием методов убеждения с опорой на факты, поиском компромиссов на основе учета различных (зачастую противоположных) точек зрения;
- 2) стратегия доминирования (стратегия персуазивности), которая заключается в навязывании собеседнику своей точки зрения, при этом сопровождается подавлением любых возражений, иногда агрессией;

3) стратегия сопротивления доминированию, которая используется, когда необходимо дать отпор собеседнику, избравшему стратегию доминирования, и заключается в отстаивании своих собственных интересов и точек зрения. [Шляхов, 2013, с. 149-156]

Важно отметить, что, так как весь процесс общения динамичен, то и стратегии могут сменять друг друга в зависимости от смены дискурса говорящих.

Немаловажную роль сыграла классификация сценариев, предложенная В.И. Шляховым. За основу классификации были взяты критерии, разработанные Дж. Серлем [Серль, 1986, с. 172-176]. Из 12 критериев для классификации речевых актов, для своей классификации сценариев Шляхов выбрал 5. К ним относятся:

- цель говорящего при осуществлении речевого действия;
- соотношение высказывания и реальности;
- психологическое положение говорящих, изменение психологического состояния в процессе общения;
- энергичность, сила, с которой подается цель (например, можно попросить что-то сделать, а можно приказывать);
- равенство говорящих или их подчиненность друг другу.

Таким образом, проанализировав основные точки зрения на понятие «сценарий», можно сделать вывод о том, что сценарии являются неотъемлемой частью языка. Понятие сценария сложно и многогранно, равно как и его структура. Сценарий состоит из ряда речевых актов, последовательно сменяющих друг друга. Важно подчеркнуть, что развитие каждой конкретной ситуации зависит от внешних и внутренних факторов, а также от выбранных собеседниками коммуникативных стратегий и тактик.

1.2. Сценарный подход как новая технология и его использование в обучении русскому языку делового общения

В XXI веке необходимость обновления содержания образования стала очевидной, что и объясняет поиск новых путей и способов обучения иностранным языкам, в том числе и использование сценарного подхода.

Для начала рассмотрим термин *подход*. Азимов Э.Г., Щукин А.Н. определяют подход следующим образом: «базовая категория методики, определяющая стратегию обучения языку и выбор метода обучения, реализующего такую стратегию; представляет собой точку зрения на сущность предмета, которому надо обучать. Выступает как самая общая в конкретной области знаний (Бим, 1988). Методы обучения реализуют тот или иной подход, являясь, таким образом, тактической моделью процесса обучения» [Азимов, Щукин, 2009, с. 200]. Но в методике преподавания иностранных языков до сих пор не существует единой классификации подхода к обучению. Так, например, М.В. Ляховицкий выделяет 4 общих подхода к обучению иностранным языкам, определяемым с позиции психологии овладения языком (бихевиористский, индуктивно-сознательный, познавательный/когнитивный, интегрированный). Заслуживает внимания классификация подхода к обучению с позиции объекта обучения – направленность обучения на овладение языком (языковой подход), речью (речевой подход), речевой деятельностью (коммуникативно-деятельностный подход).

Нам важен именно коммуникативно-деятельностный подход, поскольку он способствует развитию речевой деятельности у иностранных учащихся и формированию у них коммуникативной компетенции. Коммуникативная компетенция относится к опыту по овладению иностранными языками для общения с представителями других культур, т.е. способность учащихся адекватно воспринимать и понимать, а также выражать свои мыслительные намерения в ответ (см. Н. Д. Гальскова, В. В. Сафонова, И. Л. Бим и др.).

Доктор педагогических наук Е.И. Пассов создал свою теорию коммуникативной компетенции. Согласно данной теории, коммуникативность может быть рассмотрена как в теоретическом аспекте (то есть как понятие), так и в практическом (то есть как технология). Однако ученый склонялся к тому, что «коммуникативность не является декларацией, а выступает как объяснительный принцип организации образовательного процесса» [Пассов, 2007, с. 30].

Говоря о коммуникативной компетенции, нам важно еще рассмотреть два подхода к обучению: коммуникативный подход и компетентностный подход.

Азимов Э.Г., Щукин А.Н. определяют коммуникативный подход таким образом: «Коммуникативный подход – подход к обучению, возникший в 70-е гг. XX в. в связи с выдвижением в качестве главной цели обучения – овладение языком как средством общения, или коммуникацией» [Азимов, Щукин, 2009, с. 105].

Конечная цель обучения в пределах коммуникативного подхода представляет собой формирование и развитие коммуникативной компетенции, то есть готовности и способности студентов к речевому общению.

Компетентностный подход – подход к обучению, который «выражается в формировании иноязычной коммуникативной компетенции, т.е. способности осуществлять иноязычное межличностное и межкультурное общение с носителями языка, предполагает реальное практическое владение иностранным языком» [Азимов, Щукин, 2009, с. 107].

Многие известные ученые участвовали в разработке основ этого подхода (Баранников, 2002; Зимняя, 2003; Хуторской, 2002). «Учёные начали выделять набор компетенций, отражающих реальную способность обучающихся самостоятельно решать возникающие перед ними практические задачи, что стало целью образования» [Щукин, 2017, с. 168]. Важным для методики РКИ стала также терминологическая дифференциация двух терминов: компетенции – «совокупности знаний, навыков, умений, способов деятельности, которые приобретены в процессе обучения» [Там же], и компетентности – «владения,

обладания человеком соответствующей компетенцией, включающей его личностное отношение к предмету деятельности» [Хуторской, 2002, с. 135].

Кроме того, в нашем исследовании еще важно рассмотреть понятие «прагматическая компетенция». Прагматическая компетенция – «это совокупность знаний, правил построения высказываний, их объединения в текст (дискурс), умения использовать высказывания для различных коммуникативных функций, умения строить высказывания на иностранном языке в соответствии с особенностями взаимодействия коммуникантов» [Азимов, Щукин, 2009, с. 208].

Московкин Л.В., Щукин А.Н. связывают вопросы формирования речевой прагматики с работами В.И. Шляхова, в которых «рассматриваются сценарии русского речевого общения, их компоненты, в частности, речевые стратегии и тактики, сюжетные линии, фигуры непрямой коммуникации – метафоры, ирония и т.п. Автор показывает, что сценарии речевого взаимодействия могут успешно использоваться на занятиях по развитию устной речи. Он предлагает модель обучения, включающую идентификацию, анализ и редукцию сценариев речевого взаимодействия. Кроме того, в работах В.И. Шляхова представлены модели обучения, включающие идентификацию стратегий и тактик речевого взаимодействия, развертывание сценарных схем и т.д.» [Московкин, Щукин, 2013, с. 262].

Уже с 70-х годов XX века началось использование сценарного подхода в обучении иностранным языкам. В это время внимание уделяется не только преподаванию соответствующих грамматических материалов, но и развитию коммуникативных навыков учащихся. «Сценарный подход помогает решать целый ряд коммуникативных задач. Он предполагает моделирование конкретной ситуации общения, с помощью которой учащийся осваивает навыки ориентации в сложной информационной среде, а также быстрой реакции на реплики собеседника и в случае необходимости смены стратегии для достижения той или иной коммуникативной цели» [Ян Синьей, 2019, с. 135].

При сравнении сценарного подхода с классическими способами преподавания иностранных языков нами был определен ряд преимуществ сценарного подхода, «так как он:

- 1) «основан на соединении усилий учащихся для выработки коллективного совместного решения;
- 2) построен исходя из реальных моделей социокультурных и социально-производственных систем;
- 3) характеризуется максимально приближением к реальной жизни;
- 4) побуждает учащихся к мыслительной деятельности, поскольку предполагает, прежде всего, диалоги, то есть обмен мнениями о возможных путях решения конкретной проблемы» [Там же].

Чтобы применить сценарный подход в преподавании иностранных языков, необходимо изучить и описать:

- 1) дискурсивные события в виде диалогов, монологов или полилогов;
- 2) коммуникативные цели участников общения;
- 3) статусные и ролевые характеристики собеседников;
- 4) определённые стратегии и тактики (см. параграф 1.3) для того, чтобы достичь поставленной цели.

Сценарный подход – это новая технология обучения русскому языку, она имеет актуальное значение в современной методике РКИ, особенно при обучении деловому общению (РЯДО) иностранных студентов (см. об этом параграф 2.2). Сценарный подход – это особая форма организации учебного процесса, которая предполагает живое общение студентов между собой и с преподавателем. Участвуя в живом общении, иностранцы продвигаются к достижению запланированного результата (в нашем случае – освоению РЯДО), развивают навыки взаимопомощи и внимательного отношения к собеседнику, и тем самым совершенствуют свои речевые навыки и умения.

Благодаря использованию такого подхода при обучении иностранные студенты смогут почувствовать себя более уверенно не только на уроках, но и в ситуациях реальной жизни. Они станут более подготовленными к разрешению

конкретных вопросов в реальной жизненной ситуации. С помощью сценарного подхода учащиеся могут скорректировать свое речевое поведение в разных ситуациях; активно развивать память, потому что изучается новая лексика, которая связана с темой сюжета сценария. У учащихся развивается речемыслительная деятельность, формируется коммуникативная компетенция и навык работы в команде. Сценарный подход при обучении иностранных студентов русскому языку делового общения позволяет сформировать навыки владения профессиональной лексикой, навыки профессионального общения, умения излагать и аргументировать свою точку зрения, оспаривать точку зрения оппонента и т.д. Освоенные благодаря такому подходу к обучению навыки способствуют будущему успеху при общении с деловыми партнерами.

Осуществление обучения РЯДО с помощью сценарного подхода основывается на разработанных нами лингводидактических материалах. «В Лингводидактических материалах даётся перечень сформированных знаний, навыков и умений у студентов; кроме того, приводятся примеры самих сценариев, набор задач для формирования знаний, умений, навыков.

Характеризуя лингводидактический материал для организации сценария, мы можем отметить следующие его основные особенности:

1. Он должен способствовать созданию на занятиях определенной ситуации, которая обладает следующими характеристиками:

- присутствие конфликта или определенной проблемной ситуации, которые необходимо разрешить;
- постановка преподавателем конкретной задачи перед студентами, которая их должна заинтересовать;
- организация взаимодействия студентов друг с другом и с преподавателем.

2. Лингводидактические материалы могут быть очень разнообразными. Как уже ранее отмечалось, сценарий создается по определенным сюжетам, но они могут обладать многими вариантами развития ситуации в зависимости от внешних и внутренних факторов. Кроме того, один и тот же сюжет может

различаться и обладать разной степенью сложности задания, степенью самостоятельности в зависимости от уровня знаний учащихся.

3. Новый материал и его освоение должно помогать формированию и дальнейшему развитию навыков и умений в речемыслительной деятельности учащихся» [Ян Синьёй, 2019, с. 137].

Для составления такого рода материалов необходимо изучить структуру сценария. В структуру сценария, по нашему мнению, могут входить «следующие элементы:

- цель изучения той или иной темы русского языка (для разных уровней);
- коммуникативные задачи;
- сюжет сценария, состоящий из ситуаций, расположенных в определенной последовательности;
- роли (при этом учащиеся используют не только речевые реплики, фразы, предложения, но и неречевые средства - жесты или мимику);
- содержание (строится в соответствии со сценарием, включает реплики и действия учащихся, которые должны соответствовать стратегиям и тактикам речевого поведения сценария; сюда же входят учебный словарь тематической лексики, набор тренировочных упражнений);
- реквизит – средства материального обеспечения разыгрываемого сценария» [Ян Синьёй, 2019, с. 138].

Реквизит также может играть важную роль в зависимости от темы сценария и его сюжета. Так, например, при обучении иностранных студентов РЯДО можно использовать различные средства наглядности, что, безусловно, будет способствовать лучшему усвоению нового материала, а также приблизит учеников к максимально реальным условиям (например, можно использовать папки с бумагами, визитки и т.д.) [Ян Синьёй, 2019, с. 137].

При организации использования того или иного сценария в обучении РЯДО выделяется несколько этапов. Обычно выделяется три этапа: подготовка, реализация сценария и рефлексия.

Этап 1. Подготовка.

На данном этапе формируются:

- «цели исследования и определяются те проблемы, решению которых и должно послужить применение сценарного подхода при обучении;
- определяются действующие лица, участвующие в разыгрывании сценария, происходит учет их интересов и целей;
- определяется тема сценария, место действия сценария.

Второй этап – это сама реализация сценария.

Этап 2. Реализация сценария.

На данном этапе проигрывается собственно сам сценарий с учётом заранее распределённых ролей.

Третий этап – это рефлексия.

Этап 3. Рефлексия.

На данном этапе обсуждаются те впечатления, которые получают учащиеся в результате проигрывания сценария» [Ян Синьюй, 2019, с. 136].

Благодаря проведению подобного рода занятий устраняются психологические барьеры у студентов, которые могут заставить их беспокоиться о возникновении ошибок. На стадии рефлексии преподаватель объясняет зафиксированные им ошибки студентов. Это, безусловно, помогает учащимся приобретать навыки наблюдения своих ошибок, сравнивать с правильными ответами и определить причину проявления ошибок [Ван Сяохуэй, Цзинь Чжунмин, 2005].

Сценарный подход в обучении иностранных студентов позволит научить их:

- а) определять сценарии русского речевого взаимодействия в реальной речи;
- б) планировать речевое поведение в зависимости от того, как развиваются коммуникативные события в пределах того или иного сценария;
- в) прогнозировать и понимать коммуникативные цели, речевые стратегии и тактики собеседников;
- г) взаимодействовать с российскими партнёрами в реальной живой коммуникации.

Итак, в результате применения сценарного подхода у учащихся происходит:

- 1) формирование коммуникативной компетенции;

- 2) активное развитие речемыслительной деятельности;
- 3) приобретение умений и навыков профессионального общения;
- 4) формирование способности обладать определенным набором профессиональной лексики;
- 5) формирование умения работать в команде;
- 6) формирование способности к самовыражению, умению аргументировать свою позицию или выражению несогласия в тех или иных вопросах. Усвоенные навыки и умения при использовании сценарного подхода, будут способствовать успеху в будущем общении с деловыми партнерами.

1.3. Роль обучения стратегиям и тактикам при использовании сценарного подхода

Во время обучения тем или иным сценариям преподавателям необходимо обращать внимание на формирование у учащихся умений использовать те или иные речевые стратегии и тактики в речевом взаимодействии.

Рассмотрим более подробно коммуникативные стратегии и тактики в обучении языку. По мнению О.С. Иссерс, «под речевой стратегией понимается совокупность речевых действий, направленных на решение общей коммуникативной задачи участников общения, под речевой тактикой – одно или несколько действий, которые способствуют реализации стратегии» [Иссерс, 2002, с. 109-110].

В.И. Шляхов отметил отличия между стратегией и сценарием: «Сценарий – это действие, которое осуществляют участники общения, сценарий имеет сюжет, развитие сюжета зависит от тактик общения, основную сюжетную линию “прочерчивает” стратегия общения, которой придерживаются участники сценарного действия. В одном сценарии могут реализовываться разные стратегии, начальная стадия и конечная стадия применения стратегии служат своеобразным маркером, позволяющим судить о самых больших единицах сценария –

сценарных событиях, подчиненных стратегии речевого поведения и имеющих начало и завершение» [Шляхов, 2010, с. 43].

Одним из главных свойств сценария является его повторяемость, или рекуррентность, в письменных или устных текстах. Основываясь на главных, основополагающих стратегиях в деловом общении, мы в нашем исследовании рассматриваем сценарии «Выдвижение претензии», «Торг» и «Сотрудничество», эти сценарии типичны в деловом общении, при сотрудничестве между российскими и китайскими компаниями, между частными торговцами (см. параграфы 3.1- 3.3).

Рассмотрим стратегии и тактики, которые применяются в РЯДО при конструировании высказываний. Стратегия может определяться как «выбор определенного способа речевой деятельности для достижения максимального результата и эффективности общения...стратегии формируются в виде отдельных умений, необходимых для достижения цели общения наиболее рациональным и экономичным путем» [Ускова, Трушина, 2003, с. 57]. Иное дело представляет тактика. Как отмечает М.Л. Макаров, «коммуникативная тактика всегда отличается гибкостью и динамикой, непосредственно зависит от речевых действий оппонентов и от постоянно пополняющегося и изменяющегося контекста дискурса» [Макаров, 2003, с. 194]. И.Н. Борисова трактует тактику общения как «динамическое употребление коммуникантами речевых умений для составления диалога в пределах той или иной стратегии» [Борисова, 1996, с. 21-48].

Н.Н. Конева в своей кандидатской диссертации указывает на важность взаимосвязи стратегии и тактики для решения коммуникативной задачи в процессе общения: «Каждая из коммуникативных задач общения может быть решена в том случае, когда участники общения владеют стратегией (процесс реализации общей задачи) и тактикой (реализация подчиненных задач) для решения главной задачи» [Конева, 2001, с. 55].

При обучении русскому языку делового общения выделяют четыре стратегии: «стратегию персуазивности, стратегию сопротивления, стратегию

сотрудничества, а также стратегию торга» [Калиновская, 2016, с 107]. Рассмотрим вышеуказанные стратегии:

- «Персуазивность – языковое воздействие, предусматривающее изменение модели мира адресата» [Шляхов, 2010, с. 156]. Это речевое взаимодействие реализует попытку воздействия адресанта на ментальную сферу партнера с целью изменения его поведения. Приведём конкретные примеры персуазивности из книги И. Зорина «Оружие переговорщика. Безотказные правила и приёмы»: *«Вы поступаете непорядочно по отношению к нам, своему давнему партнёру», «Вы сразу подпишете или некоторое время подумаете?» «Или вы берёте весь товар, или ничего!»* [Зорин, 2016];

- Стратегия сопротивления используется одной из сторон, когда она не приемлет предложений партнера по бизнесу. В данном случае используются тактики доказательства своей правоты, убеждения, отстаивания своих интересов и т.д. Например: *«Войдите в нашу ситуацию...к сожалению, мы вам в этом деле не поможем!»*.

- Стратегия сотрудничества предполагает ведение унисонного разговора партнёрами по бизнесу. Тактики, применяемые для осуществления стратегии сотрудничества, многообразны. Это могут быть и одобренные слова, совместный поиск формулировок, добровольная информация, требуемая партнёрами, или же выражение готовности дать информацию, предупреждение, совет, та или иная рекомендация. Например: *«Мы всегда готовы ответить на ваши вопросы»*.

- Стратегия торга употребляется каждой из сторон, когда она стремится для себя выторговать наиболее выгодные условия выполнения сделки, ориентируется на собственную победу. В стратегии торга употребляются тактики противодействия, несогласия, аргументации, сомнения, разъяснения своей позиции. Например: *«Мы планируем закупить у вас большую партию товара, поэтому просим сделать скидку на количество», «Мы согласны, что у вас качественные товары, но цена – слишком высокая» и пр.»* [Там же].

В связи с вышесказанным нужно еще указать стратегию взаимодействия, выдвинутую Л.Б. Трушиной. Она отмечает, что «во время взаимодействия

возникает так называемое «накопление», то есть участники полилога или диалога в процессе рассуждения ситуации или проблемы прежде всего сходятся в понимании проблемы и концентрации на основных моментах» [Ускова, Трушина 2003, с. 55]. Стратегии и тактики, которые используются во взаимодействии, подразумевают развитие навыков включаться в разговор, вести беседу, умения спорить, доказывать свою точку зрения, употребляя различные речевые формулы.

Осуществление коммуникативных стратегий проявляется в следующих четырех коммуникативных действиях: 1) рецепция; 2) продукция; 3) взаимодействие; 4) посредничество.

При обучении стратегиям в рецепции перед преподавателями стоит задача научить студентов: понимать, слушая (или читая) текст, используя знания, полученные по теме, а также контексты (слова, словосочетания, отрывки текста) и на их основе понимать установки и намерения говорящего и пишущего. Важно, чтобы студенты умели адекватно понимать приобретенную информацию, воспринимать и различать стилистические средства и приемы. Также важно отметить роль перевода, поскольку студенты будут в дальнейшем уметь выступать в роли переводчика: переводить тексты с китайского на русский язык и наоборот на подобную тему, пользуясь введенными лексическими средствами.

В процессе обучения стратегиям продукции большое внимание уделяется планированию дискурса (письменного и устного) с учетом воздействия на ее адресата. Обычно в методике преподавания РКИ рекомендуется обучать иностранцев использовать различные средства логической связи текста, такие, например, слова, как: во-первых, во-вторых, в-третьих и др. При продуцировании устных текстов возможны варианты использования тех или иных элементов публицистического или разговорного стилей. Поэтому для методистов-русистов также важно, чтобы студенты смогли воспринимать и правильно употреблять характеристики устной деловой речи, например, такие как: преобладание коротких фраз (быстрота речевых реакций), использование специальных слов/терминов (в деловом общении), использование клишированных фраз и т.д. Важно также обучать в устной речи у иностранных учащихся спонтанности, то

есть умению, быстро, гибко реагировать на высказывания собеседника, уметь применять в нужный момент компенсаторную стратегию, если слушающий чего-либо недопонял, или не смог найти подходящего слова и т.д.

Для разработки стратегии обучения диалогической форме общения учитываются следующие типы диалогов, в которых обычно реализуется реальное деловое общение на русском языке: «диалог-расспрос, диалог-переспрос, диалог-унисон, диалог-возражение, диалог-уточнение/дополнение, побудительный диалог, поощрительный диалог, диалог-торг» [Михалкина, 2000, с. 150].

1.4. Роль сценария в технике подготовки и проведения деловой игры

Ролевые игры приобретают всё большее распространение при обучении русскому языку. Ролевая игра предусматривает распределение студентов по ролям и разыгрывание коммуникативной ситуации в соответствии с заданной темой и их ролями. Во временном плане является относительно целостным циклом контролируемого взаимодействия между студентами и преподавателем. Она включает в себя три этапа:

- подготовка ролевой игры;
- проведение ролевой игры;
- коллективное обсуждение результатов.

Ролевые игры построены на ряде принципов. Это принцип командной работы, принцип практической полезности, принцип конкурентоспособности, принцип максимальной занятости каждого студента и принцип неограниченной перспективы творческой активности. В процессе ролевой игры создается осознание принадлежности всех участников к группе, совместно определяется уровень участия каждого участника в работе, участники взаимосвязаны в разрешении общих задач. Ролевые игры развивают логическое мышление, умение находить ответы на вопросы, речевой этикет, речь, умение общаться друг с другом.

На современном этапе основными принципами, закладываемыми в основу обучения иностранному деловому языку, являются принципы гуманизации и

демократизации [Вениаминовна, 2010]. В таких условиях образование должно быть ориентировано на личность самого студента для его комфортного и безопасного пребывания в иноязычной среде. Как известно, целью языкового образования в сфере делового общения становится формирование профессиональной компетенции у студентов, которая включает в себя следующие компетенции [Герасимова, 2011]:

- Языковая компетенция, которая дает представления студентам о системе языка;
- Коммуникативная компетенция, обеспечивающая способность употреблять язык как средство общения в деловой сфере.

Для наилучшего усвоения пройденного материала преподаватели используют на семинарских занятиях метод деловых игр. «Деловая игра является педагогическим приемом моделирования различных ситуаций, имеющие определенную дидактическую цель, которая связана с решением коммуникативных задач» [Полат, 2007, с. 121]. А.Н. Щукин определяет игру следующим образом: это «форма деятельности в условных ситуациях, направленная на воссоздание и усвоение общественного опыта, в котором складывается и совершенствуется поведение человека» [Щукин, 2008, с. 111].

В курсе преподавания РЯДО становится понятно, что без деловых игр не обойтись, так как они важны для приобретения навыков общения в различных сферах: бизнеса, коммерции, внешнеторговой деятельности и т.д.

Естественно, важную роль в процессе обучения играет мотивация. Деловая игра выступает тем мотиватором, который сможет активизировать ранее полученные знания и умения. При деловой игре, опираясь на свой речевой опыт, на языковое чутье, студенты с разной степенью адекватности извлекают из речевой памяти языковой материал, полученный на занятиях. В процессе деловой игры создается та необходимая мотивация, которая развивает, совершенствует речевой механизм, необходимый для делового общения. Для достижения наилучшего результата необходимо грамотно определить профессиональную

задачу, которая является основой деловой игры, то есть – к какому результату должны прийти студенты и какие выводы они должны сделать.

Деловая игра дает возможность студентам поближе познакомиться с особенностями делового общения.

Деловая игра может представляться в виде последовательности трех этапов в деятельности учащихся и преподавателя:

- 1) подготовка к деловой игре;
- 2) проведение и выполнение целей игры;
- 3) обсуждение игры или обратная связь (рефлексивная стадия).

Бабанова И.А. в своей работе «Деловые игры в учебном процессе» отмечает структурные особенности деловой игры, то есть наличие сюжета, правил, ролей, последовательных действий. Всё это она относит к общим характеристикам всех деловых игр. Однако она отличает технику подготовки и проведения деловых игр на уроках иностранного языка от механизма подготовки к деловым играм на родном языке. Отличия связаны с необходимостью ознакомления студентов с определенным лексическим материалом темы, работой над фонетическими особенностями произношения и интонации иностранной речи, а также с материалами по конкретной стране. Бабанова И.А. определяет важные функции преподавателя в процессе подготовки и проведения игры. Перед ним поставлены следующие задачи:

- выбрать лингвистический и речевой материал по теме;
- составить сценарий деловой игры;
- подготовить студентов к профессионально направленной речи [Бабанова, 2012].

В технике подготовки и проведения деловой игры создание сценария представляет собой ключевой момент. При составлении сценария игры важно определить цель, объект и задачи деловой игры, ее структуру, состав команд, уровень их знаний, время и место игры, тактические и речевые намерения участников; лингвистический материал, наглядные материалы и т.д.

Рассмотрим в качестве примера сценарий «Выдвижение претензии о нарушении качества товара», разработанный нами, а затем предложенный для апробации китайским студентам. Данный материал составлен из следующих 3 частей.

В первой части предлагаются цель (формирование навыков и умений вести диалог на предложенную тему) и следующие коммуникативные задачи, описанные в табл. 1.

Таблица 1 – Коммуникативные задачи к сценарию «Выдвижение претензии о нарушении качества товара»

Одна сторона (представитель китайской компании)	Другая сторона (представитель российской компании)
Выдвинуть претензию о нарушении качества товара (например, о повреждении товара; о том, что товары отличаются от образцов;)	Выразить сожаление по поводу получения претензии. Попросить предъявить доказательство о нарушении качества товара.
Требовать компенсацию.	Ответить на требование о компенсации в виде согласия/несогласия.

Согласно данным коммуникативным задачам мы предложили следующие тактики и речевые образцы, представленные в табл. 2.

Таблица 2 – Тактики и речевые образцы к коммуникативным задачам

Коммуникативные задачи	Тактики	Речевые образцы
Выдвинуть одной стороной претензию о нарушении качества товара.	Тактика выдвижения претензии о нарушении качества товара.	<i>К нашему большому сожалению, товар оказался дефектным / Машины оказались непригодными к эксплуатации. / Компьютеры не работают. / Мы крайне недовольны качеством товаров. / При приёмке были обнаружены следующие дефекты. / Вы поставили нам бракованные товары.</i>

Выразить претензию о повреждении товара.	Тактика выдвижения претензии о повреждении товара.	<i>Прибывший товар оказался повреждённым./ Товар был в поврежденном состоянии. / Товар был плохо упакован.</i>
Выразить претензию о том, что товары отличаются от образцов.	Тактика выражения претензии о том, что товары отличаются от образцов.	<i>Мы очень расстроены, что качество товара сильно отличается от образцов. /Полученный товар не соответствует качеству образцов.</i>
Выразить другой стороной сожаление о получении претензии.	Тактика выражения сожаления о получении претензии.	<i>Нам очень жаль, что так получилось./ Это очень неприятная информация./ Это очень досадно.</i>
Просить другой стороной предъявить доказательство о претензии.	Тактика просьбы предъявления доказательства нарушения качества товара	<i>Предъявите, пожалуйста, ваше доказательство о дефекте./Какое у вас доказательство?/ Просим предъявить ваше доказательство нарушения качества товара.</i>
Требовать компенсацию	Тактика требования компенсации	<i>Мы требуем возместить убытки./Я считаю, что вам необходимо уже сегодня исправить эту ошибку. /Вы должны быстро нам доставить качественные товары./Просим срочно рассмотреть данную претензию, заменить дефектные товары, а также заплатить штраф.</i>
Ответить на требование о компенсации в виде	Тактика выражения согласия/несогласия	<i>Мы можем (не можем) выполнить ваше требование./ Мы допоставим товары как можно быстрее.</i>

согласия/несогласия.	я о компенсации.	
----------------------	-------------------------	--

В таблице 3 предлагается необходимая лексика по предложенной теме.

Таблица 3 – Учебный словарь к тактикам и речевым образцам

качество товара – 商品质量	обнаружен (-а, -о, -ы) – 发现
дефект – 瑕疵, 缺陷	дефекты обнаружены – 发现瑕疵
дефектный – 不合格的, 有缺陷的	оказаться (чем?) – 是 (什么样的)
оказаться дефектным – 是有缺陷的	прибывший – 到来的
прибывший товар оказался дефектным – 到货有瑕疵	
брак – 次品	бракованный – 残次的
поврежденный – 破损的	бракованные товары – 残次品
товар оказался поврежденным – 产品已破损	товар в поврежденном состоянии – 产品已破损
непригодный (к чему?) – 不能用的	эксплуатация – 使用, 运用
машины оказались непригодными к эксплуатации – 汽车不能使用	
недоволен(-льна, -льны) (чем?) – 对...不满意	
мы недовольны качеством товара – 我们对产品质量不满意	
упакован(-а, -о, -ы) – 包装	товар плохо упакован – 商品包装不好
отличаться (от чего?) – 与什么有区别	
качество товаров отличается от образцов – 商品质量与样品有差别	
соответствовать (чему?) – 符合	товар не соответствует образцам – 产品与样品不符
доказательство (чего?) – 证据	доказательство нарушения упаковки – 关于破坏包装的证据
предъявить (что?) – 出示	
предъявить доказательство нарушения упаковки – 出示关于破坏包装的证据	
требовать(что?) – 要求	возместить(что?) – 赔偿
возместить убыток – 赔偿损失	убыток – 损失
как можно быстрее – 尽快	исправить(что?) – 改正
	исправить ошибку – 改正错误
	допоставить(что?) – 补发

Во второй части сценария приводится пример деловой беседы на тему «Выдвижение претензии о нарушении качества товара».

Полный текст диалога

Ли Сао - *Здравствуйте, Андрей Антонович, у меня неприятные новости. Вчера мы получили партию вашей продукции, однако при вскрытии упаковки был обнаружен дефект.*

Иванов А. А. - *Не может быть! У нас никогда не было производственного брака. Возможно, это произошло во время транспортировки. Сколько приборов оказалось в поврежденном состоянии?*

Ли Сао - *Достаточно большое количество – 100 штук. К сожалению, у нас нет времени ждать, поэтому мы требуем, чтобы вы в ближайшее время заменили бракованные приборы за свой счет и предоставили нам компенсацию ущерба в размере 5% от всей стоимости партии.*

Иванов А. А. - *Я буду ждать вашего официального запроса с актом экспертизы.*

В данном сценарии предлагаются речевые образцы:

– выдвижение претензии о нарушении качества товара:

Ли Сао - *Здравствуйте, Андрей Антонович, у меня неприятные новости. Вчера мы получили партию вашей продукции, однако при вскрытии упаковки был обнаружен дефект.*

– выяснение причины и количества нарушения качества товара:

Иванов А. А. - *Не может быть! У нас никогда не было производственного брака. Возможно, это произошло во время транспортировки. Сколько приборов оказалось в поврежденном состоянии?*

– информирование о количестве товара в поврежденном состоянии; требование компенсации:

Ли Сао - *Достаточно большое количество – 100 штук. К сожалению, у нас нет времени ждать, поэтому мы требуем, чтобы вы в ближайшее время заменили бракованные приборы за свой счет и предоставили нам компенсацию ущерба в размере 5% от всей стоимости партии.*

– информирование об ожидании официального запроса с актом экспертизы:

Иванов А. А. - *Я буду ждать вашего официального запроса с актом экспертизы.*

В таблице 4 представлен учебный словарь к диалогу.

Таблица 4 – Учебный словарь к диалогу

неприятный – 不愉快的	неприятные новости – 不愉快的消息
партия (чего?) – 一批	партия продукции – 一批产品
вскрытие – 开封	при вскрытии упаковки – 在打开包装的时候
обнаружен дефект – 发现瑕疵	производственный – 生产性的
производственный брак – 生产性的次品	произойти – 发生
во время (чего?) – 在...的时候	транспортировка – 运输
достаточно – 足够	Это произошло во время транспортировки. – 在运输时发生的
бракованный – 不合格的	прибор – 设备

бракованные приборы – 不合格的设备 поврежденный – 受损坏的 состояние – 状态, 情况
 оказаться (в чем) – 是... оказаться в поврежденном состоянии – 是受损的
 товары оказались в поврежденном состоянии – 商品受损了
 счет – 账户, 账单 за свой счет – 自费 предоставить (что?) – 提供 компенсация – 赔偿
 ущерб – 损失 компенсация ущерба – 赔偿损失
 в размере (сколько?) – 额度为 в размере 5% – 额度为 5%
 стоимость – 价钱, 费用 от всей стоимости (чего?) – 在...的总成本上
 предоставить компенсацию ущерба в размере 5% от всей стоимости партии – 提供这批货物总
 成本的 5% 作为赔偿损失
 официальный – 正式的, 官方的 официальный запрос – 正式问询
 акт – 证明书 экспертиза – 鉴定, 检验 акт экспертизы – 鉴定证明书

В третьей части сценария предлагается ряд языковых упражнений, речевых упражнений и упражнений на перевод.

1. Языковые упражнения.

(1) Определите значения слов. Составьте и напишите с ними словосочетания.

Дефект, брак, эксплуатация, доказательство, партия, транспортировка, компенсация, акт, экспертиза.

(2) Подберите определения к словам. Составьте словосочетания.

Существительные: *товар, новости, брак, прибор, состояние, запрос.*

Причастия и прилагательные: *прибывший, бракованный, поврежденный, непригодный, неприятный, производственный, официальный.*

(3) Выполните задание по образцам.

а) Образец: *обнаружить-обнаружеНИЕ*

нарушить, предъявлять, требовать, исправлять, предоставлять

б) Образец: *упаковать-упаковКА*

заявить, подготовить, поставить

(4) Повторите глаголы сценария. Составьте с ними словосочетания.

Образец: *поставить...– поставить/поставлять (что?)*

а) поставим товар;

б) поставили товар;

в) поставляем товар;

г) товар поставлен.

Глаголы: *обнаружить, повредить, соответствовать, предъявить, просить, требовать, выполнить, получить, вскрыть, производить, предоставить, возместить, нарушить.*

(5) Прочитайте предложения, используя слова, данные в скобках, в нужном падеже.

- А) Товар оказался (дефектный).
- Б) Машины оказались (непригодный) к (эксплуатация).
- В) Мы крайне недовольны (качество) товаров.
- Г) Товар был в (поврежденное состояние).
- Е) Полученный товар не соответствует (качество)(образцы).
- Ж) У нас никогда не было (производственный брак).
- Д) Предоставьте (мы) (компенсация) ущерба в (размер) 5% от (вся стоимость партии).

2. Упражнения на перевод (представлены в табл. 5, 6).

(1) Переведите следующие словосочетания на китайский язык.

Таблица 5 – Упражнение на перевод

Словосочетания на русском языке	Перевод на китайский язык.
Бракованные товары	
Поврежденный товар	
Товар в поврежденном состоянии	
Предъявить доказательство	
Требовать компенсацию	
Возместить ущерб	
Партия продукции	
За свой счет	
В размере 5%	
Акт экспертизы	

(2) Переведите следующие словосочетания на русский язык.

Таблица 6 – Упражнение на перевод

Словосочетания на китайском языке.	Перевод на русский язык
商品质量	
发现瑕疵	
到货有缺陷	
产品与样品不符	
赔偿损失	
改正错误	
生产性次品	
不合格设备	

(3) Переведите следующие предложения на китайский язык.

- А) К нашему большому сожалению, товар оказался дефектным.
- Б) Мы крайне недовольны качеством товаров.
- В) Вы поставили нам бракованные товары.
- Г) Мы очень расстроены, что качество товара сильно отличается от образцов.
- Д) Просим предъявить ваше доказательство нарушения качества товара.
- Е) Мы требуем возместить убытки.
- Ж) Мы допоставим товары как можно быстрее.

(4) Переведите следующие предложения на русский язык.

- А) 您好，我有一个不好的消息。
- Б) 我方在打开包装后，发现产品有瑕疵。
- В) 我们从未出现过生产性次品。
- Г) 有多少数量是次品？
- Д) 我方要求尽快更换次品，并且提供给我方产品总额的 5% 作为赔偿。
- Е) 请您提供鉴定证明。

3. Речевые упражнения.

(1) Прочитайте диалог и назовите его участников. Как вы думаете, что послужило причиной разговора? В каком месте, в какой ситуации они могли произойти?

(2) Выскажите свое мнение по следующим вопросам:

- А) Какие у Ли Сао неприятные новости?
 - Б) Почему Ли Сао получил товар с дефектом?
 - В) Сколько приборов оказалось в поврежденном состоянии?
 - Г) Какой компенсации требует Ли Сао?
 - Д) Какой документ Иванов А.А. требует от Ли Сао?
- (3) Используя данный сценарий, восстановите диалоги.
- А) – ...

– Достаточно большое количество – 100 штук. К сожалению, у нас нет времени ждать, поэтому мы требуем, чтобы вы в ближайшее время заменили бракованные приборы за свой счет и предоставили нам компенсацию ущерба в размере 5% от всей стоимости партии.

Б) – ...

– Не может быть! У нас никогда не было производственного брака. Возможно, это произошло во время транспортировки. Сколько приборов оказалось в поврежденном состоянии?

В) – ...

– Я буду ждать вашего официального запроса с актом экспертизы.

(4) Найдите в тексте диалога тактики речевого поведения: *выдвижение претензии, просьбу предъявления доказательства, предъявление доказательства о претензии, требование санкции, согласие с санкцией, выражение надежды на дальнейшее сотрудничество.*

(5) Определите и запишите выражения, которые используются в этих тактиках.

(6) Составьте реплики, возможные в деловой беседе при обсуждении вопросов о претензии.

- А) *Сообщите вашему партнеру о вашей претензии, в чем она заключается.*
- Б) *Попросите предъявить доказательства претензии.*
- В) *Сообщите о своем требовании компенсации.*

Г) *Согласитесь/не согласитесь с требованием компенсации.*

Д) *Закончите разговоры, используя этикетные фразы.*

(7) Выучите диалог наизусть, потом разыграйте его парами.

(8) Создайте сценарий на тему “Выдвижение претензии”. Разыграйте его по ролям.

Все вышеперечисленные материалы должны быть представлены во время подготовки игры. Итак, мы видим, что в деловых играх сценарии обычно описывают контекст игры, ее желаемое развитие и деятельность, которая происходит во время игры. Таким образом, решение профессиональных задач требует от студентов не только языковых знаний, но и способности смоделировать свое поведение в соответствии с поставленной ситуацией.

Во время игры студенты принимают те или иные решения, то есть выполняют действия в соответствии с целями и задачами обучения. Рисунок 1 ниже указывает место сценария в игре; его можно рассматривать как основу для планирования и управления деловой игрой.

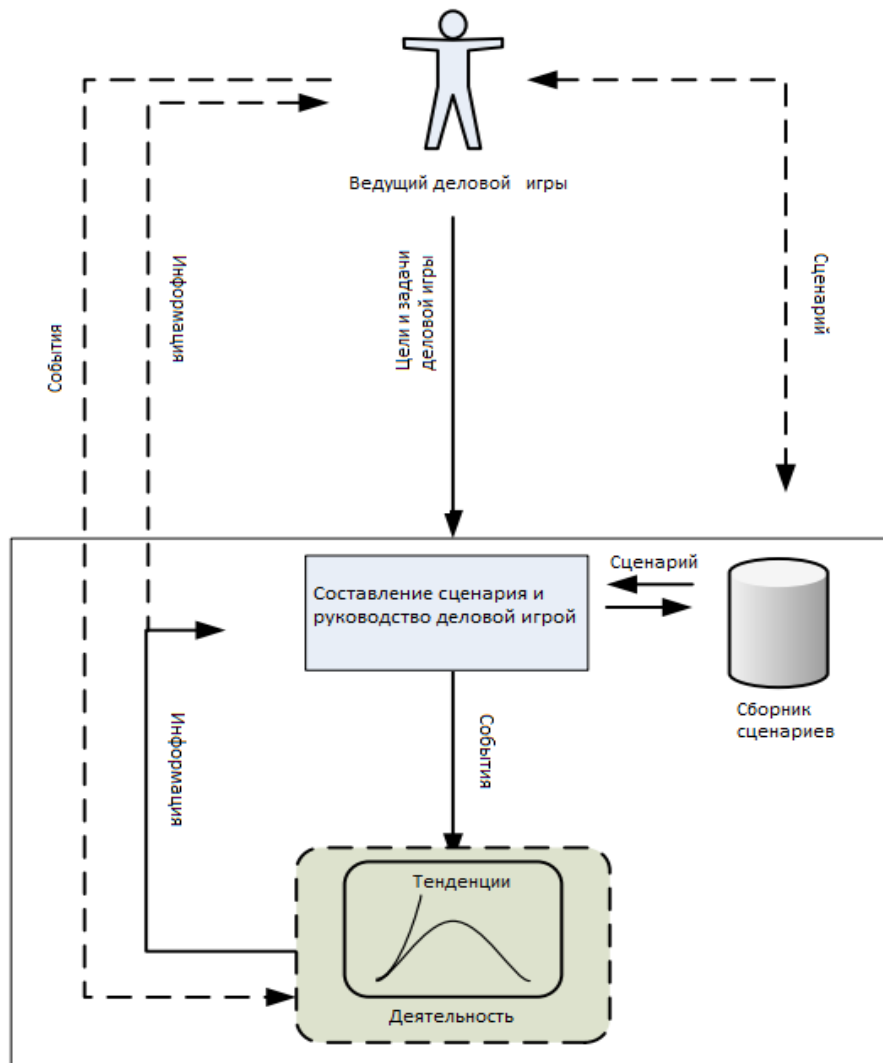


Рисунок 1 – Место сценария в игре

Во время игры студенты имитируют будущую профессиональную деятельность в соответствии с полученными навыками коммуникации, как лингвистическими, так и коммуникативными. Цель деловых игр состоит в анализе и оценке полученных результатов, изучению их особенностей в построении определенного сценария, схожего с ситуацией из реальной жизни.

Как показывает опыт, владение определенными словарными и грамматическими навыками не обеспечивает успеха в процессе делового общения. Для достижения успешного делового общения будущие специалисты должны знать особенности страны изучаемого языка. Знакомство с людьми,

правила проведения деловых встреч помогают избежать недоразумений в процессе общения с зарубежными партнерами (см. параграф 2.4.1).

На занятиях иностранного языка деловые игры могут обеспечивать эмоциональное воздействие на учащихся, стимулируя к активности их личный потенциал. Деловые игры формируют коммуникативную культуру и развивают навыки командной работы. Социологическое и психологическое влияние игр проявляется в преодолении страха говорить на иностранном языке и формировании коммуникативной культуры. Вызывая интерес к стране с иностранным языком, деловая игра способствует созданию естественной атмосферы общения на занятиях и стимулирует учащихся активно участвовать в образовательном процессе, тем самым усиливая его.

Деловая игра не только использует интеллектуальные способности студентов и их навыки, но также стимулирует их эмоциональную и волевую сферы: они начинают выражать различные намерения (например, согласие, несогласие, развитие интереса, уточнение и т. д.) и различные эмоциональные состояния (удивление, неудовлетворенность, беспокойство и т. д.). Учащиеся разыгрывают эти эмоциональные состояния, прибегая к соответствующей интонации, выражению лица и жестам.

1.5. Тренинг как активная форма обучения речевому взаимодействию

Овладение теми или иными сценариями, стратегиями и тактиками речевого взаимодействия студентами-иностранцами невозможно без использования тренинга. В учебном процессе тренинг направлен на развитие личности и формирование элементов будущей профессиональной деятельности.

История создания термина «тренинг» берет свое начало в середине 40-х годов XX века в трудах К. Левина [Левин, 1951]. По его мнению, люди, взаимодействуя в группе, постоянно оказывают влияние друг на друга.

На наш взгляд, основные задачи тренинга – это учить учащихся основным законам межличностного общения, умению принимать соответствующие меры в разных ситуациях делового общения.

Тренинг (от англ. training) представляет собой практическое применение полученных знаний на занятиях. Сегодня много авторов подробно описывают области применения тренинга в бизнес-практике, мы же предлагаем внедрить тренинг в образовательный процесс, употребляя сценарный подход к обучению РЯДО иностранных учащихся, что позволит обучающимся в более короткие сроки усвоить материал и успешно применить его на практике.

Рассмотрим различные определения тренинга, так как единого понимания этого термина не существует. Так, например, известный ученый Пидкасистый П.И. дает объемное определение: «Тренинг представляет собой комплекс групповых способов по формированию навыков и умений самопознания, общения и взаимодействия людей в группе» [Пидкасистый, Фридман, Гарунов, 1999, с. 354].

Одни учёные относят тренинг к методу. Например, для С. И. Макшанова важна многофункциональность тренинга как предпосылки для создания, в конечном счёте, гармонизации человеческой личности. В книге «Психология тренинга» он пишет о том, что: «Тренинг – многофункциональный метод преднамеренных изменений психологических феноменов человека, группы и организации с целью гармонизации профессионального и личностного бытия человека» [Макшанов, 1997, с. 13].

Ю.Н. Емельянов, наоборот, не связывает это понятие с каким-либо методом обучения. В своей работе «Активное социально-психологическое обучение» он отмечал: «... термин “тренинг”, по нашему мнению, в структуре русской психологической речи должен использоваться не для обозначения методов обучения, а для обозначения методов развития способностей к обучению или овладению любым сложным видом деятельности, в частности общением» [Емельянов, 1985, с. 89].

Г.М. Коджаспирова и А.Ю. Коджаспиров в «Словаре по педагогике» характеризуют понятие «тренинг» как «форму интерактивного обучения, цель которого – формирование компетентности межличностного и профессионального поведения в общении» [Коджаспирова, Коджаспиров, 2012].

К общим задачам тренинга относятся:

- овладение определенными социально-коммуникативными навыками, технологиями общения;
- приобретение и тренировка приобретенных умений и навыков общения;
- коррекция коммуникативных установок, личностных качеств и умений в области делового дискурса;
- развитие способности адекватно оценивать ситуацию и определенным образом выстраивать свое поведение.

При составлении и проведении тренинга необходимо также придерживаться определенных принципов:

- принцип равенства участников тренинга. Такой принцип предполагает равноправное межличностное общение на занятиях и взаимном уважении участников;

- принцип активности, который относится к дидактическим принципам. Этот принцип означает проигрывание учащимися той или иной ситуации; выполнение ими ряда упражнений; наблюдение за поведением других учащихся по специальной схеме; осознание, испытание на практике и тренировку приемов, способов поведения, идей, предложенных преподавателем. Принцип активности основан на известном положении из сферы экспериментальной психологии: человек усваивает 10% того, что слышит; 50% того, что видит; 70% того, что проговаривает; и 90% – того, что делает сам.

- принцип постоянной обратной связи, что означает получение от других участников тренинга информации относительно его поведения и оценки его знаний для последующей саморефлексии.

- принцип партнерского общения, который предполагает создание в группе атмосферы безопасности и доверия.

Необходимо определить фазы тренинга для наиболее лучшего понимания его сущности:

1) Установочная фаза. Установочная фаза представляет собой первое общение участников группы тренинга, на которой определяется цель тренинга и

формируются его задачи. Вырабатываются правила группового поведения. Результатом установочной фазы является определение правил поведения участников тренинга.

2) Фаза ориентации. Фаза ориентации подразумевает общение студентов между собой и их совместную деятельность.

3) Фаза конфронтации, на которой проводятся деловые игры, направленные на формирования навыков профессионального поведения в конфликтной ситуации.

4) Фаза структурирования и интеграции, которая предполагает проведение деловых игр как ведущего метода занятий ввиду достаточного количества знаний в области делового русского языка.

Во время проведения тренинга употребляются следующие методы и приёмы: кейс-метод, деловая игра, групповая дискуссия, мозговой штурм, видеоанализ.

Кейс-метод – метод, при котором учащиеся и преподаватели обсуждают проблемные ситуации, требующие разрешения. Задачей кейс-метода является получение навыков анализа информации и поиска путей решения.

Деловая игра – «педагогический прием моделирования различных управленческих и производственных ситуаций, имеющих целью обучение отдельных личностей и групп принятию решений» [Азимов, Щукин, 2018, с. 57].

Групповая дискуссия – это приём обучения, он заключается в обсуждении и анализе проблемной ситуации в группе.

Мозговой штурм – самый действенный метод стимулирования активности студентов. Мозговой штурм заключается в следующем: вначале участникам предлагается высказывать как можно больше разнообразных идей и всевозможных вариантов идей, а потом из их общего числа отбираются наиболее удачные, которые на практике могут быть употреблены.

Видеоанализ – это особый методический инструмент. Он помогает проанализировать видеоролики, подготовленные преподавателями. В них участники тренинга демонстрируют разные типы поведения. Видеоанализ

помогает учащимся наглядно рассмотреть не только преимущества, но и возможные недостатки различных типов поведения.

В настоящее время существует большое количество форм группового тренинга, к которым относят:

- группы встреч, которые ориентированы на решение, обсуждение моральных, нравственных и этических вопросов;

- группы «Тренинга обучения», которые предполагают обучение моделям индивидуального и коммуникативного обучения;

- тренинги личного роста, которые подразумевают под собой игры и задания на самораскрытие и самоактуализацию, что необходимо при обучении иностранных студентов деловому русскому языку;

- тренинги делового общения, которые являются оттачиванием коммуникативных навыков в профессиональной сфере;

- тренинги сензитивности, которые развивают эмпатийные способности, умение понимать, принимать другого человека и учат читать невербальные знаки.

Из представленных форм группового тренинга мы выделяем «тренинг делового общения». Такие тренинги успешно развивают у учащихся многие навыки, например:

- умение вести переговоры;
- грамотно проводить совещания и выступления перед большой аудиторией;
- умение активно слушать и задавать вопросы;
- умение правильно вести себя в конфликтных ситуациях;
- развитие вербальных средств общения, выразительности, экспрессивности;
- использование невербальных средств общения (жесты, позы, мимика) как способ передачи информации и как средство привлечения внимания;
- умение управлять своим поведением, умение убеждать или отказываться;
- развитие грамотной техники речи, использование темпа, паузы, интонации и силы голоса;

- развитие стрессоустойчивости, возможности противостоять агрессии, давлению со стороны собеседника;

- умение контролировать ситуацию и эффективно расставлять приоритеты и многое другое.

Основанием включения тренингов в учебный процесс является закрепление полученных и одновременное получение новых знаний в связи с различными уровнями усвоения.

Результатом каждого практического занятия должны стать новые навыки общения, вырабатываемые на основе осознания своего стиля взаимодействия и понимания материала, обсуждаемого в аудитории.

Следует заметить, что тренинг как форма обучения не является заменой традиционных форм проведения занятий. В первую очередь, для проведения тренинга необходимо предоставить оптимальное количество учебного материала, а затем проводить тренинг как для проверки знаний студентов, так и их самооценки в процессе проведения тренинга. Максимальная эффективность будет достигнута только после освоения основного курса и проведения циклов тренингов на разную тематику, так как деловое общение затрагивает не только теорию, но и практику, причем в наибольшей мере.

Преимуществом проведения тренингов является коллективная работа студентов, результатом которых является получение новых теоретических знаний, навыков профессионального общения и углубления рефлексии.

Таким образом, тренинг как коллективная форма обучения является эффективным элементом образовательного процесса только при адекватном его проведении и рационально составленном учебном плане.

Выводы по главе 1

Подводя итоги первой главы нашего диссертационного исследования, мы хотели бы сделать следующие выводы:

1. Понятие «сценарий» широко используется в современной научной литературе. С ним связывают типизацию и обобщение моделей ситуации.

2. Сценарии играют значительную роль в обучении иностранцев, так как позволяют разнообразить и активизировать процесс обучения иностранным языкам. Сценарии – это структуры, вбирающие в себя несколько речевых действий, связанных между собой отношениями зависимости и подчинения. Каждое речевое действие в рамках сценария направлено на достижение определенной цели. Для достижения поставленной цели говорящий должен выбрать определенную стратегию поведения и соответствующие тактики.

3. Сценарный подход – это особая форма организации учебного процесса, которая предполагает живое общение студентов между собой и с преподавателем. Данный подход при обучении иностранцев РЯДО способствует совершенствованию речевых навыков и умений учащихся, активизирует учебный процесс в целом.

4. Сценарный подход предлагается в качестве новой технологии обучения. Он предполагает моделирование конкретной ситуации общения, с помощью которой учащийся осваивает новые ориентации в сложной информационной среде, учится быстрой реакции, смене той или иной стратегии и тактики. Данный подход учитывает реальные модели социокультурных и социально-производственных систем; характеризуется максимально приближением к реальной жизни.

5. Сценарный подход в обучении иностранных студентов позволит научить их: а) определять сценарии русского речевого взаимодействия в реальной речи; б) планировать речевое поведение в зависимости от того, как развиваются коммуникативные события в пределах того или иного сценария; в) прогнозировать и понимать коммуникативные цели, речевые стратегии и тактики собеседников; г) взаимодействовать с российскими партнёрами в реальной живой коммуникации.

6. При использовании сценариев для обучения иностранных учащихся деловому общению необходимо выявлять и описывать предполагаемые статусные и ролевые характеристики коммуникантов, их цели и задачи общения, а также

соответствующие им стратегии и тактики речевого поведения для достижения указанных целей и задач.

7. В структуру сценария, по нашему мнению, могут входить следующие элементы:

- а) цель изучения той или иной темы русского языка (для разных уровней);
- б) коммуникативные задачи;
- в) сюжет сценария, состоящий из ситуаций, расположенных в определенной последовательности;
- г) содержание (строится в соответствии со сценарием, включает реплики и действия учащихся, которые должны соответствовать стратегиям и тактикам речевого поведения сценария; сюда же входят учебный словарь тематической лексики, набор тренировочных упражнений);
- д) роли (при этом учащиеся пользуются не только речевыми репликами, фразами, предложениями, но и неречевыми средствами - жестами или мимикой);
- е) реквизит – средства материального обеспечения разыгрываемого сценария.

8. Осуществление обучения РЯДО с помощью сценарного подхода основывается на разработанных лингводидактических материалах, включающих в себя перечень сформированных знаний, навыков и умений у студентов; примеры самих сценариев, набор задач для формирования знаний, умений, навыков, стратегии и тактики, речевые образцы, лексические словари, языковые и речевые упражнения.

9. В методике преподавания РКИ, а также РЯДО при обучении иностранных учащихся необходимо обращать внимание на формирование у них навыков и умений в использовании четырех стратегий: 1) Стратегии персуазивности; 2) Стратегии сопротивления; 3) Стратегии сотрудничества, а также; 4) Стратегии торга. Учитывая данные стратегии, были предложены наиболее типичные в деловом общении сценарии при сотрудничестве между российскими и китайскими компаниями, между частными торговцами – это «Выдвижение претензии», «Торг» и «Сотрудничество» (см. более подробно п.п. 3.1 – 3.3).

10. В результате применения сценарного подхода при обучении иностранным языкам, у учащихся происходит:

- 1) формирование коммуникативной компетенции;
- 2) активное развитие речемыслительной деятельности;
- 3) приобретение умений и навыков профессионального общения;
- 4) формирование способности обладать определенным набором профессиональной лексики;

- 5) формирование умения работать в команде;

- 6) формирование способности к самовыражению, умения аргументировать свою позицию или выражению несогласия в тех или иных вопросах. Усвоенные навыки и умения при использовании сценарного подхода, будут способствовать успеху в будущем общении с деловыми партнерами.

11. Для наилучшего усвоения пройденного материала преподаватели используют на семинарских занятиях деловые игры как педагогический приём, моделирующий те или иные ситуации делового общения.

12. Используемые в учебном процессе тренинги (тренировки) направлены на развитие личности и формирование элементов будущей профессиональной деятельности. Преимуществом проведения тренингов является коллективная работа студентов, результатом которой является получение новых теоретических знаний, навыков профессионального общения и углубления рефлексии.

Глава 2. Понятие «деловое общение» в методике РКИ и его особенности в русской и китайской культурах

2.1. Понимание термина «деловое общение» в современной методике преподавания РКИ

Деловое общение является неотъемлемой составляющей современной общественной жизни. С деловыми отношениями связаны как коммерческие компании, так и частные лица. В значительной степени именно деловое общение определяет успешность или неуспешность человека в любом деле – в науке, искусстве или в производстве, торговле. При этом менеджеры, предприниматели, организаторы производства и другие специалисты, деятельность которых связана с управлением, должны внимательно относиться к своей коммуникативной деловой компетентности, поскольку она является важнейшим элементом их профессионального облика.

Что касается иностранных учащихся, то они изучают русский язык с разными целями. Так, например, преподаватели Гос. ИРЯ им. А.С. Пушкина Н.А. Маркина и И.В. Шурупова в статье «Русский язык делового общения, или чему мы обучаем иностранцев» определяют цели изучения русского языка иностранными учащимися таким образом: «будущая профессия (студенты-филологи); учёба или работа в России или будущая деятельность, которая связана с Россией (экономисты, юристы, медики, бизнесмены, инженеры и т.д.); русский язык – это хобби» [Маркина, Шурупова, 2018, с. 35].

В научно-методической литературе понятие «деловое общение» рассматривается как в широком, так и в узком смысле.

В широком смысле термин «деловое общение» понимается, например, по А.Н. Щукину и Э. Г. Азимову как «вид общения, целью которого является обмен информацией в профессиональной, коммерческой и некоммерческой сферах деятельности» [Щукин, Азимов, 2009, с. 57]. Ещё более широкое понимание термина «деловое общение» даёт М.В. Колтунова: «Деловое общение является

самым массовым видом социального общения. Оно является сферой экономико-правовых и дипломатических, коммерческих и административно-правовых отношений» [Колтунова, 2002, с. 2]. У И.В. Михалкиной деловое общение трансфункционально, этот вывод она сделала в своей докторской диссертации: деловое общение в современных условиях для социального развития фактически актуально для всех областей деятельности [Михалкина, 1998].

Поэтому в широком смысле деловое общение – это акт социального взаимодействия, конечная цель которого заключается в предоставлении обмена продуктами материального или интеллектуального характера в профессиональной, коммерческой или некоммерческой сферах общения [Власова, Данилона, Шарухин, 2005].

В узком смысле деловое общение рассматривается как «общение в области коммерции, как “бизнес-коммуникация”» [Калиновская, 2017, с. 35].

Интересно отметить, что само слово «бизнес» раньше объяснялось в узком смысле – источник личного обогащения и наживы [Ожегов, 1984, с. 43], но уже в 1995 году появляется дополнительное значение: предпринимательская экономическая деятельность, приносящая доход, прибыль [Ожегов, Шведова, 1995, с. 45]. Это, скорее всего, слово-синоним по отношению к понятию «коммерция».

В свою очередь, в английском языке понятие «бизнес» имеет несколько значений и основным их сходством является то, что бизнес определяется, прежде всего, как «дело, занятие». Само по себе понятие делового общения не имеет строгой закреплённости за какой-то определенной сферой деятельности. Деловое общение чаще всего рассматривается как трансфункциональное явление.

М.В. Колтунова в своей монографии «Язык и деловое общение: нормы, риторика, этикет» отмечает ключевую специфику делового общения, оно заключается в следующем:

– столкновение, социальное регулирование и взаимодействие экономических интересов реализуется в определенных правовых рамках. Как обычно, люди входят в деловые отношения, прежде всего, для юридического оформления

взаимодействия в определенной сфере. Партнерские отношения представляют собой идеальные результаты взаимодействия и правового создания отношений, взаимное уважение и доверие является их основой;

– особенность делового общения состоит в его регламентированном характере, то есть подчиненности установленным правилам и ограничениям;

– учитываются национальные, культурные традиции и общественные нормы поведения [Колтунова, 2002, с. 25].

По мнению Н.И. Формановской, общение делится на следующие виды:

- контактное – дистантное;
- устное – письменное;
- непосредственное – опосредованное;
- межличностное – публичное – массовое;
- диалогическое – монологическое;
- частное – официальное;
- творческое – стереотипное;
- кооперативное – конфликтное [Формановская, 2002, с. 14].

Исходя из разных признаков, деловое общение классифицируется следующим образом:

- «устное – письменное (классификация с точки зрения формы речи);
- диалогическое – монологическое (классификация в соответствии с направленностью речи между говорящим и слушающим – однонаправленность / двунаправленность речи);
- межличностное – публичное (классификация с точки зрения количества участников);
- непосредственное-опосредованное (классификация, основу которой составляет наличие или отсутствие опосредующего аппарата);
- контактное – дистантное (классификация в зависимости от положения коммуникантов в пространстве)» [Колтунова, 2002, с. 3].

В разных перечисленных определениях делового общения отмечаются свои специфические особенности деловой речи.

С точки зрения социальной ситуации, Н.И. Формановская выделяла следующие сферы общения: общественно-политическую, культурно-историческую, научную, образовательную, производственную, административно-юридическую, деловую, религиозную и обиходно-бытовую сферы [Формановская, 2009].

Существует довольно распространенное мнение о том, что общение на русском языке реализуется иностранными гражданами в основном в обиходно-бытовой, учебно-профессиональной, социокультурной, официально-деловой и общественно-политической сферах общения.

И.В. Михалкина предлагает весьма развёрнутую классификацию сфер общения в русском языке на современном этапе (представлена в табл. 7) с указанием не только самих сфер общения, но и подсфер.

Таблица 7 – Классификация сфер общения в русском языке на современном этапе

№ п/п	Сфера общения	Подсферы 1-го уровня
I.	Сфера повседневного общения	Обиходно-бытовая
		Обиходно-деловая
II.	Социокультурная сфера общения	Художественно-литературного творчества
		Театрального и кинематографического творчества
III.	Политико-идеологическая сфера общения	Общественно-политическая
		Религии
IV.	Сфера профессионального общения	Научно-профессиональная
		Учебно-профессиональная
		Производственная
		Государственно-правового контроля и регулирования
		Коммерции

[Михалкина И.В., 1998, с. 41-42]

В характеристике подсфер И.В. Михалкина выделяет, кроме того, второй и третий уровни (табл. 8).

Таблица 8 – Характеристика подсфер делового общения

Подсфера 1-го уровня	Подсферы 2-го уровня	Подсферы 3-го уровня
----------------------	----------------------	----------------------

Подсфера коммерции	1. Подсфера рекламы и публичных отношений	
	2. Подсфера торговли продуктами производства	
	3. Подсфера услуг	1. Юридических 2. Финансовых 3. Посреднических 4. Медицинских 5. Сервисных

[Михалкина И.В., 1998, с. 42]

Поэтому деловое общение может быть реализовано в каждой подсфере общения. Мы можем говорить о наличии в той или иной подсфере общения важного элемента взаимодействия – сегмента делового общения. Каждая сфера общения обладает своим собственным набором социально-коммуникативных ролей (адресант-адресат). С учетом конкретных коммуникативных потребностей и определённых методических целей учащихся эти роли описываются и рассматриваются в методике РКИ.

Иностранные специалисты, которые приезжают работать в Россию, участвуют в определенной сфере коммуникации. Это связано со многими экстралингвистическими факторами, главным из которых является статус в их профессиональной деятельности. Иностранные бизнесмены чаще всего осуществляют своё деловое речевое взаимодействие внутри фирмы, то есть внутри одной организации.

Таким образом, современный взгляд на явление «деловое общение» даёт нам право рассматривать его как феномен трансфункциональный; осуществление делового общения может быть реализовано практически в любой сфере деятельности.

2.2. Основные понятия, связанные с содержанием и целями обучения русскому языку делового общения

Методика преподавания РЯДО представляет собой важную составляющую направления в методике преподавания РКИ – преподавание русского языка в специальных целях [Хавроница, 2002, с. 230-244].

В 90-е годы XX века появилась потребность в подготовке специалистов в сфере коммерции и бизнеса. В связи с этим методисты Гос. ИРЯ им. А.С. Пушкина начали работу над созданием уровневой системы по русскому языку делового общения. Описание РЯДО началось с разработки среднего уровня – то есть «уровня профессионального общения, созданного российскими методистами, что представляло собой попытку выйти за уровни общего владения (Ирисханова, Стрелкова, Тимофеева, 1996)» [Роляк, 2015, с. 41]. Научные сотрудники отдела тестового контроля разработали первый тестовый практикум «Бизнес-контакт» (1996). Для этого нужно было понять, какие требования о знаниях и умениях должны быть у учащихся РЯДО, какое содержание обучения необходимо, что, по мнению А.Н. Щукина, является одним из важных методических вопросов [Щукин, 2003]. В современной методике РКИ такой отбор осуществляется с учетом целей и задач того или иного сертификационного уровня (см. параграф 2.3) обучения.

В широком смысле, цели обучения, под которыми понимаются предполагаемые результаты совместной деятельности преподавателя и учащихся, влияют на выбор содержания, принципов, форм, методов и средств обучения. В различных вариантах обучения русскому языку как иностранному обычно выделяют три основные цели: общеобразовательную, практическую и воспитательную [см. Русский язык как иностранный... 2004, с. 12].

В настоящий момент, в связи с использованием коммуникативно-деятельностного подхода к преподаванию иностранных языков, основной целью преподавания является «формирование иноязычной коммуникативной компетенции учащихся в том объеме, который позволяет им удовлетворить свои

жизненные притязания и обусловленные ими коммуникативные потребности» [Волкова, Корчагина и др. 1996, с. 15].

Для РЯДО создавались лингводидактические описания. Как пишут авторы «Лингводидактического описания...», «цели обучения русскому языку в профессиональной сфере определены на основе изучения речевого поведения иностранных специалистов при деловых контактах с российскими партнерами в процессе коммерческой деятельности на российском рынке» [Журавлева, Калиновская и др., 2007].

На определённые цели обучения, связанные с профессиональной деятельностью бизнесменов, обращает внимание С.А. Хавронова. Так, она отмечает, что «целью курса РЯДО является формирование, развитие и совершенствование коммуникативной компетенции, под которой понимается умение решать жизненно важные, в том числе и профессиональные, задачи средствами русского языка» [Хавронова, 2002. с. 230-244].

С целями обучения тесно связывается и понятие содержания обучения. В широком смысле содержание обучения определяется также как «все то, чему преподаватель должен научить, а учащиеся должны научиться в процессе обучения» [Щукин, 2003, с. 124].

Содержание обучения РЯДО содержит множество компонентов, среди которых следует отметить, в свою очередь, необходимые знания по грамматике, лексике, лингвострановедению; коммуникативные навыки и умения, которые должны быть сформированы в процессе обучения, предметные знания, которые приобретаются в процессе изучения текстов по специальности, а также тем, подтем, сфер, ситуаций и коммуникативных задач общения; знания о культуре носителей изучаемого языка, составляющие содержание социокультурной компетенции.

В связи с этим необходимо рассмотреть такие понятия, как «язык бизнеса» и «язык делового общения».

Специалисты и ученые РКИ понимают понятия «язык делового общения» и «язык бизнеса» по-разному. Так, например, по мнению С.А. Хватова, «язык

бизнеса» и «язык делового общения» являются синонимами: «...коммуникация, именуемая “деловой коммуникацией” (business communication), или “деловым общением”, реализуется при помощи специального варианта русского языка, получившего наименование “русский язык бизнеса”, “русский язык делового общения”, “бизнес-русский”, “деловой русский”, “русский язык в деловом общении”» [Хватов, 2013, с. 72]. На взгляд Ю.Е. Прохорова, Г.М. Левиной, К.Е. Родионовой, «“язык бизнеса” и “язык делового общения” – это разные понятия. Язык делового общения нужен не только работникам торговых и строительных фирм... Это язык тех, кто приезжает в Россию на научные конференции, научные форумы (не только экономические), на стажировки, по обмену опытом и в самых разных сферах человеческой деятельности (право, образование, медицина и др.)» [Прохоров, Левина, Родионова, 2016, с. 74].

Однако, как нам указывают авторы, «язык бизнеса» содержит, не только языковую сторону, но и фактическую сторону. Поэтому учащимся-иностранцам предлагается овладеть следующими умениями:

- 1) «знать понятия, стоящие за терминами (офшор, оферта и пр.)
- 2) овладеть навыками делового общения (уметь вести переговоры, знакомить с тактиками давления, уклонения, колебания, ухода от прямого ответа и т.д.) и их выражения в русском языке;
- 3) понять стандарты ведения деловых переговоров (кто ведет переговоры, кто имеет право подписи и т.д.);
- 4) владеть умениями составления официальных документов (письмо-согласие, письмо-приглашение, письмо-отказ, письмо-напоминание и т.д.)» [Там же, с. 74-75].

2.3. Разработка уровней систем владения языком делового общения

Разработка понятий «уровень владения языком», «системы уровней владения русским языком» была одной из ключевых проблем современной методики преподавания РКИ конца XX – начала XXI вв.

И.В. Михалкина, посвятившая свою докторскую диссертацию описанию уровней делового общения, определяла уровень как «определенную степень сформированности коммуникативной компетенции, позволяющую решать на русском языке экстралингвистические задачи общения в соответствии с условиями коммуникации и проявляющуюся в достаточности и реальной соотнесенности необходимых для этих целей языковых знаний и речевых умений с ситуативно-содержательными параметрами общения» [Михалкина, 1998, с. 374].

Л.Б. Трушина, одна из ведущих специалистов в области разработки сертификационных уровней по РЯДО в Государственном институте русского языка им. А.С. Пушкина, отмечала позитивные стороны уровневой системы. В частности, она отмечала, что «уровневая система позволяет сопоставлять результаты обученности иностранным языкам, достигнутые в рамках различных национальных образовательных систем» [Трушина, 2005].

В начале 90-х годов в Государственном институте русского языка им. А.С. Пушкина был создан авторский коллектив под руководством вначале Л.Б. Трушиной, а затем Л.С. Журавлевой, который разрабатывал уровневый подход и описывал уровни владения РЯДО – базовый, средний и продвинутой. Авторы дали следующую характеристику уровней:

«Во-первых, базовый уровень – владение языком для разрешения минимальных коммуникативных задач, которые достаточны для ограниченной коммуникации в стандартных ситуациях бизнеса;

Во-вторых, средний уровень – владение языком для разрешения широкой сферы коммуникативных задач, которые обеспечивают свободную коммуникацию в ограниченных ситуациях профессиональной сферы;

В-третьих, продвинутый уровень – владение языком для разрешения неограниченных коммуникативных задач в любых ситуациях в профессиональной сфере» [Лингводидактическое описание целей и содержания обучения. Базовый сертификационный уровень, 2003, с. 3].

Каждый уровень соответствовал системе уровней общего владения иностранными языками, разработанную Советом Европы (Common European Framework of Reference for language learning and teaching. Strasbourg, 1996). Эти соответствия мы можем найти в таблице 9.

Таблица 9 – Сводная таблица уровней РЯДО и системы уровней общего владения иностранными языками, разработанную Советом Европы

6. Mastery	
5. Effective operational proficiency	3. Продвинутый уровень (РЯДО)C1
4. Vantage	2. Средний уровень (РЯДО)B2
3. Threshold	1. Базовый уровень (РЯДО) B1
2. Waystage	
1. Breakthrough	

[Журавлёва Л.С., Калиновская М.М. и др., 2007, с. 6]

Кроме того, разработчики уровневой системы РЯДО соотнесли данную систему уровней с наиболее известными тестовыми системами: Лондонской Торгово-промышленной палаты LCCI (London Chamber of Commerce and Industry); Кембриджского экзаменационного синдиката UCLES (University of Cambridge Local Examination Syndicate) в разделе «BEC 1.2.3.» (Business English Certificate) Лондонской палаты. Ниже приводится сводная таблица 10 уровней РЯДО и международных уровней.

Таблица 10 – Сводная таблица уровней РЯДО и международных уровней

Европейская Шкала Уровней	Лондонская палата коммерции и индустрии (LCCI)	Международная Шкала Уровней	Бизнес Английский (BEC)	РЯДО
A1 Breakthrough		Elementary		
		Beginner		
A2 Waystage		Pre-		

		Intermediate		
B1 Threshold User		Intermediate	BEC 1 Preliminary	Базовый уровень
B2 Independent User	Intermediate	Upper- Intermediate	BEC 2 Vantage	Средний уровень
C1 Competent User	Advanced	Advanced	BEC 3 Higher	Продвинуты й уровень
C2 Good User		Proficiency		

Стартовые условия базового уровня – сформированность коммуникативных умений в объеме предпорогового уровня повседневного общения [Лингводидактическое описание целей и содержания обучения. Базовый сертификационный уровень, 2003, с. 6].

Уровневая система владения китайским языком делового общения (ВСТ) включает в себя уровни: ВСТ (А) и ВСТ (В). Тест делового китайского языка (ВСТ), являющийся международным стандартизированным тестом на знание китайского языка, фокусируется на способности кандидатов-иностранцев использовать китайский язык для общения в реальных деловых или общих рабочих ситуациях.

Инструктивно-методический документ «Общие принципы делового китайского теста ВСТ» даёт следующую характеристику уровневой системы китайского языка делового общения:

1) «Кандидаты, прошедшие ВСТ (А), могут понимать и использовать китайский язык для выполнения повседневных коммуникативных задач и основных задач делового общения.

2) Кандидаты, сдавшие экзамен ВСТ (В), могут понимать и использовать китайский язык для выполнения более сложных задач делового общения» [Общие принципы делового китайского теста ВСТ, 2014].

В соответствии с частотностью слов в ряде авторитетных китайских корпусов и фактической ситуацией в международном преподавании китайского языка, определен базовый словарный запас для «экзамена ВСТ (А), состоящий в общей сложности из 600 слов, для экзамена ВСТ (В) – 4000 слов» [Там же].

ВСТ (А) имеет три части: аудирование, чтение и письмо.

1. Аудирование

1) Первая часть состоит из 10 вопросов. Каждый вопрос необходимо прослушать дважды. Он представляет собой слово или фразу. Кандидаты выбирают ответы, основываясь на том, что они слышат.

2) Вторая часть имеет в общей сложности 10 вопросов. Каждый вопрос необходимо прослушать дважды. В тестовой работе представлены 3 картинки. Кандидаты выбирают соответствующие картинки на основе того, что они слышат.

3) Третья часть имеет 10 вопросов. Каждый вопрос необходимо прослушать дважды. Он основывается на содержании диалога, состоящего из двух предложений между двумя людьми. Диктор задает вопрос, основанный на диалоге. В тестовой работе представлены три варианта ответа. Кандидаты выбирают ответ на основе того, что они слышат.

2. Чтение

1) Первая часть имеет в общей сложности 10 заданий. Каждое задание (1-5) содержательно связано с 1-2 предложениями или двумя диалогами. В предложениях есть пробелы. Кандидаты должны выбрать подходящие слова из предложенных вариантов, чтобы заполнить пробелы. Для ответа на следующие 5 вопросов (5-10) к тестовой работе прилагается анкета или эссе-заявка. В анкете или эссе есть 5 пробелов. Кандидаты должны выбрать слова из предложенных вариантов, чтобы заполнить пробелы.

2) Вторая часть имеет в общей сложности 20 заданий. В тестовой работе представлен ряд материалов для чтения в виде картинок, таблиц, абзацев, глав и т.д. Каждое задание по чтению содержит от одного до трех вопросов. Кандидаты должны выбрать ответ из 3 вариантов.

3. Письмо

Тест имеет 10 заданий. В каждом задании содержится предложение с пробелом, и кандидаты должны вписать в пробел правильные китайские иероглифы или слова в соответствии с подсказками на произношение.

ВСТ (В) тоже состоит из трёх частей: аудирование, чтение и письмо.

1. Аудирование

1) Первая часть в общей сложности имеет 20 вопросов. Каждый вопрос необходимо прослушать один раз. Каждый вопрос содержательно связан с диалогом, состоящим из двух предложений между двумя людьми. Диктор задает вопрос, основанный на диалоге. Каждый вопрос в тестовой работе содержит 4 варианта. Кандидаты выбирают ответ на основе того, что они слышат.

2) Вторая часть имеет в общей сложности 15 вопросов. Каждый вопрос необходимо прослушать один раз. Каждый вопрос основывается на содержании диалога, состоящего из 4 предложений между двумя людьми. Диктор задает вопрос, основанный на диалоге. Каждый вопрос в тестовой работе содержит 4 варианта. Кандидаты выбирают ответ на основе того, что они слышат.

3) Третья часть имеет в общей сложности 15 вопросов. Каждый вопрос необходимо прослушать один раз. Диктор воспроизводит 5 абзацев. После прослушивания каждого абзаца необходимо ответить на несколько вопросов, для каждого вопроса в тестовой работе предусмотрено по 4 варианта ответа. Кандидаты выбирают ответ на основе того, что они слышат.

2. Чтение

1) Первая часть имеет в общей сложности 20 заданий. В этой части теста представлен ряд материалов для чтения в виде картинок, таблиц, абзацев, глав. и т.д. Каждое задание по чтению содержит несколько вопросов. Кандидаты должны выбрать ответ из 4 вариантов.

2) Вторая часть имеет в общей сложности 10 заданий. В этой части теста предлагаются два текста, каждый с 5 пробелами. Кандидаты комбинируют контекст и выбирают ответ из 7 предложенных вариантов предложений.

3) Третья часть имеет 10 заданий. Эти задания разделены на две группы по 5 вопросов в каждой. Тестовые задания содержат по 4 абзаца материалов и несколько вопросов или предложений. Кандидаты должны определить, к какому абзацу материала относится тот или иной вопрос или предложение.

3. Письмо

1) Первая часть имеет всего 1 вопрос. В данном тесте задание представлено в виде текста или диаграммы. Кандидаты пишут эссе объемом не менее 80 слов в соответствии с требованиями темы.

2) Вторая часть имеет всего 1 вопрос. В данном тесте задание представлено в виде текста или диаграммы. Кандидаты пишут эссе объемом не менее 150 слов в соответствии с требованиями темы.

Соответствия между каждым уровнем ВСТ и «Международным стандартом владения китайским языком», «Общеввропейской системой отсчета по языкам (CEFR)», а также «Тест на знание китайского языка (HSK)», «Тест на знание китайского языка для учащихся начальной и средней школы (УСТ)» показаны в таблице 11.

Таблица 11 – Сводная таблица уровней ВСТ и «Международной стандартной владения китайским языком», «Общеввропейской системой отсчета по языкам (CEFR)», «Теста на знание китайского языка (HSK)», «Теста на знание китайского языка для учащихся начальной и средней школы (УСТ)»

HSK	УСТ	ВСТ	Международный стандарт владения китайским языком	CEFR
HSK (шестой уровень)		ВСТ (В)	Пятый уровень	C2
				C1
HSK (пятый уровень)		ВСТ (В)	Четвертый уровень	B2
HSK (четвертый уровень)				
HSK (третий уровень)	УСТ (четвертый уровень)	ВСТ (А)	Третий уровень	B1
HSK (второй уровень)	УСТ (третий уровень)			Второй уровень
HSK (первый уровень)	УСТ (второй уровень)		Первый уровень	A1
	УСТ (первый уровень)			

2.3.1. Содержание обучения на базовом сертификационном уровне владения русским языком делового общения

На базовом сертификационном уровне определяются и описываются коммуникативные потребности иностранцев в использовании РЯДО следующим образом:

(1) «разговаривать с деловыми партнерами при непосредственном контакте и по телефону;

(2) участвовать в деловом общении с партнерами; сообщать о своей компании, ее продукции в беседе с деловыми партнерами в компании, с сотрудниками транспортного, страхового, рекламного агентств; с сотрудниками банка; с посетителями выставки у стенда на ярмарке/выставке; на радио и на телевидении;

(3) понимать содержание деловых бесед, обсуждений вопросов; понимать содержание деловых документов, реклам, коммерческих писем, бизнес-хроники, объявлений, газетных статей;

(4) писать коммерческие письма;

(5) составлять рекламы;

(6) заполнять деловые документы (заявка на участие в выставке, счет-фактура, товарная накладная и др.);

(7) составлять программы мероприятий;

(8) участвовать в протокольных и культурных мероприятиях» [Лингводидактическое описание целей и содержания обучения. Базовый сертификационный уровень, 2003, с. 6-7].

Тема является фрагментом предметного содержания общения. Она определяет коммуникативные задачи, участники общения решают эти задачи в ситуациях деловой сферы, добиваясь своих экстралингвистических целей. При обучении учащихся на базовом уровне РЯДО предлагаются следующие темы и подтемы:

(1) «Внешнеторговая компания

- Статус
- Направление коммерческой деятельности
- История компании (время основания, уставной капитал, выход на разные рынки, открытие филиалов)
 - Штат компании (коммерческий директор, менеджер по закупкам, по продажам; управляющий, сотрудник фирмы, секретарь)
- Структура компании (центральный офис, филиал, представительство)
- Юридический адрес, банковские реквизиты

(2) Товар

- Наименование
- Характеристика

(а) Продвижение товара на рынок

- Выставка
- Реклама

(б) Купля – продажа

- Качество товара
- Количество товара, объем поставки
- Сроки поставки
- Условия поставки (франко-вагон, франко-граница, франко-завод, франко-порт, франко-склад)
 - Способ транспортировки (железнодорожный, автомобильный, автотранспорт, морской, речной транспорт)
- Цена единицы товара, стоимость поставки
- Упаковка и маркировка товара
- Льготы (скидки)
- Санкции (штраф)
- Претензии (рекламация на качество товара, на нарушение сроков поставки и т.д.)

(3) Социально-бытовые контакты с деловыми партнерами:

- Пригласить партнера / делегацию

- Встречаться с партнерами / делегацией
- Разместить партнера / делегацию
- Приемы
- Культурная программа» [Лингводидактическое описание целей и содержания обучения. Базовый сертификационный уровень, 2003, с. 6-7].

Мы выделили также из списка коммуникативных задач, приведённых в Лингводидактическом описании, актуальные для нашего исследования задачи:

- представлять фирму, себя, своих коллег на деловых встречах, на телевидении, на радио;
- запрашивать информацию о фирмах-партнерах или фирмах-конкурентах;
- информировать деловых партнеров о качестве товара, его себестоимости, поставках, формах платежа;
- информировать деловых партнеров о выполнении или нарушении договоренностей [Там же, с. 7-9].

В Лингводидактическом описании определён набор жанров как письменной, так и устной речи. Для нас важны жанры устной речи. Рассмотрим речевые жанры, типичные для сферы делового общения, в стандартных ситуациях, отобранных для базового уровня:

Жанры устной речи:

(1) Жанры в форме монолога:

- выступление на презентации фирмы, на радио и телевидении, на открытии стенда на выставке;
- сообщение на рабочем совещании фирмы, на встрече с деловым партнером.

(2) Жанры в форме диалога:

- обсуждение деловых вопросов на рабочем совещании;
- деловой разговор с партнером при непосредственном общении или по телефону [Там же, с. 10].

Овладение содержанием обучения на базовом уровне РЯДО способствует приобретению у студентов речевых навыков и умений по аудированию,

говорению, чтению и письму в различных ситуациях делового общения, обеспечивает возможность практического использования языком:

- рецептивная деятельность – чтение и аудирование;
- продуктивная деятельность – письмо и говорение;
- взаимодействие [Там же].

При общении важно понимать говорящего. В аудировании диалогической речи иностранные бизнесмены способны понимать речь деловых партнеров при непосредственном общении и во время разговоров по телефону.

Для этого они должны уметь:

- понимать тему, основное содержание, главную и дополнительную информацию;
- понимать, кто говорит, где происходит общение, о чем говорят партнеры;
- понимать коммуникативные намерения говорящих;
- использовать различные опоры для понимания звучащего текста.

Параметры по аудированию диалогической речи, которыми должны овладеть учащиеся на базовом уровне, описаны в табл. 12.

Таблица 12 – Параметры по аудированию диалогической речи

Объём текста	До 14 реплик
Количество незнакомых слов	До 3%
Темп речи	120 - 180 слог / мин.
Количество предъявлений	1

Звучащая диалогическая речь характеризуется четкой артикуляцией и стандартным произношением.

Аудирование монологической речи: иностранные бизнесмены способны понимать сообщения, выступления деловых партнеров, если тема знакома, а высказывания четко структурированы.

Для этого они должны уметь понимать главную и дополнительную информацию, цели и мотивы говорящего.

В предлагаемых для аудирования текстах речь характеризуется четкой артикуляцией и стандартным произношением.

В говорении:

в монологической речи предлагаются следующие умения:

иностранцы способны порождать устные тексты (монологические высказывания, обращенные к одному или более слушателям).

Для этого они должны уметь:

- излагать свои мысли, высказывать свое мнение, коммуникативное намерение, используя при этом средства компенсации;

- выражаться понятно, точно, логично, несмотря на то, что паузы для грамматического и лексического оформления речи могут быть достаточно заметными;

- соблюдать нормы речевого этикета;

- самостоятельно исправлять ошибки, не прибегая к чьей-либо помощи.

В таблице 13 обращается внимание на следующие параметры по говорению монологической речи.

Таблица 13 – Параметры по говорению монологической речи

Объем высказывания	До 120 слов
Темп речи	120-130 слог / мин.

Взаимодействие:

Необходимо отметить, что в данном Лингводидактическом описании впервые предлагается такой раздел в качестве “вида речевой деятельности”, как взаимодействие. «Взаимодействие в речи – это коммуникативное качество речи, умение с легкостью общаться, понимать невербальные и интонационные сигналы, принимать равноправное участие в диалоге, беседе, находить подходящие выражения для взаимодействия с речевыми партнерами, уметь начать, поддержать, закончить беседу и др. Используется для определения уровня владения иностранным языком» [Азимов, Щукин, 2009, с. 35].

В данном описании содержится перечень умений, которыми должны овладеть учащиеся при взаимодействии:

Устное взаимодействие (диалогическая речь)

Иностранные бизнесмены способны общаться непосредственно или по телефону на знакомые темы, относящиеся к их профессиональной области. Для этого они должны уметь:

- взаимодействовать с партнерами;
- использовать определенные тактики (вступать в контакт, поддерживать разговор, завершать его);
- излагать свои мысли точно, четко, ясно;
- адекватно реагировать на реплики партнера;
- в случае необходимости переспрашивать или уточнять;
- применять компенсационную стратегию в случае неумения сформулировать собственную мысль.

Высказывания иностранных бизнесменов должны быть грамматически и фонетически правильно оформлены с использованием норм речевого этикета. В таблице 14 предъявляются следующие требования.

Таблица 14 – Требования к устному взаимодействию

Объем диалога	До 15 реплик
---------------	--------------

Для нас очень важны не только описание умений говорящих при взаимодействии, но и предлагаемые в данном документе стратегии. В применении к коммуникативной речевой деятельности выделяются три стратегии:

- стратегия рецепции;
- стратегия продукции;
- стратегия взаимодействия [Там же].

2.4. Русский язык делового общения в межкультурной коммуникации

В современном мире межкультурный контакт происходит каждый день. Межкультурная компетентность стала важным преимуществом. «Международная компетентность предполагает терпимость, открытость к новому знанию, умение выбрать верную тональность и средства общения, коммуникативную стратегию и форму самопрезентации» [Леонтович, 2003, с. 1].

С.Г. Тер-Минасова придаёт большое значение в этом вопросе преподавателю, она считает, что «каждый урок иностранного языка – это перекресток культур, это практика межкультурной коммуникации, потому что каждое иностранное слово отражает иностранный мир и иностранную культуру» [Тер-Минасова, 2000, с. 25].

В «Истории методики обучения русскому языку как иностранному» отмечается появление в 90-е годы термина, важного для взаимопонимания в процессе общения: «еще одно методически значимое направление исследований, связанных с изучением иноязычной культуры, которое получило название “диалога культур” или “межкультурной коммуникации”» [Харченкова, 1994; Сафонова, 1996; Гудков, 2000; Тер-Минасова, 2000].

Межкультурная коммуникация – это общение людей, которые представляют разные культуры. В книге «Язык и культура» Е. М. Верещагин и В.Г. Костомаров определяют межкультурную коммуникацию как «адекватное взаимопонимание двух участников коммуникативного акта, принадлежащих к разным национальным культурам» [Верещагин, Костомаров, 1990, с. 26].

Характер ведения бизнеса и делового общения в целом непосредственно связывается с культурой той или иной страны. По словам Ю.Е. Прохорова, «этнокультурная специфика общения личностей как носителей и выразителей определенного социального статуса данной этнокультуры реализуется в практике их речевого общения (поведения), которое само по себе отличается у представителей разных этносов» [Прохоров 2003, с. 48].

При общении с представителями иностранных компаний в деловом общении особую роль имеет межкультурное деловое общение (МДО). Об этом пишет в своей диссертации И.М. Белоусова. В частности, она отмечает, что «межкультурное деловое общение – это многоаспектный процесс взаимодействия людей разных лингвокультур в условиях ситуации делового сотрудничества с целью достижения профессиональной цели» [Белоусова, 2013, с. 45].

И.М. Белоусова в таблице 15 выделяет четыре типа главных функций МДО.

Таблица 15 – Четыре типа главных функций МДО

1. Название функции	Функция понимания	Функция самопрезентаци и	Функция контактоустанавлива ющая (фатическая)	Функция управления
2. Характер истика функции	Адекватное понимание и восприятие смысла высказывания и взаимное понимание намерений, установок, переживаний, состояний.	Она направляется на то, чтобы в ходе общения наглядно проявить общую культуру, грамотность, компетентность участника общения, что позволит адресанту составить представление о нем как о личности.	Деловое общение является процессом взаимной связи и взаимодействия, для его успешности необходимо установить контакты между деловыми партнерами, которые представляют разные культуры и принадлежат к разным культурам.	Она заключается в регуляции поведения и непосредственно й организации совместной деятельности людей в процессе их взаимодействия.

А.А. Денисова в своей статье «Факторы эффективности русскоязычного делового общения в политкультурной среде» отмечает те факторы, которые влияют на эффективность делового общения: «эффективность делового общения зависит от множества факторов, которые описываются, в частности:

- лингвистикой;
- лингвокультурологией;
- культурологией и этнопсихологией;
- этикой;
- конфликтологией» [Денисова, 2008, с. 605].

С этим согласен Д.Б. Гудков, который в своей монографии «Теория и практика межкультурной коммуникации» отмечает важность внекодовых знаний: «знаний собственного вербального кода (т.е. языка) и правил его использования оказывается недостаточно для успешного общения с носителем того или иного языка, необходимо еще овладеть внекодовыми знаниями, вернее тем, что принадлежит невербальным кодам культуры того лингвокультурного сообщества, для которого используемый язык является родным» [Гудков, 2003, с. 7]. Т.В. Ларина в своей статье «Коммуникативные неудачи в русско-английском диалоге» указывает на причины возникновения неудач. К ним относится «... перенос национально-культурных стереотипов поведения, характерных для родной лингвокультуры, на процесс общения с представителями иных лингвокультур, то есть коммуникативную лингвокультурную интерференцию», это «...вмешательство факторов родной культуры, языка и национального сознания в интерпретацию инокультурного коммуникативного поведения и в собственное поведение при межкультурном общении» [Ларина, 2011, с. 366]. И далее она приходит к грустному выводу, ссылаясь на мнение ряда исследователей, о том, что «... люди легко прощают грамматические и лексические ошибки, однако очень чувствительны к нарушению социокультурных, этикетных норм, так как полагают, что они были нарушены преднамеренно» [Т.В. Ларина, 2011, с. 367].

В связи с вышесказанным, мы видим необходимость обучения РЯДО в органическом сочетании с межкультурными данными, которые в наши дни играют все большее значение в межкультурной коммуникации.

2.4.1. Культурные и деловые различия между Россией и Китаем

Важнейшей составляющей в содержании преподавания русского языка является изучение национальной традиционной культуры. Хотя Китай и Россия являются близкими соседями, у них свои собственные культурные корни, свои особенности. Межкультурные различия – это отличия: ценностей, которые проявляются в поведении; норм, каким они подчиняются, а также способов поведения и общения, которые считаются правильными в данной группе той или иной культуры. Китай и Россия имеют большие различия в национальных обычаях. Это сокровища их соответствующих этнических групп. Только на основе понимания и уважения культурных обычаев мы можем по-настоящему понять и овладеть языком другой нации и овладеть его средствами коммуникации.

Нидерландский социолог Герт Хофстеде разработал известную теорию измерений культур, которые предоставляют систематическую основу для оценки отличий между разными нациями и культурами. Исследования были опубликованы в двух работах – «Последствия культуры» (1980) и «Измерения национальных культур в пятидесяти странах и трёх регионах» (1983). Для измерения были опрошены 116 тысяч сотрудников филиалов компании IBM в разных странах. Оценки по шкале от 1 до 120 выставлялись по каждому из культурных показателей:

- дистанция власти;
- индивидуализм;
- маскулинность;
- избегание неопределенности;
- ориентации на будущее;
- потворство желаниям.

Рассмотрим результаты (рисунок 2) этого измерения, данные с официального сайта проекта Герта Хофстеде для России и Китая [Электронный сервис: <https://geerthofstede.com/news/>].



Рисунок 2 – Результаты измерения культур проекта Герта Хофштеде для России и Китая

Герт Хофштеде, основываясь на результатах опроса, который он проводил и в котором участвовали 74 страны и региона мира, пришёл к выводу о том, что Россия и Китай обладают высоким показателем дистанции власти (93) и (80).

В России показатель индивидуализма – 39 баллов, это ближе к коллективизму, хотя в современное время также прослеживаются тенденции к индивидуалистическому началу. А в Китае – 20 баллов. Это означает, что для среднестатистических китайцев общественное важнее личного.

Если говорить о показателе маскулинности, Россия имеет показатель 36, Китай – 66 баллов. То есть в Китае преобладает маскулинность, а в России – феминность.

Индекс «избегание неопределенности» показывает, насколько люди боятся неопределенности и пытаются защитить себя от неоднозначных событий. В обществах с высокой величиной избегания неопределенности народ воспринимает перемены как угрозу. Россия имеет один из самых высоких показателей избегания неопределенности – 95 баллов, в Китае – 30.

Что касается индекса «ориентация на будущее», в России и Китае этот индекс занимает высокие похожие позиции: в России – 81, в Китае – 87 баллов.

Время воспринимается в культурах с краткосрочной ориентацией так: время движется по кругу; будущее и настоящее основываются на прошлом; то, что не сделано сегодня, можно сделать завтра; жить нужно сегодняшним днем. Народ с низким уровнем ориентации на будущее расточителен и склонен к откладыванию на потом.

Высокая величина долгосрочной ориентации на будущее характерна для восточных культур, а низкая величина долгосрочности – для западных. У Китая самая высокая величина долгосрочной ориентации. В силу того, что Россия занимает промежуточное положение между Западом и Востоком, то есть из-за её географических, политических и исторических особенностей, она впитала в себя элементы как восточной, так и западной культур.

Последним измерением у Герта Хофстеде является потворство желаниям. Это измерение отражает готовность членов общества удовлетворять свои сиюминутные потребности. Противоположная сторона потворству – сдержанность. Те культуры, которые признают сдержанность как положительное качество, характеризуются строгими социальными правилами и ограничениями. Одним из основных видов добродетели считается скромность. Обычно представители сдержанных культур циничные и пессимистичные. Они мало обращают внимание на отдых и расслабление, закованы социальными правилами и считают реализацию своих желаний неправильным. В Китае величина потворства желаниям низкая – всего 24 балла, а в России еще ниже – 20 баллов.

В итоге по результатам исследования Герта Хофстеде становится ясным, что Россия и Китай представляют собой достаточно коллективистские страны с долгосрочной ориентацией. Народам обеих стран общественное важнее личного. В китайском обществе преобладает маскулинность, в то время как в России – феминность.

Существуют большие различия во взглядах на многие вопросы, связанные с традиционной жизнью. Рассмотрим несколько очевидных примеров, например, на деньги у народов двух стран.

Если одним предложением описать китайский взгляд на деньги, то это – любить деньги, уметь зарабатывать деньги, любить копить деньги.

В Китае приветствие «Гун Си Фа Цай (Желаю вам огромного богатства!)» люди часто произносят при встрече китайского Нового года. Многие люди также вывешивают на двери двусторонние с четырьмя иероглифами «Гун Си Фа Цай».

На банкете китайского Нового года обычно подают целую рыбу, надеясь прожить богатую жизнь каждый год, то есть «пусть каждый год будет изобильным (пожелание на Китайский Новый год)», потому что по-китайски «рыба» и «богатство» произносятся одинаково.

Стремление к богатству – это важная часть жизни китайцев. Заниматься бизнесом и зарабатывать много денег также стало желанием многих молодых людей. В китайском языке есть ряд высказываний о деньгах, таких как «деньги могут заставить призраков толкаться» и «деньги – это еще не все, но без денег ничего не получится».

Китайцы хорошо умеют зарабатывать деньги. Мир поражен способностью китайского народа зарабатывать деньги, и китайские бизнесмены (Хуашан) являются их представителями. В мире насчитывается около 60 миллионов китайских бизнесменов, работающих в более чем 170 странах, а Чайнатаун находится не только в городах Соединенных Штатов, но также и Европы и Австралии.

В последние годы связи между хуашанами и китайским правительством также были очень тесными. 70% прямых иностранных инвестиций Китая поступает от хуашанов. Благодаря своему выдающемуся взгляду на деньги и искусству управления, хуашан известен во внешнем мире как «еврей Востока».

Китайцы очень осторожны в ведении бизнеса. Китайская концепция денег очень осторожна, и это результат консервативного поведения и тщательного управления. При проведении денежных операций китайцы обращают внимание на

личный подсчет. Например, китайцы обычно проверяют квитанции на месте, а не откладывают их на более поздний срок, как корейцы. При снятии денег в банке часто можно увидеть, как китайцы пересчитывают банкноты одну за другой. Когда китайцы инвестируют, независимо от того, насколько они уверены в то время, они не сделают никакого решения на месте [Тянь Сяоляном, 2018]. Так, самый богатый человек Азии Ли Ка Шинг написал в своей автобиографии: «Нам нужно быть осторожными при переходе через реку после того, как мы постучали по каменному мосту» [Ли Ка Шинг, 2014, с. 54].

Китайцы также очень строго относятся к долгам. Если возникнет ситуация, когда будут задолжены деньги, китайцы определенно обязательно вернут их. Более того, когда китайцы занимают деньги, им обычно не нужен кто-то, чтобы гарантировать это, потому что китайцы верят в надежность [Ян Лан, 2017].

Китайцы любят копить деньги.

Экономия стала частью жизни китайцев. Каждый раз, когда у них в руках оказываются деньги, китайцы в первую очередь откладывают их. В последнее время, с развитием экономики, среди молодых китайцев наблюдается потребительский бум, но главной тенденцией по-прежнему остается экономия. Даже если многим китайцам придется забрать свои деньги завтра, они положат их в банк сегодня. Китайцы регулярно экономят деньги как сбережения на старость.

Чтобы стимулировать людей тратить деньги, находящиеся в их руках, китайское правительство ввело ряд экономических мер, но менталитет сбережений китайского народа сделал усилия китайского правительства неэффективными [Чжан Чжэ, 2018].

Китайцы любят инвестировать в недвижимость, антиквариат и акции.

Китайцы любят покупать казначейские векселя с высокими процентными ставками и стабильной доходностью, а также увлекаются недвижимостью и антиквариатом. Китайцы считают, что преимущества недвижимости намного перевешивают риски. Темпы роста экономики Китая на 7-8% также обусловлены бумом недвижимости [Лю Цзуоян, 2016].

Одержимость китайского народа инвестициями на фондовом рынке несколько холодновата, потому что неопределенность его доходов противоречит стремлению китайского народа к безопасности, но его прибыльность согласуется с психологией стремления китайского народа к богатству. Поэтому большинство китайцев занимают выжидательную позицию по отношению к фондовому рынку.

Рассмотрим отношение к богатству у русских через пословицы.

Деньги – неотъемлемая часть повседневной жизни, и россияне уделяют им большое внимание. Они рационально потребляют, прилежны и бережливы. Это можно ясно понять из многих пословиц, например: *Без копейки рубль щербатый; Даровой рубль дешев, а нажитый дорог; Бережливость – лучшее богатство; Дружба дружбой, а деньги врозь; Денежки счёт любят. Копейка рубль бережёт.*

Однако для русских людей деньги – это не самое главное. Традиционная русская нация – это нация, которая ценит верность и выступает за благородство. В их ценностях семейные узы, дружба часто важнее богатства. Например: *Дружба дороже денег; Любви золотом не купишь.*

Кроме вышеуказанных межкультурных различий Китая и России, необходимо еще рассмотреть вопрос о том, как китайцы справляются с межличностными конфликтами. Межличностный конфликт является распространенным явлением в социальной жизни любого общества. Однако, как показывают китайские исследователи, из-за многочисленных различий в китайской и западных культурах, разрешение конфликтов происходит по-разному, это касается главным образом отличия в управлении конфликтами. [Чжан Юн, Лю Хунли, 2010)].

Под влиянием конфуцианской культуры китайский народ придерживается концепции межличностной гармонии. «Гармония благородна», – так рассуждают китайцы, стремясь создать мирную и спокойную межличностную среду «человеческой гармонии» [Чжан Дайнянь, 1993].

Исходя из принципа «гармония благородна», китайцы в основном следуют четырем основным принципам при разрешении межличностных конфликтов:

1. дифференцированное общение; 2. быть рациональными; 3. быть внимательными и 4. соблюдать умеренность.

1. Дифференцированное общение

Принцип дифференцированного общения заключается в том, что в соответствии с различиями в социальных отношениях, статусе, возрасте, полах, и различиями в содержании и характере конфликта, принимаются различные способы его разрешения.

Прежде всего, в зависимости от объекта конфликта, китайцы придерживаются стратегии или прямого столкновения или его избегания с помощью терпимости.

Китайцы считают, что им следует избегать конфликтов с людьми, у которых имеются психические нарушения или они бескультурные и плохо образованные. Китайцы считают, что спорить с такими людьми бесполезно, это их только унизит или может ввергнуть в бесконечные неприятности.

Во-вторых, китайцы определяют те конфликты, которых нельзя избежать и с которыми необходимо бороться, исходя из отношений и статуса двух сторон конфликта.

Для своих родителей, учителей, лидеров, которые допустили ошибки в поведении и вступили в конфликт со своей собственной моралью, китайцы выступают за эвфемистические увещевания; при этом они не могут критиковать и обвинять напрямую, но в то же время они не могут оставить это без внимания, поэтому должны активно и тактично советовать.

Что касается неподобающего поведения их собственных детей и внуков, то китайцы выступают за то, чтобы родители одновременно не держали зла на своих детей, но и не сдавались легко и сразу. Когда конфликтует молодое поколение, то сначала необходимо терпеливо его учить. Если оно не слушает, то надо строго его критиковать.

В-третьих, китайцы решают, следует ли применять стратегию отступления, исходя из содержания и характера конфликта.

Китайцы верят, что есть некоторые конфликты, о которых не нужно беспокоиться. Это такие, как приобретения и потери славы и богатства. Однако, если это связано с такими конфликтами, как нормы поведения в обществе и принцип управления страной и организацией, это должно быть встречено лицом к лицу и неизбежно.

В целом, мнение Конфуция очень сильно влияет на способ разрешения конфликтов китайцев: конфликты с разными людьми разрешаются по-разному.

2. Быть рациональными

Так называемый принцип рациональности заключается в том, чтобы исходить из элементарной справедливости общества и сохранять ясный ум и рассудительность для разрешения конфликтов.

Независимо от того, велики или малы конфликты и стимулы, с которыми приходится сталкиваться, китайцы выступают за сохранение ясности ума и рассудительности. Не рекомендуется использовать эмоции для разрешения конфликтов. Необходимо рационально анализировать, тщательно обдумывать и находить наилучший способ справиться с ними.

3. Быть внимательными

Данный принцип в основном заключается в том, чтобы мысленно поставить себя на место другого человека и постараться посочувствовать ему. Независимо от отношения к людям или требований окружающих, следует быть очень внимательными.

С одной стороны, китайцы выступают за то, чтобы не навязывать другим то, чего они сами не хотят, чтобы не усугублять конфликт с другой стороной, и это сделает их более терпимыми к другим; с другой стороны, китайцы считают, что то, что они сами не сделают, нельзя просить это сделать других. Таким образом, конфронтация, вызванная конфликтом, значительно ослабнет.

4. Соблюдать умеренность

Это означает, что в процессе разрешения конфликтов китайцы должны обращать внимание на меру и запас возможностей. Поэтому в процессе достижения «гармонии» китайцы не стремятся устранить различия, но стремятся

осознать меру и оставить место для существования разнообразия. Более того, китайцы верят, что в ситуации жесткой конкуренции, если можно жить в гармонии с другими и отличаться друг от друга, то в этом заключается истинная сила.

Необходимо отметить, что китайское общество представляет собой иерархическое общество с высокой дистанцией власти [Wang, Yang, 2017]. Разные социальные слои не только объективно обладают разными социальными ресурсами, но и субъективно имеют существенно различающееся восприятие и идентичность ресурсов, которыми они обладают, что приводит к различиям в стратегическом выборе для людей разных социальных слоев в отношении межличностных конфликтов [Гуань Цзянь, 2016]. Те, у кого более высокий статус, занимают доминирующее положение в межличностных отношениях, независимо от того, какой метод распределения ресурсов или решения он принимает, а те, у кого более низкий статус, не должны возражать, то есть они должны идти на уступки ради групповой гармонии. Когда люди сталкиваются с высшими эшелонами во внутренней группе, они отказываются от достижения личных целей во время разрешения конфликта ради сохранения межличностной гармонии. Хуан Ли также считает, что когда китайцы сталкиваются с людьми более высокого социально-экономического статуса, они идут на компромисс, подчиняются и выполняют требования другой стороны [Хуан Ли, 2007].

В вертикальных отношениях между верхом и низом, когда находящийся в неблагоприятном положении индивид конфликтует с высокопоставленным лицом, для поддержания гармонии межличностных отношений необходимо «заботиться о лице» другой стороны, и наиболее вероятной доминирующей реакцией является терпимость. Кроме того, даже когда слабые индивиды сильно недовольны требованиями высокопоставленных лиц и находятся под гнетом авторитаризма другой стороны, всё равно они должны временно отказаться от своих личных целей. Ян Чжунфан так объяснял такое поведение: поскольку китайское общество долгое время находилось в феодальной и автократической социальной среде патриархата и монархии, человек низкого статуса

демонстрирует модель поведения, ориентированную на авторитет, то есть приводит к послушному поведению перед человеком высокого статуса [Ян Чжунфан, 2009].

Однако в современном Китае существует и другой взгляд на конфликт: «Сам – прежде всего». Эта точка зрения нацелена на защиту собственных прав, когда личные интересы ставятся на первое место. Так, некоторые исследователи обнаружили, что из-за влияния глобализации и рыночной экономики китайское общество продемонстрировало тенденцию к росту индивидуализма. Люди уделяют все больше внимания реализации собственных целей. В процессе модернизации и быстрого социально-экономического развития в китайских городах и многих сельских районах люди становятся все более эгоцентричными. Они стремятся максимально защитить свои личные интересы, ради этого они вступают в конфронтацию [Ян Гошу, 2013].

Тем не менее, рост индивидуализма не привёл к ослаблению традиционной культуры. Традиционная культура сохраняет свою преемственность в социальных изменениях.

Итак, в современном китайском обществе, независимо от социально-экономического статуса, люди по-прежнему более склонны отдавать приоритет стремлению к гармонии, а не личным целям. Китайцы привыкли к «гармоничному» социальному взаимодействию. Стремление к гармонии и избегание конфликтов стали неотъемлемыми характеристиками, укоренившимися в культуре. В различных китайских социальных стратегиях неоднократно подчеркивалось, что это также важно для здоровья и счастья отдельных людей. Когда возникает конфликт, «гармония» рассматривается как благо, а конфликт – как зло. Это мотивирует людей ставить друг друга на первое место в межличностном взаимодействии, при этом стремление к гармонии является величайшей целью; компромисс, послушание, принятие и терпимость становятся основными требованиями межличностного взаимодействия.

Как мы уже отмечали выше, при рассмотрении межкультурных различий обращается внимание на нормы общения, принятые в разных странах. В

частности, в Китае и России приняты определённые правила использования местоимений «вы» и «ты».

В русском и китайском общении использование «вы» и «ты» сложное и строгое, а в некоторых случаях русское противоположно китайскому употреблению. Из-за разного возраста, пола, положения, идентичности и социального статуса их использование совершенно разное.

В русском общении, среди людей, которые близки друг к другу, принято обращение на «ты» к своим семьям, знакомым, друзьям, сверстникам и детям, чтобы показать привязанность, дружелюбие, а в некоторых случаях и небрежность; а к пожилым и незнакомым людям обращаются на «вы», чтобы проявить уважение и вежливость. Если обращение изменено с «вы» на «ты», это означает, что отношения продвинулись вперед и достигли определенной глубины. Напротив, если обращение между ними меняется с «ты» на «вы», это означает, что между двумя сторонами возникли разногласия и дружба распалась. Иногда после того, как двое коммуникаторов познакомились, их форма обращения быстро меняется с «вы» на «ты», указывая, что эти двое стали друзьями и они не должны быть сдержанными и слишком вежливыми.

В деловом общении, когда начальник говорит с подчиненным, используя форму обращения «ты», он показывает не только своё дружелюбие, но и доверие.

В китайском общении форма обращения «ты» используется для слушателей одного и того же или более молодого поколения, а «вы» – для слушателей старшего поколения, но конкретное использование гораздо сложнее, и оно должно выбираться в сочетании с соответствующей языковой областью, положением, близостью и принципами вежливости [Ян Чжунфан, 2009].

«Ты» используется в четырех основных языковых доменах, а именно: домен друзей, домен семьи, домен работы и домен образования. В конкретном использовании оно в основном подчиняется трём принципам: принципу позиции, принципу интимности и принципу вежливости. В кругу друзей, будь то несовершеннолетний или взрослый коммуникатор, «ты» является наиболее распространенной и часто используемой формой, которая отражает равенство

отношений. Даже если отношения близкие или отчужденные, это не повлияет на использование «ты». В деловом общении, чтобы показать, что говорящий выше слушающего с точки зрения положения, статуса, старшинства, возраста, личности и т.д., говорящий будет использовать «ты» без ограничений. Между коммуникаторами одного ранга «ты» является распространенной формой равенства в отношениях. В области образования статус говорящего выше слушателя, говорящие используют «ты» без ограничений. В семейной области «ты» используется для слушателя молодого поколения или одного поколения с говорящим, а иногда его также можно использовать для слушателя старшего поколения, который находится в близких отношениях [Чжан Юн, Лю Хунли, 2010)].

«Вы» – это обращение к слушателю старшего поколения. Отношения между членами семьи тесные, и принцип вежливости не очень эффективен, но для высокопоставленных и пожилых слушателей говорящие могут использовать почетное «вы»; в сфере образования учителя используют «ты» для всех учащихся, в то время как учащиеся используют «вы» для всех учителей. В деловом общении мы можем наблюдать целую иерархическую языковую область. Так, для слушателей, которые находятся в верхних эшелонах с точки зрения возраста, стажа, статуса, личности и т.д., говорящий должен использовать «вы», цель состоит в том, чтобы признать статус и авторитет старшего слушателя. Стоит подчеркнуть, что в деловом общении коммуникаторы, занимающие одинаковую должность, исходя из принципа вежливости и близости, должны обращаться друг к другу на «вы», а те, кто занимает высокие должности, могут обращаться на «ты» к тем, кто занимает низкие должности [Хуан Ли, 2007].

Рукопожатие является важным элементом социального этикета. В этом этикете разница между китайцами и русскими не особенно велика. Порядок рукопожатия очень важен, и в основном соблюдаются следующие принципы:

- 1) люди с высоким статусом протягивают руку первыми;
- 2) когда мужчины и женщины пожимают друг другу руки, они обычно ждут, пока женщина протянет руку первой. У русских не принято, чтобы мужчина

пожимал руку другого человека сильно. Не принято также спрашивать возраст у женщины;

3) хозяин при встрече гостей должен первым протянуть руку, чтобы их поприветствовать;

4) когда младшие (по возрасту) пожимают руки старшим, старшие должны протянуть руку первыми;

5) между верхним и нижним статусом, нижний статус должен протянуть руку первым, чтобы проявить уважение;

6) когда учитель и ученик пожимают друг другу руки, учитель должен протянуть руку первым;

7) когда несколько человек одновременно пожимают друг другу руки, надо дожидаться, пока другие закончат пожимать друг другу руки, потом протянуть свою руку [Лю Цзуоян, 2016].

Межкультурные различия проявляются и в правилах этикета деловых людей Китая и России. Речевой этикет – обширная область обычаев, ритуалов, передающихся как традиция из поколения в поколение. Это социально и национально культурная ценность народа в его языке, речи, общении. Речевой этикет создает целостную языковую картину мира, связанную с достойным, уместным, вежливым обхождением людей друг с другом. Этикет свойствен всем народам и отражает национальную специфику общения каждой нации.

Основной функцией делового этикета является формирование правил, которые помогают людям взаимопониманию друг друга. Вторая функция – удобство, т.е. практичность и целесообразность. Деловой этикет содержит две группы норм:

1) нормы, которые функционируют при коммуникации руководитель-подчиненный (вертикальные);

2) нормы, функционирующие при коммуникации между равными по статусу коммуникантами (горизонтальные).

Сравним русский деловой этикет с китайским с точки зрения принятых традиций – приветствия, обращения к партнерам, обмена визитными карточками,

физического контакта, коммуникативного поведения при ведении бизнеса, использования цифр (любимые/нелюбимые цифры) и отношения ко времени. Рассмотрим таблицу 16.

Таблица 16 – Сравнение русского делового этикета с китайским с точки зрения принятых традиций: приветствия, обращения к партнерам, обмена визитными карточками, физического контакта, коммуникативного поведения при ведении бизнеса, использования цифр (любимые/нелюбимые цифры) и отношения ко времени

	Китайская сторона	Российская сторона
приветствие	рукопожатие	рукопожатие
Обращение к партнерам	1) фамилия+должность, например, Лю директор; 2) фамилия+Сяньшэн (господин) / Нюйши (госпожа), например, Ян Сяньшэн; 3) обращение на вы.	1) господин/ госпожа +фамилия/ должность, например, господин Иванов, господин директор; 2) личное имя+отчество, например, Юрий Александрович; 3) товарищ+ фамилия/ должность, например, товарищ Рыжов, товарищ председатель; 4) обращение на вы.
Обмен визитными карточками	Китайцы подают визитные карточки двумя руками, подача одной рукой означает неуважение к другим.	Русские раздают визитные карточки только правой рукой.
Физический контакт	Соблюдение физической дистанции с собеседником и избежание телесного контакта между незнакомыми людьми. При удачных отношениях в бизнесе возможно рукопожатие.	Стремление избежать телесный контакт. Однако при удачных отношениях в бизнесе возможны рукопожатие, объятие, похлопывание по плечу или по спине.
Коммуникативное поведение при ведении бизнеса	Китайцы больше слушают других, не выражая свои идеи, скрывая эмоции. Мало жестикулируют.	Более эмоциональные, не всегда скрывают свои идеи и эмоции. Говорят, используя жесты.

Нелюбимые цифры	4 (на китайском языке произношение цифры 4 похоже на произношение слова «смерть»).	13 (символ несчастья).
Пунктуальность	Строго соблюдают время.	Не так строго соблюдают время.

Уважение – это очень важный фактор, влияющий на деловое общение, обращение является одним из символов уважения. Правильное обращение способствует другой стороне почувствовать уважение. Уважение – это основа для укрепления доверия. Если другая сторона почувствует неуважение из-за неправильного обращения, то это может оказать отрицательное влияние на результат делового общения.

В Китае при деловом общении принято обращаться к партнерам следующим образом:

- 1) фамилия + должность, например, Ван директор;
- 2) фамилия + Сяньшэн (господин) / Ньюши (госпожа), например, Джан Ньюши;
- 3) обращение на вы.

А в России:

- 1) господин/госпожа + фамилия/должность, например, господин Рыжов, господин директор;
- 2) личное имя + отчество, например, Александр Александрович;
- 3) товарищ + фамилия/должность, например, товарищ Иванов, товарищ председатель;
- 4) обращение на вы.

Все вышеуказанные способы обращения надо строго соблюдать при деловом общении, в противном случае могут возникнуть неудачи в общении.

К сказанному выше важно добавить ещё один момент отличия в деловых отношениях между коммуницирующими – это этикет при общении с представителями женского пола. В Китае в официальной обстановке не принято для женщин:

- открывать перед ними дверь;
- помогать пододвигать стул;
- уступать место;
- брать под руку;
- помогать надевать верхнюю одежду;
- говорить комплименты про одежду, фигуру и внешность.

А в России перечисленные поступки как раз являются способами выражения уважения мужчин к женщинам.

В настоящее время, когда «Китай уже в полной мере стал открытым для внешнего мира, деловой этикет приобретает все большее и большее значение, особенно в контексте международных отношений. И так, мы видим, что по многим вопросам русская культура часто противоположна китайской, то, что для россиян является нормой, для китайцев может быть нарушением этикета» [Ян Синьюй, 2018, с. 215-216].

«Китай, со своей стороны, тоже пытается, как мы можем видеть, познакомить мир со своими традиционными правилами. Всё это может способствовать лучшей интеграции в мировое сообщество. Европейские традиции и процесс глобализации также влияют на Китай. Однако, несмотря на это, в китайском деловом этикете все равно сохраняются те ценности, которые присущи китайскому обществу в течение сотен лет» [там же, с. 216].

2.5. Обучение русскому языку делового общения китайских учащихся

2.5.1. Общая характеристика обучения русскому языку делового общения в китайских вузах

С конца XX века до наших дней, благодаря китайской государственной политике, увеличивается прием в китайские вузы абитуриентов, обучающихся по специальности «Русский язык». По данным Китайской ассоциации преподавателей русского языка и литературы, до 2011 года количество университетов в Китае, обучающих студентов по специальности «Русский язык»,

достигло 106, а в начале 2017 года уже в более чем 150 китайских вузах открылись факультеты русского языка. Каждый год на специальность «Русский язык» зачисляется более 3 тысяч студентов.

По данным «Цзиньпинго» (рейтинги конкурентоспособности по всем специальностям Китайского университета), рейтинг по специальности «Русский язык» на 2018-2019 год выглядит следующим образом (табл. 17).

Таблица 17 – Рейтинг конкурентоспособности по всем специальностям Китайского университета по специальности «Русский язык» на 2018-2019

Рейтинг	Название университета	Географическое положение университета	Уровень университета
1	Пекинский университет иностранных языков	Город Пекин	★★★★★+
2	Шанхайский университет иностранных языков	Город Шанхай	★★★★★+
3	Пекинский университет	Город Пекин	★★★★★
4	Хэйлунцзянский университет	Город Харбин, провинция Хэйлунцзян, КНР	★★★★★
5	Даляньский университет иностранных языков	Город Далян, провинция Ляонин, КНР	★★★★★
6	Сианьский университет иностранных языков	Город Сиань, провинция Шаньси, КНР	★★★★★
7	Шодуский педагогический университет	Город Пекин	★★★★★
8	Восточно-китайский педагогический университет	Город Шанхай	★★★★★
9	Пекинский педагогический университет	Город Пекин	★★★★★

10	Шаньдунский университет	Город Джинань, провинция Шаньдун, КНР	★★★★★
11	Гуандунский университет иностранных языков и внешней торговли	Город Гуанджо, провинция Гуандун, КНР	★★★★★
12	Нанкинский педагогический университет	г. Нанкин, провинция Цзянсу, КНР	★★★★★
13	Уханьский университет	Город Ухань, провинция Хубэй, КНР	★★★★★
14	Цзилиньский университет	город Чанчунь, провинция Цзилинь, КНР	★★★★
15	Нанькайский университет	Город Тяньцзин	★★★★
16	Чжэцзянский Университет	город Ханчжоу, провинция Чжэцзян, КНР	★★★★
17	Суджоский университет	город Сучжоу, провинция Цзянсу, КНР	★★★★
18	Северно-восточный педагогический университет	город Чанчунь, провинция Цзилинь, КНР	★★★★
19	Синьцзянский университет	город Урумчи, Синьцзян-Уйгурский авт. р-н, КНР	★★★★
20	Педагогический университет Центрального Китая	Город Ухань, провинция Хубэй, КНР	★★★★

[<http://www.nseac.com/html/261/680417.html>]

«У нас в Китае с конца 80-х и в начале 90-х гг. отмечается быстрый рост и развитие китайской внешнеторговой и внешнеэкономической деятельности. Поэтому предмет “РЯДО” начал постепенно вводиться на факультеты русского языка в китайских университетах. Прошло уже более 20 лет с тех пор. Как было уже сказано, в начале 2017 г. более 150 китайских вузов открыли факультеты русского языка. Из 150 университетов были исследованы 19 университетов,

размещающихся на северо-востоке, северо-западе, в северном, южном, и центральном Китае, с точки зрения изучения в них предмета «РЯДО»» [Ян Синьюй, 2018, с. 212].

Рассмотрим результаты исследования [там же]:

(1) В 18 вузах был введен предмет «РЯДО», что составляет 94.7% среди исследованных 19 университетов. Эти данные отражаются на рисунке 3.

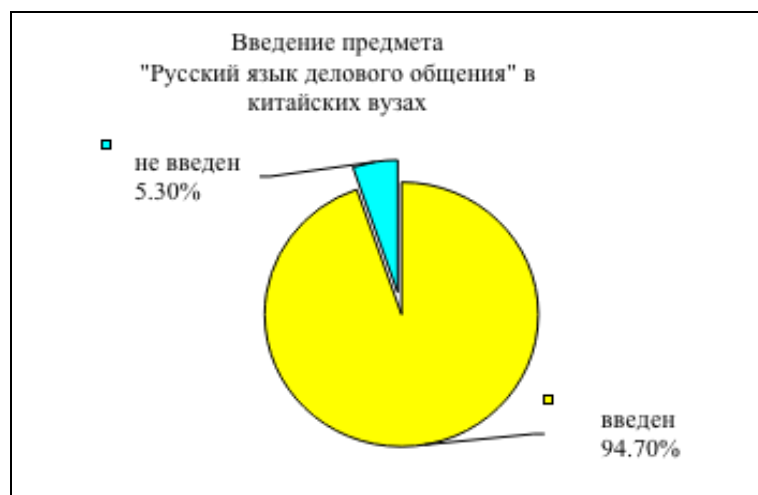


Рисунок 3 – Данные о введении предмета «Русский язык делового общения» в китайских вузах

(2) В 16 университетах предмет «РЯДО» начинает вводиться по выбору или по направлению на третьем курсе. Он продолжается 3 семестра, что составляет 84.2% среди исследованных 19 университетов, в 3 университетах – на четвертом курсе, продолжается 2 семестра (рисунок 4).



Рисунок 4 – Данные о введении предмета «Русский язык делового общения»

на разных курсах китайских вузов

(3) По мнению 95% студентов филологических факультетов русского языка данных 19 университетов, предмет “РЯДО” им очень полезен (рисунок 5).

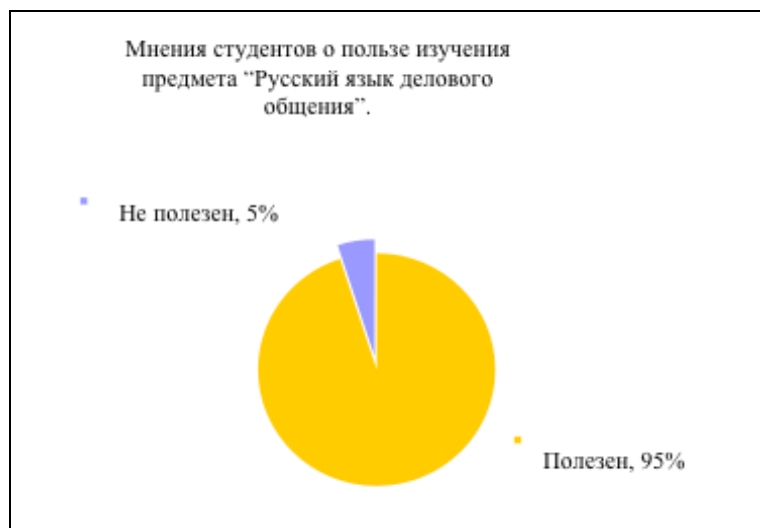


Рисунок 5 – Данные о мнениях студентов о пользе изучения предмета «Русский язык делового общения»

Эти данные «в основном отражают ситуацию изучения предмета “РЯДО” в китайских вузах» [Ли Дексян, 2010].

«РЯДО в настоящее время преподается не только в профильных специальных вузах, но и в непрофильных вузах. Рассмотрим более конкретно состояние обучения предмету “РЯДО”. Основные преподаваемые предметы на факультетах русского языка обычных (не экономических) китайских вузов делятся на две части:

- (1) обязательные учебные предметы по специальности;
- (2) учебные предметы по выбору» (таблица 18) [Ян Синьюй, 2017, с. 448].

Таблица 18 – Обязательные учебные предметы по специальности и учебные предметы по выбору на факультетах русского языка обычных (не экономических) китайских вузов

К обязательным учебным предметам по специальности относятся:	К учебным предметам по выбору относятся:
«Базовый русский язык»	«РЯДО»
«Аудирование»	«Русский язык-туризм»

«Говорение»	«Лексикология русского языка»
«Чтение»	«Стилистика русского языка»
«Грамматика»	«Язык СМИ»
«Перевод»	«Кино и телевидение на русском языке»
«История России»	«Чтение русской классической литературы»
«Русская литература»	
«Страноведение России»	
«Русский язык и культура речи»	
«Практика письменной речи»	
«Практика разговорной речи»	

Итак, предмет «РЯДО» относится к дисциплине по выбору.

Здесь важно отметить, что количество университетов в Китае, обучающих студентов по специальности «Русский язык», как мы уже отмечали, достигло 150, среди этих 150 университетов только 7 являются экономическими университетами. Среди них те, что представлены в табл. 19.

Таблица 19 – Экономические университеты, обучающие студентов по специальности «Русский язык» в Китае

Название университета	Географическое положение университета
Внешнеэкономический торговый университет	г. Пекин
Коммерческий университет	г. Харбин, провинция Хэйлунцзян
Экономический университет	г. Тяньцзинь
Внешнеэкономический и торговый институт	г. Далянь, провинция Ляонин
Университет иностранных языков и внешней торговли	г. Гуанджо, провинция Гуандун
Финансово-экономический университет	г. Харбин, провинция Хэйлунцзян
Университет экономики и права	г. Санья, провинция Хэнань

В экономических университетах на факультетах русского языка (направление делового общения) преподают как обязательные предметы по русскому языку, так и обязательные учебные предметы по направлению специальности (табл. 20).

Таблица 20 – Обязательные учебные предметы по русскому языку и учебные предметы по направлению специальности на факультетах русского языка (направление делового общения) экономических китайских вузов

К обязательным учебным предметам по русскому языку относятся:	К обязательным учебным предметам по направлению специальности относятся:
«Базовый русский язык»	«Обучение чтению на материале русского языка делового общения»
«Аудирование»	«Обучение аудированию на материале русского языка делового общения»
«Говорение»	«Обучение грамматике на материале русского языка делового общения»
«Чтение»	«Обучение лексике на материале русского языка делового общения»
«Грамматика»	«Практика деловой устной речи»
«Перевод»	«Практика перевода делового письма»
«Русская литература»	
«Русский язык и культура речи»	
«Практика разговорной речи»	
«Страноведение России»	
«Практика письменной речи»	

Здесь предмету «РЯДО» обучают как направлению специальности, занимая больше учебного времени. Он разделяется на разные конкретные аспекты, студентам более систематически преподаются знания о русском языке делового общения. Возьмем в качестве примера программу обучения по специальности «Русский язык (направление – деловое общение)» (2015) Пекинского

внешнеэкономического торгового университета. В таблице 21 представлено распределение предметов всех четырех курсов данной программы.

Таблица 21 – Программа обучения по специальности «Русский язык (направление – деловое общение)» (2015) Пекинского внешнеэкономического торгового университета

Вид предмета	Название предмета	Уче бны е час ы	Уче бны бал л	Семестр ведения предмета и учебные часы в неделю							
				1- ы й	2- ой	3- и й	4- ы й	5- ы й	6- ой	7- ой	8- ой
Обязательные учебные предметы по русскому языку и	«Базовый русский язык» (1)	252	4	4							
	«Базовый русский язык» (2)	216	2		12						
	«Базовый русский язык» (3)	216	2			12					
	«Базовый русский язык» (4)	216	2				12				
	«Аудирование. Говорение. (русский язык)» (1)	36	2		2						
	«Аудирование. Говорение. (русский язык)» (2)	36	2			2					
	«Аудирование. Говорение. (русский язык)» (3)	36	2				2				
	«Аудирование. Говорение. (русский язык)» (4)	36	2					2			
	«Современный русский язык»	108	6					6			
«Практика письменной речи»	36	2							2		
Всего учебных часов и баллы		1188	66	14	14	14	14	8		2	

	на китайский язык»										
	«Практика перевода делового письма с китайского на русский»	36	2							2	
	«Практика деловой устной речи»	108	6							6	

Как было отмечено в таблице 22, предмет «РЯДО» начинается вводиться в пятом семестре (на третьем курсе), и продолжается 3 семестра, занимает всего 396 учебных часов, 24 учебных балла. РЯДО обучают как направлению специальности, разделяя на 6 конкретных предметов:

- 1) «Обучение чтению на материале РЯДО»;
- 2) «Обучение аудированию на материале РЯДО»;
- 3) «Практика деловой устной речи».
- 4) «Деловые переговоры»;
- 5) «Практика перевода делового письма с китайского языка на русский язык»;
- 6) «Практика перевода делового письма с русского языка на китайский язык».

2.5.2. Существующие проблемы в обучении русскому языку делового общения на факультетах русского языка китайских непрофильных вузов

В настоящее время существует ряд проблем в обучении РЯДО:

(1) Современные учебники по РЯДО не соответствуют последним достижениям в методике РКИ. При ограниченных условиях обучения в начале введения предмета «РЯДО» на уроках китайских вузов в большинстве случаев преподаются разрозненные, не систематизированные знания, касающиеся торгово-экономической деятельности, такие как «Обучение коммерческому письму», «Деловые переговоры», «Коммерческие переговоры по телефону» и т.д. В ряде случаев некоторые университеты внедряли российские пособия, но они не совпадали с китайской методикой. Поэтому и преподаватели, и студенты с трудом

принимали их содержание и структуру.

В дальнейшем последовательно выпускались некоторые учебные материалы по РЯДО:

- «Программа обучения русскому языку делового общения» (Шанхайское издательство переводов, 2009);
- «Международная торговля: русский язык делового общения» (Издательство исследования и обучения иностранным языкам, 2013);
- «Деловые переговоры: специальность русского языка делового общения» (издательство Хэйлунцзянского университета, 2012) [Ван Тин, 2014].

Хотя в этих пособиях улучшились в целом структура и содержание, но все же существуют некоторые нерешенные вопросы:

1) главное – это содержание пособий, которое предлагается в основном в виде коротких диалогов или предложений, которые не дают студентам знаний о предметной компетенции, в них отсутствует информация, касающаяся сведений о международной торговле. Содержание пособий старое, отсутствует новая информация, соответствующая новому времени;

2) отсутствие достаточного количества упражнений, формирующих речевую компетенцию; задания не носят коммуникативный характер. В большинстве пособий по РЯДО предлагаются упражнения на перевод или требуется дать ответы на вопросы. Таким образом, перевод и письменная речь занимают до сих пор главное место в обучении. Отсутствуют упражнения по развитию навыков говорения и аудирования. Всё это не способствует овладению студентами РЯДО.

(2) Существующий профессорско-преподавательский состав и существующая сейчас методика преподавания РКИ не могут полностью гарантировать реализацию цели – подготовку специалистов РЯДО.

Однако благодаря тому, что профессиональное обучение русскому языку в Китае имеет долгую историю и прочную основу, существует достаточное количество преподавателей, которые преподают русский язык в университетах.

Но в большинстве случаев тем, кто преподаёт РЯДО, не хватает знаний в области РЯДО. В результате получается следующая картина: в аудиториях

преподаватели механически объясняют, а студенты просто слушают и записывают новые слова, пассивно участвуют в учебе, так как преподаватели обращают больше внимания на грамматику, лексику русского языка повседневного общения, а не на РЯДО.

(3) Для реализации поставленных целей обучения выделенного учебного времени явно недостаточно, учебных часов мало, и это привело к тому, что учебные занятия неэффективны.

2.5.3. Анализ учебников для обучения русскому языку делового общения, адресованных китайским студентам-филологам

В настоящее время в китайских неэкономических вузах используется учебник «Русский язык для деловых людей» (издательство «Преподавание иностранных языков», Шанхай, 2008 г.). Данный учебник был составлен преподавателями факультета русского языка Хэйлунцзянского университета на базе учебника «Торгово-экономический русский язык» (автор Сун Шуфан, 1993 года) для китайских студентов-русистов филологических факультетов китайских вузов при изучении предмета «Русский язык делового общения» с четвертого по восьмого учебного семестра.

На рисунке 6 рассмотрим учебник «Русский язык для деловых людей».

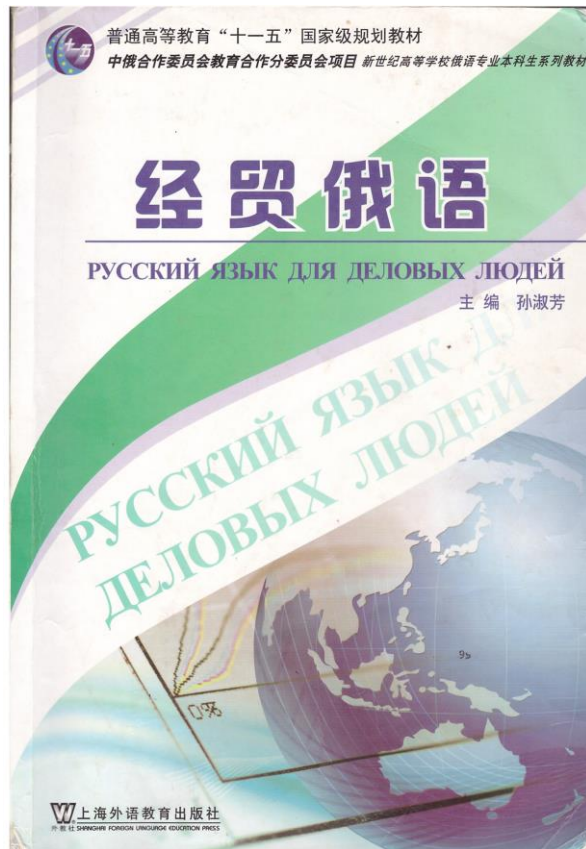


Рисунок 6 – Учебник «Русский язык для деловых людей»

- Общая характеристика учебника:

Данный учебник является основным средством обучения в работе преподавателей и студентов. Он знакомит студентов с содержанием, принципами и закономерностями изучаемой дисциплины. Учебник состоит из структурных компонентов, которые взаимосвязаны и необходимы при обучении РЯДО.

- Цель учебника:

Цель преподавания по данному учебнику заключается в том, чтобы в рамках предложенных тем обучить студентов лексике, грамматическим конструкциям по русскому языку делового общения, развивать у студентов навыки и умения по аудированию, говорению, чтению и письменной речи.

- Структура и содержание учебника:

Данный учебник состоит из 33 уроков, рассчитан на 135 часов. Каждую неделю занятия по РЯДО составляют 3 часа (15 недель). Каждый урок организован с учетом типичной темы в деловом общении, он следует основному правилу обучения «от легкого к сложному».

Темы учебника описаны ниже в таблице 22.

Таблица 22 – Темы учебника «Русский язык для деловых людей»

Номер урока	Название темы
Урок 1	«Обращение, приветствие»
Урок 2	«Встреча, проводы»
Урок 3	«Гостиница»
Урок 4	«На банкете»
Урок 5	«Визитная карточка»
Урок 6	«Краткие сведения о себе»
Урок 7	«Телефонный разговор»
Урок 8	«Выставка»
Урок 9	«Посещение предприятия»
Урок 10	«Презентация продукции»
Урок 11	«Реклама»
Урок 12	«Таможня»
Урок 13	«Деловые переговоры»
Урок 14	«Цена»
Урок 15	«Внешняя торговля»
Урок 16	«Технико-экономическое сотрудничество»
Урок 17	«Платеж, расчет»
Урок 18	«Поставка»
Урок 19	«Логистика»
Урок 20	«Протокол о намерениях»
Урок 21	«Соглашение»
Урок 22	«Торговый контракт»

Урок 23	«Деловая переписка (1) »
Урок 24	«Деловая переписка (2) »
Урок 25	«Посредничество, консультация»
Урок 26	«Страхование, гарантия»
Урок 27	«Банк, аренда»
Урок 28	«Кредит, валюта»
Урок 29	«Рекламация, арбитраж»
Урок 30	«Исходные данные»
Урок 31	«Торги "под ключ"»
Урок 32	«Документ, акт»
Урок 33	«Договор о создании СП»

Каждый урок состоит из четырех разделов:

- «Слова и выражения»;
- «Комментарии»;
- «Образцы»;
- «Упражнения и задания».

1. В разделе «Слова и выражения» представлен словарь, куда включена основная лексика к данной теме. Например, при изучении темы «Торговый контракт» предлагаются такие слова и выражения: *контракт / долгосрочный контракт / контракт купли-продажи / номер контракта / дополнение контракта и т.д.*

2. В разделе «Комментарии», учитывая особенности культур обеих стран, китайского и русского делового этикета, предлагаются определённые лексико-грамматические конструкции и речевые образцы. Например, для изучения темы «На банкете» даются следующие конструкции и речевые образцы:

(1) Обед/банкет 午餐, 宴会

Сегодня мы приглашаем вас на обед, чтобы поблагодарить за все, что вы сделали для нашей делегации.

今天我们邀请您出席午宴，感谢您为我们代表团所做的一切。

Министр коммерции Китая присутствовал на прощальном банкете.

中国商务部长出席了告别宴会。

(2) В честь кого-чего 为了欢迎

Сегодня вечером наша компания устраивает здесь ужин в честь вашего приезда.

今晚我们公司在这里设晚宴，欢迎你们的到来。

Мы устраиваем здесь обед в честь иностранных гостей.

我们在这里设午宴迎外宾 [Сун Шуфан, 2008, с. 45-47]。

3. В соответствии с темой урока, в разделе «Образцы» предлагаются разные тексты и диалоги. Например, в уроке по теме «Телефонный разговор» приводятся такие речевые образцы диалогов:

- *Алло, слушаю вас.*

- *Говорит Владимир Иванов. Можно мне поговорить с господином Федоровым? Это срочно.*

- *Федоров уехал. Что ему передать?*

- *Уехал? Как же так? У меня назначен разговор с ним.*

- *Неужели? Вы, может быть, ошиблись.*

- *Ошибся? Не может быть.*

- *Здесь произошла какая-то ошибка. Какой номер вы набрали?*

- *961-37-28.*

- *У нас 961-34-28.*

- *Извините, пожалуйста, за беспокойство. До свидания.*

- *До свидания.*

- 喂，您请讲！

- 我是弗拉基米尔伊万诺夫，我可以和费奥多夫先生讲话吗？这件事非常着急。

- 费奥多夫已经走了，有什么事要转告他吗？
- 走了？怎么可能呢？我和他约好通话的。
- 是吗？您可能打错了。
- 错了？不可能。
- 可能错了，您拨打的电话号码是多少？
- 9613728.
- 我们这儿是 9613428，显然，您打错了。
- 对不起，打扰了。再见！
- 再见！ [Сун Шуфан, 2008, с. 84-86].

4. С целью закрепления усвоенных знаний и повышения уровня владения языком, в разделе «Упражнения и задания» предлагаются: тренировочные упражнения с выбором правильного ответа из предложенных вариантов, закрытого типа: трансформационные, подстановочные; а также переводные виды упражнений. Например:

(1) Выберите правильный вариант. Например:

1) Мы продаем аналоговые копии с уступкой _____.

- а. в пять процентов
- б. пять процентов
- в. на пять процентов

(2) Поставьте данные в скобках слова в нужной форме, используя при необходимости предлоги. Например:

1) Мы надеемся, что вы нас освободите _____ (налог).

2) Эти вещи облагаются _____ (пошлина).

3) Скажите, пожалуйста, где будет проводиться проверка _____ (документы).

(3) Замените подчеркнутые слова и словосочетания другими, данными в скобках. Например:

(выплата в рассрочку, платеж с аккредитива, инкассовая форма платежа, деньги, авансовый платеж, произвести)

- 1) Нас устраивает платеж авансом.
- 2) Мы получили возможность рассрочки платежа.
- (4) Переведите на русский язык следующие термины.

支付条件 分期付款 预付款 托收 现金结算 电汇 不可撤销对保兑信用证

Кроме того, предлагаются упражнения подготовительного характера для развития навыков устной речи: ответы на вопросы по образцу; конструирование предложений по образцу; а также задания репродуктивного характера, направленные на проверку усвоения лексико-грамматического материала пройденного урока. Например:

- (1) Ответьте на вопросы по образцу.

Образец: - Вас больше устраивает поставка по частям или сразу?

- Нас больше устраивает поставка товара сразу.

- 1) Вас больше устраивает поставка на условиях СИФ или ФОБ?
- 2) Вас устроила бы поставка на условиях ФАС или ФОБ?

- (2) Составьте предложения по образцу. Например:

Образец: поставлять груз, морской путь

Мы поставляем груз морским путем.

- 1) Поставлять большое количество сухого красного вина, железная дорога
- 2) Поставлять автомобили, водный путь
- (3) Закончите предложения. Например:

1) Стороны договорились о ...

2) Стороны договорились, что ...

Из приведённых примеров этого учебника становится очевидным, что в нём больше обращается внимание на формирование у студентов лексических и грамматических навыков, предлагаются тренировочные языковые упражнения закрытого типа и упражнения на перевод, отсутствуют речевые упражнения.

В качестве достоинств данного учебника по деловому русскому языку можно отметить следующее: лексический материал соответствует указанным темам, бизнес-темы типичны, содержание учебника систематизировано. Данный учебник способствует закреплению знаний, навыков и умений в освоении русского языка

делового общения, расширению словарного запаса и повышению способности овладеть базовыми знаниями грамматики. Но овладение определенными словарными и грамматическими навыками не обеспечивает успеха в процессе делового общения. Поэтому, с нашей точки зрения, недостатком данного учебника является то, что он не имеет коммуникативный характер. Взаимное общение является очень важной частью в бизнес-коммуникации, поэтому, если студенты не смогут овладеть навыками и умениями делового общения, то это может вызвать коммуникативные неудачи при общении с российскими бизнесменами.

Для сравнения рассмотрим второй учебник **«Курс делового общения»**, Мэнся, Н. Ю. Царева. издательство **“Пекинский университет языка и культуры”**, 2016 г. (рисунок 7) По сравнению с вышеназванным учебником, он имеет более современный и коммуникативный характер.

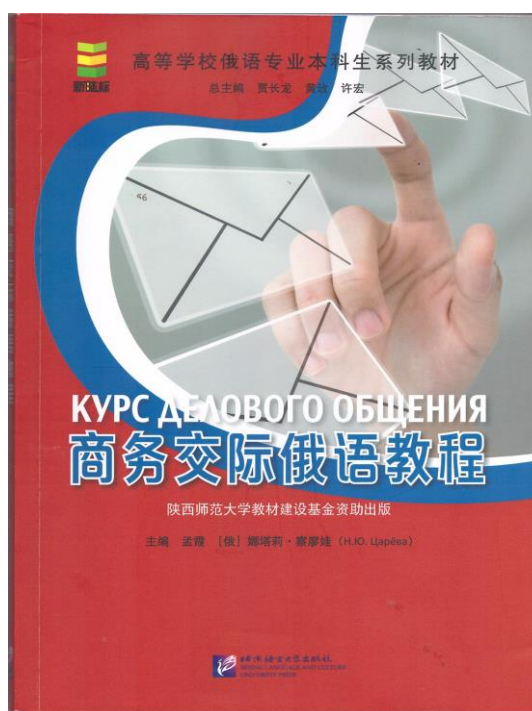


Рисунок 7 – Учебник «Курс делового общения»

- Общая характеристика:

Данный учебник предназначен для студентов факультетов русского языка китайских университетов, а также для тех учащихся, которые заинтересованы в изучении русского языка делового общения. Цель учебника состоит в том, чтобы

эффективным и действенным способом преподавания повысить у учащихся речевые навыки в области делового общения.

- Структура и содержание учебника:

Учебник состоит из 8 уроков, приложения и ключей.

Таблица 23 – Темы учебника «Курс делового общения»

Номер урока	Название урока
Урок 1	Тема: «Новые связи – новые возможности»
Урок 2	Тема: «Вы звонили?...Вам звонят!»
Урок 3	Тема: «Ведем переговоры...Оформляем договоры»
Урок 4	Тема: «Уместен ли торг?...»
Урок 5	Тема: «Финансы, банки...»
Урок 6	Тема: «Кадровая политика компании. Вакансии»
Урок 7	Тема: «Дела служебные...»
Урок 8	Тема: «Пишем партнерам...»

Каждый урок состоит из пяти разделов:

- «Полезно знать»;
- «Речевой тренинг»;
- «Языковой тренинг»;
- «Тренинг в переводе»;
- «Для тех, кто хочет знать больше».

1. Раздел «Полезно знать» состоит из трех пунктов: «Важно уметь», «Полезно знать», «Обсудим». Данный раздел включает в себя теоретические и общие знания, связанные с содержанием урока. Например, для изучения темы «Вы звонили?... Вам звонят» предлагается следующее содержание раздела «Полезно знать» [Мэнся, Царева, 2016, с. 36]:

Важно уметь:

- *представиться по телефону;*
- *вести разговор, если ошиблись номером;*
- *объяснить занятость или отсутствие кого-либо на месте;*

Полезно знать:

- На телефонный звонок следует отвечать по возможности сразу. Подняв трубку, не забудьте сначала поздороваться. Точно так же, если вы звоните, то сначала следует поздороваться и лишь затем попросить к телефону нужного вам человека.

- После того как вы представились, следует назвать свое учреждение, а по внутреннему телефону - структурное подразделение: отдел, редакцию, бухгалтерию и т.п.

Обсудим:

Какие, по-вашему, рекомендации можно дать коллегам, которые собираются вести телефонные разговоры с российскими партнерами, если использовать информацию, данную выше?

2. В разделе «Речевой тренинг» предлагается серия коммуникативных упражнений, которые могут повысить у учащихся речевые навыки в определенных ситуациях общения.

Предлагаются: вопросно-ответные, ситуативные, дискуссионные, игровые задания. Такие упражнения относятся к упражнениям открытого типа. При их выполнении студенты сосредоточены на содержании высказывания. Студенты учатся высказывать своё мнение по определённому кругу тем, участвовать в диалогах.

Например, для изучения темы «Уместен ли торг?...» предлагаются следующие ситуации делового общения:

I. (А) «Объявлен тендер...»

1. (а) Прочитайте тексты и назовите его участников. Как вы думаете, что послужило причиной разговора? В каком месте, в какое время, в какой ситуации они могли произойти?

(б) Если бы вы хотели участвовать в торгах, вас могла бы заинтересовать компания «ЛУКОЙЛ-ИНФОРМ» и почему?

2. (а) Познакомьтесь с текстом объявления компании ОАО «ЛУКОЙЛ» о предстоящих тендерах. **Выскажите свое мнение:**

1) Как вы думаете, какой тендер заинтересовал участников разговора и почему?

2) В каких сферах деятельности фирмам и предприятиям могут быть интересны, выгодны объявленные тендеры? Приведите примеры.

(б) Используя общие сведения об Организаторе тендера, скажите, где расположен его главный офис, назовите его адрес и контактные телефоны.

3. (а) Прочитайте описание ситуации, справочный материал и **примите участие в игре.**

(б) «Участвуем в аукционе!...»

4. Скажите, что вы думаете об аукционе. Свой ответ аргументируйте.

5. Познакомьтесь с информацией на сайте Антикварного Дома «Гелос», подумайте, кого она может заинтересовать?

6. (а) Прочитайте диалог. Назовите его участников и определите тему.

(б) **Выскажите свое мнение** по следующим вопросам:

1) Почему Анатолий Сергеевич заинтересовался участием в аукционе? Какие вопросы он задал собеседнику и почему?

2) Какие вопросы в этой ситуации задали бы вы и почему?

I. (Б) «Приглашаем на ярмарку!...»

7. (а) Прочитайте диалог руководства компании «Ивановский текстиль». Какова цель разговора и какие решения были приняты?

(б) Участники разговора обменялись пословицами: «Купить не продать» и «На каждый товар есть свой купец». Почему? Что они хотели сказать? Есть ли похожие пословицы в китайском языке? Приведите примеры.

8. Прочитайте рекламный проспект ярмарки «Текстильлегпром». На основе данной информации **выскажите мнение:**

1) Как вы думаете, почему дирекция предприятия «Ивановский текстиль» участвует в ее работе?

2) Предположите, какие бизнес-вопросы решаются на ярмарке?

9. Используя данную выше информацию, **восстановите диалоги** сотрудников пресс-службы ярмарки с посетителями.

10. Работа в парах. Телефонный разговор. Выясните информацию о проведении выставок, указанных в перечне.

11. Обменяйтесь информацией. **Предположите варианты ответов.**

1) Что вам известно о Международной выставке «ЭКСПО-2010» в Шанхае? Говорят, что это самая большая выставка. Почему?

3. **«Языковой тренинг»** – этот раздел в основном для повторения и закрепления лексических единиц и грамматических знаний. Благодаря языковым тренингам формируются навыки с помощью различных упражнений. В данном разделе предлагаются следующие упражнения: по лексике - определение значения слов, подбор определений к словам; по словообразованию: определение суффиксов, префиксов, окончаний у глаголов; по грамматике: изучение видо-временных конструкций и их управление.

4. Раздел «Тренинг в переводе» включает в себя ряд упражнений по переводу с китайского языка на русский язык и с русского на китайский с целью повышения навыков перевода по языку делового общения.

5. Содержание раздела «Для тех, кто хочет знать больше» состоит из двух частей – материалов о деловой деятельности в СМИ и описания официального стиля того или иного документа. Данный раздел направлен на то, чтобы активизировать мышление учащихся, улучшить их навыки чтения и понимания текстов делового характера.

Рассмотрев содержание данного учебника, становится очевидным, что он носит коммуникативный характер. В нем предлагается ряд коммуникативных упражнений, направленных на развитие речевых навыков и умений в области делового общения. Однако предложенные тренинги занимают много аудиторного времени. В китайских вузах каждая группа русского языка в основном состоит из 20-30 человек, поэтому преподавателю трудно организовать тренинги на занятиях, слушая ответы каждого студента. Поэтому студентам необходимо использовать данный учебник не только в аудитории, но и в учебной лаборатории.

2.5.4. Особенности спроса специалистов в сфере русского языка делового общения в современном Китае

Согласно анализу 2016 года по вопросам трудоустройства выпускников на факультете русского языка китайских вузов, было установлено, что после окончания университета 55.6% выпускников работают в качестве агентств-комиссионеров (то есть специалистов, работающих во внешнеэкономических компаниях, занимаясь прямыми контактами с русскими компаниями. К их профессиональным обязанностям относятся: поддержание связи с клиентами через электронную почту, телефон, участие в деловых переговорах в качестве переводчиков, посещение по заданию фирмы клиентов за границей. 15.3% из выпускников выбирает поступление в магистратуру в китайские или иностранные вузы, 8% работает гидами в туристических компаниях, 4.9% занимается преподаванием русского языка в китайских школах, 4.7% работает переводчиками, 3.2% работает в государственном министерстве и комиссиях, в средствах печати и средствах массовой информации, отделах министерства иностранных дел в разных регионах и таможне (к претендентам на эти должности предъявляются высокие требования, нужно сдать экзамен для государственных служащих), остальные 8.7% устраиваются на такие работы, которые вообще не касаются русского языка [Ван Цин, 2012] (рисунок 8).

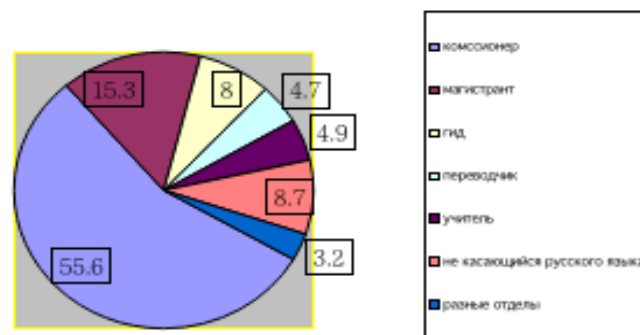


Рисунок 8 – Состояние трудоустройства выпускников факультета русского языка китайских вузов

По результатам данной диаграммы мы можем отметить, что в большинстве

случаев выпускники после окончания университетов занимаются работой, связанной с внешней торговлей.

А теперь рассмотрим, какие требования предъявляют китайские работодатели при приёме на работу к китайским претендентам в сфере РЯДО на должность агента-комиссионера:

(1) Речевые навыки важнее, чем навыки письменной речи. Как мы уже отмечали, главная работа у агентов-комиссионеров – это связываться с бизнес-партнерами в тех странах, в которых говорят по-русски, они часто лицом к лицу или по телефону разговаривают на русском языке с партнерами, поэтому умения и навыки устной речи в большой степени влияют на качество их работы.

(2) Умение устного перевода важнее умения письменного перевода. Комиссионеры постоянно сопровождают руководителей и партнеров, и в этом процессе качество устного перевода комиссионера имеет большое значение для достижения успеха в торговле.

(3) Уровню общего владения русским языком и знаниям делового общения придается одинаково важное значение. Согласно результатам опроса работодателей, которым нужны специалисты-русисты, более 60% компаний требуют от выпускников одновременного владения высоким уровнем общего владения русским языком и знаниями делового общения [Электронный источник: <http://www.dxsbb.com/news/2147.html>]. Поэтому студентам не достаточно знаний только в изучении самого русского языка, необходимо обращать также внимание и на деловой русский язык.

(4) Высокие универсальные качества. Область внешней торговли требует от специалиста практичности, функциональности и универсальности. Те, кто занимается внешней торговлей, должны овладеть знаниями законов и правил по внешней торговле, оперативного управления, культуры и этикета, экономики и финансов, и т.д. Только в таком случае специалисты смогут справиться со своей работой. Кроме этого, еще нужно уметь общаться и согласовывать те или иные вопросы с клиентами, иметь организационный потенциал и командный дух [Ян Чун, Ву Сюэсун, 2011]. В общем, чем шире круг знаний, тем лучше специалисты

смогут адаптироваться к потребностям практической работы. В качестве доказательства наших слов рассмотрим рисунок 9. На ней представлена статистика частотности пяти ключевых слов, представленных в требованиях работодателей к комиссионерам на сайте «Китайские таланты» (известный китайский сайт для тех, кто хочет найти работу) [Электронный источник: <http://www.chinahhr.com/beijing/>].

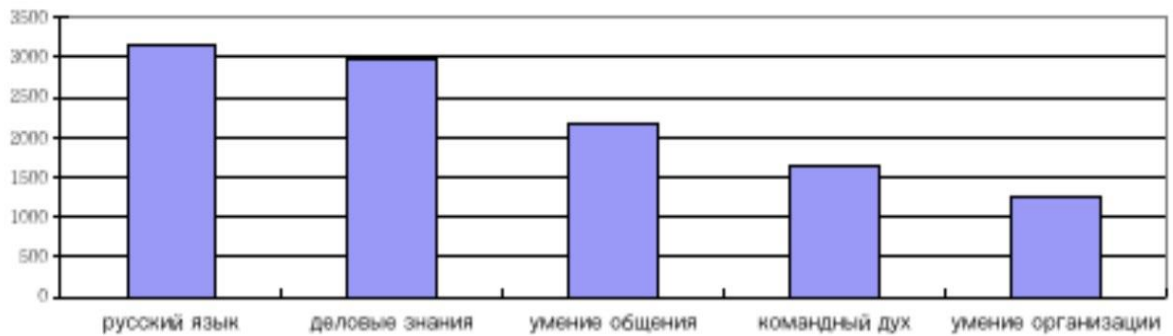


Рисунок 9 – Статистика частотности пяти ключевых слов, представленных в требованиях работодателя к комиссионеру

Итак, мы еще раз убеждаемся в том, что овладение русским языком делового общения востребовано в китайском обществе.

2.5.5. Новые перспективы в подготовке русскоязычных специалистов в Китае в связи с учётом стратегии «Один пояс и один путь»

Проект «Один пояс и один путь» – это международная инициатива Китая, направленная на совершенствование существующих и создание новых торговых путей.

В нём планируется новый раунд китайской стратегии открытости и «выхода на глобальный уровень», а также представлен проект экономического и торгового развития Китая. Данный проект также открывает новые возможности готовить русскоязычных специалистов в Китае.

В связи с этим был проведён Международный семинар «Экономический пояс Шелкового пути и подготовка русскоязычных специалистов в Китае», организованный Китайской ассоциацией преподавания и исследований русского языка и Китайско-Российским альянсом экономических университетов, где выступил вице-министр образования Китая и государственный губернатор образования Лю Лиминь. Он сказал, что с углублением китайско-российских отношений и развитием многосторонних обменов на основе Шанхайской организации сотрудничества, состояние обучения русскому языку в Китае продемонстрировало хорошую динамику. Далее он отметил, что, в связи с формулированием стратегического проекта Китая «Один пояс и один путь», в будущем необходимо готовить русскоязычных междисциплинарных специалистов. Согласно трем недавно опубликованным маршрутам Экономического пояса Шелкового пути, два из них тесно связаны с Россией. Во-первых, на севере Китая маршрут проходит в Европу через Монголию и Россию; во-вторых, на западе Китая маршрут проходит в Европу через Центральную Азию. Существует более десятка стран, где на этих двух маршрутах можно использовать русский язык. Поэтому роль русского языка в развитии Экономического пояса Шелкового пути незаменима.

Статистика, предоставленная Министерством образования, показала, что до 2015 года всего в 26 провинциях и городах по всему Китаю преподавание русского языка велось, в большинстве случаев, – в колледжах и университетах Северо-Восточного и Северного Китая. Лю Лиминь считает, что в Экономическом поясе Шелкового пути недостаточно русскоязычных колледжей и университетов, и Китаю необходимо в будущем готовить больше русскоязычных специалистов. Он подчеркнул, что еще более важно, чтобы в будущем обучение русскому языку проходило в нужном направлении и воспитывало бы таких русскоязычных специалистов, которые бы могли участвовать в строительстве экономического пояса Шелкового пути. Русскоязычные специалисты, которые хорошо освоят русский язык, торговлю, экономику и юриспруденцию, будут очень востребованы.

С продвижением строительства экономического пояса Шелкового пути Лю Лимин предложил стратегический проект «Великий русский язык» в общем плане будущего обучения русскому языку в Китае. По словам Лю Лимина: «Так называемая концепция “Великого русского языка” должна основываться на русском языке, и, ориентируясь на эту концепцию, академическое видение и сфера исследований должны продолжать расширяться в направлении различных областей гуманитарного сотрудничества, в различных областях экономического и торгового сотрудничества. Русскоязычные профессиональные колледжи и университеты, участвующие в этой концепции, безусловно, будут иметь более радужные перспективы, и их выпускники со знанием русского языка, безусловно, будут очень полезны».

Значительную роль в подготовке специалистов со знанием русского языка играет первый специализированный совместный российско-китайский университет, учреждённый в 2014 г. в городе Шэньчжэне.

Университет МГУ-ППИ в Шэньчжэне (рисунок 10) – российско-китайский кооперативный университет с независимым юридическим лицом, созданный Городским народным правительством города Шэньчжэня, Пекинским политехнологическим университетом и МГУ имени М.В. Ломоносова. Данный университет стремится дать своим учащимся элитное образование и внедрить в обучение научно-исследовательскую и инновационную деятельность на высоком уровне, цель этого учреждения – создание уникального международного комплексного исследовательского университета мирового класса.

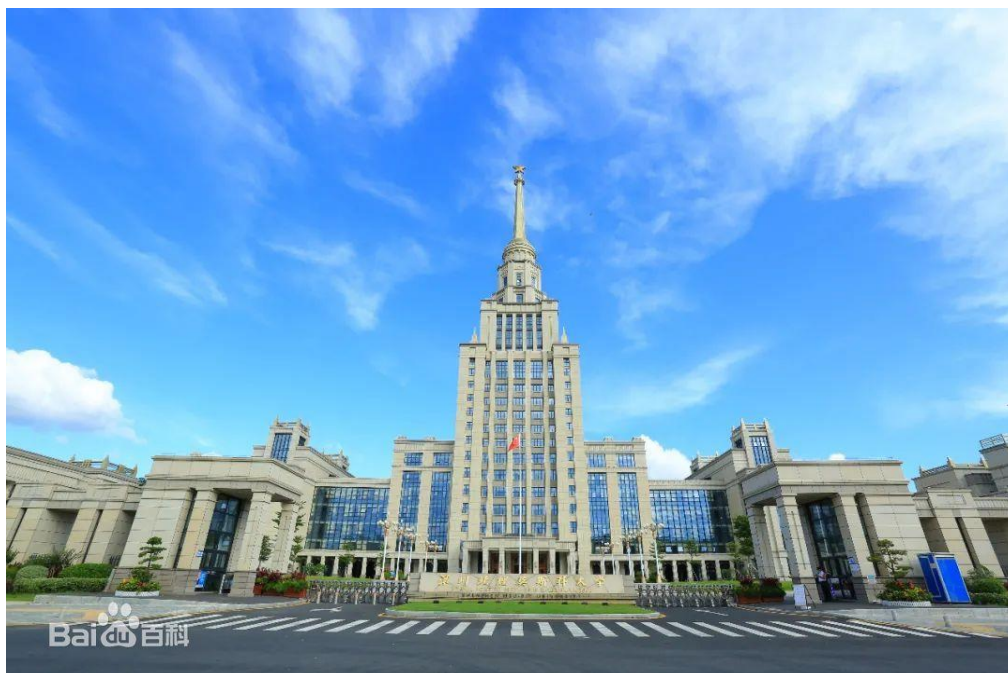


Рисунок 10 – Университет МГУ-ППИ в Шэньчжэне

Университет МГУ-ППИ в Шэньчжэне также является членом Образовательного союза по инновациям и предпринимательству Шэньчжэньского университета, Китайско-Российского кооперативного университетского союза, Китайско-Российского комитета дружбы, мира и развития, Китайского совета по образованию.

Университет МГУ-ППИ в г. Шэньчжэне был создан с одобрения Министерства образования Китая в октябре 2016 года; первая партия студентов и магистрантов была набрана в сентябре 2017 года; в 2020 году этот университет был также утвержден в качестве базы постдокторской инновационной практики.

Согласно официальному веб-сайту университета в июне 2022 года, он занимает общую площадь в 333 700 квадратных метров, с общей стоимостью 35,7783 миллионов юаней с учётом учебного и научно-исследовательского оборудования; он предлагает 9 специальностей бакалавриата, 11 специальностей магистратуры и 2 направления аспирантуры; в нём работает 403 преподавателя и сотрудника, и обучается 1340 студентов.

В настоящее время университет предлагает 9 специальностей бакалавриата: математика и прикладная математика, материаловедение и инженерия, экономика, химия, русский язык, биологические науки, электронная и компьютерная

инженерия, международная экономика и торговля, а также китайский язык; в ближайшее время будет открыт ряд специальностей в области естественных наук, инженерии и искусства; 11 специальностей магистратуры в области прикладной математики и информационных технологий, фундаментальных основ материаловедения, нанотехнологий, экологических изменений земли и систем искусственного интеллекта, международной экономики и бизнеса, русского языка и культуры, преподавания РКИ, городской экологии и регионального планирования, международной экономической (коммерческой) юриспруденции, государственного аудита и неорганической химии; русский язык и литература, биология – 2 специальности аспирантуры. Большинство профессиональных курсов преподаются специалистами, командированными из МГУ имени М.В. Ломоносова.

Основным языком обучения является русский, и все учащиеся, поступающие в университет МГУ-ППИ в Шэньчжэне, вначале не владеют русским языком, они начинают его изучать в университете с нуля. Первый год обучения по всем специальностям основан на изучении русского языка, включая вводный курс базового русского языка и языка будущей профессии (его элементов) на русском языке, а следующие три года изучение русского языка продолжается вместе с изучением языка специальности.

Большинство специальностей в университете основано на учебных программах и учебных планах МГУ имени М.В. Ломоносова. Обучение проводится в небольших классах. Размер учебной группы составляет около 15 человек. Используется также модель онлайн-обучения в двух режимах: лекций и семинаров.

Кроме того, университет МГУ-ППИ в Шэньчжэне реформировал систему проверки и оценки учебных программ, чтобы сформировать механизм контроля качества преподавания, эффективности построения учебных программ, внедрения правил и положений управления обучением, а также «трехэтапной проверки» преподавания «в начале», «в середине семестра» и «в конце семестра» для научной оценки эффективности обучения студентов.

МГУ-ППИ в Шэньчжэне опирается в своей деятельности преимущественно на базовые дисциплины МГУ имени М.В. Ломоносова и инженерные дисциплины Пекинского политехнологического университета, что способствует удовлетворению потребностей национальной стратегии развития науки и технологий регионов Гуандун-Гонконг-Макао Большого залива и созданию научно-технических промышленных кластеров Шэньчжэня, интернационализации и всесторонности в управлении университетами, а также создаёт национальную базу подготовки специалистов для китайско-российского культурного и образовательного научно-технического сотрудничества и экономического и социального развития проекта «Пояса и пути».

С момента своего создания до выпуска первой партии из 100 студентов в 2021 году, университет МГУ-ППИ в Шэньчжэне не только создал прецедент для сотрудничества в области образования между двумя странами, но и способствовал ещё более эффективному продвижению культурного сотрудничества между Китаем и Россией.

Инициатива «Один пояс и один путь» оказывает глубокое влияние на состояние обучения русскому языку в Китае. Необходимо увеличить подготовку русскоязычных специалистов различных областей, служащих «Поясу и пути». А расширение обучения русскоязычных специалистов поможет еще больше углубить китайско-российские отношения.

Выводы по главе 2

Подводя итоги по второй главе нашего диссертационного исследования, мы хотели бы сделать следующие выводы:

1. Понятие «деловое общение» как явление трансфункционально, его реализация может быть осуществлена фактически в любой сфере деятельности.

2. В настоящий момент, в связи с использованием коммуникативно-деятельностного подхода к преподаванию иностранных языков, основной целью преподавания является формирование иноязычной коммуникативной

компетенции учащихся в том объеме, который позволяет им удовлетворить свои жизненные притязания и обусловленные ими коммуникативные потребности.

3. Содержание обучения РЯДО содержит множество компонентов, среди которых следует отметить, в свою очередь, необходимые знания по грамматике, лексике, лингвострановедению; коммуникативные навыки и умения, которые должны быть сформированы в процессе обучения, предметные знания, которые приобретаются в процессе изучения текстов по специальности, а также тем, подтем, сфер, ситуаций и коммуникативных задач общения; знания о культуре носителей изучаемого языка, составляющие содержание социокультурной компетенции.

4. Формирование коммуникативной компетенции связано с уровневым подходом. Обращается внимание на инструктивно-методические документы, описывающие разные уровневые системы делового общения, принятые в России и Китае в соответствии с международными стандартами.

5. В рассмотренном нами Лингводидактическом описании целей и содержания базового уровня РЯДО особо обращается внимание на овладение таким умением, как взаимодействие, важным при речевом общении.

6. В деловом общении особую роль играет межкультурное деловое общение (МДО). Мы видим необходимость обучения РЯДО в органическом сочетании с межкультурными данными, которые в наши дни играют все большее значение в межкультурной коммуникации.

7. Хотя Россия и Китай являются близкими соседями, но у них свои собственные культурные корни, что сделало их правила этикета разными с точки зрения принятых традиций (приветствия, обращения к партнерам, коммуникативного поведения при ведении бизнеса, отношения к деньгам и инвестициям и т.д.). При обучении китайских учащихся РЯДО нужно учитывать эти различия.

8. В связи с быстрым развитием внешних отношений между Китаем и Россией, которое произошло в течение последних тридцати лет, закономерно возросло количество университетов Китая, открывших факультеты русского

языка. В свою очередь, на данных факультетах, как показывает статистика, всё большую значимость приобретает дисциплина «РЯДО». Проведя анализ по данным статистических исследований, проведенных в 19-ти университетах Китая, следует отметить факт положительного восприятия дисциплины «РЯДО» самими студентами. Более 95% студентов высказались о полезности проведения занятий по данной дисциплине.

9. Отдельно стоит отметить разницу обучения в ВУЗах экономического и неэкономического профилей. В неэкономических университетах «РЯДО» является дисциплиной по выбору, тогда как в университетах с экономическим направлением (надо отметить их меньшее количество – всего 7 из 150-ти рассматриваемых) предмету «РЯДО» обучают как направлению специальности. Отсюда очевидна разница в содержании изучаемых дисциплин, количестве часов, и др.

10. Необходимо также отметить и существующие проблемы в обучении РЯДО, присутствующие на данный момент. Основной проблемой, прежде всего, является несоответствие учебных пособий современным методам обучения РКИ. Недостаточность знаний о предметной области, излишняя краткость, отсутствие коммуникативного характера заданий – все это не лучшим образом сказывается на учебном процессе. Также о себе даёт знать недостаточная подготовка кадров в сфере преподавательской деятельности и малое количество учебных часов.

11. В настоящее время, на наш взгляд, наиболее оптимальным из предложенных учебников по рассматриваемой дисциплине является учебник Мэнся, Н. Ю. Царева. «Курс делового общения», издательства “Пекинский университет языка и культуры”, 2016 г. так как он имеет более коммуникативный характер по сравнению с остальными учебниками.

12. В перспективном отношении большую роль в преподавании русского языка делового общения играет проект КНР «Один пояс, один путь».

Глава 3. Программа экспериментального обучения китайских учащихся русскому языку делового общения с использованием сценарного подхода и ее реализация

3.1. Программа экспериментального обучения

С целью подтверждения гипотезы нашего исследования были разработаны модели лингводидактических материалов: три сценария – «Выдвижение претензии», «Торг», «Сотрудничество» (см. параграф 3.1.1). Для того чтобы проверить их эффективность, было проведено экспериментальное обучение, оно описывается в данной главе.

Цель экспериментального обучения заключается в проверке выдвинутой гипотезы об эффективности разработанного сценарного подхода обучения на базовом уровне РЯДО для оптимизации учебного процесса, способствующего формированию у китайских учащихся коммуникативной компетенции РЯДО.

Экспериментальное обучение проводилось **на третьем этапе** нашего исследования (см. Введение, стр. 13).

Первый – подготовительный этап нашего исследования, проходил в 2015–2016 гг. В течение первого этапа проводился сбор информации, изучение научной литературы, беседы с русскими и китайскими преподавателями и изучение их опыта, анализ учебных пособий и нормативных документов.

На втором этапе нашего исследования (2017–2018 гг.) на основе собранной информации и обобщения изученного материала была сформулирована рабочая гипотеза о том, что разработанный сценарный подход обучения РЯДО является эффективным средством оптимизации учебного процесса, способствующим формированию у китайских учащихся коммуникативной компетенции РЯДО благодаря:

– моделированию разных конкретных сценариев по деловому общению и дискурсивных событий, с помощью которых учащиеся осваивают навыки ориентации в сложной информационной среде, быстрой реакции на реплики собеседника для достижения той или иной коммуникативной цели, смогут

почувствовать себя более уверенно не только на уроках, но и в ситуациях реальной жизни. Они станут более подготовленными к разрешению конкретных вопросов в реальной жизненной ситуации;

– возможности обучения учащихся умению использовать те или иные речевые стратегии и тактики в речевом взаимодействии, которые способствуют формированию у учащихся способности к самовыражению, умению аргументировать свою позицию или выражению несогласия в тех или иных вопросах. Усвоенные навыки и умения будут способствовать успеху в будущем общении с деловыми партнерами;

– строению в соответствии со сценарием учебного словаря тематической лексики и набора тренировочных упражнений, у учащихся происходит формирование способности обладать определенным набором профессиональной деловой лексики, формирование коммуникативной компетенции, приобретение умений и навыков делового общения;

– соединению усилий учащихся для выработки коллективного совместного решения, которое способствует формированию у учащихся умения работать в команде.

На третьем этапе (2018–2020 гг.) проводилась проверка гипотезы исследования в ходе экспериментального обучения. Экспериментальное обучение преследовало цель обосновать целесообразность использования в учебном процессе сценарного подхода в обучении китайских студентов на базовом уровне, апробировать созданные сценарии и разработанную на их основе систему упражнений.

Экспериментальное обучение преследовало цель подтвердить и обосновать целесообразность использования сценарного подхода в обучении китайских учащихся деловому общению (базовый уровень), апробировать разработанные линводидактические материалы.

Экспериментальное обучение проводилось с 6 марта по 10 мая 2020 года (10 недель) по материалам сценариев «Выдвижение претензии», «Торг»,

«Сотрудничество» на 3-ем курсе факультета русского языка Синьцзянского университета (Китай).

В обучении приняли участие две группы студентов третьего курса, в каждой группе было по 20 китайских студентов-филологов, владеющих русским языком на базовом уровне.

Согласно указанной гипотезе и целям экспериментального обучения, была разработана программа его проведения, состоящая из анкетирования, констатирующего среза, экспериментального обучения, итогового среза, анализа результатов обучения.

Цель анкетирования – выявить субъективное отношение студентов к сценарному подходу в обучение РЯДО (степень интереса к данному способу обучения, сложности при изучении, эффективности предложенного лингводидактических материалов, и субъективная оценка пользы подобного обучения, то есть факторов, которые могли бы повлиять на мотивированность студентов).

Для более точного определения стартового уровня студентов был проведен констатирующий срез. Проведение экспериментального обучения позволило проверить эффективность предложенным сценарным подходом и апробировать созданные нами модели лингводидактических материалов.

Итоговый срез проводился с целью определения прогресса, которого достигли учащиеся в результате экспериментального обучения по сравнению с контрольной группой.

Этапы проведения эксперимента:

1. Анкетирование: 4 ак. ч.
2. Проведение констатирующего среза: 2 ак. ч.
3. Проведение экспериментального обучения: 30 ак. ч.
4. Итоговый срез: 2 ак. ч.

3.1.1. Разработанные модели в виде лингводидактических материалов для проведения экспериментального обучения

1. Модель лингводидактического материала по сценарию «Торг»

Обучение РЯДО является специально организованным процессом, в ходе которого студенты усваивают определенный опыт (в нашем случае опыт овладения РЯДО). В соответствии с Лингводидактическим описанием целей и содержания обучения на базовом уровне РЯДО, мы выяснили, что на данном уровне «иностранны должны уметь участвовать в деловых разговорах с российскими партнёрами и при этом решать ряд коммуникативных задач: с одной стороны, информировать деловых партнёров по вопросам качества товара, его себестоимости, формах платежа; с другой стороны, запрашивать информацию у партнёров о качестве товара, его себестоимости, формах платежа» [Лингводидактическое описание целей и содержания обучения. Базовый сертификационный уровень, 2003, с. 9]. Причём, в данном Лингводидактическом описании целей и содержания обучения базового уровня предлагается в качестве самостоятельного вида речевой деятельности речевое взаимодействие. Известно, что при деловых контактах происходит речевое взаимодействие. По способу ведения переговоров речевое взаимодействие может быть вариативным, а именно: с использованием говорящими тех или иных речевых стратегий и тактик.

Описывая во второй главе учебники китайских методистов, мы убедились в том, что они предлагали в своих учебниках диалоги с использованием стратегии сотрудничества. Однако в реальной жизни чаще всего при ведении деловых переговоров используются стратегии: торга, персуазивности (воздействия), сопротивления, а также соответствующие тактики, обеспечивающие эти стратегии. Поэтому мы считаем необходимым использовать сценарный подход с целью формирования у учащихся ряда навыков и умений речевого взаимодействия с использованием тех или иных стратегий и тактик. Именно с этой целью мы разработали модели лингводидактических материалов – сценарии «Торг» и «Выдвижение претензий» и предложили их для экспериментального

обучения в китайских группах, так как в настоящее время, как и раньше, конфликтные ситуации бывают непосредственной реальностью, чем, собственно, и объясняется актуальность нашего исследования.

При описании сценария необходимо также отметить, что каждый сценарий имеет определённую структуру, включающую в себя следующие компоненты:

- описание ситуации общения, места общения и участников общения;
- указание на коммуникативные задачи общения каждого из участников общения;
- примеры речевых стратегий и тактик по данному сценарию;
- образцы деловых бесед;
- учебный словарь;
- упражнения для тренировки;
- упражнения для самостоятельной работы.

Рассмотрим более конкретно стратегию торга и набор речевых тактик при осуществлении этой стратегии. Представление понятия «торг» связано с процессом переговоров. Торг является такой частью переговоров, в ходе которой покупатель и продавец обсуждают спорные вопросы. Это может быть обсуждение вопроса цены, но могут быть и другие вопросы, касающиеся, например, сроков поставки, способов транспортировки, качества упаковки и пр. [Ян Синьюй, 2018, с. 744]. Необходимо учитывать те условия и те причины, когда используется стратегия торга: «Стратегия торга используется в том случае, когда каждая из сторон стремится выторговать для себя наиболее выгодные условия совершения сделки... В стратегии торга используются тактики возражения, сомнения, несогласия, аргументации, разъяснения своей позиции» [Калиновская, 2017, с. 108].

При обучении сценарию «Торг» на занятиях предлагался план стратегии торга, который состоял из четырёх пунктов, включающих следующие задачи:

- «Выдвинуть цену одной стороной.
- Выразить несогласие другой стороной. Просить уменьшить цену.
- Выразить несогласие первой стороной. Аргументировать его.

▪ Выразить согласие/несогласие другой стороной. Аргументировать его» [Ян Синьюй, 2018, с. 744].

В связи с этим со студентами проводилась предварительная работа:

(1) Во-первых, были объяснены коммуникативные задачи, тактики и приведены речевые образцы (таблица 25 и таблица 26). Были разработаны учебные словари, куда была включена основная лексика данного сценария.

(2) Во-вторых, предлагались примеры сценариев деловой беседы. При работе над данным примером обращалось внимание на **место общения** (офис представителя), **социальные роли участников** (директор китайской компании и директор российской компании), **ситуации общения** (во время переговоров проводится торг между двумя сторонами по вопросам цены и обсуждается вопрос о скидке).

(3) В-третьих, учитывая характер предложенного материала, для развития практических навыков и умений студентам предлагался ряд заданий (см. стр. 131-136)

Рассмотрим сценарий «Торг». Данный материал состоит из трех частей. В первой части студентам предлагались следующие коммуникативные задачи, описанные в таблице 24.

Таблица 24 – Коммуникативные задачи к сценарию «Торг»

Одна сторона (представитель китайской компании)	Другая сторона (представитель российской компании)
Пригласить партнёров к участию в обсуждении цены на товар. Выдвинуть свою цену.	Выразить несогласие с предлагаемой ценой и просьбу уменьшить цену, сделать скидку. Аргументировать своё предложение.
Ответить на предлагаемую скидку в виде согласия / несогласия. Аргументировать свою позицию.	Выразить понимание ситуации / уйти от решения вопроса.

[Ян Синьюй, 2018, с. 745-746]

Согласно данным коммуникативным задачам были предложены тактики и речевые образцы (таблицы 25-30).

Таблица 25 – Тактики и речевые образцы к сценарию «Торг»

Коммуникативные задачи	Тактики и речевые образцы
<p>1. Пригласить партнёров к участию в обсуждении цены на товар. Выдвинуть свою цену.</p>	<p>Тактика приглашения: <i>Давайте обсудим вопрос о цене./ Давайте поговорим о цене./ Мы бы хотели сегодня с Вами поговорить о вопросе цены.</i></p> <p><i>Мы предлагаем вам цену ...</i></p>
<p>2. Выразить другой стороной несогласие с предлагаемой ценой и просьбу снизить цену, сделать скидку.</p> <p>Аргументировать своё предложение.</p>	<p>Тактика выражения несогласия: <i>Ваша предлагаемая цена нас не устраивает. /Мы не согласны с этой ценой. /Мы не можем согласиться с вашей ценой.</i></p> <p><i>Просим снизить цену. /Просим сделать нам скидку. /Хотелось бы получить скидку./ Вы не могли бы сделать нам скидку на количество?</i></p> <p>Тактика аргументации: <i>Ваша цена нам не подходит. Вопрос в том, что она очень высока. Если бы вы сделали нам скидку в размере 5%, мы бы сразу заключили договор.</i></p>
<p>3. Ответить на предлагаемую скидку в виде согласия/несогласия.</p> <p>Аргументировать свою позицию.</p>	<p>Тактика выражения согласия: <i>Хорошо. Предлагаем вам скидку в размере 5%./ Мы максимально можем сделать вам скидку в размере 3%.</i></p> <p>Тактика аргументации: <i>Вы же понимаете, что мы уже вам предлагали выгодную цену, поэтому больше не уступим.</i></p> <p>Тактика уговаривания: <i>Поймите, пожалуйста, нашу ситуацию. Если сделаем вам скидку в размере 8%, тогда у нас вообще не будут никакой прибыли. /Войдите в наше положение. Мы обеспечиваем качество товара, а цена всегда зависит от качества.</i></p>
<p>4. Выразить понимание ситуации/уйти от решения вопроса.</p>	<p>Тактика согласия: <i>Хорошо. Ждём вашего звонка.</i></p> <p>Тактика ухода от решения вопроса: <i>Хорошо. Мы подумаем и перезвоним вам на следующей неделе.</i></p>

Таблица 26 – Учебный словарь к тактикам и речевым образцам сценария «Торг»

Обсудить (что?) – 讨论	обсудить о вопросе цены товара – 讨论商品价格
Поговорить (о чем?) – 商量	цена – 价格 поговорить о цене – 商量价格
(кому) подходит/не подходит – 合适	(кого) устраивает/не устраивает – 合适
Нам цена не подходит/ Нас цена не устраивает – 我们觉得价格不合适	
Предлагать (кому-что?) – 提供	предлагать вам цену (сколько?) – 提供给您价格为...
Согласен (-сна, -сны) (с кем-чем?) – 同意 (形容词短尾)	Согласиться (с кем-чем?) – 同意
Мы не согласны с вашей ценой - 我们不同意您的价格。 Просить (кого?) – 请求	
уменьшить (что?) /снизить (что?) – 降低	
Просим вас уменьшить/снизить цену – 请求降低价格	
Сделать (что-кому?) – 做, 打	скидка – 折扣 Сделать (кому) скидку (на что) – 打折
Сделать нам скидку на количество – 在数量上打折	
Получить (что?) – 得到	получить скидку – 得到折扣
Высок(-а, -о, -и) – 高 (形容词短位)	цена высока – 价格较高
В размере (сколько процентов?) – 数额为	в размере 10% – 10% 的数额
Предлагать (кому?) скидку в размере (сколько?) – 提供给..数额为...的折扣	
Можем предложить вам скидку в размере 5% – 我们可以提供给你们5%的折扣	
Вопрос в том, что – 问题在于	Заключить (что?) – 签署
Заключить договор/контракт – 签合同	Выгодная цена – 有利的价格
Войти – 进入	положение – 情况, 状态 Войти в наше положение – 设身处地
Прибыль – 利润	Зависеть (от чего?) – 取决于
Цена зависит от качества – 价格取决于质量 Ждать (чего?) – 等待	
звонок – 电话 (打电话) Ждать вашего звонка – 等您的电话	
Перезвонить (кому?) – 回电话	

Во второй части сценария «Торг» мы приводили пример делового разговора.

Предлагался такой сценарий торга:

А. Место общения: на выставке.

Б. Участники общения: продавец - директор по продажам Ли Пин (КНР), покупатель - директор по закупкам Иванов А. С. (Россия).

Ситуация: партнеры встретились на выставке из-за того, что у продавца цена дивана повысилась на 8% по сравнению с прошлым заказом. Обсуждали вопрос о цене.

Полный текст диалога

Ли - *Добрый день, господин Иванов! Рад вас видеть в нашем павильоне! Давно не виделись! Как ваши дела? Мы отправили вам наше новое предложение, вы рассмотрели?*

Иванов - *Здравствуйте, господин Ли! Рад вас видеть! У нас все хорошо! Мы рассмотрели ваше новое предложение. Но мы заметили, что по сравнению с нашим прошлым заказом, настоящая цена на них повысилась на 8 % Почему?*

Эта цена для нас очень высока.

Ли - *Очень жаль, что так получилось! Вопрос в том, что цена на древесину, массив дерева, из которого мы делаем наши диваны, сильно повысилась. Древесина - это очень важное сырье, из которого мы делаем нашу продукцию!*

Иванов - *Я понял. Но мы планируем закупить у вас партию диванов, а нас такая цена не устраивает. Можете ли сделать нам скидку на количество?*

Ли - *А какая скидка вас устраивает?*

Иванов - *В размере 5%.*

Ли - *К сожалению, с такой скидкой мы не можем согласиться. Поймите нашу ситуацию. По такой цене нам очень невыгодно продавать.*

Иванов - *Да, я очень понимаю ваше положение, но просим вас учитывать важный момент, что мы постоянные партнеры, сколько лет мы уже сотрудничаем!*

Ли - *Согласен с вами! И наше сотрудничество также важно нам. Но, учитывая этот момент, максимально можем предложить для вас скидку только в размере 3%.*

Иванов - *Окей. Спасибо за скидку. Мы подумаем и позвоним попозже.*

Ли - *Хорошо. Буду на связи.*

В данном сценарии предлагались следующие сцены:

сцена 1. Выражение радости встречи; приглашение партнёров к участию в обсуждении цены на товар.

Ли - *Добрый день, господин Иванов! Рад вас видеть в нашем павильоне! Давно не виделись! Как ваши дела? Мы отправили вам наше новое предложение, вы рассмотрели?*

Сцена 2. Выражение радости встречи; выяснение причины повышения цены.

Иванов - *Здравствуйте, господин Ли! Рад вас видеть! У нас все хорошо! Мы рассмотрели ваше новое предложение. Но мы заметили, что по сравнению с нашим прошлым заказом, настоящая цена на них повысилась на 8 %. Почему?*

Сцена 3. Объяснение причины повышения цены.

Ли - *Очень жаль, что так получилось! Вопрос в том, что цена на древесину, массив дерева, из которого мы делаем наши диваны, сильно повысилась. Древесина - это очень важное сырье, из которого мы делаем нашу продукцию!*

Сцена 4. Выражение готовности закупать товары; выражение несогласия с ценой; просьба сделать себе скидку/снизить цену.

Иванов - *Я понял. Но мы планируем закупить у вас партию диванов, а нас такая цена не устраивает. Можете ли сделать нам скидку на количество?*

Сцена 5. Уточнение размера скидки.

Ли - *А какая скидка вас устраивает?*

Сцена 6. Выдвижение скидки покупателем.

Иванов - *В размере 5%.*

Сцена 7. Ответ на предлагаемую скидку в виде несогласия; аргументирование своей позиции.

Ли - *К сожалению, с такой скидкой мы не можем согласиться. Поймите нашу ситуацию. По такой цене нам продавать очень невыгодно.*

Сцена 8. Выражение аргументации партнера; просьба сделать скидку.

Иванов - *Да, я очень понимаю ваше положение, но просим Вас учитывать важный момент, что мы постоянные партнеры, сколько лет мы уже сотрудничали!*

Сцена 9. Выражение согласия с аргументацией партнера и выдвижение своей максимальной скидки.

Ли - *Согласен с вами! И наше сотрудничество также важно нам. Но, учитывая этот момент, максимально можем предложить для вас скидку только в размере 3%.*

Сцена 10. Уход от решения вопроса покупателем.

Иванов - *Окей. Спасибо за скидку. Мы подумаем и позвоним попозже.*

Ли - *Хорошо. Буду на связи.*

Таблица 27 – Учебный словарь к диалогу сценария «Торг»

цена (на что?) – 价格	Планировать - 计划	закупить (что?) – 采购	партия (чего?) – 批
Мы планируем закупить у вас партию дивана – 我们准备好购买一批沙发			
Предложение – 报价	прибыль - 利润	По сравнению с (чем?) – 与...相比	
повыситься (на сколько?) – 提高	цены повысились на 8 % – 价格提高了 8%		
учитывать – 考虑到	постоянный партнер – 经常合作的伙伴		
Максимально – 最多	на связи – 联系		

В **третьей части** материала предлагается ряд языковых упражнений, речевых упражнений, упражнений на перевод и упражнения для самостоятельной работы.

1. Языковые упражнения.

(1) Определите значение слов. Составьте и напишите с ними словосочетания.

Цена, скидка, прибыль, договор, партия, предложение, рынок, максимум.

(2) Подберите определения к словам. Составьте словосочетания.

Существительные: *цена, скидка, договор, положение, звонок, партия, предложение.*

Глаголы: *поговорить, обсудить, предложить, подходить, просить, уменьшить, сделать, получить, устраивать, заключить, войти, зависеть, ждать, согласовать, закупить, повыситься.*

(3) Выполните задание по образцам.

Образец: *повышать-повышеНИЕ*

предложить, уменьшать, получить, заключать, планировать, оформлять.

(4) Повторите ключевые глаголы материала. Составьте с ними словосочетания или предложения.

Образец: *закупить...– закупить/закупать (что?)*

а) *закупим партию товара;*

б) *закупили партию товара;*

в) *партия товара закуплена;*

Глаголы: *поговорить, обсудить, предложить, подходить, просить, уменьшить, сделать, получить, устраивать, заключить, войти, зависеть, ждать, согласовать, повыситься, оформить.*

(5) Прочитайте предложения, используя слова, данные в скобках, в нужном падеже.

А) Давайте (обсудить) (цена).

Б) Мы бы сегодня хотели поговорить о (цена) на (товар).

В) (Мы) не устраивает (ваша цена).

Г) Можете ли (мы) сделать (скидка)?

Е) Мы предлагаем вам (качественный товар), а качество всегда (зависеть) от (цена).

Ж) Ждем (ваш звонок).

(6) Прочитайте предложения, используя вместо точек необходимый по смыслу глагол в нужной форме. Будьте внимательны при выборе вида глагола.

Таблица 28 – Упражнение на выбор глаголов

А) Давайте ... цену.	Глаголы:
Б) Просим ... цену.	Обсудить/обсуждать
В) Максимум, что мы можем ... вам - это скидку в размере 5%.	Уменьшить/уменьшать
Г) ...вашу ситуацию.	ЗаклЮчить/заклЮчать
	ПредлЮжить/предлагать
	Понять/понимать

2. Упражнения на перевод.

(1) Переведите следующие словосочетания на китайский язык.

Таблица 29 – Упражнение на перевод

Словосочетания на русском языке	Перевод на китайский язык
Согласны с ценой на товар	
Готовы закупить партию товаров	
По сравнению с прошлым заказом	
Оформить новый заказ	
Постоянный клиент	

Уменьшить цену	
Сделать скидку	
Цена высока	
Выгодная цена	
Заклучить договор	

(1) Переведите следующие словосочетания на русский язык.

Таблица 30 – Упражнение на перевод

Словосочетания на китайском языке	Перевод на русский язык
打折	
讨论商品价格	
价格合适	
在数量上打折	
数额为	
签合同	
价格取决于质量	
采购一批货	
下订单	
长期合作	

(3) Переведите следующие предложения на китайский язык.

- А) Давайте поговорим о вопросе цены.
- Б) Ваше предложение нас не устраивает.
- В) Мы не соглашаемся с вашей предложенной ценой.
- Г) Сделайте скидку на количество.
- Д) Вопрос в том, что ваша цена нам очень высока.
- Е) Мы продаем вам только высококачественный товар.
- Ж) Если бы вы снизили цену в размере 7%, мы бы сегодня заключили договор.
- И) Мы только можем предложить вам скидку в размере 3%.

(4) Переведите следующие предложения на русский язык.

- А) 您好，我们需要讨论一下价格的问题。
- Б) 我方准备购买一大批沙发。请在数量上打个折扣。
- В) 请给我们打 5% 的折扣。
- Г) 请降低价格。
- Д) 该报价比上我们上次采购价格高了 8%。
- Е) 由于原材料价格上涨，我们的产品价格上涨了 5%。
- Ж) 我们要下一个新订单。
- И) 很遗憾，如果给您打折 10%，我方将没有利润。

3. Речевые упражнения.

(1) Прочитайте диалог и назовите его участников. Как вы думаете, что послужило причиной разговора? В каком месте, в какой ситуации они могли произойти?

(2) Прочитайте диалог. Выскажите свое мнение по следующим вопросам:

- А) Какая цель встречи у представителей двух сторон?
- Б) Где представители встретились?
- В) Насколько повысилась цена в предложении у продавца?
- Г) Почему цена на диваны повысилась?
- Д) Что попросил покупатель у продавца?
- Е) Какую скидку покупатель хочет получить?
- Ж) Устраивает ли продавца предложенная скидка покупателем? Почему?
- З) Как покупатель уговаривал продавца, чтобы тот сделал ему скидку?
- И) Какую скидку продавец может сделать покупателю?
- К) Как вы думаете, они договорились о скидке?

(3) Используя данный сценарий, восстановите диалоги.

А) – ...

– Здравствуйте, господин Лю! Рад вас видеть! Мы рассмотрели ваше новое предложение. Но мы заметили, что по сравнению с нашим прошлым заказом, настоящая цена на них повысилась на 6%. Почему? Эта цена нам очень высока.

Б) – ...

– *Очень жаль, что так получилось! Вопрос в том, что цена на древесину, массив дерева, из которого мы делаем наши диваны, сильно повысилась. Древесина - это очень важное сырье, из которого мы делаем нашу продукцию!*

В) – ...

– *Да, я очень понимаю ваше положение, но просим Вас учитывать важный момент, что мы постоянные партнеры, сколько лет мы уже сотрудничали!*

Г) – ...

– *К сожалению, с такой скидкой мы не можем согласиться. Поймите нашу ситуацию. По такой цене покупать нам очень не выгодно.*

Д) – ...

– *Согласен с вами! И наше сотрудничество также важно нам. Но, учитывая этот момент, максимально можем предложить для вас скидку только в размере 3%.*

(2) Внимательно еще раз прочитайте диалог сценария. Найдите в нем тактики речевого поведения: *просьба сделать себе скидку; выражение понимания ситуации; аргументация покупателя сделать себе скидку; согласие с партнером; выдвижение своей максимальной скидки; уход от решения вопроса.*

(5) Определите и запишите выражения, которые используются в этих тактиках.

(6) Работа в парах. Ответьте на вопросы собеседника. Постарайтесь дать наиболее полную информацию.

А) – Мы готовы оформить большой заказ. Вы можете сделать нам скидку на количество?

–...

Б) – По сравнению с нашим прошлым заказом, сейчас цена на них повысилась на 6 %. Почему? Объясните, пожалуйста, причину!

–...

В) – Мы понимаем, что у вас высококачественные товары, но цена слишком высокая. Почему повысилась цена?

–...

Г) – К сожалению, с такой скидкой мы не можем согласиться. Поймите нашу ситуацию.

–...

(7) Составьте сценарий «Торг». Разыграйте его по ролям.

(8) Вы участвовали в деловой встрече на тему обсуждения цены. Кратко запишите главную информацию о процессе встречи.

4. Упражнение для самостоятельной работы.

Напишите ответы в соответствии с предложенной ситуацией:

1) Ситуация: К вам в офис приехал клиент. Выразите радость по поводу встречи с ним. _____

2) Ситуация: К вам в офис на переговоры приехали партнеры по бизнесу. Пригласите их к участию в обсуждении цены на товар: _____

3) Ситуация: Во время переговоров директор сообщил о повышении цены на товар. Выясните причины повышения цены. _____

4) Ситуация: Объясните клиенту причины повышения цены.

5) Ситуация: Во время переговоров вы согласились с предложенной ценой. Сообщите, что вы готовы закупить партию товаров. _____

6) Ситуация: Во время переговоров вы не согласились с предложенной ценой. Сообщите, что вы не согласны с ценой. _____

7) Ситуация: Во время переговоров вы не согласились с предложенной ценой. Выразите просьбу сделать себе скидку/снизить цену. _____

8) Ситуация: Во время переговоров ответьте на предлагаемую скидку в виде несогласия и аргументируйте свою позицию. _____

9) Ситуация: Во время переговоров выразите уход от решения вопроса.

2. Модель лингводидактического материала по сценарию «Выдвижение претензии»

«Претензия – это предъявление требований, отправляемых виновной стороне в случае невыполнения ею заключенных ранее договоров, разного рода обязательств» [Колтунова, 2002, с. 164]. Претензии возникают в случае задержки поставки товара, несоответствия количества товаров, нарушения упаковки, нарушения качества товара и т.д.

При обучении сценарию «Выдвижение претензии» предлагался следующий план, который состоит из четырёх моментов:

- Выдвижение претензии.
- Требование доказательства о нарушении контракта/условия контракта.
- Предъявление доказательства выдвинутой претензии. Требование компенсации.
- Выражение согласия/несогласия с требованием компенсации.

Предложенный студентам материал «Выдвижение претензии» был разработан на основе двух сценариев:

1) «Выдвижение претензии о нарушении качества товара» (о нём мы уже писали в первой главе, см. стр. 34–44);

2) «Выдвижение претензии о нарушении сроков поставки».

В связи с этим со студентами проводилась предварительная работа.

Во-первых, при работе над ними мы обращали внимание на место общения, социальные роли участников, ситуации общения. Важно подчеркнуть, что в деловом общении межличностные отношения представляют собой статусные отношения: «начальник – подчиненный», «партнер – партнер», «производитель – покупатель» и т.д., в нашем случае мы не использовали ситуации с ролями «начальник – подчиненный», так как данные отношения существуют только

между сотрудниками внутри одной и той же компании. В сценарии «Выдвижение претензии» мы предложили следующие роли участников: представитель продавца – представитель покупателя, директор по продажам – директор по закупкам. Необходимо также отметить, что в деловом общении участники общения должны относиться друг к другу уважительно, не допуская неравенства в статусе.

Во-вторых, были объяснены коммуникативные задачи; особую роль, на наш взгляд, мы отводили описанию тактик и речевых образцов (таблица 32 и 33).

В-третьих, предлагались примеры сценариев деловой беседы.

В-четвёртых, были разработаны учебные словари, куда была включена основная лексика данного сценария.

В-пятых, учитывая характер предложенного материала, для развития практических навыков и умений студентам предлагалось 4 вида упражнений:

- 1) языковые упражнения;
- 2) упражнения на перевод;
- 3) речевые упражнения;
- 4) упражнения для самостоятельной работы.

Рассмотрим сценарий **«Выдвижение претензии о нарушении сроков поставки»**.

Данный материал состоит из трех частей.

В **первой части** предлагаются следующие коммуникативные задачи, обозначенные в таблице 31.

Таблица 31 – Коммуникативные задачи к сценарию «Выдвижение претензии о нарушении сроков поставки»

Одна сторона (представитель российской компании)	Другая сторона (представитель китайской компании)
Выдвинуть претензию о нарушении сроков поставки.	Выразить извинение за задержку поставки товара.
Требовать компенсацию.	Ответить на требование компенсации в виде согласия/несогласия.

Выразить надежду на дальнейшее сотрудничество.	Выразить гарантию своевременного выполнения заказов.
--	--

В соответствии с данными коммуникативными задачами предложены тактики и речевые образцы (см. табл. 32).

Таблица 32 – Тактики и речевые образцы к сценарию «Выдвижение претензии о нарушении сроков поставки»

Коммуникативные задачи	Тактики	Речевые образцы
Выдвинуть одной стороной претензию о нарушении сроков поставки.	Тактика выдвижения претензии о нарушении сроков поставки.	<p><i>Мы официально заявляем претензию к вам в связи с нарушениями сроков поставки.</i></p> <p><i>Партия товара прибыла со значительным опозданием.</i></p> <p><i>Партию товара доставили с опозданием на 10 дней против установленного в договоре срока.</i></p> <p><i>Срок поставки давно уже истёк.</i></p> <p><i>Отгрузка товара производится неравномерно, с опозданием.</i></p> <p><i>Не имеем от вас никакой информации об отгрузке товара.</i></p> <p><i>Вы задержали отгрузку товара.</i></p>
Выразить другой стороной извинение о задержке.	Тактика выражения извинения о задержке.	<p><i>Простите за задержку.</i></p> <p><i>Мы пришли принести свои извинения.</i></p>

Требовать компенсацию.	Тактика требования компенсации.	<i>Товары поздно прибыли, сроки поставки задержаны, вам придётся оплатить штраф. /Из-за этой неприятной ситуаций мы задерживаем сдачу объекта. Вы должны ответить за это.</i>
Ответить на требование компенсации в виде согласия/несогласия.	Тактика выражения согласия/несогласия с требованием компенсации.	<i>Мы можем (не можем) выполнить ваше требование./Мы допоставим вам товары как можно быстрее.</i>
Выразить гарантию своевременного выполнения заказов.	Тактика выражения гарантии своевременного выполнения заказов.	<i>Мы вам гарантируем своевременное выполнение ваших заказов.</i>
Выразить надежду на дальнейшее сотрудничество.	Тактика выражения надежды на дальнейшее сотрудничество.	<i>Мы надеемся на дальнейшее сотрудничество./ Выражаем надежду на успех нашего дела.</i>

Таблица 33 – Учебный словарь к тактикам и речевым образцам

<p>рекламация/претензия (о чем) – 索取赔偿 выдвинуть (заявлять) рекламацию/претензию – 提出索赔 нарушение (чего?) – 破坏, 违反 срок, сроки (множественное число) (чего?) – 期限 поставка – 供货 сроки поставки – 供货期 нарушение сроков поставки – 违反供货期 рекламация/претензия о нарушении сроков поставки – 关于违反供货期的索赔要求 заявлять рекламацию/претензию к (кому) о (чём)/ в связи с (чем?) – 向谁提出有关违反...的索赔要求 Заявляем претензию к вам о нарушении сроков поставки/в связи с нарушением сроков поставки – 我方向你方提出有关违反供货期的索赔要求。 партия (чего?) – 一批 партия товара – 一批货 прибыть – 到达, 运到 партия товара прибыла – 一批货已到达 опоздание – 迟到, 延误 значительный – 重大的, 严重的 значительное опоздание – 严重延误 партия товара прибыла со значительным опозданием – 一批货严重延误到达 значительное опоздание на (сколько дней?) – 延误 (多少天) значительное опоздание на 10 дней – 延误十天</p>
--

установленные в договоре сроков поставки – 合同里规定的供货期限	
истечь – 过期	срок истёк/сроки истекли – 过期了
отгрузка (чего?) – 装货, 发货	отгрузка товара – 发货
неравномерно – 不规则, 不均衡	производиться – 进行
отгрузка производится неравномерно – 发货不均匀	
не иметь информацию (от кого?) (о чем?) – 没有(来自谁的) (关于...的) 消息	
не имеем информацию от вас об отгрузке товара – 没有收到您关于发货的消息	
задержать (что?) – 拖延	задержать отгрузку товара – 拖延
груз-货	оплатить (что?) – 支付
	штраф–罚款
	оплатить штраф – 支付罚款
сдача–交 объект–项目	задерживать сдачу объекта–拖延交项目
отвечать (за что?) – 负责	отвечать за это–为此负责
гарантировать (что?) – 保障	своевременный – 按时的

Во **второй части** приводится пример сценария деловой беседы на тему «Выдвижение претензии о нарушении сроков поставки». В данном примере установлено место общения – компания китайского представителя, участники общения – представитель поставщика Иванов А.А. (Россия) и представитель китайского покупателя Хэ Фон (Китай). Ситуация общения: у покупателя претензия к продавцу в связи с нарушением сроков поставки.

Полный текст диалога

Хэ Фон – Здравствуйте, господин Иванов. Я очень расстроен, что наше сотрудничество началось с задержки поставки.

Иванов А.А. – Я вас понимаю и поэтому пришел принести наши извинения. Дело в том, что во время выставки мы заключили много новых контрактов. И наш транспортный отдел не справился с таким объемом. Но сейчас мы уже заключили договор с надежной транспортной компанией, и больше такого не повторится.

Хэ Фон – Хорошо, надеюсь, что следующие партии товара будут доставлены вовремя.

Иванов А.А. – Мы вам гарантируем своевременное выполнение ваших заказов.

В данном сценарии предлагается:

– выдвижение претензии о задержке поставки товара:

Хэ Фон – Здравствуйте, господин Иванов. Я очень расстроен, что наше сотрудничество началось с задержки поставки.

– извинение и объяснение причины задержки поставки товара:

Иванов А. А. – *Я вас понимаю и поэтому пришел принести наши извинения. Дело в том, что во время выставки мы заключили много новых контрактов. И наш транспортный отдел не справился с таким объемом. Но сейчас мы уже заключили договор с надежной транспортной компанией, и больше такого не повторится.*

– выражение надежды на своевременную поставку товара:

Хэ Фон – *Хорошо, надеюсь, что следующие партии товара будут доставлены вовремя.*

– выражение гарантии своевременного выполнения заказов:

Иванов А. А. – *Мы вам гарантируем своевременное выполнение ваших заказов.*

Таблица 34 – Учебный словарь к диалогу

задержка (чего?) – 拖延	задержка поставки товара – 拖延供货	начаться (с чего?) – 从...开始
начаться с задержки поставки товара – 从拖延供货开始		
расстроен(-а,-ы) – 失望	я очень расстроен – 我非常失望	принести (что?) – 带来
принести наши извинения – 带来我们的歉意	дело в том, что – 问题在于	
во время (чего?) – 在...的时候	во время проведения выставки – 在展会期间	
справиться (с чем?) – 能胜任	объем – 数量	справиться с большим объемом – 能完成大的数量
отдел – 部	транспортный отдел – 运输	надежный – 可靠的
надеяться – 希望	повториться – 又出现, 重复	доставлен (-а,-о,-ы) – 交货, 送到
вовремя – 按时	товары доставлены вовремя – 商品按时送到	
гарантия – 保证, 保障	гарантировать (что?) – 保证, 保障	
своевременный – 按时的, 及时的	своевременное выполнение заказов – 按时完成订单	
гарантировать своевременное выполнение заказов – 保证按时完成订单		

В третьей части второго сценария предлагается ряд языковых упражнений, речевых упражнений, упражнений на перевод и упражнения для самостоятельной работы.

1. Языковые упражнения.

(1) Определите значение слов. Составьте и напишите с ними словосочетания.

Претензия, поставка, объект, гарантия, штраф.

(2) Подберите определения к словам. Составьте словосочетания.

Существительные: *претензия, партия товара, сроки, отгрузка, информация, штраф, извинение, выполнение, предложение.*

Глаголы: *выдвинуть, заявить, поставить, прибыть, истечь, производиться, иметь, задержать, оплатить, гарантировать, принести извинения.*

(3) Выполните задание по образцам.

а) Образец: *выдвинуть – выдвигЕНИЕ*

нарушить, истечь, повторить, заявить, извинить.

б) Образец: *задержать – задержКА*

отгрузить, доставлять

(4) Повторите ключевые глаголы материала. Составьте с ними словосочетания или предложения.

Образец: *задержать... – задержать/задерживать (что?)*

а) задерживают поставку;

б) задержали поставку;

в) поставка задержана;

Глаголы: *нарушить, выдвинуть, заявить, поставить, прибыть, истечь, производиться, иметь, задержать, оплатить, гарантировать, принести извинения.*

(5) Прочитайте предложения, используя слова, данные в скобках, в нужном падеже.

А) Мы заявляем (претензия) к (вы) в связи с (нарушения) сроков поставки.

Б) Партия товара прибыла со (значительное опоздание).

В) Из-за (эта неприятная ситуация) мы задерживаем (сдача объекта).

Г) Мы надеемся на (дальнейшее сотрудничество).

Е) Мы вам (гарантировать) своевременное выполнение заказа.

Ж) Я расстроен, что наше сотрудничество началось с (задержка поставки).

Д) Наш транспортный отдел не (справиться) с (такой объем).

(6) Прочитайте предложения, используя вместо точек необходимый по смыслу глагол в нужной форме. Будьте внимательны при выборе вида глагола.

Таблица 35 – Упражнение на выбор глаголов

А) Мы официально ... претензию к вам в связи с нарушениями сроков поставки.	Глаголы: Заявить/заявлять
Б) Партия товара ... со значительным опозданием.	Прибыть/прибывать
В) Партию товара ... с опозданием на 10 дней против установленного в договоре срока.	Доставить/доставлять
Г) Вы ... отгрузку товара.	Задержать/задерживать
Д) Мы ... свои извинения.	Принести/приносить
Е) Вы должны ... за это.	Ответить/отвечать
Ж) Мы можем (не можем) ... ваше требование.	Выполнить/выполнять

2. Упражнения на перевод.

(1) Переведите следующие словосочетания на китайский язык.

Таблица 36 – Упражнение на перевод

Словосочетания на русском языке	Перевод на китайский язык
Нарушение сроков поставки	
Заявить претензию	
В связи с	
Сроки поставки	
Значительное опоздание	
Отгрузка товара	
Задержать отгрузку товара	
Оплатить штраф	
Своевременная поставка	
Гарантировать своевременную поставку	
Дело в том, что	

(2) Переведите следующие словосочетания на русский язык.

Таблица 37 – Упражнение на перевод

Словосочетания на китайском языке	Перевод на русский язык
索取赔偿	
违反供货期	
一批货已经到达	
发货延误	
支付赔款	
拖延项目提交	
按时发货	
商品及时送达	

(3) Переведите следующие предложения на китайский язык.

А) Мы официально заявляем претензию к вам в связи с нарушениями сроков поставки.

Б) Партия товара прибыла со значительным опозданием.

В) Партию товара доставили с опозданием на 10 дней против установленного в договоре срока.

Г) Срок поставки давно уже истёк.

Д) Отгрузка товара производится неравномерно, с опозданием.

Е) Из-за этой неприятной ситуаций мы задерживаем сдачу объекта. Вы должны ответить за это.

Ж) Мы вам гарантируем своевременное выполнение ваших заказов.

З) Мы надеемся на дальнейшее сотрудничество.

(4) Переведите следующие предложения на русский язык.

А) 您好，很遗憾我们的合作是从拖延发货开始的。

Б) 问题在于我们在展会上收到很多新订单，我们的运输部门压力很大。

В) 我方已经与新的可靠的运输公司签署了合同。

Г) 我希望，下一批货可以按时送达。

Д) 我们保证按时完成您的订单。

3. Речевые упражнения.

(1) Прочитайте диалог и назовите его участников. Как вы думаете, что послужило причиной разговора? В каком месте, в какой ситуации они могли произойти?

(2) Прочитайте диалог. Выскажите свое мнение по следующим вопросам:

А) Почему Ян Дин сказал, что он очень расстроен?

Б) Почему транспортный отдел компании Борисова Ю.В. задержал поставку?

В) Транспортный отдел компании Борисова Ю.В. не справляется с поставкой большого заказа. Скажите, что они сделали для того, чтобы улучшить данную ситуацию?

Г) На что Ян Дин выразил надежду?

Д) Что Борисов Ю.В. гарантировал?

(3) Используя данный сценарий, восстановите диалог.

А) – ...

– Я вас понимаю и поэтому пришел принести наши извинения. Дело в том, что во время выставки мы заключили много новых контрактов. И наш транспортный отдел не справился с таким объемом. Но сейчас мы уже заключили договор с надежной транспортной компанией, и больше такого не повторится.

Б) – ...

– Хорошо, надеюсь, что следующие партии товара будут доставлены вовремя.

В) – ...

– Мы вам гарантируем своевременное выполнение ваших заказов.

(4) Прочитайте диалог сценария еще раз. Какова цель разговора, какие решения были приняты?

(5) Работа в парах. Выдвижение претензии о задержке поставки товара.

План разговора:

А) выдвижение претензии о задержке поставки товара;

Б) извинение и объяснение причины задержки поставки товара;

В) выражение надежды на своевременную поставку товара;

Г) выражение гарантии своевременного выполнения заказов;

(6) Работа в парах. Ответьте на вопросы собеседника. Постарайтесь дать наиболее полную информацию.

А) – Мы заявляем претензию к вам в связи с нарушением сроков поставки. Почему вы нарушили сроки поставки?

–...

Б) – Вы задержали отгрузку товара. Что случилось?

–...

В) – Я очень расстроен, что наше сотрудничество началось с задержкой поставки. Объясните, пожалуйста, в чём причина задержки?

–...

Г) – Надеюсь, что следующие партии товара будут доставлены вовремя. Не так ли?

–...

(7) Составьте сценарий выдвижения претензии. Разыграйте по ролям.

(8) Вы участвовали в деловом общении на тему выдвижения претензии. Кратко запишите информацию о процессе данного общения.

4. Упражнения для самостоятельной работы. Выполните задания в соответствии с ситуациями.

1) Ситуация: Клиент вам выдвинул претензию о задержке поставки товара. Выразите извинение и объясните причины задержки поставки товара. _____

2) Ситуация: Произошла задержка поставки товаров. Выразите требование компенсации из-за задержки поставки товаров. _____

3) Ситуация: Во время подписания договора выразите гарантию своевременного выполнения следующего заказа. _____

4) Ситуация: Во время деловой встречи выразите надежду на дальнейшее сотрудничество. _____

3. Модель лингводидактического материала по сценарию «Сотрудничество»

В ходе проведения экспериментального обучения, кроме вышеупомянутых двух сценариев, нам еще важно было обучить студентов стратегии сотрудничества, с этой целью нами была разработана модель лингводидактического материала – сценарий «Сотрудничество».

Стратегия сотрудничества характеризуется тем, что «участники делового общения ориентируются не только на свои собственные интересы, но и на интересы делового партнера, пытаясь избежать конфликтных ситуаций. В стратегии сотрудничества используются тактики ведения унисонного разговора – слова одобрения, совместный поиск формулировок, добровольное сообщение нужных для партнера сведений / выражение готовности дать информацию, предупреждение, совет / рекомендацию» [Калиновская, 2017, с. 108]. Стратегия сотрудничества может быть направлена на взаимовыгодное разделение целевого сегмента рынка с конкурентами, взаимодополняющие усилия по удовлетворению спроса потребителей, сотрудничество в маркетинговой деятельности, создание и ввод на рынок товаров и услуг, спрос на которые пока не удовлетворен.

Предложенный нами сценарий «Сотрудничество» состоит из четырех сцен:

- 1) «Выражение заинтересованности»;
- 2) «Выражение благодарности»;
- 3) «Поздравление»;
- 4) «Выражение готовности заключения договора».

В связи с этим со студентами проводилась предварительная работа:

Во-первых, были объяснены коммуникативные задачи; особую роль, на наш взгляд, мы отводили описанию тактик и речевых образцов (таблица 39).

Во-вторых, предлагались примеры деловой беседы.

В-третьих, были разработаны учебные словари, куда была включена основная лексика данного сценария.

В-четвёртых, учитывая характер учебного материала, для развития практических навыков и умений студентам предлагалось 4 вида упражнений:

- 1) языковые упражнения;
- 2) упражнения на перевод;
- 3) речевые упражнения;
- 4) упражнения для самостоятельной работы.

Рассмотрим сценарий «Сотрудничество».

Данный материал состоит из трех частей.

В первой части ставятся следующие коммуникативные задачи: сформировать умения выразить:

- 1) готовность к сотрудничеству;
- 2) согласие;
- 3) удовлетворение;
- 4) уверенность;
- 5) радость;
- 6) благодарность;
- 7) заинтересованность,
а также умения
- 8) поздравить;
- 9) произнести тост.

Согласно данным коммуникативным задачам, нами были предложены тактики и речевые образцы.

Таблица 38 – Тактики и речевые образцы к сценарию «Сотрудничество»

Коммуникативные задачи	Тактики	Речевые образцы
1. Выразить готовность к сотрудничеству	Тактика выражения готовности к сотрудничеству	<i>Мы готовы ответить на все ваши вопросы.</i> <i>Мы готовы оформить заказ прямо сейчас.</i> Обращайтесь к нам еще, мы всегда вам поможем.
2. Выразить согласие	Тактика выражения согласия	<i>Мы согласны с вашим предложением.</i> <i>Мы принимаем ваши условия сотрудничества.</i> Нас устраивает ваша цена. Ваш способ оплаты нам подходит.

		<i>Мы согласились сотрудничать с вами. Не возражаем.</i>
3. Выразить удовлетворение	Тактика выражения удовлетворения	<i>Мы удовлетворены результатами сделки. Мы довольны качеством продукции. Это все нам подходит. Нас устраивают сроки поставки. С удовольствием сообщаем вам, что качество вашей продукции нам понравилось, оформляем заказ. Мы остались довольны выполненным заказом.</i>
4. Выразить уверенность	Тактика выражения уверенности	<i>Мы уверены в успехе нашего проекта. Мы уверены в том, что договор будет подписан. Я точно знаю, что документы отправлены.</i>
5. Выразить радость	Тактика выражения радости	<i>Мы рады сообщить вам приятную новость. Мы рады, что вас заинтересовали наши товары. Приятно видеть вас у нас в офисе. С радостью сообщаем вам, что мы готовы с вами сотрудничать. С вами приятно иметь дело.</i>
6. Выразить благодарность	Тактика выражения благодарности	<i>Благодарим вас за интерес к нашей продукции. Мы благодарны вам за помощь. Разрешите выразить огромную благодарность вашей фирме. Большое спасибо за поздравление.</i>
7. Выразить заинтересованность	Тактика выражения заинтересованности	<i>Мы очень заинтересованы в сотрудничестве с вами. Ваша продукция нас заинтересовала. Нас интересует прежде всего ваша новая модель ноутбуков.</i>
8. Поздравить	Поздравление	<i>Поздравляем вас с удачным контрактом. Разрешите поздравить вас с победой в конкурсе!</i>
9. Произнести тост.	Тост	<i>За наш успех! За наше сотрудничество!</i>

Таблица 39 – Учебный словарь к тактикам и речевым образцам

Сотрудничество – 合作 Готов (-а, -ы) – 准备好 ответить (на что?) – 回答
Оформить (что?) – 下订单 заказ – 订单 Согласиться (с кем-чем?) – 同意
Согласен (-сна, -сны) (с кем-чем?) – 同意 (形容词短尾) Принимать (что?) – 接受
(что) устраивать / не устраивать (кого?) – 合适 (кому) подходит (что) – 合适
Возражать – 反对 Мы не возражаем! Мы согласны! 我们不反对, 我们同意。

Удовлетворён (-на, -ны) (чем?) – 满意	Доволен (-льна, -льны) (чем?) – 满意
С удовольствием – 很乐意 (кому?)	Понравиться (что?) – 喜欢上
Остаться довольным (чем?) – 满意	Поздравлять - поздравить (кого с чем?) – 祝贺
Уверен (-а, -ы) (в чем?) – 相信	Рад (-а, -ы) (за кого-что?) – 高兴
Заинтересовать (кого?) – 感兴趣	Интересовать (кого?) – 感兴趣
Заинтересован (-а, -ы) (в чем?) – 感兴趣	Интересен (-сна, -сны) (чем?) – 感兴趣
(кому?) приятно – 很愉快	С радостью – 愉快地
Благодарить (кого за что?) – 感谢	иметь дело (с кем?) – 共事
	Благодарен (-а, -ы) (кому за что?) – 感谢

Во второй части сценария «Сотрудничество» приводится пример деловой беседы.

Мы предложили следующий сценарий о сотрудничестве:

(1) Сцена «Выражение заинтересованности».

А. Место общения: офис китайского представителя.

Б. Участники общения: представитель покупателя Иванов А. И. (Россия) и представитель продавца Ин Сэнме (КНР).

В. Ситуация общения: покупателя заинтересовала продукция продавца.

Полный текст диалога

Иванов А. И. – *Здравствуйте. Разрешите представиться – менеджер по закупкам компании «Золотое сердце» Алексей Иванович.*

Ин Сэнме – *Очень приятно. Ин Сэнме. Чем могу вам помочь?*

Иванов А. И. – *На выставке мы увидели вашу продукцию, и надо сказать, она нас очень заинтересовала. На наш взгляд, китайские мобильные телефоны будут пользоваться большим спросом в нашей стране.*

Ин Сэнме – *Благодарим вас за интерес к нашей продукции. Я готов ответить на все ваши вопросы.*

В данной сцене студентам предлагается:

1. Представиться:

Иванов А. И. – *Здравствуйте. Разрешите представиться – менеджер по закупкам компании «Золотое сердце» Алексей Иванович.*

Ин Сэнме – *Очень приятно. Ин Сэнме. Чем могу вам помочь?*

2. Выразить заинтересованность в продукции партнера и готовность к сотрудничеству:

Иванов А. И. – *На выставке мы увидели вашу продукцию, и надо сказать, она нас очень заинтересовала. На наш взгляд, китайские мобильные телефоны будут пользоваться большим спросом в нашей стране.*

Ин Сэнме – *Благодарим вас за интерес к нашей продукции. Я готов ответить на все ваши вопросы.*

Таблица 40 – Учебный словарь к диалогу

менеджер по закупкам – 采购经理 Дело в том, что – 问题在于
 пользоваться большим спросом – 畅销 мобильный телефон – 手机

(2) Сцена «Благодарность».

А. Место общения: Офис

Б. Участники общения: представитель продавца Люй Муян (КНР) и представитель покупателя Антонов И. А. (Россия).

В. Ситуация общения: покупатель остался доволен выполненной работой продавца, хочет выразить благодарность ему.

Полный текст диалога

Люй Муян – *Добрый день, господин Антонов. С вами говорит менеджер московского представительства китайской компании «Джифа» Люй Муян. Две недели назад вы установили нам камеры. Мы остались очень довольны выполненным заказом, и я звоню, чтобы выразить вам и вашим сотрудникам огромную благодарность за работу, которая была проведена в нашем офисе.*

Антонов И. А. – *Большое спасибо. Мне очень приятно это слышать. Мы всегда стремимся качественно и в срок обслуживать клиентов. Пожалуйста, обращайтесь к нам еще. Мы всегда вам поможем.*

В данной сцене студентам предлагается:

1. Выразить удовлетворение выполненной работой и благодарность

Люй Муян – *Добрый день, господин Антонов. С вами говорит менеджер московского представительства китайской компании «Джифа» Люй Муян. Две недели назад вы установили нам камеры. Мы остались очень довольны выполненным заказом, и я звоню, чтобы выразить вам и вашим сотрудникам огромную благодарность за работу, которая была проведена в нашем офисе.*

2. Выразить радость по поводу полученной благодарности и готовности предоставить помощь.

Антонов И. А. – Большое спасибо. Мне очень приятно это слышать. Мы всегда стремимся качественно и в срок обслуживать клиентов. Пожалуйста, обращайтесь к нам еще. Мы всегда вам поможем.

Таблица 41 – Учебный словарь к диалогу

Установить (что?) – 安装	камера – 摄像头	проведен (-дена, -дены) – 进行
Огромный – 巨大的	сотрудник – 员工	стремиться (к чему?) – 追求
Качественно – 高质量地	в срок – 按时	обслуживать (кого?) – 服务

(3) Сцена «Поздравление».

А. Место общения: офис русского представителя.

Б. Участники общения: представитель китайской компании Джао Джэн (Китай) и представитель российской фирмы Рыбаков Ю. А. (Россия).

Полный текст диалога

Джао Джэн – Добрый день, Юрий Александрович. Разрешите поздравить вас и всех сотрудников вашей компании с победой в конкурсе на лучшее дилерское предприятие.

Рыбаков Ю. А. – Большое спасибо за поздравление.

В данной сцене студентам предлагается:

1. Поздравить клиентов.

Джао Джэн – Добрый день, Андрей Иванович. Разрешите поздравить вас и всех сотрудников вашей компании с победой в конкурсе на лучшее дилерское предприятие.

2. Выразить благодарность за поздравление

Рыбаков Ю. А. – Большое спасибо за поздравление.

Таблица 42 – Учебный словарь к диалогу

Победа – 胜利	конкурс – 竞赛	лучший – 更好地	дилерский – 经销的	предприятие – 企业
-------------	--------------	--------------	-----------------	------------------

(4) Сцена «Готовность заключить договор».

А. Место общения: офис русского представителя.

Б. Участники общения: представитель продавца Ван Дан (Китай) и представитель покупателя Розова М. Н. (Россия).

В. Ситуация общения: покупатель запрашивает продавца о деталях заключения контракта. В конце концов участники договорились о заключении контракта.

Полный текст диалога

Розова М. Н. – *Здравствуйте, госпожа Ван. Приветствую вас! Садитесь, пожалуйста.*

Ван Дан – *Спасибо. Я тоже очень рада нашей встрече.*

Розова М. Н. – *Госпожа Ван, я хотела бы узнать, на каких условиях ваша фирма поставляет продукцию в Россию. Меня интересует все: цены, возможный объем поставок, сроки поставки.*

Ван Дан – *Наши ориентировочные цены соответствуют ценам мирового рынка. Мы занимаемся только оптовыми поставками, поэтому цена зависит от объема заказа. Чем больше объем, тем ниже цена. Размер скидки колеблется от 3% до 10%.*

Розова М. Н. – *А какое количество наборов вы можете нам поставить?*

Ван Дан – *От 200 до 1000. Товар мы обычно поставляем одной или двумя партиями в течение месяца. Мы можем вам предложить также пробную партию. Ее объем составляет 100 наборов. Поставка пробной партии осуществляется в течение двух недель.*

Розова М. Н. – *А на каких условиях?*

Ван Дан – *Чаще на условиях железнодорожного и автомобильного транспорта.*

Розова М. Н. – *Спасибо за подробную информацию. Нас все это устраивает. Я думаю, что в ближайшее время мы подпишем с вашей компанией контракт.*

В данной сцене студентам предлагается:

1. Выразить радость о встрече

Розова М. Н. – *Здравствуйте, госпожа Ван. Приветствую вас! Садитесь, пожалуйста.*

Ван Дан – *Спасибо. Я тоже очень рада нашей встрече.*

2. Запросить о цене, объеме поставки, сроках поставки

Розова М. Н. – *Госпожа Ван, я хотела бы узнать, на каких условиях ваша фирма поставляет продукцию в Россию. Меня интересует все: цены, возможный объем поставок, сроки поставки.*

3. Ответить на запрос

Ван Дан – *Наши ориентировочные цены соответствуют ценам мирового рынка. Мы занимаемся только оптовыми поставками, поэтому цена зависит от объема заказа. Чем больше объем, тем ниже цена. Размер скидки колеблется от 3% до 10%.*

Розова М. Н. – *А какое количество наборов вы можете нам поставить?*

Ван Дан – *От 200 до 1000. Товар мы обычно поставляем одной или двумя партиями в течение месяца. Мы можем вам предложить также пробную партию. Ее объем составляет 100 наборов. Поставка пробной партии осуществляется в течение двух недель.*

Розова М. Н. – *А на каких условиях?*

Ван Дан – *Чаще на условиях железнодорожного и автомобильного транспорта.*

Розова М. Н. – *Спасибо за подробную информацию. Нас все это устраивает. Я думаю, что в ближайшее время мы подпишем с вашей компанией контракт.*

Таблица 43 – Учебный словарь к диалогу

На условиях – 在条件下	поставить (что?) – 供货	возможный – 可能地
ориентировочный – 大体上的	соответствовать (чему?) – 符合	
оптовая поставка – 批发供货	колебаться – 浮动	набор – 一副, 一套
Пробная партия – 试订批	осуществляться – 完成	
Подробная информация – 具体信息	в ближайшее время – 在最近的时间	

В **третьей части** материала предлагается ряд языковых, речевых упражнений, упражнений на перевод и упражнения для самостоятельной работы.

1. Языковые упражнения.

(1) Определите значение слов. Составьте и напишите с ними словосочетания.

Сотрудничество, заказ, благодарность, поздравление, условие, радость, тост, заинтересованность.

(2) Подберите определения к данным словам:

Существительные: *заказ, условия, благодарность, тост, сотрудничество, качество товара, дело.*

Составьте словосочетания с данными существительными, используя глаголы: *оформить, подходить, выразить, согласиться, принимать, понравиться, иметь.*

(3) Образуйте отглагольные существительные. Выполните задание по образцу.

Образец: *разрешить - разрешЕНИЕ*

Выразить, поздравить, представиться, установить, обслуживать, обратиться, стремиться.

(4) Повторите ключевые глаголы материала. Составьте с ними словосочетания или предложения.

Образец: *принимать...— принимать/принять (что?)*

- а) Мы приняли ваши условия;
- б) Мы согласны принять ваши условия;
- в) Ваши условия приняты;

Глаголы: *соглашаться, разрешать, остаться, отправить, интересоваться, сообщать, благодарить, поздравить, обслуживать, соответствовать.*

(5) Составьте предложения, используя слова, данные в скобках, в нужном падеже.

- А) Мы готовы ответить на (весь) (ваши вопросы).
- Б) Мы согласны с (ваше предложение).
- В) Мы принимаем (ваши условия) (сотрудничество).
- Г) Мы удовлетворены (результаты) (делка).
- Е) Мы остались (доволен) (выполненный заказ).
- Ж) Мы уверены в (успех) (наш проект).
- Д) Благодарим (вы) за (интерес) к (наша продукция).

Е) Мы очень заинтересованы в (сотрудничество) с (вы).

Ж) Поздравляем (вы) с (удачный контракт).

З) За (наше сотрудничество)!

(6) Прочитайте предложения. Вставьте вместо точек необходимый по смыслу глагол в нужной форме. Будьте внимательны при выборе вида глагола.

Таблица 44 – Упражнение на выбор глаголов

А) Мы готовы ... заказ прямо сейчас.	Глаголы:
Б) Мы ... сотрудничать с вами.	Оформить/оформлять
В) Качество вашей продукции нам ...	Согласиться/соглашаться
Г) Мы рады, что вас ... наши товары.	Понравиться/нравиться
Д) Разрешите ... вас с победой в конкурсе!	Заинтересовать/интересовать
	Поздравить/поздравлять

2. Упражнения на перевод.

(1) Переведите следующие словосочетания на китайский язык.

Таблица 45 – Упражнение на перевод

Словосочетания на русском языке	Перевод на китайский язык
уверен в успехе	
доволен качеством продукции	
согласиться сотрудничать	
принимать ваши условия	
оформить заказ	
остаться довольным выполненным заказом	
рад сообщить вам приятную новость	
готовы с вами сотрудничать	
разрешите выразить огромную благодарность	
заинтересованы в сотрудничестве	

(2) Переведите следующие словосочетания на русский язык.

Таблица 46 – Упражнение на перевод

Словосочетания на китайском языке	Перевод на русский язык
-----------------------------------	-------------------------

准备好合作	
接受合作条件	
为了合作（祝酒辞）	
表达感谢	
很乐意合作	
不反对	
同意合作	
有信心成功	
允许表达谢意	

(3) Переведите следующие предложения на китайский язык.

А) На наш взгляд, эта продукция будет пользоваться большим спросом в нашей стране.

Б) Дело в том, что наша фирма занимается продажей молочной продукции.

В) Благодарим вас за интерес к нашей продукции.

Г) С вами говорит менеджер московского представительства китайской компании «Джифа» Люй Муян.

Д) Мы остались очень довольны выполненным заказом.

Е) Разрешите поздравить вас и всех сотрудников вашей компании с победой.

Ж) Я тоже очень рада нашей встрече.

И) На каких условиях ваша фирма поставляет продукцию в Россию?

К) Наши ориентировочные цены соответствуют ценам мирового рынка.

Л) Чем больше объем, тем ниже цена.

М) Товар мы поставляем одной или двумя партиями в течение месяца.

(4) Переведите следующие предложения на русский язык.

А)很高兴与贵公司合作。

Б)请允许向贵公司表达谢意。

В)贵方合作条件很合适。

Г)我们准备好下订单了。

Д)祝贺贵公司创立10年。

Е) 为了我们的合作!

Ж) 我公司对贵公司对产品非常感兴趣。

И) 我确信, 我们会签合作合同的。

3. Речевые упражнения.

(1) Прочитайте сцены и назовите их участников. Как вы думаете, что послужило причиной разговора? В каком месте, в какой ситуации они могли произойти?

(2) Прочитайте диалоги. Выскажите свое мнение по следующим вопросам:

А) В сцене 1: Кем работает Алексей Иванович в компании «Золотое сердце»?

Б) В сцене 1: Чем заинтересовался Алексей Иванович? Почему?

В) В сцене 2: Кем работает Люй Муян ?

Г) В сцене 2: По какой причине Люй Муян захотел выразить благодарность?

Д) В сцене 3: С чем Ван Линь поздравил Андрея Ивановича?

Е) В сцене 4: На каких условиях данная китайская фирма поставляет продукцию в Россию?

Ж) В сцене 4: Какой размер скидки бывает у данной китайской фирмы?

З) В сцене 4: Какое количество наборов китайская фирма может поставить?

И) В сцене 4: Устраивают ли российскую компанию условия китайской фирмы?

(3) Используя сцены, восстановите диалоги.

А) – ...

– *Очень приятно. Ин Сэнме. Чем могу вам помочь?*

Б) – ...

– *Благодарим вас за интерес к нашей продукции. Я готов ответить на все ваши вопросы.*

В) – ...

– *Большое спасибо. Мне очень приятно это слышать. Мы всегда стремимся качественно и в срок обслуживать клиентов. Пожалуйста, обращайтесь к нам еще. Мы всегда вам поможем.*

Г) – ...

– Наши ориентировочные цены соответствуют ценам мирового рынка. Мы занимаемся только оптовыми поставками, поэтому цена зависит от объема заказа. Чем больше объем, тем ниже цена. Размер скидки колеблется от 3% до 10%.

Д) – ...

– От 200 до 1000. Товар мы обычно поставляем одной или двумя партиями в течение месяца. Мы можем вам предложить также пробную партию. Ее объем составляет 100 наборов. Поставка пробной партии осуществляется в течение двух недель.

(4) Прочитайте диалог сцены еще раз. Найдите в нём тактики речевого поведения: выражения готовности сотрудничать, удовлетворения, уверенности, благодарности, заинтересованности, а также фразы поздравления.

(5) Определите и запишите выражения, которые используются в этих тактиках.

(6) Работа в парах. Дайте ответные реплики или ответьте на вопросы собеседника. Постарайтесь дать наиболее полную информацию.

А) – *Добрый день, господин Антонов. С вами говорит менеджер московского представительства китайской компании «Джифа» Люй Муян. Две недели назад вы установили нам камеры. Мы остались очень довольны выполненным заказом, и я звоню, чтобы выразить вам и вашим сотрудникам огромную благодарность за работу, которая была проведена в нашем офисе.*

–...

Б) – *Добрый день, Андрей Иванович. Разрешите поздравить вас и всех сотрудников вашей компании с победой в конкурсе на лучшее дилерское предприятие.*

–...

В) – *Госпожа Фань, я хотела бы узнать, на каких условиях ваша фирма поставляет продукцию в Россию. Меня интересует все: цены, возможный объем поставок, сроки поставки.*

–...

Г) – *А какое количество наборов вы можете нам поставить?*

–...

(7) Составьте свой сценарий “Сотрудничество”. Разыграйте его.

4. Упражнения для самостоятельной работы. Выполните задания в соответствии с ситуацией.

1) Ситуация: Вы готовы сотрудничать с партнером, выразите готовность к сотрудничеству. _____

2) Ситуация: Во время обсуждения проекта клиент предложил новые товары. Выразите клиенту свою заинтересованность в этом. _____

3) Ситуация: Вы довольны результатом сотрудничества. Выразите партнёру своё удовлетворение по этому поводу. _____

4) Ситуация: Вы уверены в успехе будущего проекта. Выразите партнёру свою уверенность в этом. _____

5) Ситуация: Вам приятно видеть клиента в своем офисе. Выразите радость по этому поводу. _____

6) Ситуация: На выставке посетителей заинтересовали ваши товары. Выразите надежду на дальнейшее сотрудничество с ними. _____

7) Ситуация: У вашего клиента была успешная выставка. Поздравьте его! ____

8) Ситуация на банкете: Вы присутствуете с партнером на банкете, произнесите тост в честь вашего сотрудничества. _____

3.2. Проведение экспериментального обучения

3.2.1. Анкетирование как один из этапов экспериментального обучения.

Результаты анкетирования

За время проведения экспериментального обучения проводилось анкетирование два раза.

1. **Первое анкетирование** (см. таблицу 47) проводилось в декабре 2018 года в группе третьего курса факультета русского языка Харбинского научно-технологического университета (Китай). В этом университете предмет «РЯДО»

как одно из двух направлений обучения (другое направление - туристический русский язык) начинает вводиться в четвертом семестре (1 раз в неделю, по 2 учебных часа) и продолжается 4 семестра. В данной группе было 25 китайских студентов-филологов, которые владеют русским языком общего уровня В1 и РЯДО – базовый уровень. Преподавателем данного института на занятии по предмету «РЯДО» студентам был предложен разработанная нами модель лингводидактического материала – сценарий «Торг». На последнем этапе ознакомления с материалом студенты заполнили анкету, которая была создана для анализа их мнений о данной модели. Время ознакомления модели и анкетирования занимало всего 2 учебных часа.

Таблица 47 – Первое анкетирование за время проведения экспериментального обучения

Дата проведения анкетирования	Место проведения анкетирования	Количество студентов	Общий уровень владения русским языком и РЯДО	Время ознакомления модели	Время проведения анкетирования
Декабрь 2018 года	Харбинский научно-технический университет (Китай)	25 чел.	В1 - базовый уровень	75 минут	15 минут

Анкета представляется в следующем виде в таблице 48.

Таблица 48 – Анкета для изучения мнений китайских студентов о сценарии «Торг»

Анкета для изучения мнений китайских студентов о сценарии «Торг»

Уважаемые студенты! Наша анкета носит анонимный характер, поэтому не надо писать ваших фамилий и имён. Просто нас интересует ваше мнение о нашем материале. Спасибо заранее.

№	Вопрос	ответ
1	На каком курсе вы учитесь?	
2	Сколько лет вы изучаете русский язык?	
3	В каком университете вы учитесь?	
4	На каком факультете вы учитесь?	
5	Есть ли на вашем факультете предмет «РЯДО»?	
6	Как вы думаете, материалы сценария "Торг" вам нужны или нет, почему?	
7	Что больше всего вам понравилось в материалах сценария "Торг"?	
8	Что меньше всего вам понравилось в материалах сценария "Торг"?	
9	Как вы думаете, для того, чтобы понять эти материалы, сколько лет нужно изучать русский язык?	
10	Почему вы выбрали предмет РЯДО и зачем вам нужен язык делового общения?	
11	Кем вы хотите работать после окончания университета?	

В таблице 49 описываются ответы студентов на вопросы в анкете.

Таблица 49 – Ответы студентов на вопросы в анкете

Номер пункта	Ответы студентов на вопросы
1-5.	Все 25 студентов учатся на факультете русского языка на третьем курсе бакалавриата. Они изучают русский язык третий год. На их факультете есть предмет «РЯДО».
6.	22 студента отметили, что материал им полезен. Они написали, что тема интересная и актуальная, структура материала четкая, содержание их заинтересовало, они захотели изучать эти речевые образцы и сценарий «Торг». 15 студентов решили, что этот материал будет им нужен потом в

	<p>работе. Они также отметили, что сценарный способ подачи материала помогает им усвоить язык, им легче запомнить новые слова, словосочетания и конструкции.</p>
7.	<p>Студенты написали, что речевые образцы им очень нужны, они узнали, как правильно их использовать на русском языке в соответствующих ситуациях. Другим был полезен словарь, в нем для них было много новых слов, еще им было важно, что в словаре были предложены устойчивые словосочетания и предложения из этих новых слов, что помогает им более четко освоить этот новый материал и узнать, как им пользоваться. Они также отметили, что сценарий «Торг» был очень интересный, они изучали его с интересом. Еще некоторые написали, что задания полезны, после ознакомления с материалом студенты хорошо и быстро смогли закрепить освоенные знания.</p>
8.	<p>2 студента решили, что речевые образцы были для них трудными.</p> <p>Один студент ответил, что в словаре есть некоторые слова и словосочетания, которые ему трудно усвоить. У остальных студентов данный словарь не вызвал затруднений.</p>
9.	<p>18 студентов думают, что им нужно 2 года, 4 студента решили, что нужно 3 года, 2 студента – 4 года для того, чтобы понять этот материал.</p>
10.	<p>Некоторые студенты решили, что после окончания университета они собираются устроиться в какую-нибудь внешнеторговую компанию, и поэтому язык делового общения будет нужен им в будущей работе, они хотят лучше научиться общаться с русскими партнерами. Другие студенты написали, что учиться русскому языку им очень интересно, поэтому все, что касается русского языка, они хотят изучать. Они также отметили, что хотят повышать свой уровень усвоения русского языка официально-делового стиля, поэтому им нужен язык делового общения.</p>
11.	<p>8 студентов ответили – агентами-комиссионерами, 5 – переводчиками, 4 студентов написали – преподавателями, 3 – гидом, 3 – поступить в магистратуру, 1 – учиться русскому языку за рубежом, 1 – пока не знает.</p>

Результаты данного анкетирования показали, что студенты с интересом изучали новый материал, им понравился сценарный подход в обучении и предложенная им модель лингводидактического материала – сценарий «Торг». Они отметили, что материал был им полезен. По их мнению, тема очень интересная и актуальная, структура материала четкая, содержание полезное, так как предлагались речевые образцы, обеспечивающие возможность торга в реальной коммуникации.

После окончания занятия мы задали целевые вопросы преподавателю, предоставившему материалы. Цель состояла в том, чтобы узнать мнение преподавателя о модели лингводидактического материала по сценарию «Торг», а также получить отзыв преподавателя о предложенном нами сценарном подходе, вопросы которого представлены в таблице 50. Время собеседования составило 15 минут.

Таблица 50 – Отзыв преподавателя о предложенном сценарном подходе

Вопрос 1. Сколько лет Вы работаете в Харбинском научно-технологическом университете?
Ответ 1: <i>8 лет.</i>
Вопрос 2. Сколько лет Вы обучали русскому языку делового общения?
Ответ 2: <i>6 лет.</i>
Вопрос 3. Вы раньше использовали сценарный подход в обучении РЯДО?
Ответ 3: <i>Не использовала, это первый раз.</i>
Вопрос 4. Вам понравился сценарный подход, почему?
<p>Ответ 4: <i>Да, понравился. Потому что, данный подход очень интересный, и мне интересно, и студентам интересно. По-моему, такой подход обучения может вызвать у студентов интерес к учебе. Они почувствуют, что полученные ими знания ближе к жизни, и они смогут научиться использовать полученные знания.</i></p> <p><i>Сценарный подход сможет улучшить процесс обучения в целом.</i></p>
Вопрос 5. Вам понравилась предложенная модель лингводидактического материала по сценарию «Торг», какие у ней преимущества и недостатки?
<p>Ответ 6: <i>Мне очень понравилась данная модель. При подготовке к занятию на основе данной модели у меня появилось такое мнение, что этот материал носит очень практический и коммуникативный характер, он актуален для будущей профессиональной работы у студентов, которые будут работать в коммерческой деловой деятельности. И сама тема «Торг» очень</i></p>

актуальна в будущей профессии. Что касается недостатков, пока не нашла.

Вопрос 6. Рассматриваете ли вы возможность использования этого подхода в будущем учебном процессе обучения РЯДО, почему?

Ответ 6: *Да, конечно. Я буду изучать сценарный подход, и попробую применить этот подход в процессе обучения. Я думаю, что данный подход может повысить эффективность усвоения студентами знаний, повысить их навыки и умения делового общения, оптимизировать весь учебный процесс.*

2. **Второе анкетирование** (см. таблицу 51) проводилось в мае 2019 года в группе китайских студентов-филологов, владеющих русским языком на уровнях В1. В группе было 10 студентов-филологов, которые приехали в Гос. ИРЯ им. А.С. Пушкина на стажировку на десять месяцев изучать русский язык, в том числе язык бизнеса. Они приехали из разных китайских университетов (Сычуаньский университет иностранных языков, Уханьский университет, Уханьский педагогический университет, Чичихаэрский университет, Харбинский научно-технический университет, Хунаньский университет, Хунаньский педагогический университет). В Китае они учились на третьем курсе бакалавриата и приехали по обмену. Студентам на занятии по предмету «РЯДО» данного института была предложена разработанная нами модель лингводидактического материала – сценарий "Выдвижение претензии". На последнем этапе ознакомления с материалом студенты заполнили анкету, которая была создана для анализа их мнений о данной модели. Время ознакомления модели и анкетирования заняло всего 2 учебных часа.

Таблица 51 – Второе анкетирование

Дата проведения анкетирования	Место проведения анкетирования	Количество студентов	Общий уровень владения русским языком и РЯДО	Время ознакомления модели	Время проведения анкетирования
Май 2019 года	Гос. ИРЯ им. А.С. Пушкина	10 чел.	В1 - базовый	75 минут	15 минут

			уровень		
--	--	--	---------	--	--

Анкета была представлена в следующем виде в таблице 52.

Таблица 52 – Анкета для изучения мнений китайских студентов о сценарии «Выдвижение претензии»

Анкета для изучения мнений китайских студентов о сценарии «Выдвижение претензии»

Уважаемые студенты! Наша анкета носит анонимный характер, поэтому не надо писать ваших фамилий и имён. Просто нас интересует ваше мнение о нашем материале. Заранее спасибо.

№	вопрос	ответ
1	На каком курсе вы учитесь?	
2	Сколько лет вы изучаете русский язык?	
3	В каком университете вы учитесь?	
4	На каком факультете вы учитесь?	
5	Есть ли на вашем факультете предмет «РЯДО»?	
6	Как вы думаете, материалы сценария «Выдвижение претензии» вам нужны или нет, почему?	
7	Что больше всего вам понравилось в материалах сценария «Выдвижение претензии»?	
8	Что меньше всего вам понравилось в материалах сценария «Выдвижение претензии»?	
9	Как вы думаете, для того, чтобы понять эти материалы, сколько лет нужно изучать русский язык?	
10	Зачем вам нужен язык делового общения?	
11	Кем вы хотите работать после окончания университета?	

В таблице 53 описываются ответы студентов на вопросы в анкете.

Таблица 53 – Ответы студентов на вопросы в анкете

Номер пункта	Ответы студентов на вопросы
1-5.	Все 10 студентов учатся на факультетах русского языка на третьем курсе бакалавриата в разных китайских вузах (Сычуаньский университет

	иностранных языков, Уханьский университет, Уханьский педагогический университет, Чичихаэрский университет, Харбинский научно-технический университет, Хунаньский университет, Хунаньский педагогический университет). Они уже изучают русский язык 3 года. На их факультетах есть предмет «РЯДО».
6.	Все десять студентов отметили, что данный материал им полезен, потому что они написали, что содержание их заинтересовало, они захотели изучать эти речевые образцы и тактики. Некоторым понравились речевые упражнения, они посчитали, что эти упражнения смогли помочь им повысить уровень умений делового общения. Некоторые решили, что в этом материале есть много полезной новой информации, и этот материал будет им нужен потом в работе. Они также отметили, что сценарный подход в обучении оказался очень удобным для усвоения языка.
7.	Студенты отметили, что им был полезен учебный словарь, в нем было много новых слов, еще им было важно, что в словаре были предложены устойчивые словосочетания и предложения, составленные из этих новых слов, что помогает им более четко освоить этот новый материал и узнать, как им пользоваться. Речевые образцы студентам очень понравились, потому что они узнали, как выразить претензии на русском языке. Некоторые студенты решили, что упражнения им нужны, они очень интересные и помогают закреплять освоенные знания.
8.	Только один студент ответил, что в словаре есть некоторые слова и словосочетания, которые ему трудно усвоить. У остальных студентов данный словарь не вызвал затруднений.
9.	Шесть студентов думают, что им нужно 3 года, три студента написали - 2 года, два студента – 4 года, для того, чтобы понять этот материал.
10.	5 студентов решили, что после окончания университета они собираются устроиться в какую-нибудь внешнеторговую компанию, и поэтому язык делового общения будет нужен им в будущей работе, они хотят лучше научиться общаться с русскими партнерами. 5 студентов отметили, что они хотели повышать свой уровень усвоения русского языка официально-делового стиля, поэтому им нужен язык делового общения.
11.	5 студентов ответили – агентами-комиссионерами, 2 – переводчиками, 3 студента написали – преподавателями.

Результаты данного анкетирования показали, что студентам понравились сценарный подход обучения и предложенная им модель лингводидактического материала – сценарий «Выдвижение претензии». По их мнению, речевые упражнения помогли им повысить уровень умений делового общения, и в этом материале есть много полезной информации, и она будет им нужна потом в работе. Они с интересом изучали речевые образцы, тактики, и в целом саму модель сценария «Выдвижение претензии».

На наш взгляд, при обучении модели лингводидактического материала по сценарию «Выдвижение претензии» мотивация учащихся на занятиях была высока, они очень интересовались предложенными материалами, активно участвовали во взаимодействии с преподавателями и активно отвечали на вопросы.

Результаты анкетирования позволили нам сделать вывод: предложенный нами сценарный подход в обучении русскому языку делового общения и модели лингводидактических материалов – сценариев «Торг» и «Выдвижение претензии» способны обеспечивать повышение мотивации учащихся, активизируют их внимание, содействуют развитию навыков развития речи русского языка в деловом общении, оптимизировать процесс обучения.

3.2.2. Проведение констатирующего среза

Для определения уровня сформированности навыков и умений делового общения у студентов в начале экспериментального обучения в январе 2020 года был проведен констатирующий срез в экспериментальной (20 человек) и контрольной группах (20 человек) в Синьцзянском университете (Китай). Эти группы мы в дальнейшем будем называть «Экспериментальная группа» и «Контрольная группа».

Общая информация о состоянии ведения предмета «РЯДО» в Синьцзянском университете: предмет «РЯДО» как одно из двух направлений обучения (другое направление – русский язык и литература) начинает вводиться в четвертом семестре (1 раз в неделю, по 2 учебных часа) и продолжается 4 семестра. На

факультете русского языка данного университета обучается 350 студентов, на каждом курсе 4 группы, в каждой группе 20-25 студентов.

На занятиях по предмету «РЯДО» используется учебник Сун Шуфан «Русский язык для деловых людей», издательство «Преподавание иностранных языков в Шанхае», 2008 г. (описание учебника см. параграф 2.5.3).

Объект эксперимента: две группы студентов третьего курса, в каждой группе было по 20 китайских студентов-филологов, владеющих общим уровнем русского языка В1 (все 40 студентов сдали китайские государственные тесты по русскому языку 4-й уровень, включающий тест для окончивших базовый этап, то есть четвертый семестр бакалавриата по русскому языку в высших учебных заведениях) и уровнем РЯДО – базовый уровень (все 40 студентов уже учились РЯДО в течение целого четвертого семестра).

Цель констатирующего среза (таблица 54) заключается в том, чтобы определить стартовый уровень у экспериментальной и контрольной группы владения общим русским языком и РЯДО.

Таблица 54 – Констатирующий срез

Дата проведения констатирующего среза	Место проведения анкетирования	Количество студентов	Общее уровень владения русским языком и РЯДО	Уровень владения РЯДО	Время проведения констатирующего среза
январь 2020 года	Синьцзянский университет (Китай)	Две группы по 20 чел. третьего курса факультета русского языка	В1 - базовый уровень	Базовый уровень	90 минут

Констатирующий срез проводился в виде экзамена. В данном университете, в конце каждого семестра проводится итоговый экзамен по каждому предмету,

экзамен проводится в виде контрольного теста. Контрольный тест составлен преподавателем кафедры по соответствующему предмету. Мы взяли полученные баллы контрольного теста по предмету РЯДО четвертого семестра экспериментальной и контрольной группы в качестве констатирующего среза, потому что полученные результаты отражают стартовый уровень владения РЯДО обеих групп перед экспериментальным обучением. Контрольный тест был составлен на основе шести тем («Обращение и приветствие», «Встречи и проводы», «Гостиница», «Визитная карточка», «Выставка», «Посещение предприятия») из учебника «Русский язык для деловых людей», по которому шло обучение студентов в течение четвёртого семестра.

Контрольный тест четвертого семестра по предмету РЯДО факультета русского языка Синьзянского университета состоит из 3 частей: Часть 1 – Лексика. Грамматика; Часть 2 – Перевод. Часть 3 – Устная речь. Общее время теста: 90 минут. Общий балл – 100.

Контрольный тест

Часть 1. Лексика. Грамматика.

Инструкция: Задания 1 – 6 (60 позиций). Время – 45 минут. Максимальное количество баллов – 60, каждое тестовое задание оценивается в 1 балл.

Задание 1. Выберите правильный вариант.

1. Я еду _____ командировку.
 - а) на
 - б) к
 - в) в
 - г) от

2. Мы _____ бы подарить Вам книгу о нашей стране.
 - а) хотим
 - б) хотели
 - в) желаем
 - г) желали

3. Разрешите _____, меня зовут Ван Пин.

- а) преставить
- б) представлять
- в) представиться
- г) представляться

4. Извините, кто вы _____ должности?

- а) о
- б) по
- в) с
- г) на

5. Когда было _____ ООО «Заря»?

- а) созданное
- б) создать
- в) создано
- г) созданы

6 . Сколько _____ работает в вашей компании?

- а) сотрудника
- б) сотрудникам
- в) сотрудников
- г) сотрудники

7. На выставке вы хотели купить _____ .

- а) лазерные принтеры
- б) лазерным принтеры
- в) лазерного принтера
- г) лазерному принтеру

8. Простите, продукция нашей фирмы вас _____ ?

- а) интересно
- б) заинтересовала
- в) заинтересованная
- г) интересуют

9 . Вы ошиблись _____ .

- а) номер
- б) номером
- в) номеру
- г) номеров

10. Корпорация _____ экспорту и импорту.

- а) по
- б) в
- в) на
- г) с

11. _____ отъездом сдайте, пожалуйста, администратору гостиную карточку.

- а) от
- б) за
- в) по
- г) перед

12. Мы бы хотели, _____ поставка была выполнена до начала декабря.

- а) что
- б) чтобы
- в) для того
- г) когда

13. Гости могут отдать белье _____.

- а) в стирку
- б) на стирку
- в) по стирке
- г) к стирке

14. Русские друзья _____ обслуживанием нашей компании.

- а) довольные
- б) довольная
- в) довольны
- г) доволен

15. ____ у нас достаточно высокие цены, наша продукция пользуется большим спросом на российском рынке.

- а) Хотя бы
- б) Несмотря на
- в) Хотя
- г) В связи с

16. Не _____ обратный билет, мы не знаем точную дату отъезда.

- а) заказывает
- б) заказывайте
- в) заказываю
- г) заказывают

17. Я думаю, что _____ мы подпишем с вашей компанией контракт.

- а) ближайшим временем
- б) ближайшего времени
- в) на ближайшее время
- г) в ближайшее время

18. _____ приятно познакомиться с вами.

- а) я
- б) меня
- в) мне
- г) мной

19. _____ дружбу, сотрудничество и всеобщее процветание!

- а) за
- б) на
- в) по
- г) в

20. Встреча министров прошла _____ высоком уровне.

- а) о
- б) в
- в) на

г) по

Задание 2. В данных предложениях вставьте слова, данные в скобках, в нужном падеже.

21. Мы используем (импортное сырье).
22. Гости были поражены (большой рост) объема продаж компании за последние годы.
23. Тепло (присутствовать) друзей из разных стран.
24. Ярмарка укрепляет (дружба) и способствует (процветание) торговли.
25. Акционерная ассоциация включает в себя несколько (фирма).
26. (что) занимается ООО «Ласточка»?
27. Мы очень (заинтересован) в (сотрудничество) с (вы).
28. (Разрешить) вам дать альбом в (подарок).
29. (я) очень приятно познакомить вас с моими заместителями.
30. Пусть в (новый год) исполнятся все ваши желания.

Задание 3. Выберите подходящий глагол и поставьте его в нужной форме.

А. Представиться – представить

- 1) Разрешите _____. Меня зовут Джан Дань. Я работаю начальником цеха.
- 2) Позвольте _____ вас своих заместителей.
- 3) В кабинет вошел незнакомый человек и _____ инженером тракторного завода.
- 4) Генеральный директор _____ гостям своих помощников и сотрудников компании.

Б. Познакомить - познакомиться

- 1) Нас _____ с представителем Совета директоров китайско-российского совместного предприятия.
- 2) Мы _____ с инженером Петром, когда ехали в командировку.
- 3) Мне очень приятно _____ вас с моими заместителями.
- 4) _____, пожалуйста, это наш главный инженер Алексей Васильевич.

В. Встретить – встречать

- 1) Мы не ____ делегацию их Минска, потому что мы не знали об их приезде.
- 2) Мы не _____ делегацию на вокзале: они прилетели самолетом.
- 3) Павел Борисович, почему вы нас не _____ вчера в аэропорту?
- 4) Мы ездили встречать вас, но не ____, так как немного опоздали.

Задание 4. Выберите подходящие предлоги.

- 1) Дайте, мне, пожалуйста, два билета (в, на, за) купейный вагон.
- 2) Я хочу купить билет (в, на, под) рейс №2032.
- 3) Мне, пожалуйста, два билета (в, на, за) каюту первого класса.
- 4) Я хотел бы заказать билет (на, до, от) 15 июня.
- 5) Гости уже сели (в, на) машину.

Задание 5. Замените подчеркнутые слова и словосочетания другими, данными в скобках.

(основан, объединять, обладать, данный)

- 1) АООТ “Свет” было создано в 1986 году.
- 2) Акционерная ассоциация включает в себя несколько фирм.
- 3) Настоящая компания занимается экспортом одежды.
- 4) Производственное предприятие имеет статус юридического лица.

(номер на двоих, ключ, устроиться, бланк, сдать)

- 1) Я хотел бы заказать двухместный номер.
- 2) Гости могут отдать белье в стирку.
- 3) Прошу заполнить эти анкеты.
- 4) Получите, пожалуйста, вашу гостевую карточку.
- 5) Корейские гости остановились в гостинице “Хунхай”.

Задание 6. Ответьте на вопросы, используя данные в скобках слова и словосочетания).

- 1) Извините, кто вы по должности?
(президент ассоциации, вице-президент, генеральный директор)
- 2) Скажите, пожалуйста, какая у вас ученая степень?
(доктор экономических наук, кандидат медицинских наук)

3) Простите, кто вы по профессии?

(дизайнер, экономист, бухгалтер, юрист, переводчик)

4) Извините, в каком отделе вы работаете?

(первый оперативный отдел, импортный отдел, отдел сбыта)

5) Какие товары представит ваша фирма на этой выставке?

(грузовые и легковые машины)

6) Какие экспонаты представит компания “Янгуан” на этой ярмарке.

(промтовары и медтехника)

7) Какие изделия представит фабрика “Вологда” на выставке?

(кружевные и художественные изделия)

8) Что вы намереваетесь выставить на ярмарке?

(удобрения и нефтепродукты)

Часть 2. Перевод

Инструкция: задание 7 – 8 (20 позиций). Время – 20 минут. Максимальное количество баллов – 20, каждое тестовое – задание оценивается в 1 балл.

Задание 7. Переведите следующие предложения на китайский язык.

1. Александру Сергеевичу нравится ездить на поезде и знакомиться с новыми друзьями.
2. Мне нужен билет на самолет “Владивосток - Одесса” на пятое июля.
3. Гости устроились в этой гостинице в прошлую субботу, и их устроили хорошо.
4. На имя генерального директора заказан номер-люкс.
5. Ярмарка приобрела заслуженную популярность в промышленных и деловых кругах.
6. Нам хотелось бы посетить электромоторный завод.
7. Клиенты были потрясены, когда увидели ваш современный центр логистики.
8. Дорогие друзья, я вижу у всех пустые бокалы, надо их наполнить.
9. Познакомимся с друзьями! Будем искренне и честно сотрудничать!
10. Акционерное предприятие приглашает зарубежные фирмы.

Задание 6. Переведите следующие предложения на русский язык.

1. 为了我们的合作！
2. 我们向世界十几个国家出口自己的工业品。
3. 海蓝公司按欧洲最低价格批发高质量商品。
4. 办好交易会是发展贸易的保证。
5. 考虑到场地有限，我想问一下，贵方打算展出什么设备？
6. 中国之夏展销会将在今年8月份举行。
7. 中国进出口公司在俄罗斯设立了代表处。
8. 请随便吃，不要客气。
9. 公司在国旅给您订了单人房。
10. 每天早上6点到晚上8点免费上网。

Часть 3 – Говорение. Устная речь.

Инструкция: задание 9. Время – 25 минут. Максимальное количество баллов – 20, тестовое – задание оценивается в 20 баллов.

Задание 9. Составьте диалог на тему “Встреча с партнером на выставке”.

Требование: в диалог должно быть включаются следующие информации: приветствие, обращение, визитная карточка, приглашение на посещение предприятия, проводы.

Время подготовки: 15 минут

Результаты констатирующего среза описаны в таблице 55, в ней показаны следующие данные: средний балл экспериментальной группы по предмету РЯДО составил 79.3 баллов, контрольной группы - 80.5 баллов.

Таблица 55 – Результаты констатирующего среза в двух группах по предмету РЯДО

Экспериментальная группа			Контрольная группа		
№	Имя	Балл	№	Имя	Балл
1	Ван На	94	1	Ху Хайхуань	95
2	Мин Сюе	93	2	Чжао Цзяминь	93
3	Ян Сяофэн	90	3	Чи Шиюй	91
4	Лу Гуаньсинь	88	4	Ли Гунчао	90
5	Цзинь Хэйцзюнь	85	5	Синь Хэнюй	89

6	Чжан Мэди	85	6	Сюй Чао	89
7	Дзон Жуй	83	7	Шан Циншань	86
8	Ли Жуйиюнь	82	8	Чан Линь	82
9	Чжао Лиин	81	9	Чан Сяона	82
10	Люй Суй	81	10	Ху Ифэй	82
11	Чжан Кэй	79	11	Пан Мэйцзюнь	81
12	Ван Цзя	77	12	Ли Сунься	81
13	Чжан Дзань	75	13	У Юйин	80
14	Люй Фэн	75	14	Фан Хунь	75
15	Юй Сюань	75	15	Ли Ци	74
16	Ли Донсу	73	16	Джу Си	70
17	Лу Гуаньсинь	70	17	Люй Ян	70
18	Цзнь Чуньхун	68	18	Линь Энсу	70
19	Ван Дань	67	19	Ян Линь	66
20	Чжао Чэн	60	20	Пан Бин	64

Для того чтобы проанализировать результаты в двух группах, необходимо рассмотреть полученные студентами баллы в каждой части теста, что посчитано в таблице 56.

Таблица 56 – Результаты каждой части теста в двух группах

Экспериментальная группа					Контрольная группа				
№	Имя	Балл в каждой части			№	Имя	Балл в каждой части		
		1(60)	2(20)	3(20)			1(60)	2(20)	3(20)
1	Ван На	58	19	17	1	Ху Хайхуань	59	19	17
2	Мин Сюе	58	18	17	2	Чжао Цзяминь	57	18	18
3	Ян Сяофэн	56	18	16	3	Чи Шиюй	57	17	17
4	Лу Гуаньсинь	55	17	16	4	Ли Гунчао	57	19	16
5	Цзинь Хэйцзюнь	55	16	14	5	Синь Хэнюй	57	18	14
6	Чжан Мэди	55	15	15	6	Сюй Чао	57	17	15
7	Дзон Жуй	54	15	14	7	Шан Циншань	56	17	13
8	Ли	55	15	12	8	Чан Линь	54	16	14

	Жуйиюнь								
9	Чжао Лиин	<i>52</i>	<i>15</i>	<i>14</i>	9	Чан Сяона	<i>53</i>	<i>14</i>	<i>15</i>
10	Люй Суй	<i>53</i>	<i>14</i>	<i>14</i>	10	Ху Ифэй	<i>53</i>	<i>15</i>	<i>14</i>
11	Чжан Кэй	<i>53</i>	<i>13</i>	<i>13</i>	11	Пан Мэйцзюнь	<i>53</i>	<i>15</i>	<i>13</i>
12	Ван Цзя	<i>51</i>	<i>14</i>	<i>12</i>	12	Ли Сунься	<i>52</i>	<i>17</i>	<i>12</i>
13	Чжан Дзань	<i>50</i>	<i>12</i>	<i>13</i>	13	У Юйин	<i>51</i>	<i>16</i>	<i>13</i>
14	Люй Фэн	<i>50</i>	<i>13</i>	<i>12</i>	14	Фан Хунь	<i>49</i>	<i>14</i>	<i>12</i>
15	Юй Сюань	<i>49</i>	<i>13</i>	<i>13</i>	15	Ли Ци	<i>48</i>	<i>13</i>	<i>13</i>
16	Ли Донсу	<i>49</i>	<i>12</i>	<i>12</i>	16	Джу Си	<i>44</i>	<i>13</i>	<i>13</i>
17	Лу Гуаньсинь	<i>47</i>	<i>12</i>	<i>11</i>	17	Люй Ян	<i>46</i>	<i>12</i>	<i>12</i>
18	Цзнь Чуньхун	<i>46</i>	<i>12</i>	<i>10</i>	18	Линь Энсу	<i>44</i>	<i>15</i>	<i>11</i>
19	Ван Дань	<i>45</i>	<i>13</i>	<i>9</i>	19	Ян Линь	<i>46</i>	<i>11</i>	<i>9</i>
20	Чжао Чэн	<i>44</i>	<i>8</i>	<i>8</i>	20	Пан Бин	<i>41</i>	<i>15</i>	<i>8</i>

Таким образом, можем вычислить средний балл результатов каждой части контрольного теста в двух группах (см. таблицу 57).

Таблица 57 – Средний балл результатов каждой части контрольного теста двух групп

Средний балл результатов каждой части контрольного теста двух групп			
	Часть 1 Лексика. Грамматика (60 баллов)	Часть 2 Перевод (20 баллов)	Часть 3 Говорение. Устная речь (20 баллов)
Экспериментальная группа	<i>51.75</i>	<i>14.85</i>	<i>12.7</i>
Контрольная группа	<i>51.7</i>	<i>15.05</i>	<i>13.75</i>

Итак, из таблиц видно, что в двух группах у студентов уровень владения РЯДО приблизительно одинаков.

Можно вычислить средний балл экзамена двух групп по предмету РЯДО, который указан в таблице 58.

Таблица 58 – Средний балл экзамена двух групп по предмету РЯДО

Средний балл	
Экспериментальная группа	Контрольная группа
79.3	80.5

По среднему полученному баллу можем определить стартовый уровень владения РЯДО у студентов двух групп. Для экспериментального обучения в качестве экспериментальной группы мы взяли группу, которая получила меньший средний балл.

3.2.3. Ход экспериментального обучения

Эксперимент проводился с 6 марта по 10 мая 2020 года (10 недель) в двух группах на 3-ем курсе факультета русского языка Сяньцзянского университета (Китай).

Цель экспериментального обучения заключалась в проверке выдвинутой гипотезы об эффективности разработанного сценарного подхода обучения на базовом уровне РЯДО для оптимизации учебного процесса, способствующего формированию у китайских учащихся коммуникативной компетенции РЯДО.

Методика проведения эксперимента: во время эксперимента в двух группах изучались следующие темы учебника Сун Шуфан «Русский язык для деловых людей», издательство «Преподавание иностранных языков в Шанхае», 2008 г. – «Деловые переговоры», «Рекламация, арбитраж» и «Цена». В одной группе, экспериментальной, были одновременно с материалами кафедры предложены модели лингводидактических материалов: сценарии «Выдвижение претензии», «Торг», «Сотрудничество». В другой группе, контрольной, таких материалов не предлагалось, обучение шло по обычному плану кафедры. Наши материалы были апробированы преподавателем данного университета на занятиях по предмету «РЯДО» (апробация шла в условиях коронавируса в режиме онлайн).

Продолжительность экспериментального обучения: 64 дня – с 6 марта по 10 мая (10 недель).

Общее время эксперимента: в течение эксперимента общие академические часы по предмету РЯДО – 20 (один раз в неделю по 2 ак. ч.), в экспериментальной группе каждую неделю один раз предлагался наш материал, каждый раз по 30 минут (в остальное время предлагались материалы из вышеуказанного учебника: один час), в контрольной группе – 2 ак. ч. в неделю предлагались материалы из учебника.

Ход экспериментального обучения:

1. В экспериментальной группе:

(1) Тема 1: «Деловые переговоры» по учебнику и наш материал – сценарий «Сотрудничество».

1) Первое занятие:

В течение 1 учебного часа предлагались материалы по учебнику: слова и выражения, комментарии 1-3;

В течение следующих 30 минут предлагались материалы нашего экспериментального обучения: тактики и речевые образцы (см. таб. 38, 39 и 40, стр. 151-152).

2) Второе занятие:

В течение 1 учебного часа предлагались материалы по учебнику: комментарии 3- 15;

В течение следующих 30 минут предлагались наши материалы: пример деловой беседы (см. стр. 153-157).

3) Третье занятие:

В течение следующих 45 минут предлагались материалы по учебнику: образцы диалогов;

В течение следующих 45 минут предлагались наши материалы: языковые и речевые упражнения, упражнения на перевод (см. стр. 157-162).

После занятия предлагаются наши разработанные речевые упражнения для самостоятельной работы (упражнения см. стр. 163)

(2) Тема 2: «Рекламация, арбитраж» по учебнику и наш материал «Выдвижение претензии».

1) Первое занятие:

В течение учебного часа предлагались материалы по учебнику: слова и выражения;

В течение следующих 30 минут предлагались наши материалы: тактики и речевые образцы (см. таб. 32, 33 и 34, стр. 141-143)

2) Второе занятие:

В течение учебного часа предлагались материалы по учебнику: комментарии 1-5, образец диалогов 1;

В течение следующих 30 минут предлагались наши материалы: пример сценария деловой беседы (см. стр. 143-144).

3) Третье занятие:

В течение 45 минут предлагались материалы по учебнику: образцы диалогов 2-4;

В течение 45 минут предлагались наши материалы: языковые и речевые упражнения, упражнения на перевод (см. стр. 144-148).

После занятия предлагается наши разработанные речевые упражнения для самостоятельной работы (упражнения см. стр. 148)

(3) Тема 3: «Цена» по учебнику и наш материал «Торг».

1) Первое занятие:

В течение учебного часа предлагались материалы по учебнику: слова и выражения;

В течение 30 минут предлагались наши материалы: тактики и речевые образцы (см. таб. 25, 26 и 27, стр. 128-130).

2) Второе занятие:

В течение учебного часа предлагались материалы по учебнику: комментарии;

В течение 30 минут предлагались наши материалы: пример делового разговора (см. стр. 130-132).

3) Третье занятие:

В течение учебного часа предлагались материалы по учебнику: образцы диалогов;

В течение 30 минут предлагались наши материалы: языковые и речевые упражнения, упражнения на перевод (см. стр. 132-138).

После занятия предлагаются упражнения для самостоятельной работы (упражнения см. стр. 138-139)

На десятой неделе проводился контрольный тест (см. параграф 3.2.4).

2. В контрольной группе:

(1) Тема 1: «Деловые переговоры» по учебнику.

1) Первое занятие:

В течение 1.5 учебных часов предлагались материалы по учебнику: слова и выражения, комментарии 1-10.

2) Второе занятие:

В течение 1.5 учебных часов предлагались материалы по учебнику: комментарии 10 - 15, образцы диалогов 1-2.

3) Третье занятие:

В течение 1.5 учебных часов предлагались материалы по учебнику: образцы диалогов 3-4, упражнения и задания.

(2) Тема 2: «Рекламация, арбитраж» по учебнику.

1) Первое занятие:

В течение 1.5 учебных часов предлагались материалы по учебнику: слова и выражения, комментарии;

2) Второе занятие:

В течение 1.5 учебных часов предлагались материалы по учебнику: образцы диалогов.

3) Третье занятие:

В течение 1.5 учебных часов предлагались материалы по учебнику: упражнения и задания.

(3) Тема 3: «Цена» по учебнику.

1) Первое занятие:

В течение 1.5 учебных часов предлагались материалы по учебнику: слова и выражения, комментарии.

2) Второе занятие:

В течение 1.5 учебных часов предлагались материалы по учебнику: образцы диалогов.

3) Третье занятие:

В течение 1.5 учебных часов предлагались материалы по учебнику: упражнения и задания.

На десятой неделе проводился контрольный тест (см. параграф 3.4.3).

Из-за ограниченности места материалы учебника по темам «Деловые переговоры», «Рекламация, арбитраж» и «Цена» здесь не приводятся, наши материалы сценариев «Выдвижение претензии», «Торг» и «Сотрудничество» были рассмотрены в п. 3.1.1 нашего исследования.

3.2.4. Проведение итогового среза

После проведения экспериментального обучения в экспериментальных и контрольных группах был проведен итоговый срез с целью проверки эффективности разработанного сценарного подхода обучения на базовом уровне РЯДО.

Для того, чтобы проверить результаты эксперимента, мы специально разработали контрольный тест по темам «Деловые переговоры», «Рекламация, арбитраж» и «Цена», а также сценариям «Выдвижение претензии», «Торг», и «Сотрудничество».

Контрольный тест

Тест состоит из 3 частей: Часть 1– Лексика. Грамматика; Часть 2 – Перевод; Часть 3 – Говорение. Устная речь. Общее время теста: 90 минут. Общий балл – 100.

Часть 1. Лексика. Грамматика.

Инструкция: Задания 1 – 5 (60 позиций) (таблица 59). Время – 60 минут. Максимальное количество баллов – 60, каждое тестовое задание оценивается в 1 балл.

Задание 1. Составьте словосочетания и из слов левой и правой колонок.

Таблица 59 – Задания 1

1. выдвинуть	а) цену
2. снизить	б) претензию
3. обнаружить	в) дефект
4. оформить	г) прибыль
	д) заказ
5. выгодный	а) товар
6. качественный	б) разговор
7. удачный	в) кризис
8. экономический	г) запрос
	д) договор
9. поставка	а) образца
10. компенсация	б) поставки
11. срок	в) ущерба
12. качество	г) клиент
	д) товара
	а) в продукции
13. скидка	б) в плохом состоянии
14. заинтересованность	в) в размере 5%
15. доказательство	г) от цены
16. товар	д) о дефекте
	а) оформить заказ
17. доволен	б) с предложением
18. готов	в) условиями поставки
19. согласен	г) брак
20. обнаружен	д) партия товара

Задание 2. Выберите правильный вариант.

21. Наша компания _____ ваши условия сотрудничества.

- а) выбирает
- б) принимает
- в) делает
- г) передает

22. Мы крайне недовольны качеством товаров, вы _____ нам бракованные товары.

- а) отдали
- б) предъявили
- в) поставили
- г) вернули

23. Просим срочно рассмотреть данную _____, заменить дефектные товары, а также заплатить штраф.

- а) запрос
- б) претензию
- в) акт
- г) заявление

24. Ваш способ оплаты нам _____.

- а) подходит
- б) устраивает
- в) принимают
- г) разрешают

25. Сделайте нам скидку _____, пожалуйста.

- а) на размер 6%
- б) по размеру 6%
- в) в размер 6%
- г) в размере 6%

26. Мы продаем только высококачественный товар, а цена зависит _____.

- а) от качества
- б) с качеством
- в) по качеству
- г) в качестве

27. Наша компания требует, чтобы Ваша компания выплатила штраф в размере 12 000 рублей в связи с тем, что _____.

- а) товар упакован в коробки
- б) вами нарушены условия договора
- в) качество товара соответствует образцам
- г) оплата вовремя получена

28. На наш взгляд, китайские мобильные телефоны будут _____ в России.

- а) пользоваться большим спросом
- б) нарушать правило рынка
- в) не соответствовать состоянию рынка
- г) соглашаться с предложенными условиями

29. _____ вы предлагали нам 8% скидку, мы заказали бы большую партию товаров.

- а) хотя бы
- б) если
- в) если бы
- г) несмотря

30. Мы всегда стремимся качественно и _____ обслуживать клиентов.

- а) по срокам
- б) в срок
- в) на срок
- г) сроки

31. Товар мы обычно поставляем _____ в течение месяца.

- а) двумя партиями
- б) в двух партиях
- в) на две партии

г) две партии

32. Мы бы хотели, _____ поставка была выполнена до начала декабря.

а) что

б) чтобы

в) для того

г) когда

33. _____ качество полученного товара не соответствует образцу, мы не будем с вашей компанией заключать новый договор.

а) в связи с тем, что

б) хотя бы, что

в) для того, чтобы

г) благодаря тому, что

34. Настоящая партия товара была повреждена, _____ упаковка была нарушена во время транспортировки.

а) благодаря тому, что

б) для того, чтобы

в) из-за того, что

г) хотя

35. _____ у нас достаточно высокие цены, наша продукция пользуется большим спросом на российском рынке.

а) Хотя бы

б) Несмотря на

в) Хотя

г) В связи с

36. При приёмке были _____ следующие дефекты.

а) обнаружены

б) забракованы

в) повреждены

г) запрещены

37. Я думаю, что _____ мы подпишем с вашей компанией контракт.

- а) ближайшим временем
- б) ближайшего времени
- в) на ближайшее время
- г) в ближайшее время

38. Мы готовы _____ большую партию запчастей к автомобилям.

- а) купить
- б) закупить

39. Надеемся, что сможем _____ деловые отношения с вашей компанией.

- а) навести
- б) наладить

40. Мы удовлетворены _____ сделки.

- а) результата
- б) результаты
- в) результатами
- г) результатов

Задание 3. В данных предложениях вставьте слова, данные в скобках, в нужном падеже.

- 41. Товар оказался (дефектный).
- 42. Мы крайне недовольны (качество) товаров.
- 43. Товар был в (поврежденное состояние).
- 44. Мы принимаем (ваши условия) (сотрудничество).
- 45. Мы бы сегодня хотели обсудить (цена) на (товар).
- 46. Полученный товар не соответствует (качество)(образцы).
- 47. Мы очень (заинтересован) в (сотрудничество) с (вы).
- 48. Предоставьте (мы) (компенсация) ущерба в (размер) 5% от (вся стоимость партии).
- 49. Мы предлагаем вам (качественный товар), а качество всегда (зависеть) от (цена).

Задание 4 (таблица 60). Прочитайте предложения, вставьте вместо точек необходимый по смыслу глагол в нужной форме. Будьте внимательны при выборе вида глагола.

Таблица 60 – Задание 4

Предложения:	Глаголы:
50. ...вашу ситуацию.	Понять/понимать
51. Просим ваше доказательство нарушения качества товара.	Предъявить/предъявлять
52. Качество вашей продукции нам ...	Понравиться/нравиться
53. Разрешите ... вас с победой в конкурсе!	Поздравить/поздравлять
54. Мы требуем.....убытки.	Возместить/возмещать
55. Максимум, что мы можем ... вам - это скидку в размере 5%.	Предложить/предлагать
56. Мы готовы ... заказ прямо сейчас.	Оформить/оформлять
57. Мы ... сотрудничать с вами.	Подписать/подписывать
58. Мы рады, что вас ... наши товары.	Согласиться/соглашаться
	Заинтересовать/интересовать

Часть 2. Перевод.

Инструкция: задание 5 – 6 (10 позиций). Время – 15 минут. Максимальное количество баллов – 10, каждое тестовое – задание оценивается в 1 балл.

Задание 5. Переведите следующие предложения на китайский язык.

59. Мы очень расстроены, что качество товара сильно отличается от образцов.

60. С вами говорит менеджер московского представительства китайской компании «Джифа» Люй Муян.

61. На каких условиях ваша фирма поставляет продукцию в Россию?

62. Мы допоставим товары как можно быстрее.

63. На наш взгляд, эта продукция будет пользоваться большим спросом в нашей стране.

Задание 6. Переведите следующие предложения на русский язык.

64. 我方要求尽快更换次品，并且提供给我方产品总额的 5% 作为赔偿。
65. 您好，我们需要讨论一下价格的问题。
66. 我公司对贵公司产品非常感兴趣。
67. 为了我们的合作！
68. 我方在打开包装后，发现产品有瑕疵。

Часть 3. Говорение. Устная речь.

Инструкция: Во время проведения данного теста вы будете разговаривать с экзаменатором 15 минут по 3 ситуациям, каждый диалог занимает 5 минут. Максимальное количество баллов – 30. Каждая часть оценивается в 10 баллов. Время на подготовку – 15 минут.

Ситуация 1: Вы заявляете о претензии к продавцу в связи с нарушением качества товара, так как в полученных товарах были обнаружены дефекты.

- *сообщите о претензии нарушения качества товара;*
- *проинформируйте о количестве товара в поврежденном состоянии; требуйте компенсации;*
- *выразите готовность предъявить официальный запрос с актом экспертизы.*

(разговор начинает экзаменуемый)

Ситуация 2: На выставке российского клиента заинтересовали видеокамеры вашей компании. Клиент заинтересован в сотрудничестве с вашей компанией, проинформируйте об условиях сотрудничества вашей компании.

- *выразите радость о встрече.*
- *поблагодарите за интерес, сообщите о готовности ответить на вопросы;*
- *ответьте на вопросы вашего партнёра: цены, возможный объем поставок, сроки поставки;*
- *выразите готовность предложить пробную партию.*
- *попрощайтесь с клиентом.*

(разговор начинает экзаменуемый)

Ситуация 3: Вы обсуждаете с партнером цену на диван, которая, в связи с повышением цены на сырье, повысилась. Вы хотите получить скидку на новую партию заказа. Хотя вы постоянные партнеры, но, между вами возникли спорные вопросы по ценам.

– выразите радость встречи/готовность закупать товары/несогласие с предлагаемой ценой;

– выясните причины повышения цены;

– выразите просьбу снизить цену, сделать скидку;

– предложите свою скидку;

– выразите понимание ситуации; попросите партнеров сделать вам скидку (партнер ответил на вашу предлагаемую скидку в виде несогласия) ;

– уйдите от решения вопроса.

(разговор начинает экзаменуемый)

Ключи к контрольному тесту предлагаются в приложении (см. стр. 219).

Для того чтобы проанализировать результаты в двух группах (таблица 61), необходимо рассмотреть полученные студентами баллы в каждой части теста.

Таблица 61 – Результаты каждой части теста в двух группах

Экспериментальная группа					Контрольная группа				
№	Имя	Балл в каждой части			№	Имя	Балл в каждой части		
		1(60)	2(10)	3(30)			1(60)	2(10)	3(30)
1	Ван На	59	9	30	1	Чжао Цзяминь	58	9	28
2	Ян Сяофэн	59	8	30	2	Ху Хайхуань	58	8	27
3	Мин Сюе	59	9	28	3	Чи Шиюй	57	8	26
4	Чжан Мэди	57	8	29	4	Синь Хэнюй	58	9	25
5	Цзинь Хэйцзюнь	56	8	28	5	Ли Гунчао	57	8	24
6	Лу Гуаньсинь	57	8	27	6	Чан Линь	57	7	24
7	Дзон Жуй	56	8	27	7	Сюй Чао	56	8	23
8	Чжао Лиин	55	9	27	8	Шан Циншань	54	7	24
9	Ли Жуйиюнь	56	7	27	9	Чан Сяона	55	8	23

10	Ван Цзя	55	8	26	10	Пан Мэйцзюнь	54	7	23
11	Чжан Дзань	56	8	27	11	Ху Ифэй	53	8	22
12	Люй Суй	56	7	26	12	Ли Сунься	52	7	22
13	Чжан Кэй	53	8	25	13	Фан Хунь	51	8	21
14	Юй Сюань	55	6	24	14	Ли Ци	50	7	20
15	Люй Фэн	53	7	23	15	У Юйин	49	6	19
16	Ли Донсу	52	6	24	16	Люй Ян	50	6	18
17	Ван Дань	52	6	22	17	Джу Си	48	7	18
18	Цзнь Чуньхун	50	7	21	18	Линь Энсу	48	6	16
19	Лу Гуаньсинь	48	6	21	19	Пан Бин	46	5	15
20	Чжао Чэн	44	5	20	20	Ян Линь	40	5	14

Таким образом, можем вычислить средний балл результатов каждой части контрольного теста в двух группах (см. таблицу 62).

Таблица 62 – Средний балл результатов каждой части контрольного теста двух групп

	Часть 1 (60 баллов)	Часть 2 (10 баллов)	Часть 3 (30 баллов)
Экспериментальная группа	54.35	7.45	25.6
Контрольная группа	52.55	7.2	20.45

Итак, из таблиц 61 и 62 видно, что в каждой части контрольного теста экспериментальная группа получила результаты выше, чем контрольная группа. Особенно в части 3 – говорение и устная речь. Разница среднего балла между двумя группами составляет 5.15 балла. Поэтому мы пришли к выводу о том, что разработанный сценарный подход обучения на базовом уровне РЯДО может способствовать формированию у китайских учащихся коммуникативной компетенции РЯДО. Итоговые результаты контрольного теста показаны в таблице 63.

Таблица 63 – Итоговые результаты контрольного теста в двух группах

Экспериментальная группа			Контрольная группа		
№	Имя	Балл	№	Имя	Балл
1	Ван На	98	1	Чжао Цзяминь	95
2	Ян Сяофэн	97	2	Ху Хайхуань	93
3	Мин Сюе	96	3	Чи Шиюй	91
4	Чжан Мэди	94	4	Синь Хэнюй	90
5	Цзинь Хэйцзюнь	93	5	Ли Гунчао	89
6	Лу Гуаньсинь	92	6	Чан Линь	89
7	Дзон Жуй	91	7	Сюй Чао	88
8	Чжао Лиин	91	8	Шан Циншань	87
9	Ли Жуйиюнь	90	9	Чан Сяона	86
10	Ван Цзя	89	10	Пан Мэйцзюнь	84
11	Чжан Дзань	89	11	Ху Ифэй	83
12	Люй Суй	88	12	Ли Сунься	81
13	Чжан Кэй	86	13	Фан Хунь	80
14	Юй Сюань	85	14	Ли Ци	79
15	Люй Фэн	83	15	У Юйин	74
16	Ли Донсу	82	16	Люй Ян	74
17	Ван Дань	80	17	Джу Си	73
18	Цзнь Чуньхун	78	18	Линь Энсу	70
19	Лу Гуаньсинь	75	19	Пан Бин	66
20	Чжао Чэн	69	20	Ян Линь	59

Получились следующие данные в процентном соотношении (таблица 64).

Таблица 64 – Данные в процентном соотношении

Оценка	Экспериментальная группа	Контрольная группа
Пятерка	60%	40%
Четверка	35%	30%
Тройка	5%	25%
Двойка	0%	5%

Поэтому можно вычислить средний балл результатов контрольного теста двух групп (таблица 65).

Таблица 65 – Средний балл результатов контрольного теста двух групп

Средний балл	
Экспериментальная группа	Контрольная группа
87.3	81.55

Из этой таблицы становится очевидным тот факт, что экспериментальная группа получила результаты выше, чем контрольная группа.

В итоге мы можем подтвердить нашу гипотезу о том, что разработанный сценарный подход обучения РЯДО является эффективным средством оптимизации учебного процесса, способствующим формированию у китайских учащихся коммуникативной компетенции РЯДО.

3.3. Сравнительный анализ экспериментального обучения в Синьцзянском университете (Китай)

Контрольный тест – это средство проверки эффективности учебной деятельности, его целью является проверка умений и навыков у учащихся. Поэтому при проведении экспериментального обучения проводилось два контрольных теста:

- 1) Контрольный тест для констатирующего среза: через данный тест определился стартовый уровень владения РЯДО у студентов двух группы;
- 2) Контрольный тест для итогового среза: через данный тест определился результат экспериментального обучения.

Результат констатирующего среза показал, какой уровень владения РЯДО у студентов двух групп. Средний балл контрольного теста (таблица 66) у экспериментальной группы был 79.3, у контрольной группы был 80.5.

Таблица 66 – Средний балл контрольного теста констатирующего среза

Экспериментальная группа	Контрольная группа
79.3	80.5

Средний балл (таблица 67) результатов части 3 контрольного теста констатирующего среза показал, что навыки устной речи двух групп не сильно отличаются, полученный балл экспериментальной группой в третьей части контрольного теста – устная речь составила 15.6 баллов, контрольной группе – 15.85 баллов.

Таблица 67 – Средний балл результатов каждой части контрольного теста констатирующего среза

	Часть 1 (60 баллов)	Часть 2 (20 баллов)	Часть 3 (20 баллов)
Экспериментальная группа	50.35	13.35	15.6
Контрольная группа	51.55	13.1	15.85

Результат итогового среза показал, что средний балл контрольного теста у экспериментальной группы составил 87.3 баллов, у контрольной группы он составил 81.55 балл, по сравнению с результатами констатирующего среза: у экспериментальной группы средний балл составил 79.3 баллов, у контрольной группы – 80.5 баллов. Это означает, что после экспериментального обучения студенты экспериментальной группы получили более высокие баллы благодаря проведению экспериментального обучения и применению сценарного подхода.

Таблица 68 – Средний балл контрольного теста итогового среза

Экспериментальная группа	Контрольная группа
87.3	81.55

В третьей части контрольного теста – говорение и устная речь – полученный балл экспериментальной группой составил 25.6 баллов, тогда как в контрольной группе он составил 20.45 баллов. Если разница уровня владения навыками устной речи в группах при констатирующем срезе составляла 0.25 баллов, то после экспериментального обучения разница увеличилась и составила 5.15 баллов,

поэтому можем сделать вывод, что уровень владения навыками устной речи у экспериментальной группы повысился.

Во время сдачи третьей части контрольного теста, по сравнению с констатирующим срезом, студенты экспериментальной группы показали лучшие результаты. Это было отражено в улучшении таких параметров, как: скорость речи, связность и логичность монологической речи, снижение количества пауз, повышение скорости реакции на реплики собеседника. По сравнению со студентами контрольной группы, студенты экспериментальной группы показали способность к самовыражению, умению аргументировать свою позицию, оспариванию, в случае необходимости, точки зрения оппонента, используя различные стратегии и тактики.

Таблица 69 – Средний балл результатов каждой части контрольного теста итогового среза

	Часть 1 (60 баллов)	Часть 2 (10 баллов)	Часть 3 (30 баллов)
Экспериментальная группа	54.35	7.45	25.6
Контрольная группа	52.55	7.2	20.45

В итоге, по результатам сравнения констатирующего среза и итогового среза, можно подтвердить выдвинутую гипотезу о том, что сценарный подход в обучении китайских учащихся русскому языку делового общения (базовый уровень) способен оптимизировать учебный процесс в целом и способствует формированию у учащихся коммуникативной компетенции РЯДО.

Выводы по главе 3

Подводя итоги по третьей главе данного диссертационного исследования, хотелось бы сделать следующие выводы:

1. С целью обоснования целесообразности использования сценарного подхода в обучении китайских учащихся деловому общению (базовый уровень),

проверки эффективности разработанного сценарного подхода обучения на базовом уровне РЯДО для оптимизации учебного процесса, способствующего формированию у китайских учащихся коммуникативной компетенции РЯДО, было проведено экспериментальное обучение, разработана программа экспериментального обучения, включающая этапы анкетирования, констатирующего и итогового срезов, экспериментального обучения и анализа результатов экспериментального обучения.

2. Экспериментальное обучение проводилось с 6 марта по 10 мая 2020 года (10 недель) по материалам сценариев «Выдвижение претензии», «Торг», «Сотрудничество» на 3-ем курсе факультета русского языка Синьцзянского университета (Китай). Всего в экспериментальном обучении приняли участие две группы (одна экспериментальная и другая контрольная) студентов третьего курса, в каждой группе было по 20 китайских студентов-филологов, владеющих русским языком на базовом уровне.

3. Во время эксперимента в двух группах изучались следующие темы учебника «Русский язык для деловых людей» (Сун Шуфан издательство «Преподавание иностранных языков в Шанхае», 2008 г.) – «Деловые переговоры», «Рекламация, арбитраж» и «Цена». В одной группе, экспериментальной, были одновременно с материалами кафедры предложены модели лингводидактических материалов: сценарии «Выдвижение претензии», «Торг», «Сотрудничество». В другой группе, контрольной, таких материалов не предлагалось, обучение шло по обычному плану кафедры. Наши материалы были апробированы преподавателем данного университета на занятиях по предмету «РЯДО» (апробация шла в условиях коронавируса в режиме онлайн).

4. Констатирующий срез и итоговый срез проводились в виде контрольного теста. Сравнение результатов констатирующего и итогового срезов показало два момента: 1) учебный процесс был оптимизирован в целом: средний балл контрольного теста у экспериментальной группы составил 87.3 баллов, у контрольной группы составил 81.55 балл, по сравнению с результатами констатирующего среза: у экспериментальной группы средний балл составил 79.3

баллов, у контрольной группы – 80.5 баллов; 2) владение коммуникативной компетенцией РЯДО у студентов экспериментальных групп стало выше: в третьей части контрольного теста – говорение и устная речь – полученный балл экспериментальной группой составил 25.6 баллов, тогда как в контрольной группе он составил 20.45 баллов. Если разница уровня владения навыками устной речи в группах при констатирующем срезе составляла 0.25 баллов, то после экспериментального обучения разница увеличилась и составила 5.15 баллов, поэтому можем сделать вывод, что уровень владения навыками устной речи у экспериментальной группы повысился.

5. Результат экспериментального обучения подтвердил нашу гипотезу о том, что разработанный сценарный подход обучения РЯДО является эффективным средством оптимизации учебного процесса, способствующим формированию у китайских учащихся коммуникативной компетенции РЯДО. Данный подход также:

- 1) может способствовать оптимизации учебного процесса в целом;
- 2) помогает улучшать навыки и умения говорения (устной речи) у китайских учащихся;
- 3) улучшает подготовку будущих специалистов в их профессиональной деятельности.

Заключение

1. Данное диссертационное исследование было проведено с целью изучения и научного обоснования использования сценарного подхода в обучении китайских студентов русскому языку делового общения на базовом уровне РЯДО как новой педагогической технологии.

2. В данной работе на основании анализа инструктивно-методических документов, содержания наиболее часто используемых в КНР учебников по обучению русскому языку делового общения проанализирована актуальная ситуация преподавания РЯДО в китайских вузах, описана потребность в специалистах со знанием РЯДО в связи с китайским проектом «Один пояс, один путь». Проведено изучение и описание особенностей делового общения на русском и китайском языках, этикетные и социокультурные аспекты.

3. На данной основе описаны лингводидактические особенности сценарного подхода при обучении деловому общению китайских учащихся на базовом уровне РЯДО. Описана модель лингводидактических материалов сценариев «Торг», «Выдвижение претензий», «Сотрудничество». В соответствии с данными моделями была предложена структура сценария, проведён отбор стратегий и тактик, необходимой лексики и грамматических конструкций, разработан набор языковых и речевых упражнений.

4. Для проверки разработанных моделей, а также апробации созданных на их основе учебных материалов было проведено экспериментальное обучение в группах студентов экспериментальной группы, обучающихся в Китае, в формате дистанционного обучения. Составляющими частями экспериментального обучения были: анкетирование студентов, экспериментальное обучение, констатирующий срез до начала экспериментального обучения и итоговый срез по завершении обучения экспериментального обучения.

5. Наблюдение за ходом экспериментального обучения, анализ ответов студентов, данных при анкетировании, сравнение результатов констатирующего и итогового срезов студентов экспериментальной группы подтвердили

целесообразность и эффективность применения лингводидактических материалов, созданных с учётом особенностей структур и содержания сценариев «Выдвижение претензии», «Торг» и «Сотрудничество» в группах студентов на базовом уровне владения РЯДО при дистанционном обучении. Данный подход способствует формированию у китайских учащихся коммуникативной компетенции РЯДО, помогает улучшить навыки и умения устной деловой речи у китайских учащихся; способствует оптимизации учебного процесса в целом; улучшает подготовку будущих специалистов в их профессиональной деятельности.

7. Перспективой дальнейшего исследования по данной теме могло бы стать исследование использования данного подхода на более высоком уровне, а также создание учебного пособия по обучению РЯДО с учётом сценарного подхода для китайских студентов на базовом уровне РЯДО.

Список использованной литературы

1. Азимов, Э. Г. Новый словарь методических терминов и понятий (теория и практика обучения языкам) / Э. Г. Азимов, А. Н. Щукин. – Москва : ИКАР, 2009. – 448 с.
2. Азимов, Э. Г. Современный словарь методических терминов и понятий (теория и практика обучения языкам) / Э. Г. Азимов, А. Н. Щукин. – Москва : Русский язык. Курсы, 2018. – 496 с.
3. Бабанова, И. А. Деловые игры в учебном процессе / И. А. Бабанова // Научные исследования в образовании. – 2012. – № 7. – С. 19–24.
4. Бабушкин, А. П. Типы концептов в лексико-фразеологической семантике языка / А. П. Бабушкин. – Воронеж : Изд-во Воронеж. гос. ун-та, 1996. – 345 с.
5. Англо-русский словарь по лингвистике и семиотике / А. Н. Баранов, Д. О. Добровольский, М. Н. Михайлов [и др.] / под редакцией А. Н. Баранова, Д. О. Добровольского. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Азбуковник, 2001. – 623 с.
6. Белоусова, И. М. Методика обучения китайских студентов межкультурному деловому общению : специальность 13.00.02 «Теория и методика обучения и воспитания (по областям и уровням образования)» : диссертация на соискание ученой степени кандидата педагогических наук / Белоусова Ирина Михайловна ; Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина. – Москва, 2013. – 208 с.
7. Борисова, И. Н. Дискурсивные стратегии в разговорном диалоге / И. Н. Борисова // Русская разговорная речь как явление городской культуры. – Екатеринбург, 1996. – С. 21–48.
8. Основы русской деловой речи : учебное пособие для студентов высш. учеб. заведений / Н. А. Буре, Л. Б. Волкова, Е. В. Косарева [и др.] ; под редакцией проф. В. В. Химики. – 2-е изд. – Санкт-Петербург : Златоуст, 2014. – 448 с.
9. Ван Дейк, Т. А. Язык. Познание. Коммуникация / Т. А. Ван Дейк. – Благовещенск : БГК им. И. А. Бодуэна де Куртенэ, 2000. – 308 с.

10. Вениаминова, И. С. Гуманизация образования: цели, задачи и условия / И. С. Вениаминова // Ценности и смыслы. – 2010. – № 2 (5). – С. 91–109.
11. Верещагин, Е. М. Язык и культура / Е. М. Верещагин, В. Г. Костомаров. – 4-е изд. – Москва, 1990. – 246 с.
12. Власова, Т. И. Профессиональное и деловое общение в сфере туризма : учебное пособие для студентов вузов по специальности 100103 «Социально-культурный сервис и туризм» / Т. И. Власова, М. М. Данилова, А. П. Шарухин. – Москва : Академия, 2007. – 256 с.
13. Волкова, Т. Г. Пороговый уровень. Русский язык / Т. Г. Волкова, Е. Л. Корчагина, А. Л. Кузнецов [и др.]. – Т. 1 : Повседневное общение / под редакцией О. Д. Митрофановой. – Страсбург : Совет Европы Пресс, 1996. – 264 с.
14. Герасимова, Н. И. Особенности феномена делового общения как коммуникативного вида деятельности / Н. И. Герасимова // Ученые записки. Электронный научный журнал Курского государственного университета. – 2011. – № 1 (18). – С. 142–146.
15. Гудков, Д. Б. Теория и практика межкультурной коммуникации / Д. Б. Гудков. – Москва : Гнозис, 2003. – 288 с.
16. Денисова, А. А. Факторы эффективности русскоязычного делового общения в политкультурной среде / А. А. Денисова // Международная научно-методическая конференция «Состояние и перспективы методики преподавания русского языка и литературы» : сборник статей. – Москва : РУДН, 2008. – С. 391–399.
17. Емельянов, Ю. Н. Активное социально-психологическое обучение : монография / Ю. Н. Емельянов. – Ленинград : Издательство ЛГУ, 1985. – 167 с.
18. Журавлёва, Л. С. Русский язык делового общения. Бизнес. Коммерция. Лингводидактическое описание целей и содержания обучения. Базовый сертификационный уровень / Л. С. Журавлёва, М. М. Калиновская, Н. В. Лаврова. – Москва : Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина, 2003. – 60 с.

19. Дынькина, Н. Р. Типовой тест. Русский язык делового общения. Бизнес. Коммерция. Базовый уровень / Н. Р. Дынькина, Л. С. Журавлёва, М. М. Калиновская [и др.]. – Москва : Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина, 2002. – 60 с.

20. Журавлёва, Л. С. Русский язык профессионального общения. Модуль «Бизнес». Базовый уровень. Лингводидактическое описание целей и содержания обучения / Л. С. Журавлёва, М. М. Калиновская, Л. П. Клобукова [и др.]. – Москва, 2007. – 55 с.

21. Зорин, И. И. Оружие переговорщика. Безотказные правила и приёмы / И. И. Зорин. – Санкт-Петербург : Питер, 2015. – 319 с.

22. Иванова, С. В. Сценарный фрейм как когнитивная основа текстов прецедентного жанра «лимерик» / С. В. Иванова, О. Е. Артемова // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2005. – № 3 (006). – С. 46–52.

23. Иссерс, О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. С. Иссерс. – Москва : УРСС, 2002. – 288 с.

24. Калиновская, М. М. Тестовый практикум по русскому языку делового общения. Бизнес. Коммерция. Внешнеторговая деятельность : базовый сертификационный уровень / М. М. Калиновская, Н. В. Большакова, Н. Б. Глива [и др.]. – Москва : Русский язык. Курсы, 2010. – 301 с.

25. Калиновская, М. М. Методика обучения русскому языку делового общения в рамках трехуровневого общения: описание русского языка делового общения (РЯДО) : учебно-методическое пособие / М. М. Калиновская. – Москва, 2016. – 120 с.

26. Коджаспирова, Г. М. Словарь по педагогике / Г. М. Коджаспирова, А. Ю. Коджаспиров. – Москва : МарТ ; Ростов- на-Дону : МарТ, 2012. – 357 с.

27. Колтунова, М. В. Язык и деловое общение: нормы, риторика, этикет / М. В. Колтунова. – Москва, 2002. С. 2–3.

28. Конева, Н. Н. Методические основы обучения аудированию деловых людей в сфере профессионального общения (в условиях ограниченного использования русской речевой среды) : специальность 13.00.02 «Теория и

методика обучения и воспитания (по областям и уровням образования)» : диссертация на соискание ученой степени кандидата педагогических наук / Конева Наталья Николаевна ; Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина. – Москва, 2001. – 294 с.

29. Ларина, Т. В. Коммуникативные неудачи в русско-английском диалоге / Т. В. Ларина // Конфликт в языке и коммуникации : сборник статей. – Москва, 2011. – С. 366–367.

30. Левина, Г. М. Проблемы обучения деловому общению на начальном этапе освоения РКИ / Г. М. Левина, Ю. Е. Прохоров, К. Е. Родионова // Русский язык за рубежом. – 2016. – № 6. – С. 74–75.

31. Леонтович, О. А. Россия и США. Введение в межкультурную коммуникацию : учебное пособие / О. А. Леонтович. – Волгоград : Перемена, 2003. – 399 с.

32. Макаров, М. Л. Основы теории дискурса / М. Л. Макаров. – Москва : Гнозис, 2003. – 280 с.

33. Маркина, Н. А. Русский язык делового общения, или чему мы обучаем иностранцев / Н. А. Маркина, И. В. Шурупова // Русский язык за рубежом. – 2018, – № 4 (269). – С. 35–40.

34. Макшанов, С. И. Психология тренинга: Теория. Методология. Практика : монография / С. И. Макшанов. – Санкт-Петербург : Образование, 1997. – 238 с.

35. Минский, М. Структура для представления знаний / М. Минский // Психология машинного зрения. – Москва, 1978. – С. 249–338.

36. Минский, М. Фреймы для представления знаний / М. Минский ; перевод с английского О. Н. Гринбаума ; под редакцией Ф. М. Кулакова. Москва : Энергия, 1979. – 151 с.

37. Митрофанова, О. Д. Методика преподавания русского языка как иностранного / О. Д. Митрофанова, В. Г. Костомаров [и др.]. – Москва : Русский язык, 1990. – 270 с.

38. Михалкина, И. В. Лингводидактические основы обучения иностранных граждан русскому языку как средству делового общения : специальность 13.00.02

«Теория и методика обучения и воспитания (по областям и уровням образования)» : диссертация на соискание ученой степени доктора педагогических наук / Михалкина Ирина Владимировна ; Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова. – Москва, 1998. – 459 с.

39. Михалкина, И. В. Многоуровневая система обучения и сертификационного контроля по русскому языку как средству делового общения: основные концептуальные положения / И. В. Михалкина // Лингводидактический поиск на рубеже веков: юбилейный сборник. – Москва : Информационно-учебный центр Гос. ИРЯ. им. А. С. Пушкина. – 2000. – С. 138–155.

40. Московкин, Л. В. История методики обучения русскому языку как иностранному / Л. В. Московкин, А. Н. Щукин. – Москва : Русский язык. Курсы, 2013. – 400 с.

41. Морковкин, В. В. Большой универсальный словарь русского языка / В. В. Морковкин, Г. Ф. Богачёва, Н. М. Луцкая / под редакцией В. В. Морковкина. – Москва : Словари XXI века ; АСТ-ПРЕСС Школа, 2016. – 1456 с.

42. Ожегов, С. И. Словарь русского языка. – Москва : Русский язык, 1984. – 797 с.

43. Ожегов, С. И. Толковый словарь русского языка / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. – 3-е изд. – Москва : АЗЪ, 1995. – 571 с.

44. Пассов, Е. И. Концепция коммуникативного иноязычного образования (теория и ее реализация) / Е. И. Пассов. – Санкт-Петербург : Златоуст, 2007. – 200 с.

45. Пидкасистый, П. И. Психолого-дидактический справочник преподавателя высшей школы / П. И. Пидкасистый, Л. М. Фридман, М. Г. Гарунов. – Москва : Педагогическое общество России, 1999. – 354 с.

46. Полат, Е. С. Современные педагогические и информационные технологии в системе образования : учебное пособие для студентов высших учебных заведений / Е. С. Полат, М. Ю. Бухаркина. – Москва : Академия, 2007. – 368 с.

47. Попова, З. Д. Когнитивная лингвистика / З. Д. Попова, И. А. Стернин. – Москва : АСТ ; Восток – Запад, 2007. – 314 с.

48. Прохоров, Ю. Е. Русское коммуникативное поведение : монография / Ю. Е. Прохоров, И. А. Стернин. – Москва : Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина, 2002. – 277 с.

49. Роляк, И. Л. Многофакторная модель обучения польских специалистов русскому языку делового общения : специальность 13.00.02 «Теория и методика обучения и воспитания (по областям и уровням образования)» : диссертация на соискание ученой степени доктора педагогических наук / Роляк Ирина Леонидовна. – Москва, 2015. – 491 с.

50. Романова, Н. П. Деловой этикет на Востоке / Н. П. Романова. – Москва : Восток – Запад, 2005. – 304 с.

51. Русский язык как иностранный. Методика обучения русскому языку. Учебное пособие для высших учебных заведений / Г. М. Васильева [и др.] / под редакцией И. П. Лысаковой. – Москва : Гуманитарный издательский центр ВЛАДОС, 2004. – 270 с.

52. Серль, Дж. Классификация иллокутивных актов / Дж. Серль // Новое в зарубежной лингвистике. – Вып. 17. Теория речевых актов. – Москва : Прогресс, 1986. – 424 с.

53. Тер-Минасова, С. Г. Язык и межкультурная коммуникация : учебное пособие для студентов, аспирантов и соискателей по специальности «Лингвистика и межкультурная коммуникация». / С. Г. Тер-Минасова. – Москва : Слово/Slovo, 2000. – 261 с.

54. Тер-Минасова, С. Г. Война и мир языков и культур / С. Г. Тер-Минасова. – Москва : Астрель, 2007. – 288 с.

55. Трушина, Л. Б. Русский язык делового общения. Бизнес. Коммерция. Сертификация уровней владения. Современное состояние и перспективы развития / Л. Б. Трушина // Русский язык как иностранный. Проблемы изучения, преподавания, оценки в свете общеевропейских компетенций владения иностранным языком. – Хельсинки, 2005. – С. 209–221.

56. Трушина, Л. Б. Русский язык как иностранный в специальных целях: прошлое, настоящее, будущее. Опыт исторического обзора / Л. Б. Трушина/ под

редакцией В. Г. Костомарова. – Москва : Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина, 2013. – 104 с.

57. Ускова, О. А. Русский язык делового общения. Бизнес. Коммерция. Лингводидактическое описание целей и содержания обучения. Продвинутый сертификационный уровень / О. А. Ускова, Л. Б. Трушина. – Москва : Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина, 2003. – 130 с.

58. Формановская, Н. И. Речевое общение: коммуникативно-прагматический подход / Н. И. Формановская. – Москва : Русский язык, 2002. – 216 с.

59. Формановская, Н. И. Речевой этикет в русской общении. Теория и практика / Н. И. Формановская. – Москва : ВК, 2009. – 334 с.

60. Хавроница, С. А. Обучение русскому языку как средству делового общения / С. А. Хавроница // Традиции и новации в профессиональной деятельности преподавателя русского языка как иностранного. – 2002. – С. 230–244.

61. Хватов, С. А. Русский язык делового общения в межкультурной коммуникации / С. А. Хватов // Международная научно-методическая конференция «Состояние и перспективы методики преподавания русского языка и литературы» : сборник статей. – Москва : РУДН, 2008. – 870, [1] с.

62. Хватов, С. А. Русский язык делового общения в современном культурном и образовательном пространстве / С. А. Хватов // Труды Санкт-Петербургского государственного университета культуры и искусств. – 2013. – Т. 196. С. 71–80.

63. Хуторской, А. В. Ключевые компетенции как компонент личностно-ориентированной парадигмы образования / А. В. Хуторской // Учение в обновленной школе. – 2002. – № 2 (1325). – С. 58–64.

64. Шляхов, В. И. Речевой сценарий и обучение русской речи. Ситуативный и сценарный подходы / В. И. Шляхов // Живая методика (для преподавателя русского языка как иностранного). – Москва : Русский язык. Курсы, 2005. – С. 6–32.

65. Шляхов, В. И. Сценарии русского речевого взаимодействия / В. И. Шляхов // Русский язык за рубежом. – 2007. – № 2. – С. 26–34.

66. Шляхов, В. И. Речевая деятельность. Феномен сценарности в общении / В. И. Шляхов. – 2-е изд., испр. – Москва : Красанд, 2010. – 200 с.
67. Шляхов, В. И. Сценарная основа речевого общения. Технология обучения / В. И. Шляхов. – Москва : Красанд, 2010. – 136 с.
68. Шляхов, В. И. Речевая деятельность: Феномен сценарности в общении / В. И. Шляхов. – Изд. 3-е. – Москва : ЛИБРОКОМ, 2013. – 200 с.
69. Щукин, А. Н. Современные интенсивные методы и технологии обучения иностранным языкам : учебное пособие / А. Н. Щукин. – Москва : Филоматис, 2008. – 188 с.
70. Щукин, А. Н. Обучение речевому общению на русском языке как иностранном : учебно-методическое пособие для преподавателей русского языка как иностранного / А. Н. Щукин. – Москва : Русский язык. Курсы, 2012. – 784 с.
71. Щукин, А. Н. Методика преподавания русского языка как иностранного : учеб. пособие / А. Н. Щукин. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва : ФЛИНТА : Наука, 2017. – 512 с.

Иностранная литература

72. Ван, Сяохуэй. Применение сценарного подхода при обучении международным деловым переговорам / Ван Сяохуэй, Цзинь Чжунмин // Журнал университета Цзясин. – 2005. – С. 5-8.
73. Ван, Тин. Характеристика и стратегии обучения устному деловому русскому языку / Ван Тин // Чифэн-колледж (естествознание). – 2014. – № 2. – С. 15-19.
74. Ван, Цин. Дискуссия о способе обучения экономическим и торговым русским талантам в колледжах и университетах / Ван Цин // Журнал Технологического университета Хэнань. – 2012. – № 3. – С. 20-25.
75. Гуань, Цзянь. Социальная психология и поведенческие тенденции низших социальных слоев – на основе позитивных и негативных перспектив /

Гуань Цзянь // Журнал Нанкинского педагогического университета (издание по социальным наукам). – 2016. – № 2. – С. 19-22.

76. Общие принципы делового китайского теста ВСТ. Международная образовательная технология Хэнкока (Китай). Издательство Пресса о высшем образовании. – 2014. – 60 с.

77. Ли, Дексян. Экономический и торговый русский язык: исследование эффективного сочетания экономических и торговых знаний и способностей русского языка / Ли Дексян // Журнал Университет иностранных языков Гуандуна. – 2010. – № 1. – С. 11-15.

78. Ли, Ка Шинг. Автобиография Ли Ка-шинга / Ли Ка Шинг. – Издательство Шанхайское, 2014. – 190 с.

79. Лю, Цзуоян. О различиях делового этикетах в России и Китае / Лю Цзуоян. // Учи русский. – 2016. – № 4. – С. 30-33.

80. Руководство по применению «Искусства войны» Сунь-цзы и тридцати шести стратегиям. – Пекин, 2009. – 180 с.

81. Мэнся, Н. Ю. Курс делового общения / Н. Ю. Мэнся. – Пекинский университет языка и культуры, 2016. – 135 с.

82. Сун, Шуфан. Русский язык для деловых людей / Сун Шуфан. – Преподавания иностранных языков в Шанхае, 2008. – 260 с.

83. Сун, Шуфан. Делопроизводство на русском языке / Сун Шуфан. – Преподавание иностранных языков в Шанхае, 2013. – 148 с.

84. Тянь, Сяоляном. Краткое обсуждение патриархальной системы в Китае. / Тянь Сяоляном. – Исследование процесса принятия решений, 2018. – 130 с.

85. Хуан, Ли. Китайская межличностная гармония. Чунцин / Хуан Ли. – Издательство Университета Чунцина, 2007. – 215 с.

86. Чжан, Юн. Исследование факторной структуры опросника по организационным конфликтам у студентов китайских колледжей / Чжан Юн, Лю Хунли // Китайский журнал клинической психологии. – 2010. – № 5. – С. 24-27.

87. Чжан, Чжэ. Сравнение понятия денег в английских и русских пословицах / Чжан Чжэ // Журнал Хэнаньского университета науки и техники (издание по социальным наукам). – 2018. – № 6. – С. 10-16.

88. Ян, Гошу. Социальная ориентация китайского народа: перспектива социального взаимодействия / Ян Гошу. – Тайбэй: Лорел, 2013. – 177 с.

89. Ян, Чжунфан. Как понимать китайцев? Коллекция культурных и личных документов / Ян Чжунфан. – Чунцин: Издательство Университета Чунцина. 2009. – 249 с.

90. Ян, Синьуй. Обучение русскому языку делового общения на факультетах русского языка китайских вузов и особенности спроса специалистов в сфере русского языка делового общения в современном Китае / Ян Синьуй // Филологическое образование в современных исследованиях: лингвистический и методический аспекты : материалы Международной научно-практической конференции «Славянская культура: истоки, традиции, взаимодействие. XVIII Кирилло-Мефодиевские чтения» [сборник статей]. – Москва ; Ярославль: Ремдер, 2017. – С. 448–452.

91. Ян, Синьуй. Различия русского и китайского делового этикета и их учет при деловых контактах / Ян Синьуй // Гуманитарные и социальные науки. – Ростов-на-Дону : сетевое издание. – 2018. – № 3. – С. 211–217.

92. Ян, Синьуй. Обучение русскому языку делового общения в китайских вузах. Сценарный подход: стратегии и тактики / Ян Синьуй // Международный аспирантский вестник. Русский язык за рубежом. – 2018. – № 4. – С. 19–22.

93. Ян, Синьуй. Сценарный подход как новая технология обучения русскому языку делового общения иностранных студентов / Ян Синьуй // Педагогический журнал Башкортостана. Научно-практическое издание Ассоциации «Башкирский педагогический государственный университетский комплекс». – 2019. – № 5. – С. 135–140.

94. Ян, Синьуй. Обучение сценарию «Торг» на базовом уровне РЯДО китайских учащихся как непривычной технологии обучения / Ян Синьуй, М. М. Калиновская // Славянская культура: истоки, традиции, взаимодействие.

XIX Кирилло-Мефодиевские чтения : материалы Международной научно-практической конференции «Славянская культура: истоки, традиции, взаимодействие. XIX Кирилло-Мефодиевские чтения» в рамках Международного Кирилло-Мефодиевского фестиваля славянских языков и культур [сборник статей]. – Москва : Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина, 2018. – С. 744–748.

95. Ян, Лан. Культурная коннотация пословиц и поговорок о деньгах в русском языке / Ян Лан // Учи русский. – 2017. – № 4. – С. 44-49.

96. Ян, Чун. Анализ существующего положения и тенденций спроса на рынке талантов по специальности русский язык / Ян Чун, Ву Сюэсун // Журнал Северо-Восточного сельскохозяйственного университета (издание для социальных наук). – 2011. – № 4. – С. 10-18.

97. Schank, R. Scripts, plans, goals, and understanding / R. Schank, R. Abelson. – Hillsdale : Lawrence Erlbaum Associates, 1977. – P. 110-121.

98. Lewin, K. Field Theory in Social Science / K. Lewin. – The University of Chicago Press, 1951. – P. 67-69.

99. Wang, Y. C. Power, Interactional justice and hard influence tactics: Evidence from China and USA / Y. C. Wang, B. Y. Yang. – Social Behavior and Personality, 2017. – № 1. – P. 40-69.

Электронные источники

100. Необходимая сеть для студентов: официальный сайт. – Китай. – Обновляется в течение суток. – URL: <http://www.dxsbb.com/news/2147.html> (дата обращения: 14.09.2022). – Текст : электронный.

101. Сеть талантов Синьхуа: официальный сайт – Китай. – Обновляется в течение суток. – URL: <http://www.chinahr.com/beijing/> (дата обращения: 22.06.2020). – Текст : электронный.

102. Исследовательский центр Герт Хофстеде: официантный сайт – Голландия. – Обновляется в течение суток. – <https://geerthofstede.com/news/> (дата обращения: 11.06. 2019). – Текст : электронный.

103. Рейтинг китайских университетов: официальный сайт – Китай. – Обновляется в течение суток. – URL: <http://www.nseac.com/html/261/680417.html> (дата обращения: 06.04. 2019). – Текст : электронный.

Приложение

Ключи к контрольному тесту для итогового среза экспериментального обучения

Часть 1. Лексика. Грамматика. (задания 1 - 4)

Таблица 1 – Ключи задания 1-2

Задание	1.	а	б	в	г	д	Задание	21.	а	б	в	г
1	2.	а	б	в	г	д	2	22.	а	б	в	г
	3.	а	б	в	г	д		23.	а	б	в	г
	4.	а	б	в	г	д		24.	а	б	в	г
	5.	а	б	в	г	д		25.	а	б	в	г
	6.	а	б	в	г	д		26.	а	б	в	г
	7.	а	б	в	г	д		27.	а	б	в	г
	8.	а	б	в	г	д		28.	а	б	в	г
	9.	а	б	в	г	д		29.	а	б	в	г
	10.	а	б	в	г	д		30.	а	б	в	г
	11.	а	б	в	г	д		31.	а	б	в	г
	12.	а	б	в	г	д		32.	а	б	в	г
	13.	а	б	в	г	д		33.	а	б	в	г
	14.	а	б	в	г	д		34.	а	б	в	г
	15.	а	б	в	г	д		35.	а	б	в	г
	16.	а	б	в	г	д		36.	а	б	в	г
	17.	а	б	в	г	д		37.	а	б	в	г
	18.	а	б	в	г	д		38.	а	б		
	19.	а	б	в	г	д		39.	а	б		
	20.	а	б	в	г	д		40.	а	б	в	г

Таблица 2 – Ключи задания 3-4

Задание 3	41.	дефектным
-----------	-----	-----------

	42.	качеством
	43.	в поврежденном состоянии
	44.	ваши условия сотрудничества
	45.	цену на товар
	46.	качеству образцов
	47.	Заинтересованы в сотрудничестве с вами
	48.	подумаем/перезвоним в течение недели
	49.	нам/компенсацию в размере всей стоимости партии
	50.	качественный товар зависит от цены
Задание 4	51.	сделали
	52.	понимаем
	53.	предъявить
	54.	понравилось
	55.	поздравить
	56.	возместить
	57.	предложить
	58.	оформить
	59.	согласились
	60.	заинтересовали

Часть 2. Перевод. (задание 5-6)

Таблица 3 – Ключи задания 5-6

Зада ние 5	61.	我们很生气，因为商品的质量与样品有很大差别。
	62.	我是中国公司《继发》在莫斯科代表处的经理吕穆扬。
	63.	贵公司往俄罗斯发货的条件是什么？
	64.	我们会尽快补货。
	65.	我们认为，贵公司的产品将在我国畅销。

Зада ние 6	66.	Мы требуем как можно быстрее заменить бракованные товары и предоставить нам компенсацию ущерба в размере 5% от всей стоимости партии.
	67.	Давайте поговорим (обсудим) о цене.
	68.	Ваша продукция заинтересовала нас.
	69.	За наше сотрудничество!
	70.	При вскрытии упаковки обнаружены дефекты.

Часть 3. Говорение. Устная речь.

Таблица 4 – Ситуация 1

Экзаменуемый:	- Здравствуйте, Андрей Антонович, у меня неприятные новости. Вчера мы получили партию вашей продукции, однако при вскрытии упаковки был обнаружен дефект.
Экзаменатор:	- Не может быть! У нас никогда не было производственного брака. Возможно, это произошло во время транспортировки. Сколько приборов оказалось в поврежденном состоянии?
Экзаменуемый:	- Достаточно большое количество – 100 штук. К сожалению, у нас нет времени ждать, поэтому мы требуем, чтобы вы в ближайшее время заменили бракованные приборы за свой счет и предоставили нам компенсацию ущерба в размере 5% от всей стоимости партии.
Экзаменатор:	- Я буду ждать вашего официального запроса с актом экспертизы.
Экзаменуемый:	- Хорошо, соберем все документы, и тогда я напишу Вам официальный запрос.

Таблица 5 – Ситуация 2

Экзаменуемый:	– Здравствуйте, Антон Иванович. Добро пожаловать в нашу компанию.
Экзаменатор:	– Здравствуйте, Ин Сэнме. Очень рад нашей встрече. На выставке мы увидели вашу продукцию, и надо сказать, она нас очень заинтересовала. На наш взгляд, китайские видео-камеры будут пользоваться большим спросом в нашей стране.
Экзаменуемый:	– Благодарим вас за интерес к нашей продукции. Я готов ответить на все ваши вопросы.
Экзаменатор:	– Господин Ин, я хотел бы узнать, на каких условиях ваша фирма поставляет продукцию в Россию. Меня интересует все: цены, возможный объем поставок, сроки поставки.
Экзаменуемый:	– Наши ориентировочные цены соответствуют ценам мирового рынка. Мы занимаемся только оптовыми поставками, поэтому цена зависит от объема заказа. Чем больше объем, тем ниже цена. Размер скидки колеблется от 3% до 10%.
Экзаменатор:	– А какое количество наборов вы можете нам поставить?
Экзаменуемый:	– От 200 до 1000. Товар мы обычно поставляем одной или двумя партиями в течение месяца. Мы можем вам предложить также пробную партию. Ее объем составляет 100 наборов. Поставка пробной партии осуществляется в течение трех недель.
Экзаменатор:	– А на каких условиях?
Экзаменуемый:	– Обычно на условиях автомобильного и

Экзаменатор:	<i>железнодорожного транспорта.</i>
Экзаменуемый:	<i>– Спасибо за информацию. Нам все подходит. Я считаю, что скоро мы заключим с вами контракт.</i>
	<i>– Хорошо. Ждём от вас решения! Всего хорошего!</i>

Таблица 6 – Ситуация 3

Экзаменуемый:	<i>– Добрый день, господин Кузнецов! Заходите, пожалуйста, присаживайтесь. Хотим с Вами поговорить о вопросе цены.</i>
Экзаменатор:	<i>– Здравствуйте, господин Ян! Рад приветствовать Вас! Мы планируем закупить партию диванов, но нам ваша цена не подходит. По сравнению с нашим прошлым заказом, сейчас цена на них повысилась на 8 %. Почему?</i>
Экзаменуемый:	<i>– Очень жаль, что так получилось! Вопрос в том, что цена на древесину, массив дерева, из которого мы делаем наши диваны, сильно повысилась. Древесина - это очень важное сырье, из которого мы делаем нашу продукцию!</i>
Экзаменатор:	<i>– Очень жаль, что так получилось! Вопрос в том, что цена на дерево сильно повысилась. Дерево - это очень важное сырье для изготовления нашей продукции!</i>
Экзаменуемый:	<i>– Я понял. Но мы готовы оформить большой заказ. Можно ли нам сделать скидку на количество?</i>
Экзаменатор:	<i>– Какая скидка вас устраивает?</i>

Экзаменующийся:	<i>– В размере 8%.</i>
Экзаменатор:	<i>– К сожалению, с такой скидкой мы не можем согласиться. Поймите нашу ситуацию. Если сделаем скидку в размере 8%, то у нас не будет никакой прибыли.</i>
Экзаменующийся:	<i>– Да, я хорошо понимаю ваше положение, но просим вас учитывать важный момент, что мы постоянные партнеры, сколько лет мы уже сотрудничаем!</i>
Экзаменатор:	<i>– Конечно. Мы очень рады с вами сотрудничать. Но мы сможем Вам сделать максимальную скидку в размере 5%.</i>
Экзаменующийся:	<i>– Хорошо, понятно. Подумаем и перезвоним.</i>
Экзаменатор:	<i>– Хорошо. Будем на связи.</i>