



Е. Л. Кудрявцева

medved500@web.de

канд. пед. наук, доцент

Российского открытого нового университета

Москва, Россия – Тюбинген, Германия

Цитирование фрагментов речи персонажей художественных фильмов как необходимая составляющая изучения РКИ

Дело происходило на кафедре РКИ одного из ведущих российских вузов. Встретились двое русских коллег, один из которых пару дней назад перенес операцию на запястье. У него из-под пиджака виднелся бинт. На вопрос: «Как дела?» он ответил: «Ничего страшного. *Поскользнулся, упал... очнулся – гипс!*». Стоявший тут же иностранный студент недоуменно посмотрел на рассмеявшихся педагогов и поинтересовался: с чего это им так весело, ведь было наверняка и больно и неприятно. Кроме того, при чем тут гипс?

Какой напрашивается вывод? Иностранец, неплохо владеющий русским языком, не имеет представления о страноведческой / культуроведческой информации, являющейся необходимым контекстом для описанной ситуации, и принимает реакцию носителей языка за грубое нарушение норм этикета. Стало быть, иностранным учащимся необходимо предлагать на занятиях и в свободное время не просто просмотр художественных и мультипликационных фильмов, но целенаправленную работу с ними, одним из аспектов которой должно стать выявление (с последующим анализом) так называемых крылатых фраз, используемых носителями языка в повседневном общении.

Верное цитирование и восприятие цитат – одна из составляющих сформиро-

ванной медиакомпетенции. Мир, в котором мы живем, – мир СМИ: он отражает нашу жизнь и преломляется в ней. Это оказывает несомненное влияние на процессы общения и обучения РКИ, поскольку обретение себя в новом и сложном мире СМИ – задача, не сводимая к до сих пор существовавшим целям, опыту и методам обучения. Одним из путей ее решения является формирование у носителя русского языка как неродного медиакомпетенции в русскоязычном медиапространстве.

Термин «медиакомпетенция» включает в себя много больше, нежели просто обучение в рамках школьной или университетской программы в учебной аудитории¹. Медиакомпетенция как элемент **социокультурной компетенции** становится значимой частью интеграции человека в общество и его самоидентификации, так как призвана дать человеку возможность суверенного и осознанного пользования новыми возможностями получения и обработки информации.

¹ Медиакомпетенция охватывает традиционно 4 аспекта: медиакритику, медиаведение, медиапользование и создание СМИ. При разговоре о медиакомпетенции речь в основном идет о способности индивидуума аналитически и критически воспринимать актуальную информацию, передаваемую ему посредством СМИ и использовать ее в собственной профессиональной и общественной деятельности, соблюдая при этом этические и социальные нормы.

Сформировать медиакомпетенцию можно только путем рецептивно-продуктивной работы со СМИ. При этом речь идет о развитии способностей и навыков критического мышления и усвоении иных, нежели привычные, эстетических и нравственных норм. Работа с художественным фильмом в аспекте формирования у учащегося медиакомпетенции ставит перед собой цель социализации процесса обучения путем передачи большого объема лингвострановедческой / культуроведческой информации. Дальнейшая цель – раскрытие личности как члена определенного социума и введение ее в новый социум (при изучении посредством СМИ иностранного языка).

Как это происходит? В процессе просмотра различных телепередач зритель воспринимает в объекте демонстрации прежде всего элементы своего «я»². В первую очередь это касается полнометражных художественных фильмов и сериалов. Узнавая себя в других, зритель познает самого себя. При этом большую роль играет тема фильма, ее близость к реальной жизни. Только реалистичный по своей проблематике (но не обязательно по ее решению) фильм приглашает зрителя к сопереживанию, размышлению над собственным жизненным опытом и осмыслению своих ошибок и удач³.

² То же, что происходит с читателем, сопоставляющим свою индивидуальность с индивидуальностью лирического героя, и даже более того – ибо в поэтическом тексте читатель невольно ищет следы авторской биографии, тогда как в фильме он примеряет маску персонажа только на себя. Другое дело, что персонаж для зрителя неразрывно связан с исполнителем роли: зритель идентифицирует себя и с героем данного фильма, и с актером на экране.

³ Такое сопереживание (катарсис) мы назовем «первичной референцией», тогда как цитирование – референция вторичная: основанная на сопереживании, но полностью вынесенная в реальный контекст.

– Поскользнулся, упал, закрытый перелом, потерял сознание, очнулся – гипс!

.....

– Будете у нас на Колыме – милости просим...

– Нет, уж лучше вы к нам!

.....

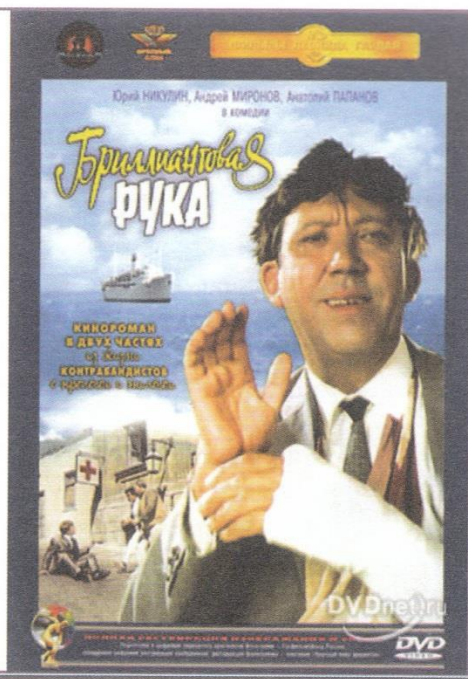
– Не виноватая я! Он сам пришел!

.....

– Руссо туристо – облик морале! Ферштейн?!

.....

Дальше следует неперево-
димая игра слов с использова-
нием местных идиоматических
выражений...



Нормы, ценности и ролевые образцы также во многом являются продуктами СМИ⁴.

Собственно обработка информации, полученной из СМИ и ведущей к самоидентификации личности, протекает не только непосредственно в процессе просмотра фильма, а более всего – опосредованно, во время обсуждения увиденного и прочитанного с другими людьми. Именно на почве анализа и интерпретации происходит образование новых клубов и союзов по интересам, по общности точек зрения; изменение системы норм и ценностей; и наконец – идентификация себя или собеседника / третьего лица с героями фильмов и т.д.

Итак, фильм, как и другие СМИ, стал на сегодняшний день основным фактором социализации наряду с традиционным окружением личности (семья, школа, работа, улица и т.д.). И чтобы СМИ как социали-

⁴ Прежде это проявлялось только на предметно-поведенческом уровне: полный человек с сигарой как признак достатка, а небритый юноша с гитарой – романтического мировоззрения; в настоящее время – на уровне речевом (так как трактовка внешних признаков богатства и бедности изменилась, а речевые показатели принадлежности к социуму сохранились практически без изменений): использование определенных цитат как показатель принадлежности к определенному социуму.



– Андрей, дом, где я спал, как называется? Трезвеватель?

.....

– Нолито, не обратно же выливать, Палыч. Ну, что он о нас подумает!

.....

– Я говорил ему, а он: «Коктейль, коктейль». Хиппи лохматый.

.....

– Маленький раскардаш.

.....

– Хорошо сидим.

.....

– Тостуемый пьёт до дна.

всех его проявлениях и определение своего места в социуме; передача и прием информации; создание новых культурных ценностей и осмысление уже существующих. Поэтому развитие медиакомпетенции должно быть включено в программу дошкольного, школьного и вузовского воспитания и образования, в обозначенное Болонским процессом «самообучение длиной в жизнь» (Lebenslanges Lernen).

Необходима разработка заданий, проверяющих сформированность

зирующие инстанции не противопоставляли себя ее контексту, необходимо для каждой группы соблюдать заданные естественной возрастной средой тематические рамки и требования. Так, детям нельзя предлагать для просмотра фильмы ужасов или боевики, а взрослым (родителям) неплохо разнообразить свою программу просмотром детских фильмов и анимации. Тогда, во-первых, проще станет общение поколений; а во-вторых, по цитатам в речи подростка взрослый сможет определить, какие фильмы смотрит младшее поколение, понять сферу его интересов и найти с ним общий язык⁵.

Медиакомпетенция опирается на педагогическую, культурологическую, коммуникативную и социальную компетенции, так как с ее помощью происходит образование личности; познание человеком общества во

медиакомпетенции в наборе соответствующих знаний, умений и навыков, например, для теста по приему иностранных граждан в гражданство РФ. Почему? Потому что медиакомпетенция в той же мере позволяет человеку решить свои жизненные проблемы, что и языковая / речевая компетенция. Без медиакомпетенции человек абсолютно не способен ориентироваться в современном мире: он не в состоянии представить себе интересубъективное действие или коммуникацию и верно отреагировать на них; смириться с тем, что СМИ предъявляют ему чуждые образы реального мира и требуют от него соблюдения норм, не совпадающих с его собственными. Подобный человек не может оказать СМИ последовательного и ситуативно обоснованного сопротивления, ибо не знает ни технологии создания СМИ, ни теоретической или практической базы медиакоммуникации...

В процессе исследования данного феномена были выявлены **значительные различия в цитировании русскими и представителями иных наций**. Как стало ясно из вышесказанного, цитирование из фильмов — явление социокультурного и психологического плана. Но как и почему происходит самоидентификация зрителя с героями, собственно

⁵ Интересно явление, когда дети, возвращаясь из школы, немедленно бросаются к телевизору, поскольку их сверстники рассказывали о каком-то сериале (или общались цитатами из него, проигрывали эпизоды), который просто необходимо посмотреть. Если несколько дней подряд школьник не будет участвовать в обсуждении данного фильма, он окажется автоматически исключенным из социума и найти путь обратно для него будет возможно опять же только посредством адекватного обмена информацией на темы компьютерных игр, программ и фильмов.

«обратная связь» с фильмом? Ответ также предлагает цитирование: зритель нередко попадает в идентичные с показанными в художественном фильме ситуации и таким образом получает возможность занять временно место героя и произнести его реплику. И тут мы переходим в область психологии: нет ли в механизме цитирования тех же составляющих, что были некогда на Руси в заговорах-оберегах? Не надеется ли бывший зритель, а ныне участник ситуации выйти из нее столь же безболезненно и блестяще, как герой фильма? Ответы на эти вопросы еще предстоит найти. Бесспорным же нам представляется одно: цитирование «облегчает» положение (позволяет расслабиться, подумать; в диалоге – уйти от вопроса, сменить тему, развлечь собеседника, проявить эрудицию; способствует самоидентификации говорящего, необходимой для продолжения контакта или его прекращения).

Мы смело можем утверждать, что художественный фильм живет и является феноменом массовой культуры определенной нации, пока он цитируется. И здесь возникает ряд вопросов, которыми стоило бы задаться авторам сценария, режиссерам и продюсерам. 1. Чем руководствуется российский зритель (в отличие от зрителя европейского и американского) при выборе «любимого» художественного фильма? Зачем вообще русский человек идет в кинотеатр? 2. По какой причине фильм, принесший вначале значительный доход (кассовый фильм), зачастую не становится фильмом массовым? 3. Каковы основные критерии, объединяющие наиболее цитируемые фильмы?

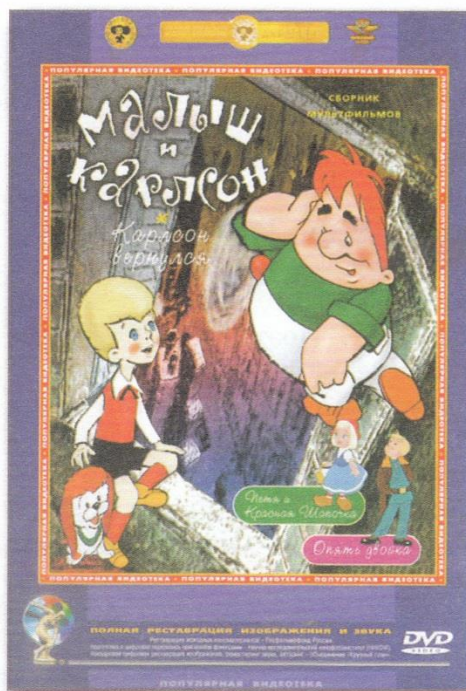
Постараемся ответить на эти вопросы с точки зрения зрителя и специалиста. Российский зритель старшего и среднего поко-

ления ходит в кинотеатр или садится перед телеэкраном не только и не столько для развлечения и ухода в ирреальный мир от реальных проблем повседневности (как делает это зритель европейский) или для стороннего безучастного наблюдения за жизнью «другого» / «соседа» (американский зритель), а для активного осмысления собственного бытия при взгляде на него со стороны, но глазами себе подобных. Поэтому наибольший успех имели и имеют фильмы и сериалы, касающиеся прошлого, настоящего и будущего России⁶.

Что это дает нам, преподавателям? Прежде всего возможность верного выбора фильмов для презентации в иностранной аудитории образов России; фильмов, представляющих медиабиографию русского народа и государства, поставляющих зрителю в своем содержании историю как пережитое и как переживание; фильмов, часто просматривае-



⁶ В том числе современные «Улицы разбитых фонарей», «Следствие ведет дилетант» и т.д. Интересно, что зритель не применяет к ним, несмотря на их значительную продолжительность, псевдотермина «мыльные оперы» (как к мексиканским сериалам, напоминающим бесконечную сказку о Золушке). Причина тут не только в разнообразии сюжетов и самостоятельности отдельных частей, но и в актуальности материала.



– Простите, у вас можно тут приземлиться?

.....

– Спокойствие! Только спокойствие.

.....

– А мы тут, знаете, всё плюшками балуемся...

.....

– А я сошла с ума! Какая досада...

.....

– Ведь я – умный, красивый, в меру упитанный мужчина, ну в полном расцвете сил.

мых и цитируемых самими носителями языка, узнающими себя в их героях.

Процесс узнавания – многоступенчатый: сначала, в ходе первичного просмотра ленты, зритель с удивлением и радостью осознает, что его жизнь не лучше и не хуже среднестатистической (а именно такие, среднестатистические, герои и показываются на российском экране); затем, выйдя из кинотеатра или отойдя от экрана телевизора, экс-зритель начинает «примеривать» на себя поведение персонажа (отсюда и феномен цитирования); а для лучшего со- и противопоставления он снова и снова просматривает кинодокумент, открывая в нем для себя новые стороны и детали.

Перейдем теперь ко второму вопросу, хотя ответ на него уже фактически дан: первый раз зритель приходит на просмотр фильма с целью знакомства с новым произведением искусства и новой гранью реальности. Значительную роль при этом играют реклама в СМИ и поток информации от окружающих (например, естественное желание «быть в курсе» для поддержания разговора в коллективе единомышленников). Так фильм делается кассовым. Массовость же создается числом просмотров на протяжении длительного времени. И именно массовые

художественные ленты дают нам ту систему социопаролей, которую мы именуем цитатами.

Цитирование индивидуализирует массовую культуру и адаптирует ее к конкретным группам пользователей. Это объясняет феномен обширного цитирования и даже коллекционирования цитат в русскоязычной среде: ибо русские – это «коллектив индивидуалов». Но что, как и когда цитируют русские в отличие, например, от американцев?⁷ Посмотрим список 100 самых популярных цитат из

фильмов разных лет, опубликованный Американским институтом кинематографии⁸. Что общего у него с подобными списками российских бестселлеров? Годы выпуска по преимуществу не позднее 1990 г., начала новой эры в жизни мирового сообщества в целом, а США и России (бывшего СССР) в частности. Вторая общая черта – большинство цитат является ситуативными, а не «всеобщими» философскими изречениями. На этом общность заканчивается, и начинаются различия. Цитаты в первую очередь вычленились не из живой разговорной речи, а из СМИ (заголовки газетных и журналь-

⁷ Европейцам цитирование из фильмов как такое вообще несвойственно. В повседневной жизни, как и в научной среде, преобладает цитирование из книг. Вероятно, причина в том, что европейцы очень трепетно относятся к авторскому праву: цитаты из печатных СМИ они всегда снабжают указанием на источник (*как писал господин Н., как сказано в работе герра П.*), и сама цитата призвана лишь подтвердить их точку зрения. По отношению же к ситуативному цитированию из художественных фильмов подобное обхождение нежелательно. Цитата из фильма должна естественно и на равных с другими составляющими влиться в речевой поток и «украсить», разнообразить его. Она выступает как изобразительно-выразительное средство, а не как аксиома.

⁸ На русском языке: http://news.bbc.co.uk/hi/russian/learn_english/newsid_4633000/4633495.stm

ных статей, названия и эпитафии телепередач и т.п.); процент использования цитат в повседневном общении оказался менее 4% разговорной лексики. Следовательно, и цель использования цитат в США иная: в качестве брэнда⁹.

Подсчет среди россиян, произведенный с помощью Интернета, показал, что наибольшее количество крылатых выражений произнесли герои комедии Л. Гайдая «Бриллиантовая рука» (1968). Далее по списку идут: «Ирония судьбы, или С легким паром», «Кавказская пленница...», «Москва слезам не верит», «Операция «Ы» и другие приключения Шурика», «Служебный роман», «Иван Васильевич меняет профессию».

На основании чего и как фразы из фильмов становятся цитатами, а сами киноленты – источниками цитирования? Мы прекрасно помним, что «русский народ – самый читающий народ в мире». Но зададимся вопросом: откуда цитируют чаще: из фильмов или книг? Ответ будет однозначен – в ситуациях повседневного общения преобладает цитирование из художественных фильмов. Причин может быть несколько: фильм более известен, чем любой, даже самый читаемый роман, – следовательно, больше шансов встретить понимание собеседника, а не быть неверно истолкованным; книга имеет конкретного автора, и цитирование, таким образом, как бы «субъективизируется», а у реплики в фильме столько авторов, что ее отнесение к одной личности невозможно, она – плод совместной (в том числе и зри-

⁹ Продвижение новой продукции на рынок (например, новой статьи) происходит с помощью фрагментарного использования продукции, ставшей брэндом для данной нации (цитаты из популярного фильма в заголовке для определения темы и направления ее развития, с тем чтобы привлечь внимание целевой аудитории).

– Так кто из нас летит в Ленинград!?

.....

– Пить меньше надо! Надо меньше пить!

.....

– Какая гадость эта ваша заливная рыба!

.....

– Споко-о-ойно, Ипполит, спокойно.

.....

– Что вы меня поливаете?! Я же не клумба!



тельской) работы. Не последнюю роль играет и то, что при чтении человек вынужден представлять себе ситуацию, а лишь потом соотносить ее с актуальной реальностью; фильм же ничем не отличается от жизни – речь тематизирована / проблематизирована опорой на зрительный ряд и изначально «ситуативна», стало быть, и проще приложима к подобной ситуации повседневного общения.

Благодаря специфике как собственно литературного сценария (сюжет, тема, проблемы, язык и т.д.), так и его экранного воплощения (начиная от технической стороны и заканчивая особым флером кинодокумента) фильмы можно безошибочно распределить по эпохам – т.е. по времени их создания. Тогда становится понятно, почему представители разных поколений цитируют разные ленты: они выросли на них, прониклись их духом и научились видеть мир глазами их героев. Те, кому сегодня за 70, в первую очередь вспоминают «Чапаева» и «Александра Невского»; 60-летние улыбаются при упоминании «Весны» и «Подкидыша»; фильмы 50–40-летних и даже поколения 1970-х – «Москва слезам не верит», «Ирония судьбы...», «Бриллиантовая рука»... Поколение начала 80-х предпочитает «АССА», «Курьер», «Брат» и «Осо-

бенности национальной охоты / рыбалки». Значит, именно эти произведения кинематографического искусства предельно верно в сжатой форме отражают периоды 20-х, 30-х, 40-х... гг. и именно с их помощью нужно преподавать историю СССР / России соответствующей эпохи как носителям русского языка, так и иностранцам.

Почему не цитируются ультрасовременные фильмы? Что изменилось: психология зрителей или качество сценариев? Конечно, преобразования в сфере общественной жизни повлияли и на то и на другое, но истинная причина фактического отсутствия цитат из фильмов последних лет в их пока не сформировавшейся массовости. Должно пройти время, для того чтобы фильм доказал свою культурную и художественную ценность и вошел в обиход нового поколения начала XXI в.

Так мы подошли к вопросу о классификации цитат. В основном все цитаты можно разделить на 2 большие группы.

Интраситуативные, т.е. не имеющие глубокого культуроведческого подтекста и требующие от говорящего и слушателей только знания о ситуативном контексте фильма-источника, из которого заимствована цитата. В случае использования интраси-

туативных цитат смех рождается из знания о «реальности» фильма. Например: *Поскользнулся, упал... очнулся – гипс!; Какая гадость – эта ваша заливная рыба!* и др.

Интерситуативные, т.е. неразрывно связанные с историей, культурой, бытовыми реалиями носителей языка и требующие от говорящего и слушателей владения информацией, превосходящей контекстуальные рамки одного фильма. В этом случае ирония заложена в подтексте, на стыке кинематографической реальности и заэкранной действительности. Например: *Руссо туристо – облик морале!* (иначе и быть не могло, поскольку аморальное поведение стоило за границей Отечества огромных денег, у русских туристов отсутствовавших); *Наши люди в булочную на такси не ездят!* (опять же не на что, а любой, у кого внезапно появились финансовые средства, – шпион). Да, смех получается горький, саркастический, но ничего не поделаешь – история.

По функционированию цитаты вне контекста фильма-источника можно выделить:

- цитаты, используемые **по схожести** виртуального и реального (жизненного) контекста; происходит расширение сферы приложения. Например: *Поскользнулся, упал... очнулся – гипс!* для любого неожиданного происшествия, упор делается на фактор внезапности; *Какая гадость – эта ваша заливная рыба!* не только о плохо приготовленном блюде, но и вообще о плохо сделанном деле;

- цитаты, используемые в речи **от противного**, когда ситуация фильма-источника противоположна ситуации цитирования. Например: *Руссо туристо – облик морале!* для порицания русских за рубежом, нарушающих принятые в стране пребывания нормы поведения;



- А кто у нас муж?
- Волшебник...
- Предупреждать надо!
-
- Мне ухаживать некогда. Вы привлекательны, я чертовски привлекателен. Чего зря время терять? В полночь жду.
-
- Вы сумасшедший?
- Напротив я так нормален, что порой сам удивляюсь.
-
- Топор, палача, рюмку водки! Водку мне, остальное ему!

• цитаты, употребляемые в узко дефинированном фильме-источником ситуативном контексте. Например: *Легким движением руки брюки превращаются... брюки превращаются... превращаются брюки... в элегантные шорты.*

Все указанные выше цитаты могут быть введены в разговорную речь как без изменений, так и с незначительными преобразованиями, позволяющими лучше приспособить их к данной ситуации общения. Например: *Не виноватая я! Он сам упал!* (вместо *Он сам пришел!*). Важно лишь, чтобы видеоизмененные цитаты оставались легко узнаваемыми.

Постараемся теперь выяснить приемы, позволяющие выделить потенциальную цитату в фильме-источнике. Запоминание и цитирование определенных фрагментов фильма происходит, вопреки общему мнению, не само по себе. Оно изначально «программируется» создателями фильмов. Если режиссер, автор сценария и актеры одинаково талантливы и ставят перед собой в процессе создания фильма одни и те же задачи, то на свет появляются такие шедевры, как «Бриллиантовая рука», «Ирония судьбы...», «Джентльмены удачи», «Белое солнце пустыни», подарившие нам множество цитат.

Если говорить о сценариях цитируемых фильмов, то необходимо прежде всего указать на злободневность и непреходящесть поставленных в них проблем и на актуальность их решения. Сценарист предлагает зрителю жизнь такой, какова она на самом деле, лишь немного срезая острые углы. Важно отметить и то, что запоминаются цитаты из так называемых легких фильмов: комедий, боевиков, детективов.

Теперь посмотрим на кинематографические

приемы, позволяющие выделить цитату из общего потока речи:

- съемка актера, произносящего «ключевую» фразу (а именно такими и являются в большинстве своем цитаты), крупным планом или снизу вверх;

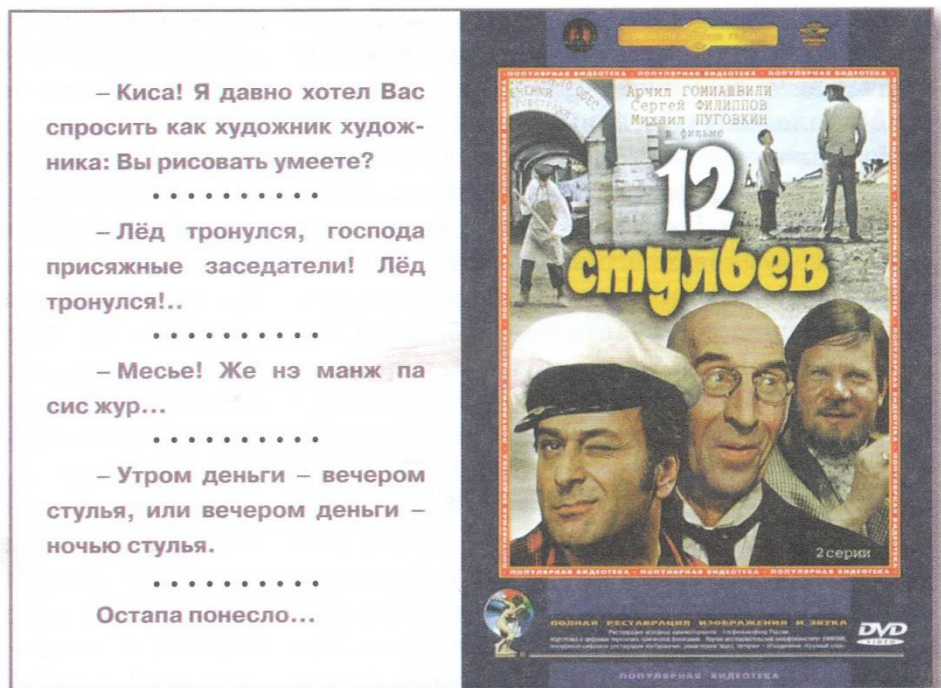
- стоп-кадр в момент произнесения актером данного фрагмента текста.

С точки зрения приемов сценической речи важно отметить:

- выделение значимого фрагмента паузами до и после;
- изменение громкости речи (как прибавление, так и уменьшение);
- изменение темпа речи (замедление).

При совмещении изобразительных и выразительных акцентологических приемов и рождается цитата. Она становится ключом к ситуации на экране, возникая в переломные для действия моменты, что также способствует ее запоминаемости.

Кроме того, интересно, что фрагменты речи, которым впоследствии суждено стать цитатами, нередко служат для разрядки обстановки на экране: благодаря удачной реплике конфликт снимается. Например, в «Иронии судьбы...» несостоявшийся жених в который раз врывается в квартиру, где уединились его бывшая невеста и ее новый зна-



комый, и бросается к праздничному столу, прежде накрытому только для него, а теперь «обслуживающему» чужака. Зритель ожидает повторения драки, скандала с битьем посуды. Но... *Какая гадость – эта ваша заливная рыба!* – отвергнутый жених обособляется от счастливых одной-единственной фразой, давая понять, что ни на что более не претендует. Вероятно, по аналогии с художественными фильмами-источниками цитаты и в реальной жизни используются в качестве «громоотводов», разряжая атмосферу или помогая собеседнику уйти от прямого ответа.

Более того, цитата в речи есть не что иное, как своеобразный (прежде всего социальный) пароль. Мы уже говорили выше о том, что представители разных поколений цитируют разные фильмы. Но с помощью цитаты можно узнать в толпе не только своего современника, но и своего единомышленника, единовеца (в широком смысле этого слова). Как? Самый простой способ – прислушаться к речи окружающих. По тому, какими цитатами они пользуются, можно определить их социальный статус, уровень образования, место проживания, место работы и специальность, круг общения и интересы, возраст, пол. Так, женщины редко прибегают к цитированию из фильма «Белое солнце пустыни», а мужчины избегают цитат из «Золушки». Более образованные люди часто цитируют фразы из фильмов Н. Михалкова («Несколько дней из жизни И.И. Обломова», «Утомленные солнцем»), тогда как люди со средним образованием предпочитают «Джентльменов удачи».

Из всего сказанного выше ясно, что иностранец, желающий жить в России, не станет полноценным участником общения без

знания основного набора цитат, используемых носителями русского языка. Следовательно, необходимо не просто просматривать художественные и мультипликационные фильмы, выучивая реплики персонажей и повторяя их; нужно разработать систему заданий, которые позволили бы иностранцу самостоятельно выделить ключевые фрагменты в потоке речи, описать ситуацию их использования, запомнить их и (для уровня С2) научиться применять в соответствии с этическими нормами и коммуникативной интенцией.

Необходимо включить работу с цитатами в комментарии к фильму, создаваемые учителем для проведения занятия, составить краткий словарь – перечень наиболее часто употребляемых цитат. В качестве контрольных заданий могут быть использованы упражнения по совмещению цитаты с профессиональной сферой или по подстановке цитаты в конкретную ситуацию повседневного общения.

Возможно, российские педагоги-практики, прочитав этот материал, выскажут ряд обоснованных претензий: недостаток аудиторного времени и невозможность проведения дополнительных внеаудиторных занятий по фильмам, специфика китайско-африканской аудитории по сравнению с аудиторией европейской и т.д. Хорошо, но тогда давайте вместе придумаем более простые, эффективные и интересные способы демонстрации иностранному учащемуся качеств русской души, чем художественный фильм и чем попытка объяснения продолжения бытия его героев в реальном мире. Причем начинать действовать нужно *«нэмэдленно, бэз шуму и пыли по вновь утвержденному плану!»*

Литература

1. <http://www.cytatnik.chat.ru>
2. <http://www.foxdesign.ru/aphorism/kino/kino09.html>
3. <http://www.goodfilms.narod.ru>
4. <http://www.kinoabout.narod.ru>
5. <http://www.mesto.boom.ru>
6. <http://www.mzel.narod.ru/movie.htm>
7. <http://www.perlodrom.ru/kino/>
8. <http://www.quiz.film.ru>