

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Алтайский государственный гуманитарно-педагогический университет
имени В.М. Шукшина»

Институт гуманитарного образования

**ЯЗЫК, ЛИТЕРАТУРА, ИСТОРИЯ И КУЛЬТУРА
В СОВРЕМЕННЫХ ПАРАДИГМАХ
НАУЧНОГО ЗНАНИЯ**

*Материалы 21-й Всероссийской
научно-практической конференции с международным участием
студентов, магистрантов, преподавателей и учащихся
(Бийск, 26 апреля 2019 г.)*

Бийск
АГГПУ им. В.М. Шукшина
2019

ББК 81+83
Я 41

*Печатается по решению
кафедры иностранных языков,
кафедры русского языка и литературы,
кафедры историко-правовых и социально-гуманитарных дисциплин
Алтайского государственного гуманитарно-педагогического университета
имени В.М. Шукшина*

Ответственный редактор:

кандидат филол. наук, доцент *И.П. Исаева*

Редакционная коллегия:

доктор филол. наук, профессор *М.Г. Шкуропацкая*;
кандидат пед. наук, доцент *Н.А. Швец*

Я 41 Язык, литература, история и культура в современных парадигмах научного знания: материалы 21-й Всероссийской научно-практической конференции с международным участием студентов, магистрантов, преподавателей и учащихся (Бийск, 26 апреля 2019 г.) / отв. ред. И.П. Исаева; Алтайский государственный гуманитарно-педагогический университет им. В.М. Шукшина. – Бийск: АГГПУ им. В.М. Шукшина, 2019. – 202 с.

ISBN 978-5-85127-935-5

Материалы конференции посвящены актуальным вопросам современной лингвистики, литературоведения, лингвострановедения, истории, культурологии, методики преподавания русского языка, иностранных языков, литературы и социально-гуманитарных дисциплин.

Для учащихся, студентов, магистрантов, аспирантов, преподавателей школ, лицеев, гимназий и вузов.

2. Использование активных и интерактивных образовательных технологий [Текст]: метод. рекомендации / авт.-сост. М.Г. Савельева, Т.А. Новикова, Н.М. Костина; отв. ред. Е.Н. Анголенко. – Ижевск: Изд-во «Удмуртский университет», 2013. – 44 с.

СТРАНОВЕДЕНИЕ И ЛИНГВОСТРАНОВЕДЕНИЕ

М.А. Березкина,
студентка института гуманитарного образования;
научный руководитель: кандидат ист. наук, доцент Л.А. Явнова
АГГПУ имени В.М. Шукшина (г. Бийск)

Японский деловой этикет

Деловой этикет – продукт многолетнего следования правилам поведения в соответствующей среде общения, способствующий удачному развитию экономических связей. Применение правил делового этикета гарантируют создание крепких партнерских связей с иностранными бизнесменами.

Весьма категорично создавались экономические связи в средневековье с Японией, которая до периода Мейдзи была почти полностью изолированной от других стран. В этот период процесс представления императору был настолько унижительным, что не каждый иностранный купец был готов пойти на это. Торговец, прибывший в страну контрастов, должен был ползти на коленях к нужному месту от двери приемной залы, а после приема таким же образом, пятась как рак, покинуть свое место и скрыться за дверью.

Но, как и в те далекие времена, так и сейчас применение норм делового этикета содействует выгодному экономическому сотрудничеству. Выгода была и остается выше всех различий национального характера, вероисповедания, психологических особенностей.

Японский этикет достаточно непрост. Он формировался под воздействием конфуцианства и синтоизма. В эпоху Камаккура (1185-1333 гг.) на их основе возник кодекс чести воина – «бусидо» (武士道 «путь воина»), определяющий основы морали и поведения господствовавшего в Японии военного сословия [1].

В островном государстве устремленность к умиротворению преобладает над многими типичными, на наш взгляд, вещами. Менеджеры не приказывают, а говорят намеками то, что необходимо выполнить. Язык преимущественно адаптирован для этого. Например, «Сдать отчет за октябрь к 18:00» – на японском звучит так: «Сегодня 8 ноября, не так ли? Наш проверяющий еще не потребовал отчет за октябрь. Я не буду удивлен, если он спросит завтра. От него можно ожидать, чего угодно...».

Эта особая вежливость мотивирует сотрудников. В реальности же, у них нет выбора, так как их речевая иерархия уже определена согласно статусу менеджера (университетская степень и стаж работы в фирме). Так замыкается логический круг: указание – усвоение – подчинение.

Удивительно, что косвенная речь в Японии не используется, так как японцы убеждены, что все личные беседы конфиденциальны, и они не должны быть переданы другим лицам. И, в самом деле, косвенная речь в их языке отсутствует [2].

Многим знаком японский контраст между поразительной скоростью фабричного рабочего и крайне медлительным созерцанием сакуры в японских садах. Однако нельзя забывать о скрупулезности, с которой японцы делят время на части [3].

Любопытен тот феномен, что японцы наложили китайский и григорианский календари на свою древнюю систему исчисления времени, и в итоге сам японский год – микс накладывающихся друг на друга начал и концов [4].

Можно полагаться на великодушие японцев в отведении времени. В обмен следует попробовать сделать «правильное дело в правильное время». В восточной стране наиболее важны форма и символы, нежели содержание, что, по мнению Э. Холла, определяет ее как высококонтекстуальную страну [5].

Национальный деловой этикет требует от японских бизнесменов безусловной вежливости, поэтому взаимные поклоны с прижатыми к бедрам раскрытыми ладонями и привычными улыбками, сопровождаемыми приветственными звуками «Ос-с-с!» – естественное дело в начале деловой коммуникации. Японская культура – это поклон, а не рукопожатие. Но, на сегодняшний момент не исключено, что члены японских делегаций могут первыми протянуть вам руку для рукопожатия. Это стоит учесть, чтобы избежать неловких ситуаций, когда японец протягивает руку для приветствия, а в ответ руки складываются для поклона или наоборот. Также нужно принять к сведению, что непосредственные контакты в японской культуре неуместны.

Что же насчет пунктуальности, то на деловую встречу желательно прибыть на 15 минут заранее, чем на 5 минут позже [6].

Японская деловая этика имеет в своем арсенале основные три «нельзя»: 1) нельзя приходить на встречу без визитных карточек; 2) нельзя не иметь материалов о своей компании и своем предложении; 3) нельзя отклоняться от протокола в одежде и внешнем виде.

То есть, официально-деловое знакомство с японскими компаньонами начинается с непременно обмена визитками (名詞 «мэйси»), поэтому их необходимо иметь при себе, так как если в ответ на предоставленную японцем визитную карточку вы не дадите свою, это может даже оскорбить японского представителя. Принимать же визитку (и передавать ее) следует двумя руками, немного наклоняясь вперед.

В процессе делового разговора обращаться к японскому партнеру по имени недопустимо категорически (так обращаются только к родственникам и очень близким друзьям). При знакомстве с японцами следует назвать имя и фамилию. При дальнейшем обращении к своему компаньону необходимо употреблять слово «господин», по-японски – «сан», и добавляется к концу фамилии. Например, «Николай Петров-сан», или «Хиротака Такеучи-сан» [7].

Японский деловой стиль одежды пронизан стандартизацией. Ведь традиции корпоративной «командной» этики, где все нераздельны – свойственны национальному характеру. При взаимодействии с японскими партнерами строгий костюм и галстук непреложны, однако галстук может быть и самых разнообразных цветов [3].

Вместе с этим непреложным требованием японского делового этикета присутствует одна забавная деталь: если деловая одежда чистая, но несколько помятая, то это не беда – в Японии данный незначительный недостаток внешнего вида не осуждается, а, наоборот, трактуется как наглядное свидетельство того, что человек «горит на работе».

Также особое внимание японцы уделяют чистоте и ухоженности обуви по той причине, что ее наделяют церемониальным смыслом защиты от грязи как физической сущности человека, так и чистоты его помыслов. В повседневной профессиональной деятельности, 99% японских деловых людей носят тщательно обихоженную черную лакированную обувь [7].

Во время переговоров нужно обязательно учитывать и самобытность японского языка. Ему свойственны иносказательность и ассоциативность. Например, японское «хай» («да») означает не согласие со словами собеседника, а то, что переданная информация воспринята адекватно. А вот выражение «вакаримасита», т.е. «я понимаю», осуществляет смысловую функцию согласия с содержанием речи его собеседника [8].

В то же время, японцы старательно уклоняются от таких слов, как «нет», «не могу» и предпочитают иносказательные выражения такие, как: «это очень трудно» или «это необходимо тщательно изучить». Даже отказываясь от второй чашки чаю, гость вместо «нет, спасибо», употребляет выражение, дословно означающее: «Мне и так прекрасно». Со-

гласно японской психологии категоричный отказ может унижить одну из сторон, привести к «потере лица» [3].

Позвонив японцу и сказав, что хотели бы встретиться с ним в семь вечера в кафе, в ответ вы можете услышать: «Ах, в семь? Ах, в кафе?», а также какие-то ничего не значащие слова, которые будут означать несогласие на «японском» языке. Поэтому следует тут же сказать: «Впрочем, если вам это неудобно, можно побеседовать в другое время и в другом месте». И вот тут собеседник вместо «отказа» с удовольствием согласится и ухватится за первое же подходящее предложение [2].

Многие бизнесмены признаются, что работа с японцами придает организованность. А российские кадры, прошедшие стажировку в японских компаниях, пользуются большим спросом на российском рынке труда [5].

Однако японская реальность жестока и не всегда совпадает с нашими ожиданиями. И японская реальность, во многом выгодно отличающаяся от российской, тут не виновата – эти люди приехали в страну с «японским мифом» в сознании, а мифы редко выдерживают столкновение с действительностью. Нередко гордость японцев за свою страну порой переходит в бахвальство и стремление самоутвердиться за счет собеседника – если это, конечно, не американец и не китаец, а, в особенности, русский [9].

Достаточно непростая часть японской культуры – подарки в бизнесе. Ведь те подарки, которые считаются уместными в европейской или американской культуре, в Японии могут обидеть и даже оскорбить адресата. В Японии компаньонам принято дарить подарки: от безделушки до действительно стоящей вещи, зависимо от статуса принимающего подарка и самого дарителя. Подарок нужно взять двумя руками и аккуратно распечатать. При распаковывании следует аккуратнее обращаться с упаковкой – ей придается чуть ли не большее значение, чем самому подарку.

Подарок необходимо принимать с одинаковым выражением глубокой признательности независимо от его стоимости. Красный цвет (цвет крови) в упаковке недопустим.

Искусство преподнесения подарков – «дзото» (草戸). Но не желательно дарить подарки сразу при знакомстве, лучше – в конце встречи или во время второго визита. Наиболее подходящий подарок для японского партнера – бутылка хорошего вина, дорогая авторучка, национальный продукт вашей страны. Дарить подарки нужно всем участникам переговоров, а лицам, с более высоким положением, – что-нибудь наиболее ценное, чем всем остальным [10].

Итак, японцы сумели соединить свои традиционные национальные ценности с плодами новой, социальной, экономической и научно-технической модернизации. По этой причине современный деловой этикет Японии представляет собой результат взаимодействия традиционных национальных обычаев и норм поведения с ценностями эффективного предпринимательства.

Заимствованная из Китая приверженность к церемониалу заметна не только в общественной жизни, но и в бизнес-среде.

Необходимо показать свою доброжелательность, практичность, искренность, отзывчивость, общительность – эти черты особенно симпатичны японцу. Совет прост: главное – не разочаровать собеседника.

Японцы не надеются на то, что все будут соблюдать их правила поведения, однако, если вы будете стремиться делать так, как принято, вам будут очень благодарны. При этом достаточно вести себя обходительно и следовать нормам общения, принятым в вашей собственной стране.

Литература

1. Мараини, Фоско. Япония. Образы и традиции. [Текст] / Ф. Мараини. – М., 1980. – 258 с.
2. Романова, Н.П. Деловой этикет на Востоке. Китай. Республика Корея. Япония: настольная книга бизнесмена [Текст]: учебное пособие / Н.П. Романова, В.В. Багин,

И.В. Романова; Читинский Государственный Технический Университет. – М.: Восток-Запад, 2005. – 295 с.

3. *Лаврентьев А.Б.* Япония: практический путеводитель для деловых людей и туристов [Текст] / А.Б. Лаврентьев, П.С. Тумаркин. – М.: Русский язык Медиа, 2007. – 164 с.

4. *Кузнецов И.Н.* Деловая этика и деловой этикет [Текст] / И.Н. Кузнецов. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2007. – 256 с.

5. *Лейченко, О.Ф.* Этикет ведения бизнеса на примере культуры Японии, Китая и России [Текст] / О.Ф. Лейченко // Научные труды Дальрыбвтуза. – 2007. – №19. – С. 441-447.

6. Деловой этикет в Японии [Электронный ресурс] // Секретарское дело. Ежемесячный профессиональный журнал. – 2017.– № 5. – Режим доступа: <http://www.sekretarskoe-delo.ru/?id=589> (дата обращения: 03.12.2018).

7. *Соболев, В.И.* О деловом этикете, и не только... [Текст]: книга для предпринимателей, руководителей и персонала компаний / В.И. Соболев, Е.Б. Абросимова. – Нижний Новгород: ДЕКОМ, 2013. – 588 с.

8. *Кузин Ф.А.* Имидж бизнесмена [Текст]: практическое пособие / Ф.А. Кузин. – М.: Издательство: Ось-89, 1997. – 304 с.

9. *Михайлова, Ю.Д.* Россия и Япония: «образы» и «репрезентации» [Электронный ресурс] / Ю.Д. Михайлова, В.Э. Молодяков // Режим доступа <http://docplayer.ru/27969676-Rossiia-i-yaponiya-obrazy-i-reprezentacii-yu-d-mihaylova-v-e-molodyakov.html> (дата обращения: 20.04.2019).

10. Этика делового общения в Японии [Электронный ресурс] / Японский центр во Владивостоке. – Режим доступа: <http://vladjc.ru/etika-delovogo-obshheniya-v-yaponii/> (дата обращения: 03.12.2018).

Д.А. Дремина,
студентка института естественных наук
и профессионального образования;
научный руководитель: кандидат пед. наук, доцент Н.А. Швец
АГГПУ имени В.М. Шукшина (г. Бийск)

Юмор в английском языке

Юмор является достоянием каждого народа. Однако к английскому юмору все относятся по-разному: одни считают его слишком сложным, непонятным и плоским, другие восторгаются тонкими словесными каламбурами и иронией над собой. Все зависит от того, насколько хорошо вы знаете английский язык. Если с ним нет проблем, то у вас не будет неловких ситуаций с англичанином, когда он с невозмутимым лицом и легкой улыбкой смотрит на вас, ожидая реакцию на шутку. Важно помнить, что британцы обожают, если человек умеет посмеяться над собой и над другими. Также английский юмор не имеет преград: начиная от «подачи шутки» (мимика, интонация, слово, ирония, жесты, сарказм), заканчивая темой [1]. Предметом насмешки может стать правительство, погода, национальные особенности, традиции, обычаи и даже королевская семья. Обижаться же на шутки в Англии не следует, потому что, отреагировав неправильно на нее, вы упадете в глазах британца и рассчитывать на дальнейшую дружбу с ним уже нельзя. Лучше подыграть и парировать шутку. Также в английском юморе нет гротеска и гиперболы (преувеличения), а напротив, приветствуется преуменьшение [2]. Обоснованно это тем, что англичане боятся показаться слишком эмоциональными и вспыльчивыми, при этом становясь хладнокровными и равнодушными. Например, если англичанин спросит вас: «Как погода?», вы можете ответить: «Немного жарче, чем в Сахаре». Британцы знамениты тем, что часто используют правило преуменьшения в нужном месте и в нужное время. Однако иностранец не увидит здесь юмора, если не знает данной особенности, ведь если была шутка, то нуж-

Меньшикова В.В. Условия, методы и средства формирования коммуникативной компетентности на уроках русского языка.....	54
Молодцова И.С. К вопросу о формировании информационно-коммуникативной компетентности обучающихся на уроках русского языка.....	57
Сендажы Р.А. Система работы учителя по подготовке к ЕГЭ по русскому языку: методический и психологический аспекты	59
Тараскина И.И. Роль смыслового чтения в подготовке к ЕГЭ по русскому языку.....	61
Тиц В.В. Инновационные способы формирования информативной и коммуникативной компетенции обучаемых на уроках русского языка.....	64
Чебакова Т.А. Игровые формы изучения русского языка в средней школе.....	67
Черданцева Е.Ф. Национальные языковые корпуса и возможность их использования в учебном процессе (к постановке вопроса).....	70
Юров Н.В. Интерактивные технологии на уроках русского языка и литературы.....	72

СТРАНОВЕДЕНИЕ И ЛИНГВОСТРАНОВЕДЕНИЕ

Березкина М.А. Японский деловой этикет.....	74
Дремина Д.А. Юмор в английском языке.....	77
Кубарич А.М., Лян Ли Дзин Система образования в Китае.....	79
Попова Е.В. Великобритания и США: различия и сходства в культуре и языке.....	81
Швец М.А. История о Гарри Поттере как часть британской и мировой культуры.....	83
Ягодкина А.С. Сравнение понятий «одинокчество» и «приватность» в языковом и психологическом аспектах.....	85

МЕТОДИКА ПРЕПОДАВАНИЯ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ

Акпыжаев С.В., Долгодворов И.М., Смольянов Н.Ю., Ооржак Д.А. Ребенок как центр процесса обучения иностранному языку.....	87
Антимонова А.А., Антонова А.В., Повитухина А.В., Самдан Е.А. Принципы обучения иностранному языку в детском саду.....	89
Антонов А.Ю. Перспективы использования сервисов Web 2.0. в обучении иностранному языку на примере программы Stormboard.....	91
Березкина М.А., Семененко В.Ю., Мырзаканов Н.М., Манжина Е.В., Савинкова Л.А. Принцип наглядности при формировании лексических навыков дошкольников в процессе обучения иностранному языку.....	93
Бровкина Е.А., Панина В.В., Карташова Д.Е. Роль песен и пения на уроках иностранного языка у дошкольников.....	95
Вейберт А.Я., Мошкина Е.А. Учебно-методический комплекс дисциплины ОГСЭ.03 Иностранный язык в профессиональной деятельности как основа обеспечения качества среднего профессионального образования.....	97
Власов П.Е. Роль информационно-коммуникационных технологий при обучении иностранному языку.....	99
Гвоздева А.Ю. Инновационные технологии в обучении иностранному языку в дошкольном возрасте.....	101
Денисова Е.И. Театральная деятельность и театральная технология в процессе обучения иностранному языку.....	103
Егоркина Е.В. Проблемы реализации формирующего оценивания на уроках иностранного языка в среднем общеобразовательном учреждении.....	106
Жидкова Ю.В. Методика обучения иностранным языкам с использованием Интернет-технологий.....	108
Иванов А.А. Использование аутентичных материалов при обучении чтению на иностранном языке.....	110