*Кудрявцева Е.Л., к.п.н., доцент*

*ФРГ, Институт иностранных языков и медиа-технологий Университета Грайфсвальда*

**Русский язык как продукт экспорта: РКИ, РКН и РКДР в России и за рубежом**

Ключевые слова: русский как иностранный (РКИ), русский как один из родных/ другой родной (РКДР), язык как бизнес, язык как геополитика, имидж языка и культуры

«Все течет и движется, и ничего не пребывает». Это высказывание Гераклита Эфесского именно в его нередуцированной форме отражает ситуацию дня сегодняшнего с изучением и преподаванием русского языка за рубежами России. Сокращение ставок преподавательского состава и закрытие семинаров славистики – темы в Германии конца ХХ-начала ХХ1 столетия. Как и понимание, что язык как инструмент для отражения многогранной картины мира - лучшая реклама страны и носителей этого языка как родного.

Поскольку мы заговорили о рекламе, небесполезно будет обратиться к опыту популяризации и насаждения в мире английского языка вне культуры как языка межнационального общения на бытовом, научном и профессиональном уровне. Для тех, кто мало знаком с темой, посоветуем обратиться к статье Е. Зарецкого «Распространение английского языка в мире как одна из форм американского мессианизма». Вспомним также работы ученых по вопросам английской лексикологии (С.Я. Гельберг, М.М.Гухман, Е.Н. Флауэр), утверждающих, что развитие и обогащение английского словарного состава происходило главным образом за счет лексических заимствований из других языков (что снижает собственную культурологическую ценность языка).

Попробуем сформулировать то же самое немного компактнее как основания для нашей ситуации:

1. Язык – проводник политики, культуры, религии и экономики страны носителей его как родного в умы изучивших его как иностранный. Если человек способен прочитать первоисточники, он менее подвластен пропаганде противников данного государства и скорее способен стать его сторонником.
2. Распространение языка в стране и в мире способствует т.о. распространению мировоззрения его носителей, отраженном не только на уровне лексики, но и на уровне грамматики.
3. Как убедить массы изучать язык? Заявив о его простоте и универсальности отражаемой в нем картины мира (иногда может показаться, что существуют картины мира англичан «на экспорт» и «для внутреннего пользования»; первая – предельна опрощена как язык брокера на бирже, вторая насыщена как речь выступающего в палате лордов). Отметим на полях, что английский язык дал нам самое большое количество агнонимов (слов, понятных и знакомых всем; но значение которых практически никто не может детализировать: брокер, диллер, имиджмейкер, ...)
4. Как поддержать желание масс к изучению языка? Бесплатностью курсов на начальном уровне (А1), широкой рекламой всех аспектов приложения данного языка в профессиональной деятельности и др. Интересно, что тестирование TOEFL в первые годы своего существования было дешевым или практически бесплатным, тогда как сертификат признавался в большинства стран мира. И проводился тест по лицензии головного центра в самых разных организациях, но с единой ценовой и структурной политикой, чего нельзя сегодня сказать о ТРКИ.
5. А самое главное – использовать в качестве педагогов носителей языка как родного, проживающих в других странах и знакомых с культурой, традициями, приоритетами их коренного населения. И использующих эти знания во благо продвижения своего языка и культуры в новые регионы и социумы.

Следовательно можно предположить, что всё противоречащее данным пяти постулатам, препятствует распространению языка как иностранного в мире.

**Что знают иностранцы о русском языке?** Что он является одним из сложнейших. Но откуда появилось это мнение? И чем оно подкреплено? Списком исключений или 81 типом склонения, изучаемым носителями РКИ? Исходные позиции, смертельные для языка, ибо предпочтение подрастающего поколения будет отдано заявляемому как «простой» английскому или испанскому языку. Почему бы нам не обратить внимание потенциальных учащихся на логичность грамматической структуры русского языка, на потенциал его изучения для понимания языков других славянских народов? Заодно вспомнив о специфике функционирования человеческого сознания: если сказать человеку, что что-то сложно, то он скорее не справится с данным заданием; чем если определить его как элементарное. Исключения есть в любом языке, но стоит ли возводить их в ранг поводов для гордости?

**Зачем учить даже простой язык?** Да, русский язык как нельзя более отвечает образу носителя и проводника культуры и духовности. Но верно ли при пропаганде его изучения подрастающему поколению ХХ1 века (европейским школьникам и студентам, недостаточно знакомым даже с культурой и историей своей страны, не говоря о МХК) говорить о духовности как цели изучения? Или лучше выбрать для первого знакомства более понятные современному сознанию, ближайшие, профессиональные и личностные цели коммуникации? А уже в процессе обучения раскрывать красоту и силу русского слова.

В 2011-12 годах педагоги вузов и языковых курсов ФРГ (канд.пед.наук Екатерина Кудрявцева, FMZ Universität Greifswald) Австрии (магистр Виктор Андерс, Weltsprachen AG), Швейцарии (доктор наук Елена Денисова-Шмидт, Universität St.-Gallen) и Чехии (преподаватель Анна Евсина, Karlova Univerzita) провели среди слушателей своих курсов (а это три возрастные группы) **опрос о** **причинах выбора для изучения именно русского языка как иностранного** (о выборе РКИ билингвами нужно говорить отдельно: здесь и желание сократить продолжительность обучения, упростить его или проблема ХХ1 века – безграмотность, неумение русофонов писать и читать на русском языке). Вот краткий перечень результатов, который необходимо учитывать при поведении рекламных акций в поддержку русского языка в названных странах:

Группа 1 (студенты вуза, 19-30 лет):

- потенциал многоязычия со славянскими языками: английский, испанский, немецкий знают все, в комплекте с русским языком они оптимальны для профдеятельности;

- Россия как возможный работодатель для прохождения оплачиваемой практики и сбора опыта по специальности (геология, физика, менеджмент, международное право);

- необычность языка и культуры россиян (авторы таких ответов уже владеют 2-3 иностранными языками, филологи, культурологи);

Группа 2 (служащие фирм; руководство компаний, 35-50 лет):

- русскоязычная публика/ Россия как потенциальный/ актуальный клиент, партнер, источник финансовых вливаний;

- русский как язык ООН, ЮНЕСКО, ШОС, ОБСЕ, МАГАТЭ, ВОЗ и др. международных организаций;

- на русском можно общаться с партнерами из других стран-бывших республик СССР и стран соцлагеря (кстати, почему бы не позиционировать русский как язык экономики, мягким давлением на страны-парнеры?);

Группа 3 (работающие и пенсионеры преклонного возраста; 60-70 лет):

- русский язык как язык коммюнити стран ПМЖ (русскоязычная диаспора в мире);

- интерес к путешествиям в русскоязычные страны;

- интерес к культуре России.

Данные ответы совпадают и с тем, что написано, например, в статье Тины Канделаки «О том, зачем немцы учат русский язык» (812`Online, 17/08/2011). Может быть, стоит к ним прислушаться? И проводить рекламные кампании с учетом запросов потенциальных учащихся, как делают это Институт Гёте и центры изучения французского языка во всем мире?

**Лучшая реклама русского языка как иностранного** – успешные носители его из числа иностранцев, граждан данной страны (немцы в ФРГ, австрийцы в Австрии...) Почему бы, например, Торгово-промышленной палате России не выступить посредником между вузами и школами и успешными бизнесменами из соотечественников учеников, нашедшими себя в РФ и готовыми к беседе с подрастающим поколением о роли русского языка в бизнесе? Или помочь организовать телемосты между вузами и русскоязычными лауреатами международных научных и профессиональных премий... Причем, опорой сотрудничества и проведения таких лекций могут стать языковые школы (сетевые по типу, например, KMP Language Services или Fremdsprachenzentren при вузах в ФРГ).

Еще один вариант, предложенный участниками опросов: плакаты с указанием численности людей, говорящих по-русски (на русском как родном, иностранном, неродном...) и по-английски; количества лауреатов Нобелевской премии из России и из Франции или Германии; размеров РФ и США... Непреложная сермяжная **истина визуализованных фактов и чисел**, не поддающихся политическим ньюансам и интерпретациям.

Никто не спорит, что при продвижении языка в конкретной стране важно учитывать менталитет ее коренного населения и проблемы, возникающие при «столкновении» языка титульной нации и русского – как в лингвистическом, так и в экстралингвистическом плане. **Кто лучше иных знаком с особенностями страны ПМЖ в отшении носителей русской национальной картины мира и русского языка?** Кто способен выделить до начала обучения возможные «тернии» и сформировать курс таким образом, чтобы минимизировать «сопротивление материала» и предъявить розы знания? На наш взгляд, в первую очередь, носители русского как родного, получившее педагогическое филологическое образование в РФ и постоянно проживающие вне России; русскоязычные выпускники российских вузов, эмигрировавшие из страны и работающие по специальности за рубежом. И здесь мы снова возвращаемся к идеи миссионерства, но при неизбежной финансовой поддержке со стороны России, целевой и проводимой через государственные образовательные структуры других стран (во избежание возникновения мифов о педагогах как о «пятой колонне» в стране ПМЖ) – оплата ставок лекторов и научных сотрудников в вузах и школах. В качестве выхода из ситуации на данный момент нам видится поддержка со стороны России более мобильных и готовых к прямому взаимодействию институтов иностранных языков, существующих при ряде университетов стран ЕС и работающих со студентами всех факультетов и вольными слушателями. Именно институты несут знание о языке в массы; проводят проекты, направленные на популяризацию изучения иностранных языков и использование в обучении новейших ИКТ-технологий. И любой вариант прямого софинансирования лектора по русскому языку и культуроведению России или научного сотрудника такого института со стороны России позволил бы не только сохранить число студентов (неразрывно связанное с количеством преподавательских ставок и вместе с ними сокращающееся, ибо один педагог не в состоянии обучить более 30 человек в группе на уровне А1), но и продвинуть в Европе преподавание русского языка как иностранного в его исконной форме, с активным участием педагога в общем интеллектуальном и духовном развитии слушателей. Ибо высокий уровень общего образования является неотъемлемой составляющей русского национального характера.

И наконец, если на данный момент сопротивление изучению русского языка носит скорее политический характер и прямо пропорционально той силе влияния СССР на республики и страны соцлагеря с целью продвижения русского языка как официального и обязательного предмета изучения; нужно поменять принцип взаимодействия с гражданами этих стран, признав их независимость и право на выбор. **Выбор естественного многоязычия в многоязычном и поликультурном мире.** Продемонстрировав преимущества билингвального создания и бинациональной картины мира по сравнению с монолингвальными. Предлагая не русский язык в чистом виде, а национально-русское двуязычие, ставшее нормой в повседневном бытии этих народов, но покуда не осознанное как таковое. Билингвы – вот реальная опора русского языка и культуры в мире; дети, воспитываемые как граждане мира с учетом изменившейся социокультурной и геополитической картины мира. Соответственным образом нужно готовить педагогов и родителей в странах рассеяния: с пониманием того, что Киргизстан или Латвия - то же зарубежье, пусть и с иной, чем у Франции или Италии историей. Здесь нелишне вспомнить высказывание Гегеля о признании другого равным себе как пути к взаимодействию из противодействия. А для детей – как дороги социализации в обществе подобных индивидуумов, обществе будущего русского языка.

И тут мы переходим ко второму пласту вопроса с экспортом русского языка в мир. На самом деле, **экспорт разговорного языка и внешнего пласта культуры давно начался** – с выезда первых русскоязычных людей в страны Европы на обучение, с перемещения их по торговым путям в Азию и Европу... Наиболее интенсивный «вброс» произошел после октября 1917 года (Февральская революция к потоку беженцев не привела), а затем в 1990е годы. Типологию мигрантов мы здесь рассматривать не будем, отметим только что обе волны (Первая и Четвертая, по российскому исчислению) были разноплановы, как по уровню образования, так и по уровню владения родным и иностранными языками. Однако, Первая волна имела объединяющее (религиозное и национальное – «россияне», «граждане Российской Империи») начало, коего волна Четвертая была лишена (запрет на вероисповедание, многонациональное государство с одной доминантной нацией). Зато у представителей Четвертой волны из разных республик СССР была своя история, связанная с единым статусным языком – русским. Все ли были готовы воспринимать его как родной? В ФРГ русские немцы из России, Казахстана, с Украины первые годы целенаправленно отучали своих детей от общения на этом языке, процесс коммуникации происходил на изучаемом заново немецком. Западно-украинская диаспора также немедленно обособилась и рассматривала русский язык как один из возможных языков коммуникации, но не родной... Сейчас же русский язык становится для всех этих диаспор тем, чем он был изначально, но уже – на добровольной основе: объединяющим признаком, фундаментом взаимодействия.

**Т.о. сегодня в Европе сложилась зеркальная по отношению к российской ситуация со всем, что связано с РКИ и РКН/ РКДР** (не только с т.з. наличия и отсутствия языковой среды). И ее необходимо учитывать при продвижении русского языка в диаспору, где второе и третье поколение, нередко владеют только устной формой русской речи («современные аналфабеты/ безграмотные»), зато в совершенстве говорят **на 2х-3х европейских языках, через которые и нужно подбирать ключики для внедрения русского как неродного и иностранного**. И помнить, что эта диаспора – форпосты России в мире, и что русский язык рассматривается через призму восприятия его носителей в стране пребывания потенциальных учащихся; диаспоры, сосредоточенной вокруг русскоязычных центров дополнительного образования, как правило непрофессионализованных и не взаимодействующих с регулярными образовательными учреждениями страны пребывания и России.

Поэтому **посыл № 1**: **профессионализация и аккредитация тех центров дополнительного образования**, которые отвечают нормам и стандартам российского дополнительного (за 40 часов по предмету в год предложить более не реально) обучения и готовы к интеграцию как в российскую, так и в страновую системы. Интерес со стороны России к судьбе подрастающего поколения, транслируемый т.о. на массы, - способен стать мостом взаимопонимания со странами присутствия русскоязычной диаспоры. **Опыт же по работе с русскоязычными центрами дополнительного образования в мире России пригодится для взаимодействия с диаспоральными культурно-образовательными организациями (таджики, армяне, евреи...) внутри страны**.

**Открытие новых языковых центров оптимально на базе существующих десятилетия в странах рассеяния Институтов иностранных языков** (НЕ кафедр славистики, менее мобильных с т.з. привлечения внешних ресурсов, создания гибких образовательных программ и пр.), имеющих квалифицированные кадры (но не имеющие достаточно ставок), владеющие ситуацией в стране проживания, и не требующих дополнительных затрат на помещение и оборудование. Тем самым, как «побочный продукт» произойдет интеграция центров в систему регулярного образования в мире с выдачей международных сертификатов по РКИ, признаваемых на международном же рынке труда.

**Посыл № 2**. Обучение на русском языке нужно вести с использованием новейших технологий (например актуальных сегодня в мире информационно-деятельностных) в рамках модульных образовательных программ, и с привлечением межуниверситетского и международного состава специалистов к их созданию и внедрению и т.д. Только российское образование (и наука) на должном техническом и содержательно-инновационном уровне, легко интегрируемое в страновые и международные системы рынка труда и занятости, способно привлечь студентов и подвигнуть к изучению языка нашей страны. Т.е. **обучение на русском языке и русскому языку не должно автоматически означать обучения исключительно по российской методике**. Методика может быть адаптирована к той же в стране пребывания учащихся и уже в процессе обучения вводить **моделирование профессиональной деятельности на русском языке** (т.н. «контекстное обучение»), вплоть до предоставления стажировочных площадок в РФ.

**Посыл № 3.** Что является на сегодняшний день реальным препятствием к распространению русского языка и культуры вне России? Конкуренция всех со всеми, явная и скрытая, активная наступательная и пассивная политика замалчивания наличия на рынке иной продукции. Существование у каждого сертификационного центра собственной ценовой политики, сертификата и различающихся требований к тестируемым (что противоречит взятым за основу ТРКИ нормам TOEFL); как и тиражирование содержательно сходных, но различающихся в оформлении и названиях УМК для изучения русского как неродного и неготовность к созданию модульных программ, обеспечиваемых пособиями различных издательств, оптимально комплектуемыми с т.з. конкретного потребителями. А помощь методистов тех же издательств, вузов или школ может заключаться в представлении всех вариантов комбинирования и разработке оптимальных для потребителя в конкретной стране модулей.

Также необходима политика прозрачности и отталкивания в подготовке тендеров и проведении семинаров – от запросов конкретной аудитории, а не грантополучателя. При этом, немаловажно следование опять же европейской грантовой политике, при которой тендер выигрывается, как правило, консорциумом из нескольких вузов, издательств и др. типов организаций, целенаправлено занимающихся данной проблемой не один год. Такой подход позволяет снизить порог конкуренции и повысить порог качества конечного продукта; мобилизовать наиболее квалифицированные человеческие ресурсы и достичь оптимального результата при минимальных финансовых затратах (грант является софинансированием – от 50% до 70% от общей сметы). Монополизация любого проекта или направления приводит к снижению качества работ; одностороннему подходу к решению проблемы и т.п.

**Посыл № 4.** Транслятором «про-» или «антирусской» идеи в мире являются иноязычные СМИ. Учитывая свободу слова, здесь есть только один путь – обучения подрастающего поколения «нейтральному» прочтению и последующему анализу и интерпретации поступающей информации, а также получению новой информации на ином языке, - путь отработки с дошкольного возраста медиа-компетенции. Поскольку же в век глобальной мобильности обращение к СМИ и средствам онлайн-коммуникации неизбежно, то оптимально изначально включить в образование на русском языке медиа-блоки (в т.ч. интерактивное самообразование, а не только вебинары и работу в системе типа moodle). Дистанционное обучение в режиме моноканала (включение записанных лекций онлайн) – инструмент ХХ столетия. Сегодня необходимо расширять именно **интерактивное образовательное пространство**:

- как многоуровневое (по сложности заданий), реализуемое в системе «пазлового калейдоскопа» (по учету потенциальных пользователей – каждый пользователь может собрать свою модель из существующих «элементов»);

- как смоделированное т.о., чтобы каждый пользователь мог выступать как учеником (по освоиваемой тематике), так и тьютором (на продвинутом этапе обучения) – по типу «тандем»;

- с базовым контентом, доступным бесплатно и расширенной платной зоной пользования;

- как основанное на современных технологиях и разработанное в современном дизайне.

**Посыл № 5.** Как к каждому замку необходимо подобрать свой ключ (отмычки повреждают механизм, приводя к его недееспособности), так и процессе экспорта русского языка важно соблюдать основные правила:

- аутентичные, но учитывающие реальный контингент потребителей учебные материалы, соответствующие европейскому и мировому уровню (интерактивность, пособия-конструкты и пр.);

- не стоит носителям русского как одного из родных в странах ЕС предлагать те же пособия, что для стран СНГ и мигрантов в РФ – принципы подачи и построения материалов должны исходить из знания другого родного языка и культуры учеников, регулярных образовательных программ и стать надстройкой, а не новым хрупким зданием в чуждом поликультурном пространстве;

- лингвистический материал необходимо подавать на богатом культурном фоне, причем не русском, а мировом, обретя единство в разнообразии и предъявив возможность его русскоязычной презентации;

- до начала образовательного (а не «учебного») процесса важно понять отношение аудитории к России и исходя их него строить корректировочный или углубляющий компетенции курс: язык должен прийти ненасильственно, а быть подан через культуру и на той стадии общения, когда учащиеся психологически будут готовы принять его (см. также наши тесты на уровень сбалансированности естественного многоязычия и др. на сайте http://bilingual-online.net)

Поскольку данный материал представляет собой размышления на тему «Русский язык как бизнес: Пути формирования нового имиджа», **мы предлагаем читателям присоединиться и провести опросы или представить свои собственные рассуждения по проблемам:**

1. Что знают иностранцы в Вашей стране о русском языке? О России? Каковы основные источники информации о них?
2. Почему Ваши слушатели изучают русский язык?
3. Какую рекламу русского языка (РКИ и/ или РКДР) Вы предложили бы с учетом этноспецифики Вашего региона у Вас в стране?
4. Какие учебные центры в Вашем городе и стране способствуют популяризации русского языка как иностранного и притом достаточно мобильны для непосредственного проектного взаимодействия с россискими и европейскими структурами?
5. Естественный национально-русский билингвизм как путь к сохранению статуса русского языка в бывших странах соцлагеря и бывших республиках СССР – Ваше мнение.

Приглашаем также обратить внимание на выступления главы Россотрудничества, г-на К. Косачева по вопросам повышения статуса русского языка в мире (например, http://regnum.ru/news/1646953.html).

ЛИТЕРАТУРА:

Зарецкий Е. Распространение английского языка в мире как одна из форм американского мессианизма.// «RELGA» № 18 (163) от 25.12.2007. – Электронный ресурс. Код доступа: <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=2110&level1=main&level2=articles>