

## КОГНИТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ ПРЕЗЕНТАЦИИ ОБРАЗА РОССИИ В БРИТАНСКИХ УЧЕБНИКАХ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА КАК ИНОСТРАННОГО

**Аннотация.** Английский язык – один из самых популярных иностранных языков в России. Его изучают во всех государственных школах, в вузах и во многих языковых центрах России. Существует большое количество учебников английского языка, но чаще всего их содержание подвергалось анализу с точки зрения используемой методики, структуры урока, особенностей упражнений и др. Учебники являются носителями культуры, учебные материалы формируют отношение учащихся как к стране изучаемого языка, так и к родной культуре. Настоящее исследование посвящено анализу когнитивных стратегий презентации образа России в учебниках английского языка, изданных британскими издательствами Pearson Longman, Cambridge University Press, Oxford University Press. В ходе исследования было выявлено девять когнитивных стратегий презентации образа России, востребованных учебниками. Самыми распространенными оказались следующие: представление общих, поверхностных знаний о России; акцентирование роли русского языка в современном мире; включение феноменов русской культуры в мировой культурный фонд; тиражирование стереотипных представлений о русской культуре в ее отрыве от современного социокультурного контекста. Кроме того, в некоторых учебниках задействована когнитивная стратегия отказа от освещения феноменов российской культуры в пользу культуры других стран. Несмотря на небольшое количество информации о России в британских учебниках английского языка, отмечается низкая востребованность явно негативных контекстов, связанных с Россией; в основном анализируемые учебники не дают никакой оценки, контексты нейтральны. Выбор именно этих когнитивных стратегий авторами учебников создает предпосылки к формированию положительного отношения к России, интереса к нашей культуре, известным людям и отказа от распространенных негативных стереотипов.

**Ключевые слова:** когнитивные стратегии; образ России; учебники английского языка; методика преподавания английского языка; английский язык.

Pirozhkova I. S.  
Ekaterinburg, Russia

## COGNITIVE STRATEGIES OF RUSSIA'S IMAGE PRESENTATION IN BRITISH TEXTBOOKS OF ENGLISH AS A FOREIGN LANGUAGE

**Abstract.** English is one of the most popular foreign languages in Russia. It is studied in all state schools, universities and in many linguistic schools in Russia. There are many textbooks of the English language, but their content was studied mainly from the points of view of their methodology, unit structure, types of exercise and so on. However, textbooks are representatives of culture, the texts and exercises form the attitude of learners towards the country whose language is being studied and also towards the native country. This research analyzes cognitive strategies of Russia's image presentation in textbooks of English published by the British publishing houses Pearson Longman, Cambridge University Press and Oxford University Press. During this study we identified nine cognitive strategies of Russia's image presentation in the analyzed textbooks. The most popular strategies are the following: giving general and shallow information about Russia; emphasizing the role of the Russian language in the world; inclusion of phenomena of Russian culture in the world's cultural heritage; appeal to stereotypes about the Russian culture in their isolation from the modern socio-cultural context. Besides some textbooks use the cognitive strategy of elimination of information about Russia, while the other cultures are described. In spite of a small proportion of information about Russia in British textbooks of English, there is a tendency to include positive or neutral facts about Russia, rather than the negative ones. The choice of these cognitive strategies by the authors promotes the formation of the positive image of Russia, stimulates interest to the culture of this country and rejection of the notorious stereotypes.

**Keywords:** cognitive strategies; image of Russia; ESL textbooks; methods of teaching a foreign language; English language.

**Благодарности:** Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ, научный проект № 19-013-00895 «Учимся понимать Россию: когнитивные стратегии формирования методического материала по русскому языку как иностранному».

**Acknowledgments:** The reported study was funded by the Russian Foundation for Basic Research, project number 19-013-00895 "Learning to Understand Russia: Cognitive Strategies of Teaching Aids in Russian as a Foreign Language".

**Для цитирования:** Пирожкова, И.С. Когнитивные стратегии презентации образа России в британских учебниках английского языка как иностранного / И.С. Пирожкова // Филологический класс. – 2019. – № 4 (58). – С. 31–39. DOI: 10.26170/FK19-04-03.

**For citation:** Pirozhkova, I. S. (2019). Cognitive Strategies of Russia's Image Presentation in British Textbooks of English as a Foreign Language. In *Philological Class*. No. 4 (58), pp. 31–39. DOI: 10.26170/FK19-04-03.

**Введение.** XXI век ознаменован интеграцией России в международное сообщество. В области образования такая интеграция обусловлена, во-первых, присое-

динением России к Болонскому процессу в 2003 году, который предполагает реформу высшего образования с целью создания единого европейского образователь-

ного пространства; во-вторых, повышением требований к современному выпускнику, которые включают не только владение предметными компетенциями, но и высокий уровень надпредметных компетенций (так называемых Soft Skills) в том числе и на английском языке; и наконец, осознание роли английского языка россиянами: английский язык – это язык мировой политики, науки, экономики, бизнеса, туризма, средство глобального общения. В то же время для России очень важно сохранять свою национальную идентичность, свой язык, свои культурные традиции. Умение рассказывать о своей культуре на иностранном языке поможет россиянам разрушить те стереотипы, которые окружают образ нашей страны за рубежом. Учебники английского языка должны формировать такие умения, или, по крайней мере, не формировать негативного отношения российских учащихся, изучающих английский язык, к родной стране.

На сегодняшний день существует большое количество учебников английского языка разных издательств. Во многих университетах и языковых школах России учитель вправе сам решать, какой учебник будет использован в процессе обучения иностранному языку. Возникает необходимость осмысленного отбора учебника, который будет отвечать потребностям современных студентов, требованиям стандарта в овладении иностранным языком и не будет искажать образ родной страны, прививая тем самым неприязнь и отторжение родной культуры. Одним из важных критериев отбора, на наш взгляд, является представленность родной культуры студентов, отсутствие отрицательных стереотипных представлений о России. Как показали многие исследования, образ России часто искажен в учебниках русского языка как иностранного, которые активно используются для обучения студентов Китая, Болгарии, Чехии [Веснина 2019; Дзюба 2019]. Образ России в учебниках английского языка изучался на основе УМК New English File, было выделено 13 упоминаний России в учебниках этого комплекса, 2 положительных, 3 нейтральных и 6 отрицательных [Миков 2019]. Считаем важным продолжать подобные исследования и разрабатывать критерии отбора учебника иностранного языка.

**Цель исследования** заключается в выявлении когнитивных стратегий презентации образа России и русских, востребованных учебниками английского языка как иностранного. Выявление ведущих стратегий презентации образа России позволит сформулировать рекомендации учителям английского языка по отбору учебника, а также рекомендации авторам учебников по отбору текстового материала. Эта статья является частью комплексного исследования образа России, транслируемого учебниками русского языка как иностранного, написанными зарубежными авторами учебников английского языка [Веснина 2019; Дзюба 2019; Кирилова 2019; Миков 2019].

**Материалом исследования** послужили три УМК по английскому языку, изданные крупными британскими издательствами и широко распространенные в России. Были выбраны УМК трех издательств: Cambridge University Press – университетское издательство при Кембриджском университете с богатым опытом

издательства учебной литературы; Oxford University Press – издательство, являющееся частью Оксфордского университета, самое крупное издательство в мире, которое имеет свои филиалы в разных странах; и Pearson Longman – британское издательство, выпускающее учебники для изучающих английский язык.

Были выбраны следующие УМК:

1. Michael Harris, David Mower, Anna Sirkorzynska. Challenges. Pearson Longman, 2010.

УМК Challenges – трехуровневый курс (A1-B1), рассчитанный на подростков. «Этот УМК формирует у подростков чувство социальной ответственности, прививает положительные ценности и систематически отрабатывает языковые навыки, чтобы подростки могли стать уверенными гражданами мира» [Harris, Mower, Sirkorzynska 2010]. Этот учебник интересен тем, что каждый урок (Unit) содержит раздел Культура (Culture corner), описывающий разные страны и их традиции.

2. Chris Redston, Gillie Cunningham. Face2Face. Cambridge University Press, 2013.

УМК Face2Face – это шестиуровневый курс изучения английского языка для взрослых, который, по словам издателей, «построен на коммуникативном подходе в сочетании с лучшими новейшими методами обучения и делает процесс изучения английского языка и обучения ему легким и увлекательным» [Redston, Cunningham 2013].

3. Liz Soars, John Soars. New Headway. Oxford University Press, 2004.

УМК New Headway (Oxford University Press) представляет собой шестиуровневый курс обучения английскому языку взрослых, он построен на «проверенной методике, которая сочетает отработку грамматических навыков, расширение словарного запаса и овладение интегрированными навыками в процессе ролевых игр и сценок» [Soars L., Soars J. 2004].

#### **Методология исследования.**

Учебники иностранного языка неоднократно подвергались анализу по разным критериям. Рассматривались структура и содержание учебников иностранного языка [Арутюнов 1990; Беспалысо 1988; Бим 2002; Зуев 1983; Лернер 1992; Хоанг 2005 и др.]; визуальный компонент учебников [Воробьева 1990]; реализация современных подходов в учебниках иностранного языка [Владимирова 2015; Каган 1997; Череповская 2004]; требования к учебнику иностранного языка [Вятютнев 1984; Мазунова, Хасанова 2010; Фарисенкова 2002]. Особое внимание уделяется социокультурному компоненту в содержании учебников [Богатырева 1998; Верещагин, Костомаров 1981; Невмержицкая 2010; Никитенко, Осиянова 1993; Сафонова 1991; Вурам, Зарате 1997].

В данном исследовании была рассмотрена лингвокультурная и лингвострановедческая составляющая учебников английского языка, изданных британскими издательствами и представляющих собой примеры так называемых «ESL Textbooks» (учебников английского языка как иностранного). С помощью контент анализа были выявлены когнитивные стратегии презентации образа России в рассматриваемых учебниках. Методом сплошной выборки было выделено 33 контекста, связанных с Россией или русскими.

### Обсуждения и результаты.

Сегодня не подлежит сомнению, что язык необходимо изучать в тесной связи с культурой, «учебники иностранного языка стали более культуроемкими и представляют собой не только средство обучения иностранному языку, но и являются носителями культуры, транслируемой этим языком» [Карпец 2013: 3]. Анализ зарубежных учебников иностранного языка показывает, что они, как правило, содержат информацию о культуре страны изучаемого языка (Source culture), о культуре, родной для изучающих язык (Target culture) и о международной культуре (International culture) [Тео, Каewsakul 2016]. Больше всего информации в учебниках английского языка дается о культуре англоговорящих стран, что вполне обосновано. В нашем исследовании мы попытались выявить особенности представления русской культуры и выделить ведущие стратегии презентации образа России в популярных учебниках английского языка.

Содержание учебника играет большую роль в формировании отношения студентов к той или иной культуре. Включение некоторых материалов может сформировать неверное восприятие чужой культуры, но еще более опасным может стать негативное отношение учащихся к своей культуре, вызванное презентацией искаженного образа страны в учебнике. Так, справедливо утверждение, что «изучение английского языка должно быть построено с акцентом на родную культуру учащихся, а не на западные стандарты, которые часто представлены универсальными для всех стран и для всех культур» [Ahmad, Rashid Shah 2014: 13]. Именно поэтому важно анализировать учебники иностранного языка с целью определения роли культуры, родной для студентов страны, и выявления образа, который формируется этими учебниками.

Зарубежные авторы учебников английского языка используют разные когнитивные стратегии при представлении образа России. Под когнитивными стратегиями мы, вслед за Е. В. Дзюбой, понимаем «общий путь, или ментальный „маршрут“, формирования концептуального содержания изучаемого лингвокультурного или лингвострановедческого феномена» [Дзюба 2019: 77]. Автор выделяет шесть когнитивных стратегий представления образа России:

- стратегия отказа от освещения феноменов российской культуры;
- стратегия тиражирования стереотипных представлений о русской культуре в ее отрыве от современного социокультурного контекста;
- стратегия отрыва языка от его культуры в пользу культуры той страны, в которой осваивается русский язык как иностранный;
- стратегия разумного сочетания языка, культуры страны изучаемого языка с феноменами культуры той местности, где осуществляется обучение;
- стратегия включения феноменов русской культуры в мировой культурный фонд;
- стратегия сочетания традиционного и актуального в освещении фактов современной действительности [Дзюба 2019: 78].

Наше исследование показало, что помимо вышеуказанных в учебниках английского языка востребованы следующие когнитивные стратегии:

- стратегия смещения акцента на политику в связи с недостаточным знанием российской культуры;
- стратегия представления общих, поверхностных знаний о России;
- стратегия акцентирования роли русского языка в современном мире;
- стратегия преумножения роли России на международной арене.

Выбранные УМК имеют схожую структуру и состоят из учебника, рабочей тетради, книги для учителя, аудио и видео сопровождения. Нами были проанализированы учебники и рабочие тетради и методом сплошной выборки были выявлены материалы о России (тексты о России, упоминания России в упражнениях, задания, вопросы, фотографии и рисунки, связанные с Россией и др.). Мы не преследуем цель дать оценку выбранным УМК, мы лишь пытаемся определить особенности представления образа России в учебных материалах.

Наименьшее количество упоминаний России зафиксировано в **УМК Challenges** – четыре материала, размещенных не только в разделе Культура, но и в основном материале уроков. Примечательно, что в УМК первого уровня (Challenges 1) содержится больше всего упоминаний России – три. На с. 4 размещен Российский флаг среди четырнадцати флагов других стран и дано задание соотнести названия стран с их флагами. Далее, на с. 24 в разделе «Спортивная мода» (Sport Fashion) помещен текст про новых моделей в мире моды – спортсменов. Речь идет о российских теннисистках М. Шараповой и С. Кузнецовой, футболистах Дэвиде Бэхэме, Рональдо и Рональдино.

*Russian women tennis players are very popular. Good examples are Maria Sharapova (Wimbledon champion at seventeen) and Svetlana Kuznetsova (US Open champion at nineteen). They've got blond hair, blue eyes, and they are tall and slim – important for models. (p. 24)*

*Российские теннисистки очень популярны. Яркими примерами являются Мария Шарапова (победившая на Уимблдоне в 17) и Светлана Кузнецова (победившая на US Open в 19). У них светлые волосы, голубые глаза, они высокие и стройные, что важно для моделей (здесь и далее – перевод автора).*

В рассмотренном контексте создается положительный образ российских спортсменок – молодые талантливые победительницы, которые успешны не только в спорте. Во всех рассмотренных контекстах используется когнитивная стратегия включения феноменов русской культуры в мировой культурный фонд.

Последнее упоминание России в этом УМК находится в разделе Культура на с. 30. Текст рассказывает о национальных видах спорта в разных странах.

*Canada is a top ice hockey country with nine Olympic gold medals. Ice hockey is popular in other countries, e. g. in Czech Republic and Russia. (Канада – лидер в хоккее на льду и ее сборная имеет семь золотых олимпийских наград. Хоккей популярен и в других странах, например, в Чехии и России.)*

Акцент смещен на англоговорящую страну, и это оправдано, ведь язык изучают в контексте культуры стран, говорящих на нем, в данном случае можно гово-

речь о реализации когнитивной стратегии сочетания языка и культуры страны изучаемого языка с феноменами культуры той местности, где осуществляется обучение. Так как рассматриваемый учебник является интернациональным (так называемое International Edition – международное издание), то вполне логично, что традиции и обычаи других стран представляют на фоне традиций и феноменов англоговорящих стран.

В УМК второго уровня (Challenges 2) зафиксировано лишь одно упоминание России в разделе Культура (с. 74). В тексте рассказывается о национальных танцах разных стран. Реализуется когнитивная стратегия включения феноменов русской культуры в мировой культурный фонд:

*Cossack dances are from Russia and Ukraine. They are very energetic – some are more like gymnastics than dancing. Dancers have to be very fit as they jump very high and kick their legs up and down. They often jump over swords. The movements are similar to traditional Cossack activities, for example sword fighting and getting on and off horses. (Казачьи танцы появились в России и на Украине. Они очень энергичные – некоторые больше похожи на гимнастику, чем на танец. Танцоры должны быть в хорошей спортивной форме, так как им нужно выполнять высокие прыжки со взмахами ног. Часто танцуют с мечами. Движения напоминают традиционную деятельность казаков – бои на мечах или вскакивание на лошадь и спешивание с нее).*

В УМК третьего уровня (Challenges 3) нет ни одного упоминания России, что говорит о том, что ведущей является когнитивная стратегия отказа от освещения феноменов российской культуры в пользу освещения культуры других стран.

Вопреки нашим ожиданиям, УМК Challenges не обнаруживает тенденции активного включения России в общемировой контекст, упоминания фрагментарны, несмотря на то, что в учебнике содержится раздел Культура. Но с другой стороны, не было зафиксировано ни одного негативно окрашенного контекста, искажения фактов или ошибочных утверждений о России.

Немного чаще Россия упоминается в УМК **Face2Face**. В проанализированных учебниках и рабочих тетрадях шести уровней найдено восемь фрагментов, посвященных России. В учебниках самого первого уровня – Starter – нет ни одного факта о России. В следующем уровне – Elementary – встречаются три контекста, рассказывающих об известных людях России или выходцах из России. На с. 48–49 речь идет о создателях поисковой системы Google Ларри Пейдже и Сергее Брине: *Sergey Brin was born in Russia. His family went to live in the USA when he was 6. But his mother wasn't very happy about going to the USA... (Сергей Брин родился в России. Его семья переехала в США, когда ему было шесть лет. Однако его мама не была рада переезду...)*. В данном контексте не содержится явной оценочной информации, упоминается лишь факт происхождения одного из основателей Google.

Еще один нейтральный контекст включен в рабочую тетрадь данного уровня. На с. 26 приводятся исторические факты 1994 года. *In 1994 Bill Clinton was the President of the USA. John Major was the British Prime Minister and Boris Yeltsin was the Russian President. (В 1994 году Билл Клинтон был президентом США. Джон Мейджор был пре-*

*мьер-министром Великобритании, а Борис Ельцин был президентом России.)*

И последнее упоминание России в УМК данного уровня содержится в рабочей тетради на с. 52. Там представлен короткий текст про известную российскую модель Наталью Водянову. В данном тексте снова не содержится никакой оценки нашей страны, речь идет лишь о том, что модель родилась и выросла в России.

Выбор именно этих россиян вполне очевиден, их имена известны далеко за пределами России, многие из них с детства живут в США. Для всех вышеуказанных контекстов ведущей является когнитивная стратегия включения феноменов русской культуры в мировой культурный фонд.

Учебник уровня Pre-Intermediate представляет интересным для анализа, так как содержит неоднозначные высказывания о России и ее обычаях. Так, в тексте о культурных обычаях разных стран (с. 66–67) о России говорится следующее:

*In Russia, for example, you should never shake hands in a doorway... Also avoid leaving empty bottles on the dinner table in Russia – that's bad luck. (В России, например, нельзя пожимать руки стоя в дверном проеме... Так же не оставляйте пустые бутылки на столе, если вы находитесь в России – это принесет неудачу.)*

На наш взгляд, представленные в тексте учебника примеры являются суевериями, которым вряд ли стоит уделять внимание. Опрос студенческой аудитории показал, что поверье не пожимать руки стоя в дверном проеме утратило свою актуальность, многие даже не слышали о таком убеждении. Что касается второго предложения о пустых бутылках, то действительно, их не принято ставить на стол, однако это не та культурная особенность, которую стоит упоминать в учебнике, когда русской культуре уделяется так мало внимания.

Следующий контекст зафиксирован на с. 33 рабочей тетради. Здесь рассказывается о любви россиян к латиноамериканским сериалам. На наш взгляд, этот факт несколько устарел (хотя анализируемый учебник выпущен в 2015 году), потому что сегодня латиноамериканские сериалы уже не так популярны в России, как, например, 15 лет назад. Им на смену пришли американские и отечественные многосерийные фильмы.

*People watch Latin American telenovelas all over the world – even in countries like China, Poland and Russia. (Люди во всем мире смотрят латиноамериканские сериалы – даже в таких странах как Китай, Польша и Россия).*

В данных примерах можно говорить о когнитивной стратегии тиражирования стереотипных представлений о русской культуре в ее отрыве от современного социокультурного контекста.

Следующий контекст размещен на с. 47 рабочей тетради. Здесь приводятся цитаты известных людей (писателей О. Уайлда, Дж. Свифта, С. Моэма, британского актера Д. Клиза, американского комика Дж. Мейсона), и довольно неожиданно видеть здесь слова Владимира Ленина, российского революционера: *A lie told often enough becomes the truth. (Ложь, повторенная тысячу раз, становится правдой.)* Стоит отметить, что авторство данного высказывания спорно, разные источ-

ники упоминают Й. Геббельса и даже А. Гитлера в качестве авторов, однако в западной культуре эта фраза традиционно ассоциируется с В. И. Лениным. Здесь авторы учебника демонстрируют когнитивную стратегию смещения акцента на политику в связи с недостаточным знанием российской культуры. Политическая жизнь нашей страны всегда привлекала большее внимание мирового сообщества, нежели культурная и научная.

В учебнике уровня Advanced УМК Face2Face Россия упоминается в разделе «Мрачная наука» (Gloomy science) с. 48: *In the 21 century, we can expect countries like China, India and Russia to join US and gain economic superpower status. (В 21 веке мы можем ожидать, что такие страны, как Китай, Индия и Россия, присоединятся к США и получат статус экономических супердержав.)* Хотя не дается прямой оценки нашей стране, мы считаем, что в данных контекстах создается неблагоприятный образ России – страны недостаточно развитой, которая серьезно отстала от США в области экономики. Таким образом, задействована когнитивная стратегия преуменьшения роли России на международной арене.

Можно сделать вывод, что в УМК Face2Face реализованы разнообразные когнитивные стратегии, авторы уделяют внимание образу России, однако, зачастую этот образ строится на стереотипах и искаженных фактах; нет ни одного текста о литературе, кинематографе, науке в России, хотя эти сферы богаты фактами, заслуживающими внимания как русскоговорящих студентов, так и учащихся из разных стран.

Перейдем к анализу **УМК New Headway**, в котором зафиксировано самое большое количество контекстов о России – двадцать один. В учебнике начального уровня есть лишь одно упоминание России (с. 106); в тексте «Захватывающее путешествие» (An amazing journey) рассказывается о британской семье, которая путешествует по миру на своей машине. В тексте статьи Россия лишь упоминается в ряде других стран, которые посетили герои, но на рисунке мы видим карту, где изображен маршрут путешествия из Англии через Москву, Сибирь, озеро Байкал в Монголию, на Тибет и дальше. Считаем, что здесь ведущей является когнитивная стратегия представления общих, поверхностных знаний о России, ведь именно эти места упоминаются иностранцами при рассказе о России, кроме того не приводится никаких фактов о нашей столице, не рассказывается почему именно по этому маршруту ехали путешественники и т. д.

В учебниках уровней Elementary и Pre-Intermediate транслируется положительное отношение к русскому языку: на с. 7 (учебник уровня Elementary) появляется студентка из России и учит здороваться по-русски (транслитерированное «Privuet»); на с. 23 Марк Кениг, журналист службы ББС, рассказывает о своей работе в Москве и отмечает, что он говорит по-русски; на с. 90 юная балерина Роузи изучает русский язык, так как хочет танцевать на сценах Москвы; на с. 6 (учебник уровня Pre-Intermediate) итальянский студент изучает английский и русский языки и отмечает сложность программы. Во всех приведенных примерах реализуется когнитивная стратегия акцентирования роли русского языка в современном мире.

В учебнике и рабочей тетради уровня Pre-Intermediate присутствует фрагментарная информация об известных россиянах, городах и достопримечательностях. Так, на с. 47 в разделе «Четыре гения» (Four geniuses) приводятся факты о Моцарте, Пикассо, Эйнштейне и Нуриеве. Необходимо определить, где родился и в какой области прославился каждый из этих известных людей. Интересно, что для всех иностранных деятелей указано название страны в качестве места рождения (Австрия, Испания и Германия), в то время как для российского танцора Рудольфа Нуриева местом рождения значится Сибирь. На с. 92 в разделе о путешествиях присутствует упоминание Москвы и Красной площади, однако на этом знакомство с Россией заканчивается, далее подробно описываются путешествия по Испании, Голландии и Англии. На с. 96 дана сводка погоды в мировых столицах, Москва в их числе. В Москве холоднее всего – –1 и идет снег. Таким образом, транслируется стереотип, что Россия – холодная страна. На наш взгляд, в рассмотренных примерах ведущей является когнитивная стратегия представления общих, поверхностных знаний о России.

Интересным для анализа стал учебник New Headway уровня Intermediate, в котором приводятся два факта о России. На с. 35 в тексте *A world guide to good manners* (Гид по хорошим манерам в разных странах мира) описываются культурные особенности Америки, Канады, Японии, Италии, Испании и др. О России говорится следующее: *In Russia you must match your hosts drink for drink or they will think you unfriendly. (В России за столом необходимо выпивать столько же, сколько пьет хозяин, иначе вас будут считать недружелюбным.)* Мы уже не первый раз в ходе анализа культурно-специфического материала учебников отмечаем, что традиции России, выбранные авторами учебника, связаны с употреблением спиртных напитков, хотя в других странах мы получаем иную информацию. Например, в рассматриваемом тексте говорится, что в Канаде принято крепко жать руки, приветствуя друг друга; в Японии нужно поклониться партнеру; мы узнаем, что в Японии нужно снимать обувь, входя в дом или ресторан; в Италии, Испании и Латинской Америке ланч – это самый плотный прием пищи, он может длиться 2–3 часа; в Китае не принято обсуждать дела за обедом и др. Несмотря на открытость нашей страны, на богатую культуру и историю, стереотипы, живущие в сознании иностранцев, вытесняют фактическую информацию, в том числе и благодаря учебникам, которые придерживаются когнитивной стратегии тиражирования стереотипных представлений о русской культуре в ее отрыве от современного социокультурного контекста.

Еще один интересный пример искаженного восприятия российской действительности и представления непроверенной информации авторами учебника наблюдается в тексте про пиццу в разных странах (с. 51): *In America pepperoni is the favourite topping... In Japan, eel and squid are favourites. In Russia it's red herring, salmon and onions. (В Америке пепперони – любимая пицца... В Японии – пицца с угрем и кальмарами. В России больше всего любят пиццу с «красной селедкой», лососем и луком).* Возникает вопрос, что имели в виду авторы учебника, используя выражение «red herring». Это словосочетание

является идиомой и означает «отвлекающий маневр, ложная информация», красной селедки в природе не существует, но использование этого словосочетания в данном контексте не позволяет говорить о какой-либо метафоре или идиоме, скорее всего, авторы учебника просто заимствовали это предложение из интернет-источника. Так, в некоторых статьях в интернете можно найти описание необычной русской пиццы под названием Мокба (*Mokba is a Russian-style pizza combo that mixes tuna, sardines, salmon, mackerel, red herring and onions (typically served cold).* ([www.tasteofhome.com/article/check-out-these-surprising-pizza-toppings-from-around-the-world](http://www.tasteofhome.com/article/check-out-these-surprising-pizza-toppings-from-around-the-world))). На самом деле, пиццы с такой начинкой нет ни в одной из распространенных пиццерий в России (Pizzahut, Додо пицца, PizZaMia и др.), и она, конечно же, не является самой популярной среди россиян. Данный контекст иллюстрирует использование когнитивной стратегии представления общих, поверхностных знаний о России.

В учебнике New Headway уровня Upper Intermediate, кроме мимолетных упоминаний России и русского языка (название символа @ по-русски – sobachka), представлено два достаточно объемных текста, посвященных России. Первый из них рассказывает о Чукотке (с. 74) – о необычном быте, суровом климате севера России и губернаторе региона – Романе Абрамовиче. Этот регион выбран неслучайно, ведь британцы хорошо знакомы с Абрамовичем, он давно живет в Лондоне, владеет английским футбольным клубом. Стоит отметить, что в тексте описываются интересные факты о жизни этого северного города России, которые неизвестны даже россиянам. Например, *...in the capital Anadyr, ropes are tied along the streets to stop their inhabitants from blowing away.* (...в столице региона – Анадыре – вдоль улиц натянута канаты, чтобы во время сильного ветра люди могли за них держаться и их не сдуло.) или *It's so cold here that people don't use freezers. They hang their meat in plastic bags on nails above their windows.* (Здесь настолько холодно, что люди не пользуются холодильниками. Они просто вывешивают мясо в пакетах за окно).

Помимо традиционных для региона особенностей приводятся и актуальные факты:

*Abramovich has made Anadyr into a boom town... (Абрамович превратил Анадырь в быстрорастущий город). In the supermarket you can buy everything from carved walrus tusks to French camembert, Greek olive oil and Scottish whiskey.* (В супермаркете можно купить все: от резных бивней моржей до французского камамбера, греческого оливкового масла и шотландского виски).

На наш взгляд, приведенные выше контексты можно считать примерами реализации когнитивной стратегии сочетания традиционного и актуального в освещении фактов современной действительности.

Некоторая информация, приведенная в тексте, вызывает сомнения, скорее всего, это лишь распространенные стереотипы или преувеличения, появление которых в тексте связано с недостаточно хорошим знанием описываемого: *Conditions are cruel, and there may seem little to be passionate about other than reindeer, vodka, and the weird weather...* (Условия здесь суровы, кажется, что нет ничего интересного кроме оленины, водки и непредсказуемой пого-

*ды) ...the only flowers are the plastic ones which adorn restaurant tables. (...единственные цветы здесь пластиковые, которые украшают столики в ресторане). There is no crime, because it's just "too damn cold"! (Здесь нет преступности, просто потому что здесь «чертовски холодно»!)* Вряд ли можно считать эту информацию достоверной, здесь можно говорить об использовании когнитивной стратегии представления общих, поверхностных знаний о России, но необходимо отметить, что такая подача материала не создает негативный образ России, наоборот, она вызывает живое обсуждение и интерес учащихся.

Еще один текст в учебнике New Headway уровня Upper Intermediate рассказывает о переводчице Мэри Хобсон (с. 106), которая начала изучать русский язык в возрасте 60 лет и была награждена за лучший перевод Пушкина на английский язык. В целом текст реализует когнитивную стратегию акцентирования роли русского языка в современном мире.

Если выделить реалии России, встречающиеся в тексте, то это Пушкин, «Война и мир» Толстого и холодный, суровый климат России: *Poor old Pushkin: some of his letters were scandalous. Really very rude indeed.* (Бедняга Пушкин, некоторые его письма были весьма постыдными. Очень грубыми). *My daughter Emma gave me War and Peace, and I loved it so much.* (Моя дочь Эмма дала мне Войну и мир, и мне так понравился этот роман). *I try to go to Moscow in the coldest weather.* (Я всегда езжу в Москву в самый холод). Очевидно, что в данном случае ведущей при отборе материала является когнитивная стратегия представления общих, поверхностных знаний о России.

Таким образом, УМК New Headway содержит достаточно большое количество материала о России (по сравнению с другими рассматриваемыми УМК). Самой востребованной оказалась когнитивная стратегия представления общих, поверхностных знаний о России, но нужно отметить, что она далеко не всегда создает негативный образ России. На наш взгляд, только один контекст создает отрицательный образ России, представляя ее как страну, где очень важными являются традиции приема алкогольных напитков. Все остальные материалы привлекают внимание к нашей стране, побуждают иностранных студентов проверить приведенную информацию, а русскоговорящих студентов – опровергнуть или подтвердить ее.

**Выводы.** Проведенный анализ позволил выделить девять востребованных когнитивных стратегий представления образа России в британских учебниках английского языка.

Самой востребованной является когнитивная стратегия представления общих, поверхностных знаний о России (11 контекстов), в учебниках представлена информация о климате России, упоминаются всемирно известные писатели (Толстой, Пушкин), Москва и Красная Площадь, Сибирь и Байкал. С одной стороны, эта стратегия отражает то, что на Западе распространены лишь скудные знания о России, с другой стороны, показывает интерес к нашей стране и постепенный отказ от транслирования лишь негативных стереотипов. Интересным оказался факт, что учебники достаточно часто используют когнитивную стратегию акцентирования роли русского языка в современном мире (6 контекстов). Она является второй по частот-

ности и представлена положительными контекстами, показывающими важность русского языка и возможности, которые открываются при его изучении. Когнитивная стратегия включения феноменов русской культуры в мировой культурный фонд (6 контекстов) тоже является распространенной и представлена именами известных российских спортсменов (Кузнецова, Шарипова), модели (Н. Водянова), флагом РФ, президентом России (Ельцин), традициями (казацкие танцы).

В материалах учебников по-прежнему встречаются контексты, описывающие распространенные стереотипы (например, пьянство и традиции приема алкоголя), которые подтверждают использование когнитивной стратегии тиражирования стереотипных представлений о русской культуре в ее отрыве от современного социокультурного контекста (4 примера). Однако лишь два контекста можно рассматривать как негативные, остальные содержат не совсем достоверную информацию, которая сегодня уже перешла в разряд стереотипов (большая любовь русских к селедке и латиноамериканским сериалам, суеверия).

Когнитивная стратегия сочетания традиционного и актуального в освещении фактов современной действительности является мало востребованной и представлена лишь тремя контекстами (о суровом климате некоторых регионов России). Незначительная роль данной стратегии объясняется, возможно, недостаточным знакомством с современной Россией, низким интересом к культуре и традициям нашей страны.

Когнитивные стратегии сочетания языка и культуры страны изучаемого языка с феноменами культуры

той местности, где осуществляется обучение, стратегия смещения акцента на политику в связи с недостаточным знанием российской культуры и стратегия преуменьшения роли России на международной арене наименее популярны у авторов учебников. Кроме того необходимо отметить когнитивную стратегию отказа от освещения феноменов российской культуры в пользу освещения культуры других стран. В каждом УМК есть учебники, в которых Россия не представлена ни в текстах, ни в заданиях. Это учебники Challenges 3, Face2Face Starter, Intermediate, Upper Intermediate и New Headway Advanced.

В целом, можно отметить, что проанализированные учебники содержат мало информации о России, несмотря на укрепляющиеся тенденции к поликультурности и диалогичности учебных материалов. С другой стороны, изучение иностранного языка строится на основе изучения культуры и современного состояния стран, где этот язык является государственным, и учебники английского языка активно освещают культуру Великобритании, США, Канады и др. Отсутствие большого количества информации о России вполне закономерно и не снижает качество рассмотренных учебников, более того контекстов, создающих негативный образ России, гораздо меньше, чем тех, которые пробуждают интерес учащихся к нашей стране. В целом, выбор именно этих когнитивных стратегий авторами учебных материалов создает предпосылки к формированию положительного отношения к России, интереса к нашей культуре, известным людям и отказа от распространенных стереотипов.

#### ЛИТЕРАТУРА

- Арутюнов А. Р. Теория и практика создания учебника русского языка для иностранцев. – М.: Рус. яз., 1990. – 168 с.
- Беспалько В. П. Теория учебника: Дидактический аспект. – М.: Педагогика, 1988. – 160 с.
- Бим И. Л. Некоторые исходные положения теории учебника иностранного языка // Иностранные языки в школе. – 2002. – № 3. – С. 3–8.
- Богатырева М. А. Социокультурный компонент содержания профессионально-ориентированного учебника: англ. яз; неяз. вуз: автореф. дис. ... канд. пед. наук: 13.00.02. – М., 1998. – 26 с.
- Верецагин Е. М., Костомаров В. Г. О лингвострановедческом аспекте учебника // Содержание и структура учебника русского языка как иностранного: сб. статей. – М., 1981. – С. 154–170.
- Веснина Л. Е., Кирилова И. В. Образ России в китайских учебных материалах по русскому языку как иностранному: аксиологический аспект // Филологический класс. – 2019. – № 1 (55). – С. 83–88.
- Владимирова Л. П. Электронный учебник: проблемы и перспективы развития // Актуальные направления научных исследований: от теории к практике: материалы междунар. науч.-практ. конф., Чебоксары, 26 июня 2015 г. / под ред. О. Н. Широкова [и др.]. – Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2015. – С. 115–117.
- Воробьева И. В. Иллюстративный материал учебника как один из кодов отображения учебной информации // Русский язык за рубежом. – 1990. – № 5. – С. 23–28.
- Вятютнев М. Н. Теория учебника русского языка как иностранного (методические основы). – М., 1984. – 144 с.
- Дзюба Е. В. Когнитивные стратегии презентации образа России в зарубежных учебниках по русскому языку как иностранному для носителей славянских языков // Филологический класс. – 2019. – № 1 (55). – С. 75–82.
- Зуев Д. Д. Школьный учебник: монография. – М.: Педагогика, 1983. – 240 с.
- Каган О. Е. Теория и практика написания личностно-ориентированного учебника русского языка как иностранного: дис. ... канд. пед. наук: 13.00.02. – М., 1997. – 189 с.
- Карпец Е. В. Освоение мира иной культуры в культурно-образовательном пространстве учебника: автореф. дис. ... канд. культурологии: 24.00.01. – Саранск, 2013. – 26 с.
- Кирилова И. В. Образ России в китайских учебниках по русскому языку как иностранному // Когнитивные стратегии филологического образования в России и за рубежом: сборник научных статей / гл. ред. С. А. Еремина. – Екатеринбург, 2019. – С. 11–14.
- Лернер И. Я. Каким быть учебнику: дидактические принципы построения / под ред. И. Я. Лернера, Н. М. Шахмаева. – М.: Педагогика, 1992. – 169 с.
- Мазунова Л. К., Хасанова Р. Ф. Принципы создания современного учебника по иностранному языку // Вестник Башкирского университета. – URL: cyberleninka.ru/article/n/printsipy-sozdaniya-sovremennogo-uchebnika-po-inostrannomu-yazyku (дата обращения: 28.09.2019).
- Миков В. Ю. Образ России в учебниках английского языка как иностранного // Когнитивные стратегии филологического образования в России и за рубежом: сборник научных статей / гл. ред. С. А. Еремина. – Екатеринбург, 2019. – С. 14–18.
- Невмержицкая Е. В. Учебник иностранного языка как средство формирования этнической культуры // Вестник Московского государственного областного университета. Серия «Педагогика». – 2010. – № 2. – С. 185–188.

- Никитенко З. Н., Осиянова О. М. К проблеме выделения культурного компонента в содержании обучения английскому языку в начальной школе // *Иностранные языки в школе*. – 1993. – № 3. – С. 5–10.
- Хоанг Т. Т. Содержание и структура учебника русского языка для вьетнамских студентов-филологов (начальный этап): автореф. дис. ... канд. пед. наук: 13.00.02. – М., 2005. – 27 с.
- Череповская И. Б. Учебное пособие интерактивного типа для краткосрочных курсов РКИ (продвинутый этап): автореф. дис. ... канд. пед. наук: 13.00.02. – М., 2004. – 19 с.
- Сафонова В. В. Социокультурный подход к обучению иностранным языкам. – М.: Высшая школа; Америкорт Интернэшнл, 1991. – 311 с.
- Фарисенкова Л. В. Методические основы единого учебника русского языка для студентов-нефилологов // *Мир русского слова*. – 2002. – № 2. – С. 97–105.
- Ahmad H., Rashid Shah S. EFL textbooks: exploring the suitability of textbook contents from EFL teachers' perspective // *Transactions on education and social sciences*. – 2014. – Vol. 5. – № 1. – P. 10–18.
- Byram M., Zarate G. *The sociocultural and intercultural dimension of language learning and teaching*. – Strasbourg: Council of Europe, 1997. – 120 p.
- Harris M., Mower D., Sirkorzynska A. *Challenges*. – Pearson Longman, 2010. – URL: [www.pearson.com/english/catalogue/secondary/new-challenges.html](http://www.pearson.com/english/catalogue/secondary/new-challenges.html).
- Redston C., Cunningham G. *Face<sup>2</sup>Face*. – Cambridge University Press, 2013. – URL: [www.cambridge.org/is/cambridgeenglish/catalog/adult-courses/face2face-2nd-edition](http://www.cambridge.org/is/cambridgeenglish/catalog/adult-courses/face2face-2nd-edition).
- Soars L., Soars J. *New Headway*. – Oxford University Press, 2004. – URL: [elt.oup.com/catalogue/items/global/adult\\_courses/new\\_headway/?cc=ru&selLanguage=ru](http://elt.oup.com/catalogue/items/global/adult_courses/new_headway/?cc=ru&selLanguage=ru).
- Teo A., Kaewsakul W. Cultural Contents in Fundamental English Coursebooks // *NIDA Journal of Language and Communication*. – 2016. – P. 1–17.

## REFERENCES

- Ahmad, H., Rashid, Shah S. (2014). EFL textbooks: exploring the suitability of textbook contents from EFL teachers' perspective. In *Transactions on education and social sciences*. Vol. 5. No. 1, pp. 10–18.
- Arutyunov, A. R. (1990). *Teoriya i praktika sozdaniya uchebnika russkogo yazyka dlya inostrantsev* [Theory and Practice of a Textbook in Russian as a Foreign Language]. Moscow, Russkii yazyk. 168 p.
- Bespalyso, V. P. (1988). *Teoriya uchebnika: Didakticheskii aspekt* [A Textbook Theory: Didactic Aspect]. Moscow. 160 p.
- Bim, I. L. (2002). Nekotorye iskhodnye polozheniya teorii uchebnika inostrannogo yazyka [Some Basic Provisions of a Foreign Language Theory]. In *Inostrannyye yazyki v shkole*. No. 3, pp. 3–8.
- Bogatyрева, M. A. (1998). *Sotsiokul'turnyi komponent sodержaniya professional'no-orientirovannogo uchebnika: angl. yaz; neyaz. vuz* [Socio-cultural Aspect of a Profession Oriented Textbook]. Avtoref. dis. ... kand. ped. nauk. Moscow. 26 p.
- Byram, M., Zarate, G. (1997). *The sociocultural and intercultural dimension of language learning and teaching*. Strasbourg, Council of Europe. 120 p.
- Cherepovskaya, I. B. (2004). *Uchebnoe posobie interaktivnogo tipa dlya kratkosrochnykh kursov RKI (prodvinutyi etap)* [Interactive Textbook for Short-term Courses in Russian as a Foreign Language (Productive Stage)]. Avtoref. dis. ... kand. ped. nauk. Moscow. 19 p.
- Dzyuba, E. V. (2019). Kognitivnye strategii prezentatsii obraza Rossii v zarubezhnykh uchebnikakh po russkomu yazyku kak inostrannomu dlya nositelei slavyanskikh yazykov [Cognitive Strategies of Russia's Image Presentation in Foreign Textbooks in Russian as a Foreign Language]. In *Filologicheskii klass*. No. 1 (55), pp. 75–82.
- Farisenkova, L. V. (1997). *Metodicheskie osnovy edinogo uchebnika russkogo yazyka dlya studentov-nefilologov* [Methodological Bases of a Unified Textbook of Russian for Non-Linguistic Students]. In *Mir russkogo slova*. No. 2, pp. 97–105.
- Harris, M., Mower, D., Sirkorzynska, A. (2010). *Challenges*. Pearson Longman. URL: [www.pearson.com/english/catalogue/secondary/new-challenges.html](http://www.pearson.com/english/catalogue/secondary/new-challenges.html).
- Kagan, O. E. (1997). *Teoriya i praktika napisaniya lichnostno-orientirovannogo uchebnika russkogo yazyka kak inostrannogo* [Theory and Practice of Writing a Person-Oriented Textbook of Russian as a Foreign Language]. Dis. ... kand. ped. nauk. Moscow. 189 p.
- Karpets, E. V. (2013). *Osvoenie mira inoi kul'tury v kul'turno-obrazovatel'nom prostranstve uchebnika* [Learning the World of Foreign Culture in Cultural and Educational Space of a Textbook]. Avtoref. dis. ... kand. kul'turologii. Saransk. 26 p.
- Khoang, T. T. (2005). *Soderzhanie i struktura uchebnika russkogo yazyka dlya v'etnamskikh studentov-filologov (nachal'nyi etap)* [Content and Structure of a Textbook in Russian as a Foreign Language for Vietnamese Students Linguists]. Avtoref. dis. ... kand. ped. nauk. Moscow. 27 p.
- Kirilova, I. V. (2019). *Obraz Rossii v kitaiskikh uchebnikakh po russkomu yazyku kak inostrannomu* [Image of Russia in Chinese Textbooks of Russian as a Foreign Language]. In Eremina, S. A. (Ed.). *Kognitivnye strategii filologicheskogo obrazovaniya v Rossii i za rubezhom: sbornik nauchnykh statei*. Ekaterinburg, pp. 11–14.
- Lerner, I. Ya. (1992). *Kakim byt' uchebniku: didakticheskie printsipy postroeniya* [What a Textbook is Going to Be Like] / ed. by I. Ya. Lerner, N. M. Shakhmaev. Moscow, Pedagogika. 169 p.
- Mazunova, L. K., Khasanova, R. F. *Printsipy sozdaniya sovremennogo uchebnika po inostrannomu yazyku // Vestnik Bashkirskogo universiteta* [Principles of Compiling a Modern Textbook in a Foreign Language]. URL: [cyberleninka.ru/article/n/printsipy-sozdaniya-sovremennogo-uchebnika-po-inostrannomu-yazyku](http://cyberleninka.ru/article/n/printsipy-sozdaniya-sovremennogo-uchebnika-po-inostrannomu-yazyku) (mode of access: 28.09.2019).
- Mikov, V. Yu. (2019). *Obraz Rossii v uchebnikakh angliiskogo yazyka kak inostrannogo* [Image of Russia in Textbooks of English as a Foreign Language]. In Eremina, S. A. (Ed.). *Kognitivnye strategii filologicheskogo obrazovaniya v Rossii i za rubezhom: sbornik nauchnykh statei*. Ekaterinburg, pp. 14–18.
- Nevmershitskaya, E. V. (2010). *Uchebnik inostrannogo yazyka kak sredstvo formirovaniya etnicheskoi kul'tury* [A Textbook of a Foreign Language as a Means of Formation of Ethnic Culture]. In *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta. Seriya «Pedagogika»*. No. 2, pp. 185–188.
- Nikitenko, Z. N., Osyanova, O. M. (1992). *K probleme vydeleniya kul'turnogo komponenta v sodержanii obucheniya angliiskomu yazyku v nachal'noi shkole* [To the Problem of Identification of Cultural Component in the Content of English Language Teaching]. In *Inostrannyye yazyki v shkole*. No. 3, pp. 5–10.
- Redston, C., Cunningham, G. (2013). *Face<sup>2</sup>Face*. Cambridge University Press. URL: [www.cambridge.org/is/cambridgeenglish/catalog/adult-courses/face2face-2nd-edition](http://www.cambridge.org/is/cambridgeenglish/catalog/adult-courses/face2face-2nd-edition).
- Safonova, V. V. (1991). *Sotsiokul'turnyi podkhod k obucheniyu inostrannym yazykam* [Socio-cultural Approach to Teaching Foreign Languages]. Moscow, Vysshaya shkola, Amekort Interneshnl. 311 p.
- Soars, L., Soars, J. (2004). *New Headway*. Oxford University Press. URL: [elt.oup.com/catalogue/items/global/adult\\_courses/new\\_headway/?cc=ru&selLanguage=ru](http://elt.oup.com/catalogue/items/global/adult_courses/new_headway/?cc=ru&selLanguage=ru).
- Teo, A., Kaewsakul, W. (2016). Cultural Contents in Fundamental English Coursebooks. In *NIDA Journal of Language and Communication*, pp. 1–17.
- Vereshchagin, E. M., Kostomarov, V. G. (1981). *O lingvostranovedcheskom aspekte uchebnika* [About Linguistic and Country Specific Aspect of a Textbook]. In *Soderzhanie i struktura uchebnika russkogo yazyka kak inostrannogo: sb. statei*. Moscow, pp. 154–170.
- Vesnina, L. E., Kirilova, I. V. (2019). *Obraz Rossii v kitaiskikh uchebnikakh po russkomu yazyku kak inostrannomu: aksiologicheskii aspekt* [Image of Russia in Textbooks in Russian as a Foreign Language: Axiological Aspect]. In *Filologicheskii klass*. No. 1 (55), pp. 83–88.

Vladimirova, L. P. (2015). Elektronnyi uchebnik: problemy i perspektivy razvitiya [Electronic Textbook: Problems and Perspectives]. In Shirokova, O. N. (Ed.). *Aktual'nye napravleniya nauchnykh issledovaniy: ot teorii k praktike: materialy mezhdunar. nauch.-prakt. konf., Cheboksary, 26 iyunya 2015 g.* Cheboksary, TsNS «Interaktiv plyus», pp. 115–117.

Vorob'eva, I. V. (1990). Illyustrativnyi material uchebnika kak odin iz kodov otobrazheniya uchebnoi informatsii [Illustrations in a Textbook as One of the Codes of Information Reflection]. In *Russkii yazyk za rubezhom*. No. 5, pp. 23–28.

Vyatyutnev, M. N. (1984). *Teoriya uchebnika russkogo yazyka kak inostrannogo (metodicheskie osnovy)* [Theory of a Textbook in Russian of a Foreign Language (Methodological Foundation)]. Moscow. 144 p.

Zuev, D. D. (1983). *Shkol'nyi uchebnik: monografiya* [School Textbook]. Moscow, Pedagogika. 240 p.

#### **Сведения об авторе**

Пирожкова Ирина Сергеевна – кандидат филологических наук, доцент кафедры делового иностранного языка, Уральский государственный экономический университет (Екатеринбург).

Адрес: 620144, Россия, Екатеринбург, ул. 8 Марта/Народной Воли, 62/45.

E-mail: irene22@live.ru.

#### **Author's information**

Pirozhkova Irina Sergeevna – Candidate of Philology, Associate Professor of the Department of Business Foreign Languages, Ural State University of Economics (Ekaterinburg).