

ЛЕКСИКА СФЕРЫ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ В СОДЕРЖАНИИ ОБУЧЕНИЯ РУССКОМУ ЯЗЫКУ КИТАЙСКИХ СТУДЕНТОВ

MARINA A. CHEPINSKAYA
PUBLIC FOOD SERVICE FIELD VOCABULARY IN THE CONTENT
OF TEACHING RUSSIAN LANGUAGE TO CHINESE STUDENTS



**Марина Александровна
Чепинская**

аспирант

► mg1121984@mail.ru

Российский государственный
педагогический университет
имени А. И. Герцена,
Российская Федерация, 191186,
Санкт-Петербург, наб. р. Мойки, 48

Marina A. Chepinskaya

Postgraduate Student

The Herzen State Pedagogical
University of Russia,
48, nab. r. Moyki, St. Petersburg,
191186, Russian Federation

В центре внимания обучение иностранных студентов лексике сферы общественного питания. Объектом исследования является лексико-семантическая группа «Наименования предприятий общественного питания», содержание и лингвометодический потенциал которой оценивается по данным словарей и лексических минимумов по русскому языку как иностранному (I–III сертификационные уровни). Автором статьи использовался метод лексикографического анализа идеографических словарей русского языка, а также метод анкетирования. Анкетирование было проведено среди китайских студентов, обучающихся в высших учебных заведениях, с целью выявления объема их знаний о сфере общественного питания в России и содержании исследуемой лексико-семантической группы. Исходя из результатов, полученных посредством количественной и содержательной обработки данных анкетирования, предлагается расширить учебную лексико-семантическую группу наименований предприятий общественного питания для обучения русскому языку китайских студентов ввиду необходимости более глубокого знакомства с русской культурой повседневности и повышения уровня коммуникации в городской среде. Предложена система обучения иностранных учащихся, основанная на методе цифрового повествования и включающая не только собственно лингвистическую информацию, но и фоновые знания о культуре общественного питания в России (на примере Санкт-Петербурга). Перспективы исследования связаны с оценкой эффективности, представляющей собой современный лингводидактический инструмент, реализующий принцип полимодальности и соответствующий современным тенденциям в обучении РКИ, разработанной методики обучения, а также с созданием учебного словаря.

Ключевые слова: обучение лексике, содержание обучения русскому языку как иностранному, лексико-семантическая группа, предприятия общественного питания, культура повседневности, китайские студенты, учебный медиатекст.

The article deals with the problem of teaching foreign students the public catering service vocabulary. The object of the study is the lexical-semantic group of public catering enterprises' names, which content and linguo-methodological potential are assessed according to the dictionaries and Russian as a foreign language basic vocabulary of the 1st–3rd certification level data. To include this vocabulary group in the educational process, lexicographic analysis of the Russian language ideographic dictionaries method was used, as well as the questioning method conducted among Chinese students of higher educational institutions in order to identify the amount of knowledge about the public catering service field in Russia and the content of this lexical-semantic vocabulary group. Based on the results of quantitative and meaningful

processing of the survey data, it is proposed to expand the educational lexical-semantic group of public catering enterprises names in order to teach the Russian language to Chinese students, due to the need of deeper acquaintance with the Russian everyday life culture and increase of the urban communication level. A learning system for foreign students based on the digital storytelling method and including not only linguistic information itself, but also background knowledge about the culture of public catering service in Russia (on the example of St. Petersburg) is proposed. The prospects of the research are related to the evaluation of the effectiveness of the developed teaching methodology, which is a modern linguodidactic tool that implements the principle of polymodality and corresponds to the modern trends in teaching Russian as a foreign language, as well as to the creation of a learning dictionary.

Keywords: vocabulary teaching, Russian as a foreign language teaching content, lexical-semantic group, public catering enterprises, everyday life culture, Chinese students, educational media text.

Введение

При обучении иностранных студентов культурно маркированной лексике русского языка в поле зрения лексикологов и методистов находятся национальный менталитет и ценностные ориентации носителей языка, отражающиеся на разных уровнях содержания слова. Значительный пласт культурно маркированной лексики русского языка связан не только с концептами духовно-нравственного уровня, но и с бытовой культурой, культурой повседневности, в рамках которой каждодневно существуют, сталкиваясь с постоянными (в том числе лексическими) трудностями, иностранные студенты, живущие в России.

Как известно, сфера обслуживания является одной из самых востребованных в современном обществе. В идеографических словарях русского языка выделяют значительную по содержанию, а также по лингводидактическому и коммуникативному потенциалу подгруппу лексики: «Предприятия общественного питания», относящуюся к группе «Предприятия бытового обслуживания». Существенный объем и сложная структура данной лексико-семантической группы (ЛСГ) свидетельствует о необходимости ее включения в содержание обучения лексике иностранных студентов.

Целью исследования является разработка методики обучения китайских студентов лексике сферы общественного питания, которая предполагает задачи формирования учебной

лексико-семантической группы наименований предприятий общественного питания с опорой на методы лексикографического анализа идеографических словарей и экспериментальное анкетирование.

По мнению исследователей, полное и объективное описание языковой картины мира невозможно без обращения к фрагментам языка, репрезентирующим существенные аспекты «мира повседневности» (В. Г. Костомаров, В. В. Воробьев, В. И. Карасик, В. В. Красных, Ю. С. Степанов, И. А. Стернин, В. Н. Телия, А. Д. Шмелев и др.), среди которых особое место принадлежит гастрономической сфере. Лексико-семантическая группа наименований предприятий общественного питания является специфическим фрагментом русской языковой картины мира, отражающим не только этнографические (история, быт, традиции и т. д.), но и этнопсихологические (характер, менталитет) особенности этноса [Васильева и др. 2022: 170]. Данная лексико-семантическая группа характеризуется высокой степенью этноспецифичности.

Материалы и методы

Для определения объема, структуры и содержания ЛСГ наименований предприятий общественного питания в современном русском языке на первом этапе исследования посредством **метода анализа и сопоставления лексикографических данных** были рассмотрены «Большой толковый словарь русских существительных» под редакцией Л. Г. Бабенко [Бабенко (ред.) 2005] и «Русский семантический словарь» под общей редакцией Н. Ю. Шведовой [Шведова (ред.) 2002].

В составе ЛСГ были отмечены существенные несовпадения по количеству наименований. Так, словарь под редакцией Л. Г. Бабенко приводит 54 лексические единицы в разделе «Существительные, обозначающие предприятия сферы обслуживания», не разделенном по подгруппам, из которых только 22 лексем относятся к предприятиям общественного питания: *бар, бистро, блинная, булочная, буфет, закусочная, кабаре, кабачок, кафе, кафетерий, кондитерская, кофейня, кулинария, пекарня,пельменная, пивная, пиццерия,*

ресторан, рюмочная, столовая, чебуречная, шашлычная. В словаре под редакцией Н. Ю. Шведовой подраздел «Предприятия общественного питания» принадлежит к общему разделу «Предприятия бытового обслуживания» и содержит четыре тематические группы слов, представленные 63 лексическими единицами.

При учете «пересечения» лексем в обоих справочных изданиях общий объем группы наименований предприятий общественного питания представлен 67 лексическими единицами.

С целью определения семантического объема слов исследуемой лексико-семантической группы были проанализированы «Большой толковый словарь русских существительных» под редакцией Л. Г. Бабенко и «Словарь русского языка» под редакцией А. П. Евгеньевой [Евгеньева (ред.) 1981–1984].

Было установлено, что многие лексемы данной ЛСГ являются однозначными (*булочная, закусочная, кафетерий, кондитерская* и др.); многозначная лексика представлена лексемами с различным количеством значений (два значения имеют лексемы *буфет, трактир, кружало*; три значения — *столовая, монополия, поплавок*; четыре значения — *бар*), из которых лишь одно принадлежит к интересующей нас ЛСГ, что необходимо учитывать в процессе обучения русскому языку как иностранному (РКИ).

При формировании учебной ЛСГ следует обратить внимание на лексические единицы:

- лексемы с различными ограничительными пометами (*забегаловка, кабак, пивная*);
- заимствованные и устаревшие (*духан, корчма, кухмистерская, остерия, ресторация, чайхана, таверна*), обладающие безусловным культурологическим потенциалом. Включение таких единиц в содержание обучения РКИ сопровождается обязательным комментарием и сопряжено с лингводидактическим понятием «лексико-фразеологического расширителя», включающего «лексику архаического, исторического, этнографического характера, то есть такие языковые единицы, которые не имеют активного употребления и извест-

ны носителям языка преимущественно из актуального фонда литературы» [Воробьев 1997: 86];

- наименования национальных предприятий общественного питания (*вареничная, пирожковая,пельменная, пышечная, сосисочная*), отражающие разнообразие русской культуры повседневности в гастрономической сфере, сохранившей в данных терминах свой культурный код;
- наименования интернациональных предприятий общественного питания (*кафе, пиццерия, бар, ресторан и пр.*), являющиеся основой ЛСГ «Предприятия общественного питания», хорошо знакомые иностранным студентам и не вызывающие трудностей в понимании;
- наименования различных видов кафе (*кафе-автомат, кафе-бар, кафе-клуб, кафе-молочная, кафе-мороженое, кафе-столовая*), которые можно выделить в отдельную подгруппу как лексемы, находящиеся в родовидовых отношениях с лексемой *кафе*.

В процессе обучения РКИ необходимо учитывать исторические изменения в составе изучаемой ЛСГ, отмечая для учащихся стилистически сниженную лексику, устаревшие единицы, обращая внимание на активный процесс заимствования слов. Данные явления отражены в функционировании синонимических рядов, характерном для ЛСГ: *пивная — пивнушка; столовка — столовая; харчевня — трактир — остерия — корчма — таверна; кафе — кафетерий — кофейня; чайная — чайхана; ресторан — ресторация; кабак — питейный дом — кружало.*

Анализ лексических минимумов по РКИ I–III сертификационных уровней [Андрюшина (ред.) 2015а; 2015б; 2019] показал, что только восемь наименований предприятий общественного питания (*булочная, буфет, кафе, ресторан, столовая, бар, кофейня, кулинария*) входят в их состав (тематическая группа 1.4 «Питание. Продукты»), однако в них включена лексика, коррелирующая с рассматриваемой тематикой, например наименования блюд и продуктов питания. Исходя из этого, автор статьи считает целесообразным включить

в содержание учебной ЛСГ соотносящиеся с этой группой наименования заведений общественного питания: закуска — *закусочная*, котлета — *котлетная*, мороженое — *кафе-мороженое*, пиво — *пивная*, пирог/пирожок — *пирожковая*, пицца — *пиццерия*, чай — *чайная*, шашлык — *шашлычная*, блины — *блинная*, пельмени — *пельменная*, рюмка — *рюмочная*, сосиска — *сосисочная* и др.

Таким образом, объем лексико-семантической группы наименований предприятий общественного питания в русском языке целесообразно сократить с 67 до 40 единиц и распределить их по тематическим подгруппам.

Второй этап исследования реализовывался посредством **метода экспериментального анкетирования**, проведенного в группе китайских учащихся, приехавших в Россию на разные по длительности периоды и находящиеся на различных уровнях владения русским языком. Целью анкетирования было определение объема лексических и фоновых знаний, связанных со сферой общественного питания. В анкетировании приняло участие более 900 студентов из высших учебных заведений Китая. Опросник включал 39 вопросов, разделенных на шесть тематических групп.

Приведем примеры вопросов, включенных в анкету:

- Вопросы, связанные с организацией общественного питания в России: *В чем заключаются основные отличия столовой от ресторана? Знаком ли вам тип ресторана «шведский стол»? Где можно поесть в театре во время антракта? В каком заведении можно быстро перекусить, не снимая верхнюю одежду?* и др.
- Вопросы, направленные на выявление уровня понимания студентами названий мест общественного питания по их внутренней форме: *Что можно съесть в заведениях под названиями «Блинная», «Сладкоежка», «Пирожковая», «Пельменная», «Пышечная», «Кафе-мороженое», «Рюмочная», «Чайная», «Колобок», «Крошка-картошка»?* и др.
- Вопросы, направленные на выявление уровня понимания названий заведений общественного питания по их отнесенно-

сти к различным национальным кухням: *С вашей точки зрения, кухня какой страны предлагается в ресторанах под названиями «Чайхана», «Токио-Сити», «Тбилиси», «Баку», «Сулико», «Пекинская опера» и др.?*

- Вопросы, выявляющие отношение китайских студентов к организации общественного питания и гастрономической культуре в России: *Вам нравится обслуживание в заведениях общественного питания в России? Вас устраивает размер блюда в русском ресторане или кафе? Нравится ли вам еда в университетской столовой? По какой причине вы можете отказаться зайти в то или иное место общественного питания?*

Проведенный анализ выявил, что устаревшие и просторечные наименования предприятий общественного питания знакомы лишь 5 % опрошенных; при этом 83,9 % респондентов знакомы с основными видами заведений общественного питания (кафе, ресторан, столовая, бар и др.). Только 13,8 % имеют трудности с дифференциацией предприятий общественного питания и 2,3 % затруднились ответить на вопросы. Непонимание наименований заведений, связанных с русской национальной традицией и фольклорными текстами, например «Колобок», «Пирожковая» и др., продемонстрировали 54,6 % участников опроса. Практически все опрошенные китайские студенты соотнесли названия заведений общественного питания с мировыми национальными кухнями («Токио-Сити», «Пекинская опера», «Венеция» и др.), однако при встрече с национальными кухнями стран, входящих ранее в состав СССР («Чайхана», «Тбилиси», «Баку», «Сулико», «Узбекка на речке» и др.), у 75 % опрошенных были выявлены затруднения.

Большая часть вопросов, затрагивающих нормы и традиции поведения в местах общественного питания (например, касающихся традиций включения в оплату чаевых, порядка подачи блюд в русских ресторанах, правил сервировки стола и этикетного поведения), осталась без ответов или сопровождалась отрицательными комментариями: «нет», «не знаю».

Ряд вопросов анкетирования был направлен на определение различий в нормах и традициях поведения, в обстановке, интерьере, сервировке стола, содержании меню в заведениях общественного питания России и Китая. Отвечая на эти вопросы, большинство учащихся отметили, что различия есть, но не смогли указать, в чем конкретно они заключаются, при этом без затруднений охарактеризовали китайские традиции поведения, в отличие от русских.

Обсуждение

Обобщая ответы, данные студентами, можно сделать вывод о том, что в сознании китайских учащихся сформирована ограниченная по объему ЛСГ предприятий общественного питания, а уровень знаний особенностей русской бытовой культуры в сфере общественного питания является недостаточным для участия в полноценной коммуникации в городской среде. Иностранным студентам хорошо знакомы наименования заведений интернационального типа в отличие от наименований предприятий национального характера, представляющих русскую кухню и кухню других народов Российской Федерации, а также тех, которые ранее входили в состав СССР.

При учете языковых и неязыковых компонентов слова и его способности отражать в своем содержании специфику национальных культур в содержание обучения РКИ необходимо включать расширенный корпус лексических средств, относящихся к сфере общественного питания и обладающих особым лингводидактическим и культурным потенциалом, а также формировать в сознании иностранных учащихся полноценные представления о мире культуры повседневности на основе данной ЛСГ.

Процесс обучения лексике должен учитывать не только понятийное, но и коннотативное содержание слова, отражающее отношение носителей русского языка к явлениям бытовой культуры, а также фоновые знания о гастрономической культуре и видах заведений общественного питания, культурных связях России с другими национальными традициями.

Выводы

На основе полученных наблюдений автор настоящего исследования пришел к выводу о необходимости расширения исследуемой лексико-семантической группы «Предприятия общественного питания» до лексико-семантического поля (ЛСП) «Сфера общественного питания», включающего не только ЛСГ наименований предприятий общественного питания, но и ЛСГ наименований блюд, ЛСГ наименований приборов и др. Обладая существенным лингводидактическим и коммуникативным потенциалом, ЛСП «Сфера общественного питания» является лингвистической основой коммуникативно-поведенческого аспекта в обучении РКИ, включающего информацию об отношении к еде в русской культуре, о поведении за столом (с учетом его вербальной и невербальной составляющих), а также фоновые знания истории, традиций и правил гастрономической культуры России. Сфера общественного питания, включенная в культуру повседневности народа, отражает нормы и традиции русского национального коммуникативного поведения в гастрономической области, что представляет особую ценность с точки зрения формирования полноценной картины мира русского языка у иностранных учащихся.

С целью повышения эффективности и интенсивности обучения РКИ на примере ЛСП «Сфера общественного питания» разработана методическая система, основанная на методе цифрового повествования и являющаяся интерактивным учебным медиатекстом «Гастрономическое путешествие во времени» (рис. 1), цели которого — знакомство не только с лексикой по теме исследования, но и с историей и культурой общественного питания в России (на примере Санкт-Петербурга) (рис. 2–4), а также обучение принятым этикетным нормам русского коммуникативного поведения.

Реализуя принцип полимодальности, учебный медиатекст сочетает вербальные и невербальные компоненты, воздействующие на различные каналы восприятия информации учащимися, что способствует более качественному усвоению учебного материала. Невербальные (медийные) компоненты реализованы в виде аутентичных

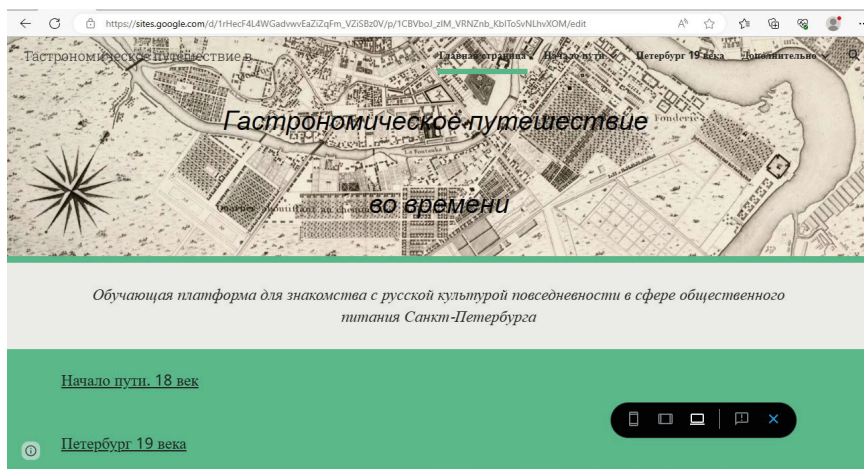


Рис. 1. Стартовая страница интерактивного учебного медиатекста «Гастрономическое путешествие во времени»

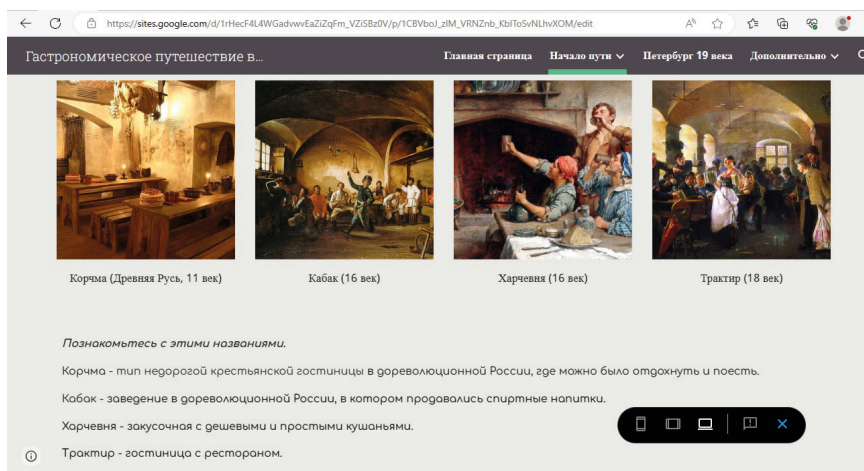


Рис. 2. Пример учебного материала платформы

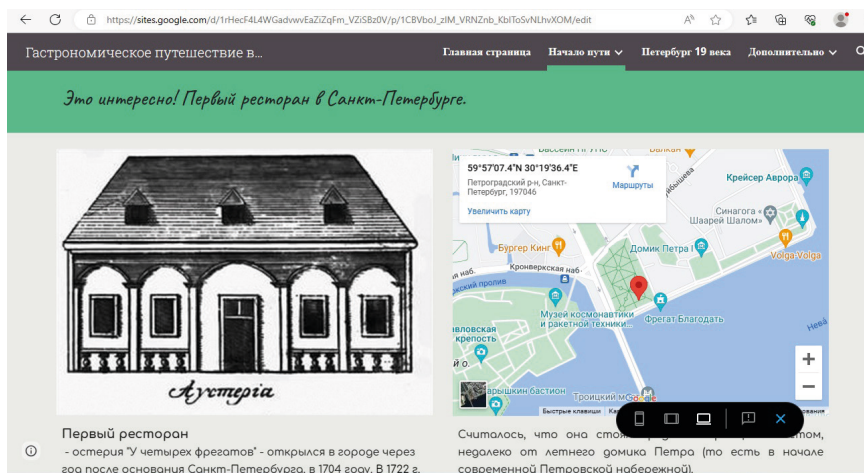


Рис. 3. Пример учебного материала платформы

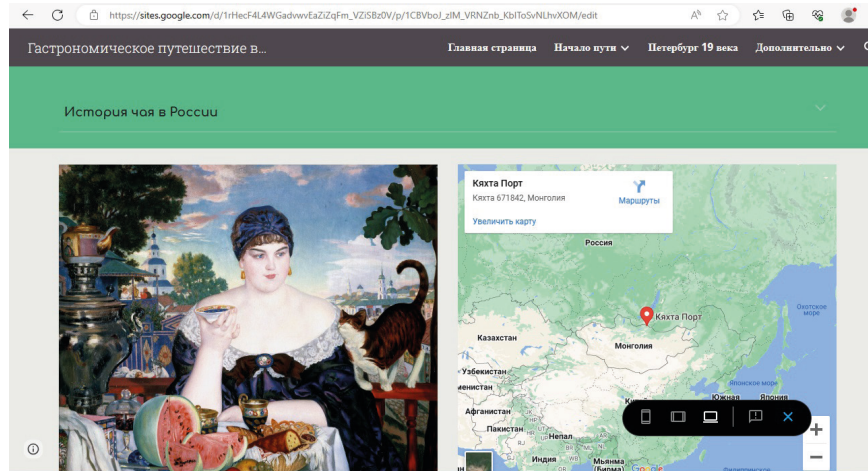


Рис. 4. Пример учебного материала платформы

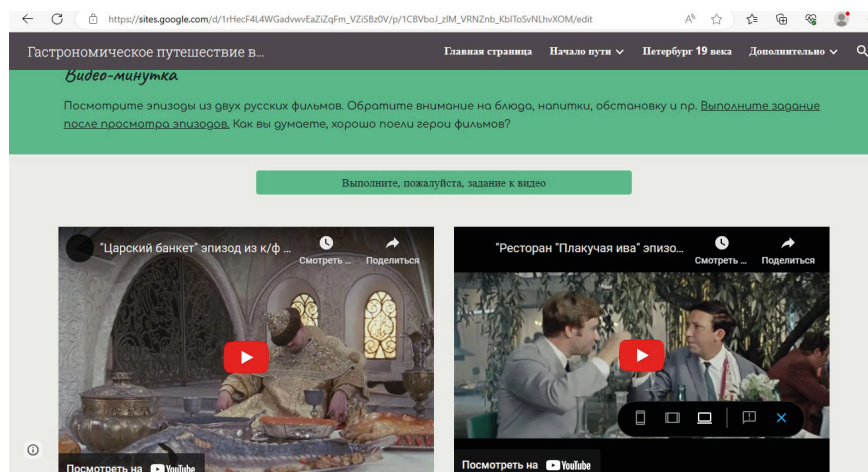


Рис. 5. Пример учебного задания с использованием аутентичных аудиовизуальных материалов

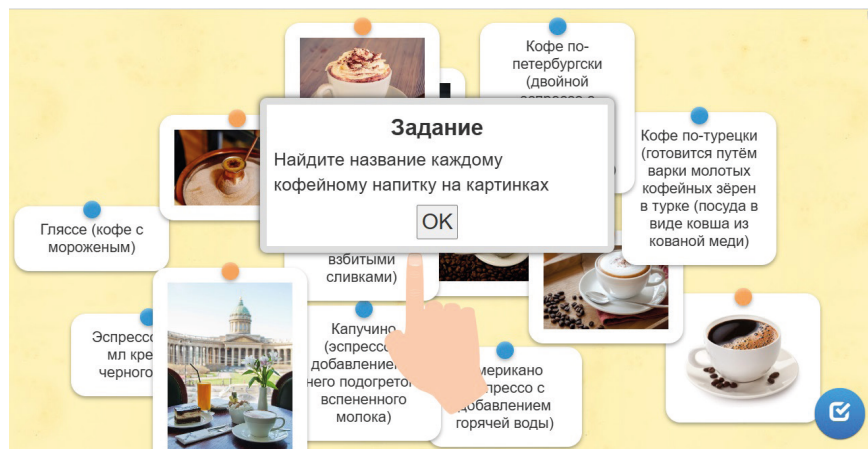


Рис. 6. Пример учебного интерактивного задания

аудиовизуальных материалов (рис. 5), а также интерактивных заданий (рис. 6).

Учебный медиатекст представляет собой современный лингводидактический инструмент — виртуальную социокультурную среду, которая способствует не только усвоению лексического материала, но и созданию позитивного образа России в сознании иностранных учащихся, формированию положительного отношения к русской культуре и традициям, а также повышению интереса к изучению русского языка.

Заключение

Перспективы исследования связаны с оценкой эффективности разработанной методики в процессе обучения лексике иностранных учащихся, а также с созданием учебного словаря «Гастрономический код культуры в лексике языка», который продолжит традицию словарей, направленных на соизучение языка и культуры и имеющих выраженный лингвокультурологический характер. Основная задача такого словаря состоит в раскодировании коннотативного потенциала слова на основе специальных методических приемов: расширения учебного толкования, экспликации ассоциативного и оценочного потенциала лексики, демонстрации его реализации в образных средствах языка и контекстах употребления» [Васильева 2019: 373].

СПРАВОЧНЫЕ ИЗДАНИЯ И СЛОВАРИ

Андрюшина (ред.) 2015а — *Лексический минимум по русскому языку как иностранному. Первый сертификационный минимум. Общее владение*. Андрюшина Н. П. (ред.). 7-е изд. СПб.: Златоуст, 2015. 200 с.

Андрюшина (ред.) 2015б — *Лексический минимум по русскому языку как иностранному. Второй сертификационный минимум. Общее владение*. Андрюшина Н. П. (ред.). 5-е изд. СПб.: Златоуст, 2015. 164 с.

Андрюшина (ред.) 2019 — *Лексический минимум по русскому языку как иностранному. Третий сертификационный минимум. Общее владение*. Андрюшина Н. П. (ред.). 2-е изд. СПб.: Златоуст, 2019. 200 с.

Бабенко (ред.) 2005 — *Большой толковый словарь русских существительных: идеографическое описание. Синонимы. Антонимы*. 2-е изд. Бабенко Л. Г. (ред.). М.: АСТ-Пресс Книга, 2005. 864 с.

Евгеньева (ред.) 1981–1984 — *Словарь русского языка: в 4 т.* Евгеньева А. П. (ред.). М.: Русский язык, 1981–1984.

Шведова (ред.) 2002 — *Русский семантический словарь. Толковый словарь, систематизированный по классам слов и значений: в 6 т.* Т. 2. Шведова Н. Ю. (ред.). М.: РАН, Ин-т рус. яз., 2002. 762 с.

ЛИТЕРАТУРА

Васильева 2019 — Васильева Г. М. Теоретические и методические ориентиры учебного лингвокультурологического словаря для иностранных студентов-филологов. *Rusistika*. 2019, 17 (3): 366–381.

Васильева и др. 2022 — Васильева Г. М., Некора Н. Е., Александрова А. Е., Сюецян Цзоу. *Культурная вариативность и лексика языка: лингвокультурологические параллели*. СПб.: Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2022, 188 с.

Воробьев 1997 — Воробьев В. В. Концентрическая организация языкового материала. В сб.: *Язык и культура: мат-лы юбилейной междунар. науч.-практич. конф., посвящ. 200-летию РГПУ имени А. И. Герцена и 50-летию преподавания РКИ в университете*. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 1997. С. 86.

REFERENCES

Vasileva 2019 — Vasileva G. M. Theoretical and methodological landmarks of an educational linguoculturological dictionary for foreign philologists. *Rusistika*. 2019, 17 (3): 366–381. (In Russian)

Vasileva and др. 2022 — Vasileva G. M., Nekora N. E., Aleksandrova A. E., Xueqiang Zou. *Cultural variability and vocabulary of the language: Linguoculturological parallels*. St. Petersburg: Izdatel'stvo Rossiiskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta imeni A. I. Gertsena Publ., 2022. 188 p. (In Russian)

Vorob'ev 1997 — Vorob'ev V. V. Concentric organization of language material. In: *Iazyk i kul'tura. Materialy iubileinoi mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii, posviashchennoi 200-letiiu RGPU imeni A. I. Gertsena i 50-letiiu prepodavaniia RKI v universitete*. St. Petersburg: Izdatel'stvo SPbGUEF Publ., 1997. P. 86. (In Russian)