

КИТАЙСКИЕ ИДИОМЫ (ЧЭНЬЮЙ 成语) КАК КОМПОНЕНТ СОДЕРЖАНИЯ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ

Чэнь Шуан

к. пед. н., доцент кафедры русского языка

Шаньдунский женский институт

2399, КНР, пров. Шаньдун, г. Цзинань, пр. Дасюэлу (Daxuelu), 250300. lijyacs@163.com

В статье анализируется проблема обучения иноязычных студентов использованию китайских устойчивых выражений класса «чэньюй». Ввиду культурологической обусловленности морфологических, семантических, стилистических свойств китайских *чэньюй* к последним предлагается применить теорию межкультурной компетенции. В процессе освоения устойчивых выражений учащийся овладевает лингвистической, социолингвистической, стратегической и другими компетенциями. Излагается, как в ходе изучения *чэньюй* у студентов-носителей китайского языка формируются навыки межкультурного общения (и профессиональные качества «межкультурного медиатора»).

Ключевые слова: китайские идиомы *чэньюй*; культурологическая маркированность; обучение китайскому языку; межкультурная компетенция.

Китайские *чэньюй* – это фразеологически связанные, устойчивые лексико-синтаксические единицы современного китайского языка, которые в краткой отточенной форме четырехсложных (в основном) ритмических словосочетаний и предложений, насыщенных архаизмами, ярко, живо и выразительно отображают различные понятия реальной действительности китайского этноса.

По результатам лингвокультурологического анализа идиом китайского языка *чэньюй* мы делаем вывод о том, что данные образования характеризуются явно выраженной спецификой (этимологической, лингвистической, культурологической), которая выделяет их из общего ряда лексических единиц словарного запаса носителя языка. С абсолютной очевидностью и бесспорно выделяются культурологические особенности *чэньюй*. Они являются порождением исторического развития культуры китайского народа; они – артефакты культуры, хранители культурных ценностей, традиций, нравственных устоев китайского народа, проводники из прошлого в настоящее.

Чэньюй в течение многих столетий бытуют в языке, неизменно сохраняя свою самобытную форму и яркую национальную окраску. Они, как правило, отражают реалии китайской действительности, относящиеся к истории Китая, его литературе, философии, этике и эстетике. С по-

знавательной точки зрения *чэньюй* представляет собой важный и интересный феномен, являясь, по сути, артефактом китайской культуры.

В целом, осознавая специфический колорит *чэньюй*, мы можем констатировать, что любая их лингвистическая (фонетическая, синтаксическая, морфологическая, семантическая) специфика спровоцирована именно их культурологической маркированностью. Сказанное позволяет особо выделить культурологический аспект рассмотрения *чэньюй*. Именно в нем кроется первопричина возникновения трудностей, с которыми неизбежно сталкивается носитель китайского языка и культуры при встрече с *чэньюй* и при необходимости интерпретировать эти идиомы. Следовательно, именно этот аспект требует особого лингводидактического осмысления с позиций процесса обучения студентов-лингвистов оперированию китайскими идиомами *чэньюй*.

Исходя из этого, необходимо сосредоточиться в ходе последующего рассуждения на лингводидактическом осмыслении места, статуса *чэньюй* как компонента содержания обучения межкультурной компетенции при обучении студентов китайскому языку.

В последние годы исследование межкультурной компетенции, осуществлялось довольно интенсивно благодаря работам М. Г. Корочкиной (2000), Е. В. Мальковой (2000), О. В. Сыромясова (2000) и др. Эти исследования проводились

в рамках межкультурного подхода к обучению иностранным языкам, детально рассмотренного в работах таких авторов, как Г. А. Масликова (1998), Н. Ф. Филиппова (2002), Н. М. Губина (2004). Как указывается в этих работах, межкультурный подход представляет собой более широкое методическое направление (по отношению к лингвострановедческому, лингвокультуроведческому, лингвокультурологическому, социокультурному), как общая парадигма обучения иностранному языку на современном этапе [Филиппова 2002: 12]. Основанием для этого утверждения является предлагаемая основная идея этого подхода – «подготовка обучаемых к эффективному осуществлению межкультурной коммуникации в процессе изучения языка» [там же]. Этот подход «определяет изучение иностранного языка как столкновение с «чужим», связанное с изменением когнитивных схем, актуализацией этнических стереотипов и эмоциональным напряжением» [там же: 32]. Основной задачей межкультурного подхода, по свидетельству Н. Ф. Филипповой, становится оптимизация процесса взаимодействия «своего» и «чужого».

Как мы можем заключить, межкультурный подход в большей степени ориентирует процесс обучения на столкновение с «чужим» (а это один из типов межкультурной коммуникации), на выявление этнических стереотипов, культурных ценностей, предрассудков, на преодоление состояния неопределенности, тревожности, которое сопровождает коммуникантов в ситуации возникновения кросс-культурных² барьеров, на повышение продуктивности межкультурного общения за счет достижения эффектов толерантности, принятия, адаптации и интеграции [Елизарова 2005]. Тем самым межкультурный подход призван исследовать то, как «вычлененные в ходе кросс-культурных и социокультурных исследований поведенческие особенности носителей различных культур влияют на взаимодействие индивидов как носителей этих культур» [там же: 211]. Это означает, что при обучении иностранному языку необходимо учитывать, что взаимодействие участников межкультурного общения не должно строиться исключительно по правилам общения, принятым в изучаемой культуре. Оно строится по правилам межкультурного общения, которое отлично от общения в конкретных культурах и имеет свои собственные цели и особенности [там же: 219]. Необходимо готовить языковую личность к роли медиатора культур.

Эти процессы потребовали установить и обосновать особую компетенцию – межкультурную. По мнению Г. В. Елизаровой, межкультур-

ная компетенция – «это компетенция особой природы, основанная на знаниях и умениях осуществлять МКО (межкультурное общение. – Ч.Ш.) посредством создания общего для коммуникантов значения происходящего и достигать в итоге позитивного для обеих сторон результата общения. МКК (межкультурная компетенция. – Ч.Ш.) не имеет аналогии с коммуникативной компетенцией носителей языка и может быть присуща только *медиатору культур* – языковой личности, изучающей некий язык в качестве иностранного. Целью формирования МКК является достижение такого качества языковой личности, которое позволит ей выйти за пределы собственной культуры и приобрести качества медиатора культур, не утрачивая собственной культурной идентичности» [там же: 236].

Межкультурная компетенция предполагает формирование не только умений межкультурного общения, но и умений применения обеспечивающих его продуктивность эвристических процедур и стратегий постоянного познания особенностей конкретных культур и особенностей их взаимодействия. В конечном счете обучаемый должен быть личностью, способной справляться с новыми культурно обусловленными ситуациями общения посредством определения или создания уникальных инструментов поиска, обработки и практического применения информации. Формирование межкультурной компетенции ставит в центр процесса обучения самого *обучающегося* как уникального индивида с множеством неповторимых личностных свойств, с эмоциональными и социальными реакциями на происходящее в объективной реальности и в его субъективном внутреннем мире.

Сказанное позволяет нам заключить, что межкультурная компетенция, смыкаясь с культурно значимыми компетенциями, описанными нами ранее, выделяется особым содержанием. Она основана на объективно существующей необходимости коммуникантов – представителей разных стран сравнивать, оценивать ситуацию межкультурного общения, находить «чужеродные» элементы, сопоставлять их с культурными значениями, присущими национальному менталитету. Эта компетенция направлена на разрешение извечного конфликта «свое» / «чужое» путем нахождения взаимоприемлемых стратегий поведения (вербального и невербального), формирования позитивного отношения (толерантного) к проявлениям иной культуры.

Проведенный анализ позволил нам выдвинуть предположение о том, что с точки зрения особенностей данных образований китайского языка

и китайской культуры, их лингвистической, исторической и культурологической специфики, наиболее подходящим для их рассмотрения является межкультурный подход. Выдвигая эту гипотезу, мы основывались на положении Г. В. Елизаровой о специфике реализации межкультурного аспекта в каждом из компонентов коммуникативной компетенции [Елизарова 2005: 227–234]. Исходя из этого и аргументируя выдвинутое предположение, в последующем изложении мы представим результаты анализа с этих позиций роли китайских идиом *чэньюй*. Иными словами, нам предстоит определить межкультурную специфику и межкультурную роль данных идиом в каждой из компетенций, включенных в состав коммуникативной компетенции (по Ван Эку).

По свидетельству Г. В. Елизаровой, компоненты межкультурной компетенции таким образом соотносятся с компонентами иноязычной коммуникативной компетенции, что первая модифицирует часть содержания последней, придавая ее компонентам межкультурное измерение. Рассмотрим с этих позиций межкультурный потенциал китайских идиом *чэньюй*.

В области **лингвистической компетенции** рассматриваемые нами идиомы способны репрезентировать знания о способах представления ценностных ориентаций конкретной культуры в изучаемом (китайском) языке: знания о реалиях, о культурных иконах.

Приведем показательный пример. В китайском языке слово “*сердце* 心” имеет такие значения: 1) прям. “*сердце*”; 2) перен. (как лексема) “*душа, думы, чувство, желание*”; 3) “*центр, середина*”. Существует большое количество слов и идиом¹, в которых содержится лексема “*сердце*”, обозначающая мысль, чувство, душу. Например:

- 信心 “*уверенность*”,
- 良心 “*совесть*”,
- 心安理得 “*поведение правильное и сердце спокойное*”, обр. “*со спокойной душой*”,
- 心明眼亮 “*сердце понимает и глаза светлые*”, обр. “*видеть насквозь*”,
- 利欲熏心 “*стяжательские стремления коптят сердце*”,
- 心怀叵测 “*замышлять недоброе; вынашивать недобрые намерения*”.

Существует также много иероглифов с ключом “*сердце*”, обозначающих мыслительный процесс или психическое состояние человека, например: 思 “*скучать, думать*”; 想 “*думать, скучать*”; 悦 “*радостный*”; 恨 “*ненавидеть*”; 慕 “*завидовать*”.

Данный факт можно объяснить различием в этническом стереотипе восприятия понятия “*сердце*”: древние китайцы считали, что сердце – это самый главный орган из пяти, выделяемых ими (五脏: 心、肺、肝、脾、肾: *сердце, печень, лёгкие, селезенка, почки*), потому что сердце контролирует мышление и психику. Древние китайцы также считали, что мышление и чувство человека тесно взаимосвязаны: “*сердце*”, “*дух*” и “*чувство*” интегрированы в одно целостное понятие “*сердце*”.

С позиций межкультурного подхода потребность у неносителей китайского языка в интерпретации подобных идиом неизбежно вызовет необходимость актуализировать знания о способах представления подобных культурных ценностей средствами родного языка. В результате анализа эквивалентности китайских и русских фразеологизмов лексема “*сердце*” в китайском языке аналогична лексемам “*сердце*” и “*душа*” в русском языке. Однако русские фразеологизмы преимущественно содержат лексему “*душа*”.

Овладение культурным содержанием идиоматических выражений может происходить именно за счет сопоставления эквивалентных фразеологических единиц в разных языках. У студента формируется умение оперировать китайскими идиомами *чэньюй* в межкультурном аспекте. Это означает, что студент понимает заложенную в эти лингвистические единицы культурную значимость, одновременно осознает способы репрезентации в родном языке ценностей родной культуры и понимает необходимость подбора приемлемой для носителей языка формы обозначения этих ценностей.

Китайские идиомы *чэньюй* способствуют реализации межкультурного аспекта и в области **социолингвистической компетенции**. Их использование в речи подчиняется принятым в стране нормам социального взаимодействия. Носители китайского языка употребляют рассматриваемые идиомы как наиболее образные экспрессивные средства в разных видах текстов. Велика частотность *чэньюй* в публицистике. Об этом пишет китайский лингвист 史式ШиШи (1979). Их популярность в этом жанре объясняется, по его мнению, двумя причинами. Во-первых, *чэньюй* кратки и выразительны, они часто употребляются, носители китайского языка, особенно образованные люди, хорошо знают их. Поэтому использование в статьях *чэньюй* делает изложение более убедительным и адресным. Во-вторых, большинство таких идиом имеет позитивную коннотацию: они пришли из древних

времен, проникли в язык из наиболее известных произведений и являются афоризмами. Как следствие, в отличие от *гуаньюньюй* (惯用语), которые составляют особый разряд фразеологизмов, имеющих разговорную окраску и негативные коннотации, большинство *чэньюй* (成语) в стилевом отношении тяготеют к книжности и содержат положительную оценку событий, явлений, поведения людей, их эмоционального состояния и т.д. Это делает их привлекательными с точки зрения позитивного воздействия на читателей, привлечения их внимания к излагаемому в тексте.

Сказанное позволяет утверждать, что использование *чэньюй* в публицистике означает адресность статей к читателям, обладающим определенным социальным статусом и образованием. Например, ориентируясь на такого читателя, о заискивании можно сказать *阿谀奉迎* (чэньюй – “заискивать”), при адресации к слабо образованному человеку предпочтительно будет использовать *拍马屁* (гуаньюньюй – “подлизываться”).

Интерпретация таких идиом потребует от студента осознания правил социального взаимодействия в родной стране, сравнения их с правилами подобного взаимодействия в ином социуме. Это также демонстрирует потенциал исследуемых идиом в процессе формирования межкультурной компетенции. Сформированность у студента умения оперировать такими идиомами будет означать его социальную зрелость, готовность к достижению «взаимопонимания на основе создания общего значения» [Елизарова 2005: 229].

Компетенция дискурса может быть также проанализирована с точки зрения межкультурного аспекта китайских идиом 成语. Эти идиомы практически всегда обозначают (в значении ‘содержат’, ‘реализуют’) структуру речевого акта на китайском языке, причем эта структура обусловлена культурными ценностями китайского народа.

Большинство *чэньюй* имеет четырехсложную организацию и реализует, таким образом, четность структуры идиоматической конструкции. Именно четность в китайской культуре считается торжественной и изысканной формой, она соответствует эстетическим воззрениям и предпочтениям китайцев. Зная о такой специфичной структуре, содержащейся в китайских идиомах *чэньюй*, студенты смогут понять, почему китайцы (в

отличие от россиян) по случаю какого-либо события дарят четное количество цветов.

Интерпретация китайских идиом не может не подвигнуть студента к сравнению структуры данных идиом со структурой подобных явлений, привычной для них с позиций родного языка и родной культуры. Соответственно, у учащегося формируется умение «построить собственное вербальное и невербальное поведение в соответствии с нормами культуры изучаемого языка» [там же], причем построить, осознавая культурно обусловленные отличия такого поведения.

Стратегическая компетенция в межкультурном ракурсе рассмотрения также позволяет выявить потенциал китайских идиом 成语. Специфика данной компетенции заключается в способности преодолевать лингвистические трудности общения, используя при этом компенсирующие средства (перифраз, жесты, мимику), чтобы избежать нарушения коммуникации.

В китайских идиомах много образных выражений, например:

– *过街老鼠* – “*крыса, перебегающая улицу*”, т.е. “*общий враг*” (полной формой данной идиомы должна быть *过街老鼠, 人人喊打* – “*когда крыса перебегает улицу, все кричат: «бей её!»*”);

– *满城风雨* – “*по всему городу ветер и дождь*” означает “*плохие слухи создали много шума (имели отголоски) по всему городу*”.

Образные выражения украшают речь, в то же время они всегда легко воспринимаются читателями (слушателями), так как отражают особенность мышления китайцев. Во-первых, в отличие от европейцев, китайцы любят конкретизировать абстрактное понятие. Во-вторых, китайцы не любят прямо высказать свое мнение, они предпочитают намеки, сравнения. В китайской культуре крайне важны правила соблюдения должного этикета общения; эмоциональность, вспыльчивость, открытость всегда считались и считаются проявлением невоспитанности и необразованности человека. Требование китайской культурной речи – говорить образно, т.е. косвенно выражая свои мысли и особенно свое мнение, это повышает статус говорящего в глазах собеседника.

Использование образных выражений может позволить реализовать перифраз в том случае, если тот или иной лингвистический контекст не способствует реализации намерения говорящего / пишущего. Тем самым идиомы могут послужить средством преодоления коммуникативной трудности. При этом данное компенсаторное

средство культурно обусловлено, сопрягается с ценностями китайского образа жизни, образа мысли.

Интерпретируя такие идиомы *чэньюй*, русские студенты акцентируют внимание на проявлениях образности в русской культуре и русской идиоматике. Они осознают и оценивают тот факт, что идиомы могут и в родном для них языке служить тем же средством – средством компенсации недостатков в общении. При этом осознанию подлежит культурологическая специфика русских идиом. В частности, по аналогии с приведенным выше примером можно констатировать, что образность и образные выражения присущи и русскому языку. Достаточно привести пример “*В чужом глазу соломинку видит, а в своем бревно не замечает*”. Однако по сравнению с использованием китайских идиом образность в русских идиомах реализуется гораздо реже. К тому же ее востребованность вызвана явно не той целью, что в китайском языке, т.е. не для того, чтобы скрыть, завуалировать свои мысли, а для того, чтобы украсить свою речь, усилить эмоциональную окрашенность, ярко, прямо и резко высказать свое мнение.

При восприятии, понимании и интерпретации таких *чэньюй* у русских обучающихся формируются «умения двойного видения одной и той же ситуации; эмпатические умения восприятия собственных действий с позиций родной шкалы культурных ценностей и восприятия позиций собеседника с точки зрения его (т.е. иноязычной) шкалы культурных ценностей и осуществления собственных действий и поступков на основе такого восприятия» [Елизарова 2005: 229]. Студенты будут понимать, почему китайцы говорят одно, а думают другое, почему они предпочитают пользоваться теми или иными средствами компенсации недостатков, пробелов в акте коммуникации.

Особую межкультурную роль рассматриваемые нами идиомы играют в контексте **социокультурной компетенции**. По мнению Г. В. Елизаровой, данная компетенция предполагает наличие знаний системы универсальных культурных ценностей, знаний системы ценностей родной культуры и культуры изучаемого языка; знаний принципов взаимодействия культурных представлений и норм при столкновении представителей различных культур [Елизарова 2005: 231].

Именно в *чэньюй* отражаются все стороны культурной жизни Китая, такие как *кухня, одежда, системы мер и температур, география и история, обычаи и традиции, музыка, архитектура,*

ра, скульптура, изобразительное искусство, литература, религии, наука и техника, художественные ремесла и т.д. Для подтверждения социокультурной роли рассматриваемых идиом приведем пример так называемых *成语故事 чэньюй гуши* – сказок-идиом.

Как известно, мировоззрение того или иного народа хорошо отражается в народных сказках, и оно формируется с детства. В народных сказках скрывается национальный характер, отношение носителей языка к жизни, к труду, ко всем важным элементам окружающего мира. Сказки-идиомы знакомы китайцам с детства. Постепенно их количество возрастает и тем самым усиливается культурологическая насыщенность воспитательного процесса. Рассмотрим значения самых популярных сказок-идиом:

– 狐假虎威 – *лис тем и грозен, что царь зверей за него* = ‘запугивать других авторитетом своего начальника (властью и положением своего хозяина)’;

– 螳螂捕蝉 – *когда богомол набросился на цикаду, его подстерег чиж* = ‘стремиться к поживе и не замечать опасности’;

– 守株待兔 – *охотник случайно увидел, как заяц, бегая, ударился о дерево, и поймал его, с тех пор охотник ждет у дерева зайца* = ‘сидеть у моря и ждать погоды’; ‘выжидать лучшие времена’;

– 瞎子摸象 – *как слепой ощупывает слона* = ‘принимать часть за целое’; ‘однобокое суждение’;

– 塞翁失马 – *старик потерял лошадь, как знать – не к добру (не к счастью) ли это* = ‘не было бы счастья, да несчастье помогло’; ‘нет худа без добра’;

– 渔翁得利 – *когда бекас (баклан) схватывается с устрицей, в выигрыше оказывается рыбак* = ‘орлы бьются, а молодцам перья достаются’; ‘кошки грызутся – мышам раздолье’;

– 黔驴技穷 – *запас трюков истощен; на этом все таланты кончатся* = ‘иметь ограниченные способности’;

– 滥竽充数 – *зачисляться на службу только для пополнения штата; занимать место не по достоинству* = ‘сидеть не в свои сани’; ‘на безрыбье и рак рыба’;

– 愚公移山 – *Юйгун передвинул горы* = ‘воля и настойчивость могут гору свернуть’; ‘терпение и труд все перетрут’;

– 掩耳盗铃 – *заткнув себе уши, воровать колокольчик* = ‘лукавить самому перед собой’;

‘прятать голову под крыло (в песок)’; ‘политика страуса’;

– 自相矛盾 – *Сказка о продавце, который говорит, что у него самое острое копьё и самый надёжный щит* = ‘самому себе противоречить’.

Мы представили лишь малую часть сказок-идиом, которые предлагаются в детском саду, в начальной школе и дома. Они достаточно показательны, чтобы продемонстрировать глубину заложенного в них философского смысла. Носители китайского языка вырастают, постигая этот смысл, у них формируется система ценностей китайской культуры, которая определяет их поведение.

При интерпретации таких идиом студентами-носителями китайского языка не могут не сравнивать их с аналогами в родном языке. В русском языке также существует большое количество фразеологизмов, которые происходят из басен и сказок, например: *А Васька слушает да ест* («Кот и повар» басня И. А. Крылова); *А ларчик просто открывался* («Ларчик», басня И. А. Крылова); *Ай, Моська! Знать, она сильна, что лает на слона!* («Слон и Моська» И. А. Крылова); *Разбитое корыто* – («Сказка о рыбаке и рыбке» А. С. Пушкина) и т. д. Через сравнение студенты осознают ценности своей культуры и ценности культуры изучаемого языка, у них формируется «умение вычленять культурные ценности посредством наблюдения за носителями других культур и воздействия с ними без обращения к ним с прямыми вопросами» [Елизарова 2005: 231]. Происходит диалог культур, выраженный посредством «диалога» идиоматических выражений в сознании обучающегося.

Помимо всего вышесказанного, китайские идиомы *чэньюй* (成语) способны также участвовать в реализации **социальной компетенции** в рамках межкультурного общения. Сущность данной компетенции заключается в способности адаптировать собственное поведение к стандартам иноязычной культуры с целью достижения успешного общения.

Примерами тому могут послужить случаи реализации *чэньюй* с понятиями 礼 (церемония). Широко известно, что знаменитое на весь мир китайское понятие «церемония» является, пожалуй, самым важным в постижении китайской этики. Первоначальное понятие «церемония» происходит из учения «*нэньсюэ*» древнего мудреца и учителя Конфуция, которое обозначало благородную скромность, самоконтроль, уважение к другим, особенно по отношению к старшим, к императору и его доверенным лицам, т.е. чинов-

никам, государственным служащим. Это было учение о правильном поведении человека в обществе, во благо государству, учение для сохранения социального уклада. Поэтому в китайском обществе ценят следующие качества:

– 大智若愚 – *умный человек глуп по виду (с виду); великий мудрец выглядит глупцом; истинный ум всегда скромен; великий ум отличается внешней простотой;*

– 不卑不亢 – *нет ни тени зазнайства и самоунижения; не быть надменным (заносчивым) и не заискивать; держать себя с тактом (с достоинством);*

– 中庸之道 – *принцип золотой середины; промежуточная позиция;*

– 彬彬有礼 – *обходительный и вежливый; деликатный и приличный; почтительный; корректный; учтивый; чинный;*

– 平易近人 – *простота в обращении с людьми; легко сближаться с людьми;*

– 老成持重 – *степенный; солидный; зрелый и рассудительный; опытный и серьезный; деловитый и осмотрительный;*

– 安分守己 – *держаться в рамках правил; действовать в пределах допустимого; вести себя сдержанно; не позволять себе лишнего; довольный своей судьбой; смирный; порядочный; скромный, (т.е. знает свое место).*

Понимание сути таких *чэньюй* помогает студентам понять поведение носителей китайского языка, модифицировать собственное поведение в соответствии с полученными представлениями и адаптировать собственное поведение к стандартам китайской культуры.

В результате проведенного анализа мы приходим к заключению о том, что китайские идиомы *чэньюй* целесообразно рассматривать в ракурсе межкультурного подхода, благодаря которому становится очевидной их значимость для формирования и развития у студентов компонентов коммуникативной компетенции (лингвистической, социолингвистической, стратегической, социокультурной, социальной компетенции и компетенции дискурса). Вследствие этого китайские идиомы *чэньюй* должны рассматриваться как компоненты обучения неродному языку, как составляющие межкультурной компетенции, которая должна быть сформирована у специалистов в области межкультурного общения.

Примечания

¹В «Словаре идиом китайского языка 汉语成语词典» (2002 г.) насчитывается 87 идиом

Чэнь Шуан КИТАЙСКИЕ ИДИОМЫ (ЧЭНЬЮЙ 成语)
КАК КОМПОНЕНТ СОДЕРЖАНИЯ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ

с лексемой «сердце» (первый иероглиф *синь* 心), и это далеко не полный перечень идиом с данной лексемой.

²Кросс-культурный аспект/анализ/подход и пр. анализирует специфику одних и тех же, сходных, аналогичных явлений в различных культурах, например, отличие ритуалов приветствия, способов выражения дистанции власти и феноменов других областей и порядков разных культур [Елизарова, 2005: 210–211].

Список литературы

Губина Н. М. Формирование межкультурной компетенции студентов в процессе обучения деловому английскому языку в элективном спецкурсе (продвинутый уровень, специальность «Мировая экономика»): дис. ... канд. пед. наук. М., 2004. 226 с.

Елизарова Г. В. Культура и обучение иностранным языкам. СПб.: КАРО, 2005. 352 с.

Корочкина М. Г. Формирование межкультурной компетенции в техническом университете

(английский язык): автореф. дис. ... канд. пед. наук. Таганрог, 2000. 20 с.

Малькова Е. В. Формирование межкультурной компетенции в процессе работы над текстами для чтения (немецкий язык в неязыковом вузе, факультатив с расширенной сеткой часов): автореф. дис. ... канд. пед. наук. М., 2000. 25 с.

Масликова Г. А. Межкультурный подход к обучению французскому языку в средней школе: автореф. дис. ... канд. пед. наук. М., 1998. 23 с.

Сыромясов О. В. Формирование межкультурной профессиональной компетенции специалиста на основе иноязычного текста (нем. яз., неязыковой вуз): автореф. дис. ... канд. пед. наук. М., 2000. 17 с.

Филиппова Н. Ф. Методика обучения национально-маркированной лексике на основе межкультурного подхода в языковом вузе (на материале художественной литературы Германии): дис. ... канд. пед. наук. Улан-удэ, 2002. 223 с.

CHINESE IDIOMS (CHENYUY 成语)
AS A COMPONENT OF INTERCULTURAL COMPETENCE CONTENT

Chen Shuan

**Reader of Russian Language Department
Shandong Women's University, KNR**

The article analyses the problem of teaching foreign students the Chinese idioms «*chenyuy*». Due to the cultural specificity of morphological, semantic and stylistic properties of the Chinese idioms *chenyuy*, it is proposed for the latter to apply the intercultural competence theory. In the course of the idioms acquisition students form linguistic, sociolinguistic, strategic and other competencies. It is shown how in the course of the idioms *chenyuy* acquisition students non-speakers of the Chinese language form the skills of intercultural communication (and competency of the “intercultural mediator”).

Key words: Chinese idioms *chenyuy*; cultural markedness; teaching the Chinese language; intercultural competence.