

# РАЗДА VI РУССКИЙ ЯЗЫК В ИНОСТРАННОЙ АУДИТОРИИ



*А. С. Васильева, г. Тюмень*

## ПОЭТИКА ЗАГЛАВИЯ В АСПЕКТЕ ПРЕПОДАВАНИЯ РУССКОГО ЯЗЫКА КАК ИНОСТРАННОГО (НА МАТЕРИАЛЕ РАССКАЗА А. П. ЧЕХОВА «ЗЛОЙ МАЛЬЧИК»)

Для преподавателя русского языка как иностранного (далее — РКИ) привлечение произведений художественной литературы к процессу обучения иностранцев русскому языку является обычной практикой. Однако зачастую текст используется только как языковой материал, а его содержательный план рассматривается поверхностно, при этом теряется адекватность восприятия текста иностранным учащимся.

Первичен ли язык в использовании художественного текста в языковом учебном процессе? Сегодня этот вопрос является проблемным, так как сталкивает две стороны филологии — языкознание и литературоведение. Между тем именно читатель, его восприятие нейтрализует двойственность текста.

Автор и читатель — носители русского языка — имеют общий компонент языкового сознания. Читатель, знакомый с культурой автора, естественным образом воспринимает художественный текст, в то время как у иностранного студента он не имеет живых связей с реальной жизнью. «Изучающий иностранный язык (а следовательно, и иную культуру, отраженную в этом языке) встречает в изучаемом объекте как явления, знакомые ему, присущие его родному языку, <...> так и новые, непривычные, специфичные для данного языка (культуры)» [4: 38]. Восприятие эстетики художественности иноязычного текста у иностранного студента вторично, т.к. смысловые и общекультурные доминанты (концепты, образы, стереотипы), которые присутствуют в русском языке и, соответственно, воплощаются в произведениях русской литературы, идут в разрез с особенностями национальной языковой картины мира реципиента-иностранца. При этом лингвострановедческого комментария, с которого в большинстве существующих пособий начинается работа над адаптированным или неадаптированным художественным текстом, бывает недостаточно. Игнорируется образность, соответственно, теряется скрытая информация, доступная носителю языка.

Исследование, связанное с пониманием художественного текста, требует обращения к заглавию как одному из важнейших компонентов его структуры. Учёные-филологи (Н. К. Гей, Н. А. Грицай, А. В. Ламзина, Ю. М. Лотман и др.) неоднократно указывали на ключевую роль названия произведения в его интерпретации. В монографии «Художественность литературы» исследователь Н. К. Гей утверждает, что название книги наполнится смыслом только тогда, когда мы прочтем её, поэтому заглавие совершенно бессодержательно в первый момент, однако «оно служит отправным пунктом для первого толчка восприятия и определённым импульсом для последующей концентрации содержания в определённом ракурсе» [3: 195].

Способом изучения особенностей восприятия заглавия художественного текста иностранными студентами послужило проведение эксперимента. Для его осуществления на платформе Google Forms был создан опрос, состоящий из трёх разделов. Анкетирование проводилось анонимно в целях получения наиболее достоверной информации.

Участниками стали 19 иностранцев, для которых русский язык не является родным. Отбор респондентов проходил по принципу направленности. Участниками эксперимента выступили люди в возрасте от 20 до 87 лет, для которых русский язык не является родным, из таких государств, как США (10), Беларусь (3), Сербия (2), Германия (2), Норвегия (1) и Босния и Герцеговина (1). В рамках данного исследования все они являются студентами, изучающими русский язык как иностранный. Для удобства работы, респонденты пронумерованы от 1 до 19, в соответствии с порядком полученных нами ответов. Большинство участников (13 из 19) проходило анкетирование на английском языке, т. к. уровень владения русским языком не позволял им читать неадаптированный текст. В связи с этим ответы участников были переведены на русский язык.

Материалом для эксперимента послужил рассказ А. П. Чехова «Злой мальчик», т. к. название произведения не метафорично, не содержит сложных синтаксических конструкций, союзов, союзных слов и т. д.

В структуру анкеты входило 3 блока:

1) «Знакомство» содержало вопросы, направленные на получение некоторых важных для исследования личных данных респондента: возраст, страна проживания, уровень знакомства с произведениями русской литературы и творчеством А. П. Чехова и наличие достаточного уровня владения русским языком для чтения оригинальных текстов;

2) «Предтекстовый этап» был направлен на выявление особенностей интерпретации заглавия перед прочтением текста (в препозиции). Опираясь на варианты заданий, предложенные Н. В. Кулибиной [4: 110], был сформулирован вопрос: «*Предлагаемый для анализа рассказ называется «Злой мальчик». Опираясь на название текста, сделайте предположение о его содержании»*»;

3) «Послетекстовый этап» был направлен на выявление особенностей интерпретации заглавия после прочтения текста (в постпозиции). Вопросы имели следующую формулировку: «*В чём смысл названия «Злой мальчик?»*» и «*Как бы Вы озаглавили текст? Почему?»*».

Второй и третий разделы, посвящённые работе с заглавием, соответствуют традиционной для методики преподавания РКИ системы работы с текстом. Они не требовали однозначного ответа, т. к. нам было важно развёрнутое мнение студента, то, как бы он выразил его в аудитории на общем обсуждении.

Чтобы определить установку на восприятие текста, которую даёт заглавие, мы обратились к информантам со следующим вопросом: «*Предлагаемый для анализа рассказ называется «Злой мальчик». Опираясь на название текста, сделайте предположение о его содержании»*». На данном этапе респонденты ещё не прочитали текст, которому предшествует заглавие «Злой мальчик».

Респондент № 3 дал следующий ответ: «Зная Чехова, я бы предположил, что имеет место любовная история. Может быть, с маленькими детьми?». Исходя из этого, можно предположить, что имя автора участвует в смыслообразовании.

В ответах большинства респондентов (12 из 19) мы встретили слово «мальчик» или «ребёнок». Приведём лишь некоторые из них: «*Юный испорченный мальчик, который попадает в неприятности*» (респондент № 1), «*Я думаю, рассказ будет о мальчике, который нарушает правила и попадает в неприятности*» (респондент № 7). Отсюда следует, что заглавие может намекать на центральное лицо системы персонажей.

Некоторые респонденты выдвинули предположение о том, что будет происходить в рассказе: «*Приключения мальчика, который ведёт себя не очень хорошо*» (респондент № 4), «*Это [заглавие] звучит как история о маленьком ребёнке, который бросает вызов авторитетным фигурам, окружающим его, и собирается извлечь урок из своих кривляний*» (респондент № 17). Из этого следует, что заглавие задаёт сюжетную перспективу.

При этом все участники эксперимента высказали своё отношение к ещё не прочитанному рассказу, выразив это либо оценочным суждением: «*О маленьком вредном мальчике, который ищет проблем*» (респондент № 18), либо возникшим вопросом: «*О мальчике, который делает что-то, что, может быть, плохо, а может быть и что-то, что другие люди считают плохим, но это не совсем так*» (респондент № 10). Следовательно, заглавие оказывает определённое воздействие на читателя, задаёт определённое настроение.

Последний участник опроса, респондент № 19, дал следующий ответ на поставленный вопрос: «*Это [заглавие] даёт слишком маленькие намёки на то, о чём будет рассказ*». Заглавие в препозиции

позволяет лишь спрогнозировать развитие сюжета, в то время как понимания связи текста и его названия можно добиться, рассматривая заглавие и в постпозиции.

После выполнения задания второго раздела, участники опроса приступили к чтению рассказа А. П. Чехова «Злой мальчик», после чего переходили к вопросам третьего, заключительного раздела. Для выявления особенностей интерпретации заглавия после прочтения текста (в постпозиции), информанты должны были подумать над следующими вопросами: «*В чём смысл названия «Злой мальчик»?*» и «*Как бы Вы озаглавили текст? Почему?»*».

Ответы на первый вопрос третьего раздела позволили проследить, как иностранный студент представляет одно из основных понятий нравственности — зло: «*Кажется, заглавие исследует идею злости/чести на примере Коли как человека*» (респондент № 3), «*Это о махинации. Использование информации и ситуаций в свою пользу для того, чтобы получить что-то с этого*» (респондент № 14). Если рассматривать «зло» как концепт, то можно предположить, что в данном случае это собственно художественное явление, которое создаётся при участии автора, имеет индивидуально-творческую реализацию, но реконструируется читателем, в зависимости от уникальности понимания базовой этической оппозиции «добро — зло», присущей его культуре, его языковой картине мира.

Говоря об интерпретации заглавия, стоит отметить, что название текста воспринимается через призму сознания иностранца. В таких ответах, как «*Оно [заглавие] задаёт вопрос, кто есть злой мальчик — Коля или Лапкин?*» (респондент № 10) и «*Название может быть двояким. Я думаю, что наиболее очевидная интерпретация — это Коля, злой мальчик, который может получать всё, что он хочет, пока что-нибудь его не остановит. Однако и Лапкин может рассматриваться как злой мальчик, так как он прерывает разговор с Анной поцелуями до того, как предлагает ей руку и сердце. На самом деле, мы склонны верить в начале, что Лапкин — это злой мальчик, когда он делает все эти вещи «случайно». Поэтому это может быть один из них*» (респондент № 12), поднимается вопрос, кто поступил плохо, а кто поступил хорошо в данной ситуации? Следовательно, понимание заглавия зависит от общественно-исторического опыта читателя-иностранца, от его понимания базовой оценочной оппозиции «хорошо — плохо», которая более индивидуальна и менее универсальна, в отличие от оппозиции «добро — зло».

Чтобы конкретизировать требования к заглавию, было предложено дать наиболее подходящий, по мнению участников опроса, возможный вариант заглавия, мотивировав свою точку зрения. Вот лишь некоторые из ответов: «*Влюблённые и плохой поступок мальчика*» (респондент № 8), «*Змея в райском саду*» (респондент № 9), «*«Мальчик», потому что он главный герой*» (респондент № 11), «*«Злой поцелуй», потому что он является причиной их счастья и несчастья*» (респондент № 16). Анализ читательских вариантов заглавий и их мотивировок позволил конкретизировать некоторые важные принципы заглавий, которые ожидает реципиент: быть концептом всего произведения, намекать на сюжетную линию, указывать на центральное лицо системы персонажей и т. д. Однако анализ полученных ответов позволил выявить и другую особенность заглавия с точки зрения языкознания — знакомить читателя со способностью языковых единиц того или иного языка сжато выражать смысл текста, не зависимо от его объёма.

Многие пособия по РКИ дают лингвострановедческий комментарий к заглавию произведения, если оно того требует. Отсюда ещё одной особенностью его восприятия является представление о некоторых культурных ценностях, которое даёт название произведения (например, «Мёртвые души» Н. В. Гоголя).

Стоит отметить, что иностранный студент может забыть детали сюжета, однако название того или иного произведения реципиенты будут держать в своей памяти как первую единицу текста, наполненную глубоким конкретным содержанием.

Из результатов проведённого опроса следует, что у каждого читателя-иностранного студента складывается своё видение художественного произведения, имеющее как инвариантную составляющую (тождественность с восприятием этого текста у других читателей), так и индивидуальные компоненты, отражающие особенности интерпретации текста конкретным читателем.

Работа над заглавием не должна ограничиваться предтекстовым этапом, т. к., как показало исследование, оно является частью рамочного комплекса произведения. Даже непонятный заголовок в препозиции даёт предпонимание текста, однако зачастую оно ограничено прогнозированием, поверхностно.

Исходя из ответов второго (предтекстового) раздела опроса, мы выявили следующие функции заглавия в препозиции: номинативно-инициальная (заглавие называет текст, настраивает на восприятие чужой речи), разделительная (выделяет текст из окружающего пространства), аттрактивная (привле-

кает внимание и интерес читателя), информативная (информирует читателя о тексте), экспрессивная (готовит читателя к восприятию текста, задаёт настроение).

В результате проведённого исследования, исходя из анализа ответов третьего (послетекстового) раздела опроса, были выявлены следующие уникальные функции заглавия в постпозиции, характерные для художественного текста в аспекте преподавания РКИ: концептуально-содержательная (даёт представление о концепте всего произведения), перцептивная (заглавие воспринимается через призму сознания иностранца), семантическая, лингвострановедческая, кумулятивная. Из них концептуально-содержательную и перцептивную функции мы выделяем как наиболее значимые, т.к. они непосредственно связаны с особенностями интерпретации «чужого» слова языковой личностью.

В условиях межкультурной коммуникации, к которой можно отнести и восприятие художественной литературы иностранным студентом, важно содействовать взаимопониманию читателя и автора, направлять движение мысли студента уместными вопросами и заданиями, не навязывать своего мнения и вовлекать в активную деятельность студентов как участников коммуникативного акта, позволить каждому сделать произведение чем-то своим, личным. Необходимо помнить, что язык — это не цель, а средство, которым естественно пользуются, а художественный текст — пример того, как язык живёт.

### *Литература*

1. Болотнова Н. С. Использование эксперимента в исследованиях по коммуникативной стилистике текста // Вестник ТГПУ. 2010. №6. С. 33–38.
2. Болотнова Н. С. Филологический анализ текста: учебное пособие. 4-е изд. М.: Флинта: Наука, 2009. 520 с.
3. Гей Н. К. Художественность литературы. Поэтика. Стилль. М.: Наука, 1975. 472 с.
4. Кулибина Н. В. Зачем, что и как читать на уроке. Художественный текст при изучении русского языка как иностранного. СПб.: Златоуст, 2001. 264 с.
5. Лотман Ю. М. Структура художественного текста [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ruthenia.ru/lotman/papers/sht/> (26.02.2016).

*Э. О. Гаврикова, Лю Бин, г. Тюмень*

## **РЕКЛАМА КИТАЙСКИХ АВТОМОБИЛЕЙ В РОССИИ**

В XX веке политические отношения между Россией и Китаем вышли на новый уровень развития и сегодня находятся на подъеме. Развитие китайско-русского торговли обусловило появление на российском рынке и китайских автомобилей. Китай — самый большой в мире производитель транспортных средств: в стране действует более 145 заводов, количество собранных автомобилей превышает 22000000. Для сравнения, на втором месте по объемам готовой продукции располагаются США — выпускают в 2 раза меньше машин. Россия находится на 11 месте и производит в 11 раз меньше, чем Китай. После введения санкций по отношению к России легковые автомобили из Китая стали пользоваться повышенным спросом благодаря оптимальному сочетанию цены и качества. Как и Россия, Китай — это большая страна, имеющая не везде качественные дороги и отличающаяся порой весьма суровыми климатическими условиями, поэтому китайские модели с легкостью преодолеют убитую отечественную грунтовку и заведутся зимой в сорокаградусный мороз, обязательно проходят ряд краш-тестов, отвечающих всем европейским стандартам.

Одновременно с появлением брендов китайского автопрома стала активно размещаться и его реклама транспортных средств. В данной статье мы остановимся на анализе рекламной продукции автогигантов, выпускающих легковые автомобили, так как продажи в данном сегменте имеют стойкий рост.

На сегодняшний день на российском рынке представлены следующие популярные местные китайские бренды:

BYD — Бид (比亚迪股份有限公司 аббревиация от Build Your Dream — «построй свою мечту»);  
Lifan — Лифан (力帆汽车集团 — «сильный парус»);