

УДК 811.161.1
БК 74.48

DOI: 10.31862/1819-463X-2020-4-144-151

YOUTUBE КАК СРЕДСТВО РАЗВИТИЯ АУДИТИВНЫХ НАВЫКОВ ПРИ ИЗУЧЕНИИ РУССКОГО ЯЗЫКА ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ В КИТАЙСКОЙ АУДИТОРИИ

Н. Н. Конева, Д. А. Жигульская

Аннотация. В данной статье рассматриваются возможные варианты использования видеосюжетов, размещенных на YouTube, на занятиях по русскому языку делового общения в китайской аудитории. Цель просмотров – совершенствование и развитие аудитивных навыков китайских учащихся. Тематика видеосюжетов – ведение бизнеса в Китае, развитие деловых отношений между Россией и Китаем. В статье представлены примеры заданий к видеосюжетам.

Ключевые слова: аудирование, аудитивные навыки, русский язык делового общения, Интернет, видеохостинг, YouTube, китайские учащиеся.

YOUTUBE AS A MEANS OF DEVELOPING CHINESE STUDENTS' LISTENING SKILLS WHEN LEARNING RUSSIAN LANGUAGE FOR BUSINESS COMMUNICATION

N. N. Koneva, D. A. Zhigulskaia

Abstract. The article deals with the possible options of using videos posted on YouTube when teaching Chinese students the Russian language for business communication. The purpose of the viewings is to improve and develop the listening skills of Chinese students. The subjects of the video clips are doing business in China, developing business relations between Russia and China. The article presents examples of tasks for the video stories.

Keyword: listening, listening skills, Russian language for business communication, Internet, video hosting service, YouTube, Chinese students.

© Конева Н. Н., Жигульская Д. А., 2020



Контент доступен по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International License
The content is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

В настоящее время отношения между Россией и Китаем стремительно развиваются во всех областях: политике, науке, культуре, экономике. В Китае растет популярность русского языка, увеличивается количество студентов, приезжающих обучаться в российские вузы. В последние годы особым спросом среди китайских учащихся пользуется такой предмет, как русский язык делового общения (далее – РЯДО).

Рассмотрим значение термина «деловое общение». Учеными Э. Г. Азимовым, А. Н. Щукиным (2018) предложено следующее определение понятию «деловое общение»: «это вид общения, целью которого является обмен информацией в профессиональной, коммерческой и некоммерческой сферах деятельности. В ходе делового общения каждый из участников стремится решить прежде всего актуальные для своей профессии задачи» [1, с. 68].

По теме деловой коммуникации написано немало научных работ, в которых даны следующие формулировки понятия «деловое общение».

Так, по мнению И. В. Михалкиной, деловое общение – это «акты социального взаимодействия, основной целью которых является коммуникативный и некоммуникативный обмен продуктами материального, интеллектуального, психофизиологического характера» [2, с. 8].

М. В. Колтунова определяет деловое общение как «самый массовый вид социального общения. Оно представляет собой сферу коммерческих и административно-правовых, экономико-правовых и дипломатических отношений» [3, с. 13].

А. П. Панфилова под деловым общением понимает «процесс взаимодействия деловых партнеров, направленный на организацию и оптимизацию того или иного вида предметной деятельности: производственной, научной, педагогической и пр.» [4, с. 15].

Вне зависимости от формы (устной или письменной) для делового общения характерны *регламентированность, статус-*

ность и официальность. Эти признаки присущи только этому виду общения.

Проанализируем каждый из признаков.

Под *регламентированностью* понимается соблюдение делового и речевого этикета.

По словам известного ученого Н. И. Формановской, речевой этикет в широком смысле слова – это «социально-заданные и национально-специфичные, регулирующие правила речевого поведения, организующие этикетную рамку любого текста общения». А в узком смысле слова это «сумма ситуативно-тематических объединений коммуникативных единиц, функционирующая для установления, поддержания и размыкания речевого контакта с собеседником» [5, с. 2].

Перед нами, преподавателями-практиками РКИ, стоит вполне определенная задача – сформировать уважительное отношение к русскому языку, русской культуре, нашей стране в аудиторных условиях. С чего следует начать? Полагаем, что со знакомства с «*постулатом вежливости*» (термин Н. И. Формановской). В данном контексте русский язык использует «функционально-семантическое поле речевого этикета, где действует правило выбора *ты/вы*-форм общения. Согласимся с автором в том, что «нарушение постулата вежливости» может привести к коммуникативной неудаче и разрушить речевое взаимодействие [6, с. 28–29].

Соблюдение речевого этикета позволит участникам делового общения наладить взаимодействие в соответствии со своими социальными ролями.

Деловой этикет определяет культуру взаимоотношений между людьми, занятыми совместной деятельностью, которая подразумевает **соблюдение свода правил**: проведения официальных встреч, взаимопонимания в общем деле; эффективных переговоров; дресс-кода; делового имиджа; такта, доброжелательности; культуры устной и письменной речи; ведения продуктивных телефонных переговоров; разрешения конфликтных ситуаций. Деловой этикет

отличается целесообразностью, экономичностью, консерватизмом, непринужденностью, универсальностью, эффективностью.

Соблюдение речевого этикета играет важную роль во время деловых переговоров, поэтому преподавателю РЯДО необходимо уделять особое внимание обучению деловому и речевому этикету иностранных учащихся, а также знакомить их с национально-культурной спецификой России. «Попадая в новую для себя лингвокультурную общность, представители инокультур испытывают необходимость, с одной стороны, придерживаться правил речевого поведения, принятых среди членов языкового коллектива, с которыми они общаются, правильно интерпретировать их, с другой стороны, пользуясь этикетной системой изучаемого языка, чувствовать себя тем не менее в рамках норм родного языка» [7, с. 64].

Участники делового общения должны строго придерживаться своих ролей и выстраивать речь согласно своей роли в данном разговоре. В этом и заключается второй признак деловой коммуникации – *статусность*. Например, господин N является директором фирмы. Он, общаясь со своими подчиненными, выступает в роли начальника (разговор начальника и подчиненного). Во время переговоров с другой компанией, у которой они закупают стройматериалы, господин N становится клиентом, выстраивается модель разговора между клиентом и заказчиком. В зависимости от роли речевое поведение господина N будет меняться.

Как было сказано выше, еще одним характерным признаком делового общения является его *официальность*. По мнению Е. В. Косаревой, существует «две степени официальности: *официальность* и *полуофициальность*» [8, с. 12]. Полуофициальная речь отличается от неофициальной своим содержанием: в общем разговоре будет затронута профессиональная тематика.

Очевидно, что вышеописанные признаки (*регламентированность, статусность, официальность*) зависят от целей, которые стоят перед собеседниками. Например, если это общение между коллегами, то их речь

будет менее официальной и менее регламентирована. Если это переговоры на уровне топ-менеджеров компаний, то, соответственно, степень официальности будет выше, а значит, будут соблюдаться уже другие правила речевого этикета, предназначенные для ситуации такого типа.

Так как деловое общение – это сложное социальное явление, то до сих пор ведутся споры, когда, на каком этапе обучения РКИ следует знакомить иностранных учащихся со спецификой языка делового общения. М. М. Калиновская в своем пособии «Методика обучения русскому языку делового общения в рамках трехуровневого описания русского языка делового общения» (2016) выделяет два подхода к обучению РЯДО.

Согласно первому подходу, начинать обучать иностранных учащихся русскому языку делового общения следует на начальном этапе. В это время студенты овладевают базовой коммуникативной компетенцией как в повседневном, так и в деловом общении.

Второй подход заключается в том, что изучать русский язык делового общения могут только те иностранные учащиеся, у которых уровень владения русским языком не ниже А2 [9, с. 61].

Мы придерживаемся второго подхода к обучению РЯДО: полагаем, что, только овладев русским языком на базовом уровне А2, китайские учащиеся могут приступить к изучению азов делового общения.

Сотрудниками Института имени А. С. Пушкина разработана система уровней владения русским языком делового общения, состоящая из следующих уровней:

- базовый уровень (В1),
- средний уровень (В2)
- продвинутый уровень (С1).

Эта система легла в основу методических разработок по русскому языку делового общения. В лингводидактических описаниях каждого уровня можно найти подробное содержание процесса обучения. Используя данные методические описания, преподаватель выстраивает учебные занятия.

Цель преподавателя русского языка делового общения мало чем отличается от цели преподавателей других предметов в рамках РКИ – сформировать у учащихся коммуникативную компетенцию. В процессе обучения деловому общению преподаватель должен уделять равное внимание формированию каждой компетенции, входящей в состав коммуникативной компетенции (языковой (лингвистической), речевой, социолингвистической, предметной, прагматической, социальной, социокультурной, стратегической).

Совершенно справедливо, что при обучении РЯДО преподаватель РКИ формирует, совершенствует и развивает навыки и умения иностранных учащихся во всех видах речевой деятельности в одинаковой степени. Однако считаем, что больший акцент при обучении устной стороне РЯДО в китайской аудитории следует уделять именно аудированию, как наиболее сложному виду речевой деятельности.

Л. П. Клобуковой и И. В. Михалкиной в статье «Проблемы обучения аудированию в зеркале реальной коммуникации» отмечено, что «чем выше социальное положение коммуниканта, тем меньше времени он тратит на письмо и больше времени – на аудирование, говорение и чтение» [10, с.105]. Соответственно, такой аспект, как аудирование, в рамках РЯДО не должен быть обделен вниманием.

Еще в 1964 г. З. А. Кочкиной было дано определение термину «аудирование». «Аудирование – это процесс восприятия и понимания слышимой речи» [11, с. 14]. Это определение в дальнейшем стало универсальным, многие исследователи (А. Р. Арутюнов, Н. В. Елухина, И. Л. Бим, М. Н. Вятютнев, Н. И. Гез, И. А. Зимняя, Э. И. Исаева, Д. И. Изаренков, В. Г. Костомаров, О. Д. Митрофанова, Е. И. Пассов, Л. Б. Трушина, А. Н. Щукин и др.) использовали его, внося некоторые дополнения.

Так как аудирование тесно связано с другими видами речевой деятельности, то раньше считалось, что «если учащийся понимает текст при чтении, то поймет и при аудировании, если учащийся говорит сам,

то и поймет, что говорят другие» [9, с. 104]. Как видим, к формированию и совершенствованию аудитивных навыков отношение было методически неверным.

Описанное выше отношение к аудированию считается грубой ошибкой. Согласимся с мнением И. А. Зимней, которая считает, что аудирование – такой же сложный вид речевой деятельности, как и говорение [12, с. 179–183].

С точки зрения И. И. Халеевой, аудитивная база – это одно из условий улучшения навыков устной речи, и путь к накоплению сведений о неисчерпаемых возможностях языковой системы и способах ее речевой реализации, и важный канал пополнения знаний о стране изучаемого языка [13, с. 11]. Другими словами, без хорошо развитых аудитивных навыков нельзя научиться свободно общаться.

Всегда считалось, что для развития навыков восприятия речи на слух необходимо использовать аудитивные средства обучения. К таким средствам ранее относили «грамзаписи, магнитозаписи, радиопередачи» [1, с. 27].

Добавим, в настоящее время Интернет является неисчерпаемым источником материалов для развития аудитивных навыков учащихся. Это различные аудиоподкасты, видеопрограммы и пр. В Сети можно найти материал на любую тему, в том числе и по деловой тематике.

YouTube является одним из самых крупных аудивизуальных хранилищ в Интернете. По данным, приведенным исследовательской компанией Mediascope, в 2018 г. 82% населения России в возрасте от 18 до 44 лет используют этот видеохостинг [14].

Преподаватели иностранных языков, в том числе и РКИ, а также учащиеся зачастую обращаются к YouTube, поскольку здесь можно найти как полноценные видеоуроки, так и различные видеоблоги (влоги), которые можно активно использовать в процессе обучения.

Полагаем, что главным преимуществом YouTube является погружение иностранного учащегося в реальную русскую языковую среду.

Так как в Китае YouTube заблокирован, то на территории России работа с этим видеохостингом для китайских учащихся станет дополнительным знакомством с реалиями русской жизни.

С методической точки зрения видеосюжеты на YouTube предоставляют преподавателю огромные возможности для работы. Видеоматериалы, выложенные на видеохостинге, позволяют отработать на уроках русского языка делового общения различные виды аудирования: выяснительное, ознакомительное, деятельностное. Преподаватели, используя ресурсы сайта, могут подготовить материалы для фрагментарного, глобального, детального аудирования, разработать задания на развитие коммуникативных навыков.

Как было сказано выше, сегодня Китай является важным политическим, экономическим партнером России, поэтому в русскоязычном сегменте Интернета немало материалов, посвященных российско-китайским деловым отношениям.

YouTube – не исключение. Здесь можно найти видеоматериалы, связанные с деловой жизнью Китая, с развитием российско-китайских бизнес-отношений.

Рассмотрим детально, какие форматы видеоматериалов можно найти на YouTube. Во-первых, на этом сайте выложены различные лекции (в стиле TED) и выступления на бизнес-форумах. Они могут быть использованы в качестве материала по развитию навыков аудирования монологической речи. Считаем важным подчеркнуть, что звучащие монологи на YouTube приближены к разговорному стилю, нежели к научному, хотя и носят название лекций. В таких выступлениях представлен, как правило, язык, на котором говорят представители мира бизнеса. Соответственно, слушая живую речь, учащиеся смогут развивать не только аудитивные навыки, но и пополнить словарный запас.

Во-вторых, на YouTube можно найти такой популярный сегодня жанр, как интервью. В настоящее время журналисты часто берут интервью у бизнесменов, кто

по работе связан с Китаем и зарекомендовал себя как надежный партнер на китайском рынке. С помощью таких видеointервью можно отработать развитие навыков аудирования диалогической речи. Такой формат видеоматериалов также позволяет преподавателю развивать коммуникативные навыки. Например, предложить учащимся выступить в роли интервьюера и интервьюируемого и дополнить интервью.

В-третьих, на просторах русскоязычного YouTube есть немало видеоблогов (влогов), рассказывающих про Китай, российско-китайские деловые отношения и т. п. Преподаватель может использовать эти видеоматериалы на занятиях.

Немногие китайские учащиеся знают, что российские компании покоряют китайский рынок. Поэтому преподавателям необходимо знакомить учащихся с такими явлениями в мире бизнеса. На YouTube можно найти многосерийную передачу «Додо Пицца в Китае». Целиком смотреть эти видеоматериалы для китайских учащихся, возможно, не столь полезно, но отдельные фрагменты, рассказывающие про открытие российской пиццерии в Китае, могут быть интересны им.

Для работы со студентами, владеющими русским языком на уровне В1, мы выбрали фрагмент (1:11–3:35) из серии 26 («Как устроена первая Додо Пицца в Китае») [15] многосерийной передачи «Додо Пицца в Китае». В выбранном нами фрагменте лексика соответствует уровню В1 владения русским языком.

Далее продемонстрируем, как следует работать с такими видеоматериалами в китайской аудитории.

Задание 1. Перед просмотром видеофрагмента ответьте на вопросы. 观看前回答问题。

- 1) Китайцы любят есть пиццу?
- 2) Вы часто едите пиццу?
- 3) В какой стране пицца является самым популярным блюдом?
- 4) Вы слышали такое название «Додо Пицца»?

Задание 2. Прочитайте «цепочки» слов, последнюю из них повторите, не глядя в текст. 朗读单词链，不用看课本复最后的一个单词链。

1) Вход – вход в пиццерию – вход в первую пиццерию – вход в первую пиццерию в Китае – стоим на входе в первую пиццерию в Китае;

2) Бизнес – бизнес в Китае – вести бизнес в Китае – давно вести бизнес в Китае – достаточно давно вести бизнес в Китае;

3) Перспективы – гигантские перспективы – гигантские перспективы на рынке – гигантские перспективы на китайском рынке – видеть гигантские перспективы на китайском рынке – мы видим гигантские перспективы на китайском рынке.

Задание 3. Посмотрите видеофрагмент и скажите, сколько раз прозвучат слова «Китай», «китайский» и т. п. 看视频，算一下视频中用几次中国这个词。

Задание 4. Посмотрите видеофрагмент еще раз и выполните тест. 再次看视频，完成测试。

1) Какой сегодня день?

- а) 10 июня 2016 года.
- б) 10 июля 2016 года.
- в) 10 июня 2015 года.

2) В каком китайском городе была открыта первая ДОДО Пицца?

- а) Неизвестно.
- б) В городе Яньтай.
- в) В Циндао.

3) Когда был запущен проект ДОДО Пицца в Китае?

- а) В 2015 году.
- б) В конце 2014 года.
- в) Об этом не говорится.

4) Как зовут супругу Андрея?

- а) Екатерина.
- б) Анастасия.
- в) Елена.

Задание 5. Посмотрите фрагмент еще раз и дополните информацию о расположении первой «Додо Пиццы» в Китае.

再次看视频，完成介绍味美达比萨店地点的消息。

Пиццерия находится в новом жилом районе. Справа находится спальный район. Напротив находится _____. На другой стороне _____.

Как вы считаете, в хорошем ли районе расположена пиццерия? Популярна она среди местных жителей?

Задание 6. Помогите «Додо Пицце» в Китае привлечь как можно больше клиентов. Напишите свои предложения. 帮助味美达比萨店吸引更多顾客。写一下你的建议。

Задание 7. Какие вопросы вы бы задали управляющему китайской «Додо Пиццы»? Разыграйте в парах интервью с управляющим.

Представленные выше задания – это один из многих возможных вариантов работы с видеоматериалами в формате видеоблогов (влогов).

Включение в урок видеосюжета, размещенного на YouTube, безусловно, требует от преподавателя дополнительных затрат по времени. Преподаватель должен не только найти подходящее видео, но и разработать ряд заданий: 1) предтекстовые, предусматривающие снятие фонетических, лексических, грамматических трудностей; 2) притекстовые и 3) послетекстовые задания, которые должны содержать установку на активизацию мыслительной деятельности китайских учащихся. Это могут быть не только вопросы на выявление уровня понимания увиденного и услышанного, но и упражнения на разыгрывание мини-диалогов, различных ситуаций. Такой формат работы может быть интересен и полезен учащимся.

Необходимо заметить, что некоторые предтекстовые задания к видеоматериалам, выложенным на YouTube, китайские учащиеся имеют возможность выполнить дома самостоятельно. В аудитории совместно с преподавателем учащиеся могут не только контролировать правильность выполненных упражнений, но и обсудить просмотренный видеосюжет, разыграв ситуации, предложенные преподавателем.

Подведем итоги: YouTube может быть платформой, которую можно и нужно использовать на уроках РЯДО в китайской аудитории, но и также хорошей образовательной

платформой, которую можно и нужно использовать на уроках РЯДО в китайской аудитории.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Азимов Э. Г., Щукин А. Н.* Современный словарь методических терминов и понятий. М.: Русский язык. Курсы, 2018. 496 с.
2. *Михалкина И. В.* Лингвометодические основы обучения иностранных граждан русскому языку как средству делового общения: дис. ... д-ра пед. наук. М., 1998. 459 с.
3. *Колтунова М. В.* Язык и деловое общение: Нормы, риторика, этикет: учеб. пособие для вузов. М.: Экономика, 2000. 271 с.
4. *Панфилова А. П.* Деловая коммуникация в профессиональной деятельности. СПб., 1999. 495 с.
5. *Формановская Н. И.* О коммуникативно-семантических группах и функционально-семантических полях // Русский язык за рубежом. 1986. № 3. С. 36–42.
6. *Формановская Н. И.* Русский речевой этикет: Лингвистический и методический аспекты. Изд. 3-е. М.: КомКнига, 2006. 160 с.
7. *Конева Н. Н.* Методические основы обучения аудированию деловых людей в сфере профессионального общения (в условиях ограниченного использования русской речевой среды): дис. ... канд. пед. наук. М., 2001. 294 с.
8. *Косарева Е. В.* Устное деловое общение в системе речевых жанров: дис. ... канд. филол. наук. СПб., 2006. 203 с.
9. *Калиновская М. М.* Методика обучения русскому языку делового общения в рамках трехуровневого описания русского языка делового общения (РЯДО). М., 2016. 120 с.
10. *Клобукова Л. П., Михалкина И. В.* Проблемы обучения аудированию в зеркале реальной коммуникации // Мир русского слова. 2001. № 3. С. 104–108.
11. *Кочкина З. А.* Аудирование: что это такое? // Иностранные языки в школе. 1964. № 5. С. 14–18.
12. *Зимняя И. А.* Психология обучения неродному языку (на материале русского языка как иностранного). М.: Русский язык, 1989. 224 с.
13. *Халеева И. И.* Основы теории обучения пониманию иноязычной речи (подготовка переводчиков). М.: Высш. школа, 1989. 238 с.
14. Второй по популярности после «Первого канала»: подробный обзор аудитории российского YouTube 2018. URL: <https://www.sostav.ru/publication/vtoroj-po-populyarnosti-posle-pervogo-kanala-podrobnyj-obzor-auditorii-rossijskogo-youtube-2018-34539.html> (дата обращения: 14.01.2020).
15. Как устроена первая Додо Пицца в Китае. Серия 26. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Yh6KIWRUa7k> (дата обращения: 14.01.2020).

REFERENCES

1. *Azimov E. G., Shchukin A. N.* *Sovremennyy slovar metodicheskikh terminov i ponyatij*. Moscow: Russkiy yazyk. Kursy, 2018. 496 p.
2. *Mikhalkina I. V.* *Lingvometodicheskie osnovy obucheniya inostrannykh grazhdan russkomu yazyku kak sredstvu delovogo obshcheniya. ScD dissertation (Education)*. Moscow, 1998. 459 p.
3. *Koltunova M. V.* *Yazyk i delovoe obshchenie: Normy, ritorika, etiket: ucheb. posobie dlya vuzov*. Moscow: Ekonomika, 2000. 271 p.

4. Panfilova A. P. *Delovaya kommunikatsiya v professionalnoy deyatel'nosti*. St. Petersburg, 1999. 495 p.
5. Formanovskaya N. I. O kommunikativno-semanticheskikh gruppakh i funktsionalno-semanticheskikh polyakh. *Russkiy yazyk za rubezhom*. 1986, No. 3, pp. 36–42.
6. Formanovskaya N. I. *Russkiy rechevoy etiket: Lingvisticheskiy i metodicheskiy aspekty*. Moscow: KomKniga, 2006. 160 p.
7. Koneva N. N. Metodicheskie osnovy obucheniya audirovaniyu delovykh lyudey v sfere professionalnogo obshcheniya (v usloviyakh ogranichenogo ispolzovaniya russkoy rechevoy sredy). *PhD dissertation (Education)*. Moscow, 2001. 294 p.
8. Kosareva E. V. Ustnoe delovoe obshchenie v sisteme rechevykh zhanrov. *PhD dissertation (Philology)*. St. Petersburg, 2006. 203 p.
9. Kalinovskaya M. M. *Metodika obucheniya russkomu yazyku delovogo obshcheniya v ramkakh trekhurovneвого opisaniya russkogo yazyka delovogo obshcheniya (RYaDO)*. Moscow, 2016. 120 p.
10. Klobukova L. P., Mikhalkina I. V. Problemy obucheniya audirovaniyu v zerkale realnoy kommunikatsii. *Mir russkogo slova*. 2001, No. 3, pp. 104–108.
11. Kochkina Z. A. Audirovanie: chto eto takoe? *Inostrannye yazyki v shkole*. 1964, No. 5, pp. 14–18.
12. Zimnyaya I. A. *Psikhologiya obucheniya nerodnomu yazyku (na materiale russkogo yazyka kak inostrannogo)*. Moscow: Russkiy yazyk, 1989. 224 p.
13. Khaleeva I. I. *Osnovy teorii obucheniya ponimaniyu inoyazychnoy rechi (podgotovka perevodchikov)*. Moscow: Vyssh. shkola, 1989. 238 p.
14. Vtoroy po populyarnosti posle “Pervogo kanala”: podrobnyy obzor auditorii rossiyskogo YouTube 2018. Available at: <https://www.sostav.ru/publication/vtoroj-po-populyarnosti-posle-pervogo-kanala-podrobnyj-obzor-auditorii-rossijskogo-youtube-2018-34539.html> (accessed: 14.01.2020).
15. Kak ustroena pervaya Dodo Pitstva v Kitae. Seriya 26. Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=Yh6KIWRUa7k> (accessed: 14.01.2020).

Конева Наталья Николаевна, кандидат педагогических наук, доцент кафедры русского языка института русского языка и культуры, Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова

e-mail: natalyakoni@yandex.ru

Koneva Natalya N., PhD in Education, Associate professor, Russian language Department, Institute of Russian language and culture, Lomonosov Moscow State University

e-mail: natalyakoni@yandex.ru

Жигульская Дарья Антоновна, соискатель кафедры методики преподавания русского как иностранного, Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина

e-mail: das-z@yandex.ru

Zhigul'skaia Daria A., Post-graduate student, Russian as foreign language and methods of its teaching Department, Pushkin State Russian Language Institute

e-mail: das-z@yandex.ru

Статья поступила в редакцию 09.03.2020
The article was received on 09.03.2020