

УДК 528.8.04, 528.88

**Таратухина Юлия Валерьевна,**  
к.ф.н., с.н.с.  
Институт проблем управления,  
Российской академии наук.  
Москва, Россия  
jvt@ipu.ru

**Цыганова Любовь Александровна,**  
к.и.н., доцент, доцент,  
Департамент интегрированных коммуникаций,  
Национальный исследовательский университет,  
«Высшая школа экономики»,  
Москва, Россия,  
ltsyganova@hse.ru

### **ОНЛАЙН-КУРС КАК МЕДИАПРОДУКТ: СОЗДАНИЕ МУЛЬТИМЕДИЙНОГО КУРСА «МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ»**

*Аннотация:*

Основной фокус исследования направлен на анализ преподавания межкультурных коммуникаций, а также методики преподавания. В российской системе образования инициаторами изучения «Межкультурных коммуникаций» были преподаватели иностранных языков, изучение особенностей культур и практических навыков в межкультурном общении стало необходимым для эффективной коммуникации с представителями других культур. На данный момент, дисциплина преподается на различных направлениях подготовки, что предопределило изменения фокуса преподавания и дополнения практического и описательного характера дисциплины необходимыми теоретическими обобщениями и положениями. Создание нового медиапродукта может способствовать не только освоению компетенций, заложенных непосредственно в программу курса «Межкультурные коммуникации», но и формированию важных метакомпетенций, связанных с креативностью, критическим мышлением, кооперацией, командной работой.

*Ключевые слова:*

межкультурная коммуникация, онлайн-образование, контекстное обучение, методы преподавания, медиа-продукт

Российская Федерация - многонациональная, многоэтническая, многоконфессиональная страна. В настоящий момент как никогда актуальна стоит вопрос межкультурного взаимодействия в РФ, можно констатировать увеличение освещения в СМИ конфликтов. Еще одна проблема заключается в том, что это обучение не только принимающей стороны, но и приезжающей стороны - с одной стороны гость всегда прав, с другой - «со своим самоваром в Тулу не ездят». Мы видим опасный и даже критический момент - где грань принятия? Кто идет на уступки? Что такое толерантность? Что такое принятие и понимание иного? Отдельно стоит отметить рост иностранных студентов в российских вузах. Сегодня как нельзя остро стоит вопрос обучению и пониманию межкультурного взаимодействия.

В условиях пандемии и гибридного обучения создание медиаплатформы по обучению межкультурному взаимодействию - актуально и востребовано как в студенческой, так и профессиональной среде. Необходимо сочетание как теоретического материала (концепции Э. Холла, Г. Хофстеде, Р. Льюиса, В. Гудикунста и др.), так и практических навыков. Важно показать практический характер Межкультурной коммуникации, вернуться к истокам создания дисциплины - когда она была направлена на практические рекомендации по взаимодействию с представителями других культур [1].

Надо учитывать, что дисциплина «Межкультурные коммуникации» - это не попытка познакомит студентов с историей, обычаями, традициями, социальной организацией стран. Это возможность обобщения основных теорий и показать процесс исследования межкультурных коммуникаций с позиций различных парадигм.

Теория измерений культуры Г. Хофстеде, управления беспокойством и неопределенностью Гудикунста, высоко- и низконтекстуальных культур Э. Холла, культурной грамотности Э. Хирша, кросс-культурная теория адаптации (cross-cultural adaptation theory), культурный шок, U-curve theory и интегративная модель (integrated model, «незападные» теории межкультурной коммуникации, транснационализм, мультикультурализм, пост- и деколониальные теорий. Этот минимум создает базис, который позволяет студенту анализировать различные уровни межкультурной коммуникаций, процессы

глобализации и транснационализма, перемен и роста значения понимание других культур, необходимого для интеграции и т.д.

Современный курс, размещенный в системе E-learning может представлять из себя полноценный медиапродукт: в него могут входить видеозаписи лекционного материала (в том числе в режиме самозаписи), аудиоподкасты с дополнительными материалами по курсу, текстовый контент с интерактивными ссылками (гlossарий и ссылки на первоисточники), междисциплинарные тесты, визуальные материалы (фотографии). На платформе размещается банк заданий студентов, выступающий в качестве медиатеки по курсу, текстовые материалы, видеоматериалы, записи интервью [2].

Мультимедийный продукт может использоваться и пополняться на протяжении нескольких лет: студенты вместе с преподавателем создают контент, что является дополнительным мотивирующим фактором. Более того, развивается креативность, критическое мышление, кооперация, умение работать в командах, в том числе мультикультурной. Дополнительно можно добавить блог на wiki -движке, который студенты пополняют полезными материалами по курсу.

Данный подход позволяет максимально практикоориентировать курс по межкультурной коммуникации, а также будет способствовать развитию soft skills, толерантности, интереса к иным культурам.

Дидактический потенциал подобного мультимедийного продукта очевиден: студенты не просто усваивают материал в присущей ранее репродуктивной манере, а вместе с преподавателем становятся полноценными соавторами курса и создателями образовательного контента. Можно говорить о создании дидактического фрейма курса [3; 4].

Какие разделы может включать в себя курс:

Аннотация: данный курс содержит в себе теоретическую и практическую информацию о специфике межкультурной коммуникации в различных профессиональных сферах. Умение эффективно коммуницировать с представителями разных культур на сегодняшний день является одной из самых востребованных компетенций.

Тема 1. Что такое культурный интеллект и почему необходимо его развивать в современной жизни

Тема 2. Основные подходы к классификации культур

Тема 3. Основы кросс-культурной и этнической психологии (специфика принятия решения в разных культурах). Что лежит в основе национальной ментальности

Тема 4. Дискурсивные модели в разных культурах (структура речевого взаимодействия, особенности письменной и устной риторики), вежливость, политическая корректность, специфика юмора

Тема 5. Невербальная семиотика и ее значение в деловой межкультурной коммуникации

Тема 6. Некоторые аспекты гастрономического этикета и этикета дарения в разных культурах

Тема 7. Взаимосвязь национальной ментальности и корпоративной культуры. Основы кросс-культурного менеджмента. Специфика мотивации, лидерства в разных культурах. Особенности работы в мультикультурной команде.

Тема 8. Культурный интеллект и его роль для различных профессиональных сфер

*Методики преподавания.* Используются различные методики обучения, в том числе *метод контекстного обучения*, который связан с погружением студентов с помощью перформанса и визуализации в контекст изучаемых культур. Цель аудиторных занятий с использованием данной методики: дать студентам возможность практической апробации теоретического материала и отработки навыков межкультурной коммуникации. Это способствует улучшению межличностных отношений внутри студенческой группы, что, в свою очередь формирует толерантное отношение к представителям различных культурных и социальных групп, разрушает стереотипы и предрассудки. *Метод интерактивного моделирования* межкультурного взаимодействия (имитация работы в поликультурной команде, где каждому участнику дается “культурная роль”, в соответствии с которой он выстраивает дискурс и паттерны поведения (ролевая игра)). После завершения дискуссии проводится совместный анализ соответствия критериям поведения и деятельности представителей различных культур. *Метод биографической рефлексии* активно используется при проведении дискуссий и обсуждений основных теоретических постулатов и концепций, с целью демонстрации практико-ориентируемого характера дисциплины и значения межкультурной компетентности [5].

Использование методов биографической рефлексии, интерактивного моделирования, метода ролевых игр и др., помогает студенту изучить различные аспекты межкультурного взаимодействия, дифференцировать основные проблемы межкультурных коммуникаций в современных условиях и определять перспективы их дальнейшего развития; анализировать роль межкультурных коммуникаций в условиях глобализации. Отдельно хотелось бы отметить, что межкультурная коммуникация интересна тем, что ее можно рассматривать как на макро-, так и на микро - уровнях, поэтому изучение специфики кинематографа или субкультур (субпотоков, городских племен) также представляется интересным и важным. Анализируя причины, условия возникновения субкультуры, историю становления и развития, коммуникацию с доминантной культурой и стереотипы, студенты учатся выявлять элементы собственной культурной идентичности; анализировать культурные стереотипы и пути их возникновения.

Примеры групповых заданий:

“*Отражение национальной культуры в кинематографе*”. Студентам предлагается снять видеоролики по заданному сценарию с учетом культурной специфики. Например, сказка “Красная Шапочка”

в индийской, французской, испанской и других кинематографических традициях. Данный метод организации групповой работы дает студентам глубинное понимание отражения национальной культуры в кинематографе и способах ее репрезентации.

“*Специфики коммуникации в разных странах*” и “*Культурные особенности городских микрокультур*”. При подготовке и выполнении данных заданий студенты учатся использовать теоретический материал в практико-ориентированном контексте, во время выступления с презентациями студенты применяют перформативные технологии и визуализирование культурного образа (внешний вид, элементы одежды, дискурс, невербальное поведение, гастрономические особенности).

Методика контекстного обучения проведения аудиторных занятий представляет собой практико-ориентированный подход, в основе которого лежит имитация и моделирование культурного и кросс-культурного контекстов. Как показала практика наибольший интерес и значимость представляют презентации, сделанные носителями определенной культуры (Грузия, Армения, Узбекистан, Казахстан, Китай и т.д.). Это способствует не только укреплению национальной и этнической идентификации студентов, но и улучшению межличностных отношений внутри студенческой группы. Что, в свою очередь формирует толерантное отношение к представителям различных культурных и социальных групп, разрушает стереотипы и предрассудки.

Командные авторские деловые игры с возможностью проведения онлайн [6; 7; 8]:

*Иностранец в компании.* В компанию приезжает коллега из другой страны (представитель компании-партнера). Сотрудничество очень важно, так как имеет большие перспективы и должно принести выгоду всем. От того, насколько хорошо вы "примете" данного гостя и выстроите с ним контакт во многом зависит успех будущего сотрудничества. Члены команд должны продумать все возможные детали встречи и дальнейшего общения с иностранным коллегой с учетом его национальных особенностей, а именно:

1. Приветствие и знакомство
2. Понимание его культурно-коммуникативной специфики, которая поможет выстроить конструктивные коммуникации (согласно подходам Р. Льюиса, Э. Холла, Г. Хофстеде)
3. Особенности невербальной коммуникации (взгляд, улыбка, паралингвистика (темп речи, эмоциональность, экспрессивность), кинесика, проксемика, запрещенные жесты)
4. Подарки, корпоративные подарки (принятые у представителей данной культурной группы)
5. Специфика юмора, характерная для представителей данной культурной группы
6. Отношение ко времени (по Холлу и Льюису) и как это можно использовать.
7. Ценности, лежащие в основе менталитета представителей данной культурной группы и определяющие их поведение (по Р. Инглхарту и др.)
8. Гендерные стереотипы и предрассудки носителей данной культуры (отношение к возрасту и полу)
9. Табу (что категорически "не принято" в общении)

*Акселератор адаптации иностранцев в России.* Студенты по ряду параметров : поведение на улице в российских городах, приметы и суеверия, специфика деловой жизни в российских компаниях, общие особенности вербальной и невербальной коммуникации в России, готовят сообщения, которые по их мнению, были бы полезной информацией для иностранца, приехавшего в РФ и ускорили бы процесс его первичной адаптации.

*Работа в мультикультурной команде.* Каждому студенту дается культурно-специфическая роль (китаец, британец и т.д.), в соответствии с которой он выстраивает коммуникацию в команде.

*Консалтинг.* Студентам даются задания на разработку рекомендаций по работе с представителями разных культур.

Перед педагогом, преподающим теоретические дисциплины всегда стоит вызов: как сделать курс интересным? Как «уйти» от пересказа теории и как научить делать исследования в рамках этих теорий? Использование методов биографической рефлексии, интерактивного моделирования, метода ролевых игр и др., помогает студенту изучить межкультурное взаимодействия, дифференцировать основные проблемы межкультурных коммуникаций в современных условиях и определять перспективы их дальнейшего развития; анализировать роль межкультурных коммуникаций в условиях глобализации.

Отдельно хотелось бы отметить, что межкультурная коммуникации интересна тем, что ее можно рассматривать как на макро-, так и на микро - уровнях, поэтому изучение специфики кинематографа или субкультур (субпотоков, городских племен) также представляется интересным. Анализируя причины, условия возникновения субкультуры, историю становления и развития, коммуникацию с доминантной культурой и стереотипы, позволяют студентам выявлять элементы собственной культурной идентичности; анализировать культурные стереотипы и пути их возникновения.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Taratuhina Y., Tsyganova L. A. The Problems of Teaching and Learning in a Cross-Cultural Environment // Strategic Innovative Marketing 6th IC-SIM, Pafos, Cyprus 2017. Springer, 2019. Ch. 31. P. 267-275.

2. Taratuhina Y., Tsyganova L. A., Bezus S., Tkalenko D. Features of Contextual Learning and Business Games in Teaching “Intercultural Communication” // Business Intelligence and Modelling Unified Approach with Simulation and Strategic Modelling in Entrepreneurship / Ed. by Y. Taratuhina. Springer, 2021. P. 317-327
3. Жаров В. К., Таратухина Ю. В., Блескина И. А. Дизайн и принципы проектирования поликультурной информационно-образовательной среды // Информатизация образования и науки. 2017. Т. 4. № 36. С. 140-156.
4. Таратухина Ю. В., Безус С. Н. Бытовая культура и этикет народов мира: межкультурная коммуникация: учебное пособие для среднего профессионального образования / Под общ. ред.: Ю. В. Таратухина, С. Н. Безус. М.: Юрайт, 2019. 265 с.
5. Таратухина Ю. В., Цыганова Л. А., Ткаленко Д. Э. Межкультурная коммуникация в информационном обществе. М.: Издательский дом НИУ ВШЭ, 2019. 256 с.
6. Таратухина Ю. В., Цыганова Л. А. Межкультурная коммуникация: семиотический подход. М. : Юрайт, 2019. 199 с.
7. Цифровые технологии как основа инновационных процессов в образовании // Коллективная монография по материалам международного круглого стола (май 2021 года). М.: Янус-К, 2021. 200 с.
8. Цыганова Л. А. Культура и образование в мире постпандемии: новые вызовы. // В кн.: Современные проблемы цифровой трансформации экономики, образования и государственного управления. Махачкала: АЛЕФ, 2020. С. 37-41.

**Taratukhina Yulia Valerievna,**  
Ph.D., Senior Scientist,  
Institute for Management Problems,  
Russian Academy of Sciences.  
Moscow, Russia  
jvt@ipu.ru

**Tsyganova Lyubov Alexandrovna,**  
PhD in History, Associate Professor,  
Associate Professor at the Department of Integrated Communications,  
National Research University,  
“High School of Economics”,  
Moscow, Russia,  
ltsyganova@hse.ru

#### **ONLINE COURSE AS A MEDIA PRODUCT: CREATION OF A MULTIMEDIA COURSE “INTERCULTURAL COMMUNICATION”**

*Abstract:*

The main focus of the research is aimed at analyzing the teaching of intercultural communication, as well as teaching methods. In the Russian education system, the initiators of the study of “Intercultural Communication” were teachers of foreign languages, the study of the characteristics of cultures and practical skills in intercultural communication became necessary for effective communication with representatives of other cultures. At the moment, the discipline is taught in various areas of training which predetermined the change in the focus of teaching and the addition of the practical and descriptive nature of the discipline with the necessary theoretical generalizations and provisions. The creation of a new media product can contribute not only to the development of competencies incorporated directly into the program of the course “Intercultural Communication” but also to the formation of important meta-competencies associated with creativity, critical thinking, cooperation, teamwork.

*Keywords:*

intercultural communication, online education, contextual learning, teaching methods, media product.