

3.2. Использование медиатекстов агроэкологической тематики в практике преподавания иностранного языка в аграрных вузах

*Ляхнович Татьяна Леонидовна,
канд. филол. наук, доцент, доцент кафедры лингвистических
дисциплин, Учреждение образования «Белорусская
государственная орденов Октябрьской Революции и Трудового
Красного Знамени сельскохозяйственная академия»*

*Алипичев Алексей Юрьевич,
канд. пед. наук, доцент, доцент кафедры иностранных и
русского языков, ФГБОУ ВО «Российский государственный
аграрный университет – МСХА имени К.А. Тимирязева»*

*Таканова Ольга Владимировна,
канд. пед. наук, доцент, доцент кафедры теории, практики
и дидактики перевода, АНО ВО «Университет мировых
цивилизаций имени В.В. Жириновского»*

Введение

Цифровизация образования стала неотъемлемым этапом общественного развития. В настоящее время в обучении используются все типы электронных носителей информации: компьютеры, смартфоны, планшеты. Важно помнить, что одной из основных целей высшего образования является эффективная подготовка студентов к профессиональной деятельности с учетом текущего уровня технического прогресса. Современные профессии претерпевают серьезные изменения, связанные с внедрением цифровых технологий. В связи с этим образование претерпевает неизбежные трансформации, связанные как со способами получения новой информации, так и со способами ее обработки и представления полученных результатов. Перед преподавателями встает задача интегрировать цифровые инструменты в образовательный процесс и научить студентов правильно и эффективно ими пользоваться для формирования необходимых компонентов профессиональной компетентности и успешного профессионального становления.

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

В данном параграфе подробно рассматривается специфика чтения и перевода медиатекстов из онлайн источников, особенности медиасреды в контексте цифровизации и возможности использования такого контента в процессе изучения иностранного языка.

Роль медиатекстов в обучении иностранным языкам

В «цифровую эпоху» интернет становится все более широко используемым информационным пространством, и все более популярным источником актуальной информации зачастую становятся медиатексты, т.е. новостные и научно-популярные сообщения, публикуемые в электронных источниках.

Процесс преобразования бумажной прессы в онлайн-формат начался в конце 90-х годов. На тот момент размещаться в интернете стали ранее существовавшие печатные газеты. Инициатива исходила от редакторов крупнейших изданий с регулярным выходом (ежедневных, еженедельных, ежемесячных) и на разных языках (арабском, французском, английском и др.). Постепенно большинство пресс-компаний стали создавать свои сайты для позиционирования в интернете и таким образом более эффективного продвижения своей деятельности.

Сейчас же можно констатировать, что мир вступил в новую эру, которую антропологи определяют как «цифровую эпоху» и которая в свою очередь стала новым плацдармом для размышлений. В современном технологически развитом обществе традиционные средства массовой информации остаются востребованными в основном старшим поколением. Самым распространенным информационным пространством в настоящее время является интернет. Причиной его популярности и массового использования выступает несколько объективных факторов.

Чтение имеет большое значение для формирования мировоззрения, коммуникативных и аналитических навыков. Формат цифровой прессы и, соответственно, медиатекстов, можно назвать интерактивным, поскольку в ней

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

могут быть ссылки для перевода с целью уточнения лексики, гиперссылки или дополнительные видеоролики, обучающиеся могут писать и читать комментарии, выделять важную информацию или добавлять закладки, таким образом, изучение языка происходит на аутентичном материале и по сути в аутентичной среде, что, в свою очередь, эффективно формирует коммуникативную компетенцию студентов, а также способствует развитию их критического мышления.

Несомненно, онлайн-пресса выполняет значимую коммуникативную функцию. Новости содержат оперативную информацию, они активно обсуждаются и комментируются читателями, осуществляется обмен мнениями по теме. Благодаря интеграции с социальными сетями пользователи могут делиться публикациями и полезными ссылками по той или иной проблеме. Также неоспоримым преимуществом новостных онлайн-ресурсов (медиатекстов) является их доступность для бесплатного просмотра и комментариев. События освещаются в режиме реального времени с учетом развития ситуации. Читать новости онлайн можно независимо от временных и геолокационных факторов.

Итак, при сосуществовании цифрового и печатного контента можно отметить, что чтение онлайн прессы в настоящее время вошло в социокультурную практику пользователей.

Таким образом, чтение медиатекстов в настоящее время стало неотъемлемым элементом социокультурной практики и, в частности, преподавания и изучения иностранных языков. Во-первых, огромное количество аутентичного текстового (в том числе, и новостного) материала служит образовательным контентом [18]. Кроме того, педагогам и обучающимся теперь доступны специализированные форумы, социальные сети, веб-сайты, приложения, платформы, блоги, которые предполагают дальнейшее обсуждение новостных материалов и обмен мнениями. Тем самым, можно говорить об их особой дидактической ценности. Она находит свое выражение в

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

том, что чтение медиатекстов онлайн-ресурсов представляет собой коммуникативную ситуацию, в рамках которой реализуется взаимосвязанная деятельность. Все действия осуществляются в дискурсивной медиасреде (сайты, социальные сети, блоги) и составляют микроситуации общения.

Аутентичные тексты периодических изданий включают в себя различные виды материалов: статьи, интервью, биографии, социологические опросы, объявления, комиксы, фотографии, рекламу и т.д. Грамотно подобранные тексты разных жанров обеспечивают не только получение фактической информации по широкому спектру вопросов, но и являются содержательной и речевой базой формирования информационно-аналитических, коммуникативных и переводческих компетенций.

Медиатексты онлайн-изданий содержат богатый материал для анализа лексических и грамматических явлений, особенностей публицистического стиля, структурных и композиционных особенностей текста.

Работа с медиатекстами влияет на восприятие информации и когнитивные процессы, связанные с ее обработкой, и, следовательно, может способствовать развитию информационно-аналитических умений. Восприятие информации зависит от медиадискурсивных характеристик онлайн-прессы, непосредственно влияющих на вовлеченность обучающегося в процесс чтения. При этом, как и печатные газеты, онлайн-издания зачастую выражают авторскую позицию, в т.ч. имплицитно.

В данном контексте будет интересно рассмотреть, каким образом можно изучать иностранный язык при помощи чтения медиатекстов из онлайн источников.

Целесообразность и эффективность использования различного рода медиатекстов при изучении иностранных языков сейчас совершенно не вызывает сомнения. Существует большое количество работ, в которых исследователи и преподаватели-практики рассказывают о привлечении такого рода текстов на всех этапах изучения языка, от начального уровня до

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

продвинутого [16]. Различные материалы массмедиа (статьи, фрагменты теле- и радиопередач, интернет ресурсы) широко применяются при обучении иностранному языку не только в языковых вузах, но используются в работе с теми студентами, которые получают профессиональное образование в учебных заведениях медицинского, технического, экономического, художественного и т.д. профиля (см., например, [1], [3], [6], [10], [11], [12], [13], [14]).

Медиатексты из онлайн источников являются не только средством изучения лексических и грамматических явлений языка, особенностей публицистического стиля, рассмотрения структурных и композиционных особенностей представления информации [4].

Анализ медиатекста может влиять на восприятие человека, его когнитивные процессы, и, следовательно, на практику чтения. С дидактической точки зрения следует принять во внимание то, что практика чтения зависит от организации и медиадискурсивных характеристик онлайн-прессы, которые непосредственно влияют на вовлеченность обучающегося в процесс чтения [17].

Кроме того, необходимо учитывать не только контроль формирования навыков понимания прочитанного у студентов, но также их мнение об онлайн-прессе. В этом контексте читатель рассматривается как «социальный деятель», а не как «ученик», тем более что чтение онлайн-прессы в жизни обычно происходит в неформальной обстановке.

Принимая во внимание социальное значение чтения прессы, можно утверждать, что онлайн-пресса представляет собой пространство дискурсивного выражения. Прежде всего, чтение представляет собой взаимодействие различных дискурсов, представленных в разных источниках текстами разных жанров и регистров. Кроме того, как и печатные газеты, онлайн-газеты придерживаются редакционной линии, журналистской этики.

Описание мультимедийного пространства основано на модели, созданной К. Девелотт в одной из его исследовательских работ по анализу и

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

использованию мультимедийных устройств в преподавании и изучении языков [19]. Автор предлагает аспекты дискурсивного выражения в интернете: со стороны медиасреды – «размещение на экране», «размещение в медиасреде» и «дискурс», со стороны пользователя, соответственно, «навигация».

К. Девелотт выделила основные характеристики дискурсивного выражения в веб-среде:

- на уровне «размещения на экране», видно, что одной из отличительных черт онлайн-прессы является фрагментированное представление первой страницы издания, что свидетельствует о трудности восприятия информации с точки зрения формирования единства смысла;

- на уровне «размещения в медиасреде» сосуществуют основные семиотические составляющие: текст, изображение (анимированное / не анимированное) и звук. Это свидетельствует о мультимодальности текста онлайн-прессы и, соответственно, возникает необходимость пересмотра понятия текста в цифровом контексте;

- на уровне дискурса, особенно в заголовках и разделах, очевидны гипертекстовые особенности онлайн-контента. Кроме того, особенность заголовков в медиапространстве заключается в их «нестабильности»: читатель имеет возможность прокручивать заголовки, выбирая самый интересный [19].

Итак, чтение прессы на экране гаджета можно считать довольно сложным когнитивным процессом. Действительно, восприятие определенного медиаконтента может объединять в себе не только собственно чтение, но и просмотр видео, прослушивание интервью, просмотр фотоотчетов, написание комментариев [7]. Взаимодействие в социальных сетях или на других коммуникационных платформах, которое происходит параллельно с чтением прессы или же на основе прочитанного, тем самым происходит формирование значительного спектра информационно-перцептивных и коммуникативных умений и навыков обучающихся.

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

Таким образом, медиатексты электронных средств массовой информации имеют ряд преимуществ при обучении иностранному языку:

1) такие тексты могут предоставить нам свежие новости из стран изучаемого языка, продемонстрировать интересный страноведческий и профессионально ориентированный материал;

2) также тексты являются исходным материалом для создания различных активно-коммуникативных и информационно-аналитических учебных заданий;

3) как правило, медиатексты имеют большое количество иллюстраций, видео материалов, за счет которых изучение языка получится более интересным как в аудитории, так и самостоятельно. Ресурсы сети (тексты новостей, информационно-аналитические материалы, видеосообщения и выступления и др.) являются бесценной базой для создания информационно-предметной среды, для образования и самообразования студентов, удовлетворения их личных и профессиональных интересов и потребностей.

Опыт создания пособия для чтения и перевода на основе медиатекстов

Программа подготовки по иностранному языку на этапе магистратуры предполагает обильное чтение оригинальных материалов по специальности, овладение профильной лексикой с целью дальнейшей реализации приобретенных знаний в профессиональной и/или научной деятельности.

Как правило, для достижения нормативно заданных результатов обучения магистранты занимаются домашним чтением, сами себе находят тексты (статьи, книги, статьи по специальности, разумеется, из интернета), потом приносят свои переводы на проверку, и при проверке обнаруживается, что выполнены они с помощью компьютерного переводчика без должного анализа и редактирования итогового переводного текста. Вот несколько наиболее ярких примеров подобных переводов, когда компьютер предлагает явно неподходящие варианты перевода. *Hospitality to migrants is on the rise, but farm*

hands keep coming. – Враждебность к мигрантам растет, но **руки фермеров** (сельскохозяйственные наемные рабочие – Т.Л.) продолжают прибывать. И если в этом случае обучающиеся могут задуматься и исправить ошибки самостоятельно, встречаются и более тонкие случаи искажения смысла, которые могут остаться незамеченными. Посмотрим на компьютерный перевод следующей фразы: “*While welcoming foreign farm workers, Poland has fenced out refugees.*” – “Приветствуя иностранных работников, Польша **ограждает беженцев** (т.е. пытается защитить беженцев, предоставить им какие-то дополнительные права). На самом деле, смысл фразы очевидно противоположный – Польша не впускает (избегает) беженцев, пытается оградиться от них.

Перевод имен собственных также вызывает немалые трудности. Безусловно, перевод имен собственных предполагает определенный уровень знаний и подготовки, но если мы в иностранном тексте сталкиваемся с названиями книг, журналов, организаций, с географическими названиями и так далее, то всегда можно проверить по достоверным источникам и справочникам, как принято передавать эти названия на русском языке. Но часто обучающиеся упускают это из виду. В итоге *Brown University* превратился в университет в г. Брауне, а *Duke University* – в университет в г. Дьюке. Эти нелепые ошибки свидетельствуют о пробелах в фоновых знаниях, которые, однако, можно было устранить, проверив информацию хотя бы в Википедии. *Duke University* назван в честь Вашингтона Дюка и находится в г. Дареме, Северная Каролина; по-русски обычно говорят Дьюкский университет или Университет Дюка. Точно так же *Brown University* (Брауновский университет / Университет Брауна) расположен не в г. Браун, а в г. Провиденс штата Род-Айленд и назван в честь Николаса Брауна, одного из выпускников университета, члена семьи Браунов, которые играли большую роль в жизни университета.

В этой же статье студентка столкнулась с названием *University of Massachusetts Dartmouth* и оставила компьютерный перевод: *Университет*

**Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве:
междисциплинарный подход**

штата Массачусетс Дартмут, а следовало бы написать *Университет штата Массачусетс в Дартмуте*.

Компьютерный переводчик не умеет учитывать контекст, поэтому фамилия *King* переводится ею как ‘Король’. В одном абзаце, вероятно, благодаря слову ‘инженер’, эта ошибка была исправлена: *agricultural engineer Bradley King – инженер Брэдли Кинг*. Зато двумя абзацами ниже инженер Брэдли Кинг превратился в короля:

<i>King and his partners conducted a series of studies on...</i>	<i>Король и его партнеры провели ряд исследований...</i>
--	--

При переводе некоторых предложений, включающих имена собственные, важно уметь пользоваться приемами компенсации и целостного преобразования, уметь внести необходимые дополнения в текст перевода во избежание двусмысленностей и ошибок. Так, английская фраза “*Thompson and Morgan, creators of the TomTato...*” переведена следующим образом: “*Томпсон и Морган, создатели ТомТата...*”. Читатель понимает, что это ученые, которые вывели новый сорт помидора. Но далее в этой же статье следует фраза “*Talking to BBC, Thompson and Morgan director Paul Hanson explained...*”, которую студентка перевела почти правильно: “*В беседе с ББС (Sic! Это Би-Би-Си – Т.Л.) руководитель компании Томпсона и Моргана Пол Хансон объяснил...*”. Переводчик должен был увидеть текст целиком, чтобы понять, что *Thompson and Morgan* – это компания. В первом случае надо было написать ‘Компания “Томпсон и Морган”, которая является создателем ТомТата...’, и внести коррективы во втором случае.

С подобной ошибкой сталкиваемся и в следующем переводе:

<i>John Wilkinson is associate professor in the Graduate Center for Development, Agriculture and Society, Rural Federal University, Rio de Janeiro. He is co-author of “From</i>	<i>Джон Уилкинсон доцент, выпускник центра развития сельского хозяйства и общества Федерального аграрного университета Рио-де-Жанейро,</i>
--	--

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве:
междисциплинарный подход

<i>Farming to Biotechnology</i> ” (1987) <i>and co-editor of Fair Trade</i> (2007).		соавтор “От земледелия к биотехнологии” (1987) и соредактор “Справедливая торговля”.
--	--	---

Неблагозвучие русской фразы вызвано грамматической ошибкой – существительные ‘соавтор’ и ‘соредактор’ требуют после себя родительного падежа, а не именительного. В интернете легко проверить, что Дж. Уилкинсон является одним из трех авторов *книги* “От земледелия к биотехнологии” и соредактором *журнала* “Справедливая торговля”. Кроме того, в этом же предложении допущена грубейшая ошибка с переводом названия *Graduate Center for Development, Agriculture and Society*. Из английской фразы следует, что Дж. Уилкинсон – это не выпускник центра, а доцент, *работающий в Центре высшей школы по вопросам развития, сельского хозяйства и общества*.

Таким образом, преподавателям становится ясно, что читать аутентичные тексты на первом, как минимум этапе, следует вместе, чтобы научить видеть подобные искажения смысла и не допускать их. Следовательно, использование медиаконтента при обучении иностранному языку должно быть хорошо спланировано и организовано. Безусловно, необходим предварительный анализ потенциального текстового материала. Критериями для отбора содержания обучения являются актуальность информации; языковая сложность и когнитивная доступность материала; валидность источника информации (достоверность, надежность, аргументированность и т. д.); прагматическая ценность текста (упоминание определенных реалий, незнание которых препятствует пониманию смысла текста); психолого-физиологические особенности обучающихся [2].

В данной работе авторы поставили целью описать опыт использования медиатекстов в качестве учебного материала на занятиях по английскому языку в вузе аграрного профиля. Опыт работы с медийными англоязычными текстами сельскохозяйственной тематики был обобщен и систематизирован, в результате

**Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве:
междисциплинарный подход**

чего было создано учебно-методическое пособие для занятий по английскому языку с магистрантами сельскохозяйственных вузов “Agriculture: problems and achievements” [8].

Пособие было задумано как своего рода хрестоматия по чтению аутентичных профессионально-ориентированных текстов, которые посвящены важным вопросам сельскохозяйственного производства и в то же время представляют собой образцы современного английского языка, отличаются занимательным содержанием, что немаловажно для повышения мотивированности студентов к изучению языка, и обладают значительным методическим потенциалом.

Все эти характеристики присущи статьям из журнала The Economist, отобранным для пособия. В них освещаются различные аспекты развития сельского хозяйства в разных странах мира. Статьи насыщены профессиональной терминологией, общенаучной и общеупотребительной лексикой, сложными грамматическими конструкциями, а также содержат интересную и полезную информацию, необходимую для расширения кругозора, развития фоновых знаний, формирования профессиональной межкультурной компетенции. Например, в пособие вошли статьи, где обсуждаются новые технологии (agricultural robots, space technology in agriculture, computerized farming), анализируются проблемы, с которыми сталкивается современное сельское хозяйство (worker scarcity, food crime: food fraud in European countries, cattle rustling in South Africa, fish smuggling in Norway), дается описание общего состояния сельского хозяйства в некоторых странах мира (farming in the Netherlands, Danish agriculture, agritech in Israel), рассматриваются отдельные отрасли сельского хозяйства (rooftop farming in Singapore, dairy farming in Nigeria, pig farms in China, raising cows in the desert of Qatar). Всего в пособие включено 20 текстов, из них десять статей с разработанными предтекстовыми, текстовыми и послетекстовыми лексическими и грамматическими упражнениями составляют основу десяти

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

уроков, а еще десять текстов сопровождаются небольшим количеством заданий и собраны в отдельном разделе для дополнительного чтения (*Text Bank*).

Во всех отраслях экономики, в том числе и в сельском хозяйстве, востребованы специалисты, которые владеют иностранным языком и имеют навыки работы со специальной литературой на иностранном языке. Но для того, чтобы правильно интерпретировать профессионально ориентированную литературу и успешно общаться с коллегами как в бытовой, так и в профессиональной сфере, специалисты должны понимать лингвокультурную информацию. Таким образом, формирование лингвокультурной компетенции является важной составляющей обучения иностранному языку в неязыковом вузе.

Под лингвокультурной компетенцией понимается, кроме собственно языковых знаний, знание национальных особенностей культур как изучаемого языка, так и своего родного; знание речеповеденческих норм и правил социума в процессе коммуникации; знание особенностей национальной ментальности и т.д. Учебников, которые дают возможность преподавателям систематически и целенаправленно работать над формированием лингвокультурной компетенции в неязыковом вузе, к сожалению, не существует, поэтому большинство исследователей в области лингводидактики считает, что в работе над формированием лингвострановедческой компетенции следует опираться на аутентичные профессионально ориентированные тексты.

Разнообразные синтаксические конструкции, устойчивые обороты, большое количество фраз с глаголами в активном и пассивном залоге в сочетании с богатым лексическим материалом дают возможность разработать комплекс предтекстовых упражнений и, используя языковой материал статей, вспомнить основные грамматические явления и закрепить базовые лексико-грамматические навыки и умения при дальнейшей работе с текстами.

Лингвокультурная компетенция подразумевает также знание особенностей культуры людей иных национальностей. Английский язык в

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

современном мире является языком международного общения, и нужно учитывать, что в своей профессиональной деятельности выпускник аграрного вуза может столкнуться как с носителями, так и с неносителями английского языка, поэтому необходимо, чтобы у него были фоновые знания о культуре, истории, экономике тех стран, с представителями которых он общается. Статьи из журнала *The Economist* являются отличным подспорьем в этом вопросе, так как они рассказывают об инновациях и развитии сельского хозяйства в разных странах. В этих статьях можно найти и безэквивалентную лексику, и прецедентные имена, и культурные ассоциации, которые скрываются за игрой слов и метафорами.

Важной особенностью, которая характеризует медиатексты, является обилие в них слов и выражений, передающих культурно и социально значимую информацию. Это имена собственные (географические названия, имена известных людей и исторических персонажей, названия учебных заведений и компаний, прецедентные тексты и т.д.), неологизмы, общеупотребительные аббревиатуры, устойчивые обороты, фразеологизмы. Без точного понимания этих лексических единиц невозможно адекватное восприятие текста, поэтому слова такого рода в пособии вынесены в раздел примечаний (*Notes*) после текста, где они подробно объясняются: приводится транскрипция, перевод, в случае необходимости – страноведческий комментарий. Например, после текста “*Cattle Rustling in South Africa*” раскрываются такие реалии Южной Африки, как *rand* (денежная единица ЮАР), *Afrikaner* (уроженец Южной Африки европейского происхождения), *Free State* и *KwaZulu Natal* (провинции ЮАР); приводится транскрипция для усвоения правильного чтения географических названий: *Bethlehem* [ˈbeθliɪm] (г. Бетлехем в Оранжевой провинции ЮАР), *Lesotho* [leˈsuːtuː] (Kingdom of Lesotho – Королевство Лесото, государство-анклав в Южной Африке, полностью окруженное территорией Южно-Африканской Республики). Короткие пояснения к каждому географическому названию являются далеко не лишними, потому что

**Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве:
междисциплинарный подход**

представления современной молодежи о мире, к сожалению, весьма несовершенны. Как показывает практика, прочитав предложение “*He studies law in Dresden.*”, многие студенты затрудняются ответить на вопрос, о какой стране идет речь.

Выделение из текста статьи сложных для понимания оборотов, содержащих фразовые глаголы, омонимы и многозначную лексику, идиомы, трансформированные пословицы и поговорки, метафоры и т.д., анализ и перевод этих конструкций на этапе до прочтения текста облегчает чтение и помогает студентам правильно понять содержание, не прибегая к компьютерному переводу, к которому они постоянно обращаются, особенно при выполнении домашнего задания. В тех случаях, когда компьютер предлагает явно неподходящие варианты перевода (*Hosility to migrants is on the rise, but farm hands keep coming.* – *Враждебность к мигрантам растет, но руки фермеров (сельскохозяйственные наемные рабочие – Т.Л.) продолжают прибывать.*), студенты могут задуматься и исправить ошибку. Но более тонкие случаи искажения смысла могут остаться незамеченными. Посмотрим на компьютерный перевод следующей фразы: “*While welcoming foreign farm workers, Poland has fenced out refugees.*” – “*Приветствуя иностранных работников, Польша ограждает беженцев (т.е. пытается защитить беженцев, предоставить им какие-то дополнительные права).* На самом деле, смысл фразы очевидно противоположный – *Польша не впускает (избегает) беженцев, пытается оградиться от них.*

В статье “*Alaskan Agriculture*” упоминается несколько исторических реалий. Реалии, к которым, как известно, относятся предметы, явления материальной культуры, обычаи, обряды, исторические факты или процессы и т.д., составляют основу фоновых знаний. Восприятие реалий может представлять определенную сложность для современных студентов, если они не обладают соответствующими знаниями. Именно поэтому пояснение фактов и явлений, упоминаемых в статье, приводится в примечаниях:

**Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве:
междисциплинарный подход**

Alaska's state fair – Ярмарка штата Аляска; ежегодная ярмарка штата, проводимая в г. Палмере, популярное полуторанедельное мероприятие, которое начинается в конце августа;

Matanuska Colony – сельскохозяйственная колония в долине Матануска, примерно в 45 милях к северо-востоку от Анкориджа, Аляска, была создана в 1935 году в рамках проекта «Новый курс»;

New Deal scheme – «Новый курс», система реформ президента Франклина Рузвельта, направленных на преодоление Великой депрессии 1933-1938 гг.

Выражения, обозначающие социально значимые события в странах, о которых повествует статья, также могут быть непонятны студентам. Например, сейчас почти забыто и требует объяснения такое явление, как *horsemeat scandal* / *horsemeat affair* (подмешивание конского мяса в мясные продукты и замороженные полуфабрикаты из говядины), хотя в 2013 году, когда разразился этот скандал, о нем писали все СМИ.

Читая статьи по сельскому хозяйству из журнала *The Economist*, студенты часто сталкиваются с неологизмами, например, *glamping* – глемпинг (контаминация слов *glamorous* и *camping*, разновидность кемпинга, объединяющая в себе комфорт гостиничного номера с возможностью отдыха на природе; туризм люксовой категории, с дизайнерскими рюкзаками, огромными палатками и едой, которая отличается от тушенки с перловкой), *Brexit* (выход Великобритании из Евросоюза) – контаминация слов *British* и *exit*, политический термин, который студенты, конечно, слышали, но, возможно, мало понимают.

В примечаниях также объясняются некоторые устойчивые обороты и идиоматические выражения: *doctored photographs* – фотомонтаж (зд. *doctored* = поддельный, сфабрикованный), *the great outdoors* – матушка природа, живая природа, *poster child* – наглядный пример, олицетворение.

Комментирование в сносках социально значимой и культурно-специфической лексики важно для формирования межкультурной

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

компетенции, расширения фоновых знаний студентов, а для формирования собственно языковой компетенции необходима тщательная работа со всеми лексическими и грамматическими ресурсами статей.

Овладение лексикой, как специальной, имеющей отношение к профилю вуза, так и общеупотребительной, а также систематизация грамматических знаний является обязательным условием формирования у обучающихся умения вдумчивого чтения текстов с полным извлечением информации и должной ее интерпретацией. Именно поэтому в каждом уроке пособия приводится достаточно много упражнений, в которых формируются и закрепляются лексические и грамматические навыки чтения и говорения.

Все уроки в пособии имеют одинаковую структуру. В начале каждого урока для предварительного знакомства приводится список наиболее важных слов и выражений, извлеченных из статьи данного раздела (*Words to know before reading*). Это терминологические единицы, малознакомая общеупотребительная лексика, стилистически маркированные слова, фразовые глаголы, устойчивые словосочетания и выражения.

Далее, на этапе *Pre-reading*, предлагаются разнообразные упражнения с активной лексикой урока, целью которых является снятие лексических трудностей чтения. Это может быть отработка произношения, перевод словосочетаний и фраз из текста, упражнения на различение омонимов, перевод многозначных слов с учетом контекста и т.д.

Целью раздела '*Focus on grammar*' является снятие грамматических трудностей чтения. Сами статьи дают подсказку, на какие грамматические явления следует обратить внимание. Например, если в статье "*Farm Labour*" неоднократно встречаются предложения с глаголом *to have* в модальном значении (1. *Mrs Capper had to supplement her labour force with locals.* 2. *General manager has had to take many British workers off fruit-picking and give them easier husbandry tasks.* 3. *Farmers fear that they will have to rely more on Britons.*), то естественно включить в этот урок повторение всех функций глагола *to have*,

**Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве:
междисциплинарный подход**

отобрать из текста фразы, содержащие данный глагол, проанализировать их и перевести, а для закрепления и активизации грамматического явления подобрать еще несколько заданий по теме.

В целом, в десяти уроках первой части пособия удастся повторить целый ряд грамматических феноменов: степени сравнения и сравнительные обороты, пассивные конструкции, различные значения слова *that*, функции глаголов *would, to be* и *to do*, различные функции инфинитива, различные инфинитивные обороты, причастия и их функции в предложении.

Далее в уроке следует раздел '*Reading*'. Перед первым прочтением статьи (чтение с общим охватом содержания, ознакомительное, поисковое чтение) дается определенное задание: найти информацию, необходимую для ответа на поставленный вопрос, соотнести названия упомянутых в статье организаций с видом их деятельности, определить истинность или ложность утверждений по содержанию текста, дополнить таблицу недостающими сведениями и т.д.

Второе прочтение статьи предполагает более тщательное знакомство с ее содержанием. Разнообразные задания, направленные на проверку прочитанного, а также упражнения на повторение и закрепление активной лексики приводятся в разделе '*Reading and vocabulary comprehension*'.

В последнем задании урока студентам предлагается пересказать прочитанную статью, т.е. кратко изложить обсуждаемые в ней идеи, факты, события, выразить свое отношение к прочитанному, аргументировать свою точку зрения. Таким образом, тексты используются и для совершенствования навыков говорения, построения собственного монологического высказывания. При выполнении этого задания студенты могут опираться на приводимый в конце книги план реферирования статьи, в котором имеется перечень клишированных фраз и оборотов, используемых в подобной речевой деятельности.

При работе с медиатекстами следует также учитывать еще один важный аспект – их публицистический стиль. Обсуждаемые статьи

**Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве:
междисциплинарный подход**

сельскохозяйственной тематики из журнала *The Economist* также представляют собой яркие образцы публицистического стиля. Они имеют просветительский характер, являются информативными, способствуют распространению актуальных знаний, и в то же время отличаются высокой экспрессивностью, изобилуют эмоционально окрашенной и оценочной лексикой, фразеологизмами, образными словосочетаниями, характеризуются широким использованием языковой игры. Как в заглавиях статей, так и в самом тексте используются различные инструменты создания языковой игры: аллитерация, омонимия, трансформация фразеологических единиц и прецедентных текстов, аллюзии, каламбуры, метафорическое употребление лексики и т.д. Причем особенность языковой игры в медиатекстах по сельскому хозяйству состоит в том, что в них специфические способы креативного употребления фразеологических единиц и фразеологических оборотов определяются тематикой самих текстов. Например, в статьях о птицеводстве обыгрываются птицеводческие термины, а в текстах, где обсуждаются урожаи/неурожаи овощей и фруктов, эксплуатируется растениеводческая лексика, в материалах же по животноводству ключевыми словами образных выражений выступают животноводческие термины.

В статьях, отобранных для изучения в пособии “*Agriculture: problems and achievements*” [8], также наблюдается много случаев языковой игры, образного употребления тематической лексики. И если студенты не способны увидеть в статье факты языковой игры, не замечают креативное использование различных языковых средств, то они теряют значительную часть информации, проигрывают от невозможности оценить экспрессивность или комический эффект, создаваемый разнообразными проявлениями языковой игры.

Чтобы расширить языковую и лингвокультурологическую компетенцию студентов аграрного вуза, предупредить возможные ошибки и коммуникативные неудачи при чтении и переводе медиатекстов по сельскому хозяйству в пособии “*Английский язык. Agriculture: problems and achievements*”

**Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве:
междисциплинарный подход**

[8] используется комментирование. Как правило, это комментарии после текста, в которых подробно объясняются случаи метафорического использования тематической лексики или же разъясняются случаи проявления языковой игры.

Например, в статье “*Cattle Rustling in South Africa*” в качестве подзаголовка используется выражение “*Where’s the beef?*”. Кажется нормальным, что слово *beef* (говядина) употребляется в статье, где речь идет о крупном рогатом скоте, однако вопрос не следует понимать буквально, хотя элемент двойной актуализации смысла здесь тоже присутствует. Студентам предлагается следующий комментарий: “Обратите внимание на метафорическое выражение в заглавии статьи: “*Where’s the beef?*”. Здесь слово ‘*beef*’ не имеет значения ‘говядина’. Популярное выражение “*Where’s the beef?*” появилось в США и Канаде в 1984 г. как рекламный слоган сети ресторанов быстрого обслуживания Wendy’s и сейчас представляет собой универсальный вопрос, который значит “*В чем же суть?*”. Ответ на вопрос, поставленный в начале статьи, находим в последнем абзаце – “*There’s no border!*” (between the Republic of South Africa and Lesotho, which makes trafficking of cattle possible...)” [8, с. 9].

После статьи “*Food Crime*” о разного рода преступлениях, связанных с подделкой продуктов питания, также следует небольшое объяснение того, как создается комический эффект: “Обратите внимание на игру слов в предложении “*Britons can expect more corn flakes for breakfast.*”, которая построена на созвучии слов ‘*flakes*’ (хлопья) и *fakes* (фальсификат, подделка)” [8, с. 17].

В медиатексте о контрабанде рыбы из Норвегии наблюдается несколько случаев метафорического использования тематической лексики, за счет чего повышается экспрессивность всего текста. Приводимый в уроке комментарий, возможно, позволит студентам лучше почувствовать выразительность статьи: “Обратите внимание на метафорическое использование тематической лексики.

**Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве:
междисциплинарный подход**

В названии статьи ‘*Cod awful*’ узнается прилагательное ‘*god-awful*’ = ‘*богомерзкий, отвратительный, ужасный, безобразный*’, в котором, однако, элемент ‘*god*’ заменен на созвучное слово ‘*cod*’ = ‘*треска*’. Таким образом, достигается двойная актуализация смысла. Как и в подзаголовке ‘*Norway has had its fillet of fish-smugglers*’, где слово *fillet* (филе) имеет другое, ироничное значение ‘*сливки, элита*’, как будто у Норвегии есть некие ‘избранные мошенники’, занимающиеся контрабандой рыбы. Метафорическое использование тематической лексики находим также в выражении ‘*smell fishy*’ = ‘*вызывать подозрение, не вызывать доверия*’, в причастном обороте ‘*some of those (= holidaymalers) caught in the trawl*’, (здесь речь идет об отдыхающих, которые *попали в сети*, т.е. которых разоблачили при проверке), а также в предложении ‘*Now that tourists are after precious Norwegian fish, perhaps parliament will bite.*’ (если речь идет о спасении ценной рыбы, ‘возможно, парламент *клюнет / сглотнет наживку*, т.е. отреагирует должным образом).’ [8, с. 23].

Интересный материал для анализа разных случаев языковой игры содержится в статье “*Investing in Agriculture*”. Основная идея статьи заключается в том, чтобы поведать читателю *почему* и *какие* финансовые структуры, далекие от аграрного производства, начали вкладывать деньги в сельское хозяйство. Собственно, уже подзаголовки в структуре названия статьи содержат в себе метафоры: “*Barbarians at the farm gate. Hardy investors are seeking a way to grow their money.*” В самой статье автор употребляет довольно много устойчивых выражений, содержащих какое-нибудь ‘растительное’ слово: *cotton on to the opportunity* – осознать, понять; *go against the grain* – протестовать, не соглашаться, *pick low-hanging fruit* – взять то, что само идет в руки, максимально облегчить себе жизнь, найти быстрый и легкий способ получения прибыли; *go nuts for almonds* – быть без ума от миндаля; *to separate the wheat from the chaff* /библ./ – отделять зерна (пшеницу) от плевел, т.е.

**Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве:
междисциплинарный подход**

определить, что ценно, полезно, а что не стоит внимания, *reap big rewards* – пожинать плоды, вознаграждаться сторицей и др.

Такое обилие выразительных средств нельзя оставить незамеченным, ведь понимание тонкой языковой игры, используемой автором, доставляет читателю просто эстетическое удовольствие при условии, конечно, что он, читатель, распознает в тексте все подобные проявления креативности. Комментирование, приводимое в пособии для этой статьи, может помочь студентам оценить юмор и экспрессию статьи.

Особенность этой статьи заключается в том, что когнитивная информация в ней тесно переплетена с эмоциональным отношением автора к сообщаемым фактам, причем эмоциональная информация передается с помощью широкой палитры языковых средств. Почти всегда образность достигается за счет творческого использования тематической лексики.

Идиомы и фразеологизмы, библейское выражение, использованное в статье, содержат «сельскохозяйственно-растительные слова»: ...*cotton on to the opportunity, those going against the grain...*, ...*picking low-hanging fruit, the Chinese have gone nuts for (almonds), to separate wheat from the chaff*.

Ряд устойчивых выражений также построен на метафорическом использовании сельскохозяйственных терминов: ‘*pension funds see farmland as fertile ground to plough, the investment case is on the solid ground, reap big rewards*’.

В переносном значении употребляются также глаголы *to flock, to grow, to plant*. Сравн., *flock* – стадо, отара (овец) → *to flock* – держаться стадом, сбиваться в кучу, собираться толпой → *слетаться, стекаться*: “Investors <...> *flock to places such as Brazil, Ukraine and Zambia...*”. В этом предложении, кстати, содержится и скрытая отсылка к известной поговорке “*Birds of feather flock together*” (Птицы одного оперения собираются вместе /Одного поля ягода / Яблоко от яблони недалеко падает /Рыбак рыбака видит издалека).

**Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве:
междисциплинарный подход**

Ироническое обыгрывание глаголов *to grow* и *to plant* достигается путем нарушения сочетаемости: ‘a way *to grow money*’ (вместо ‘*to make money*’), хотя в этом нарушении сочетаемости также есть аллюзия на поговорку “*Money doesn’t grow on trees.*” (Деньги на деревьях не растут / деньги с неба не падают / деньги на дороге не валяются);

‘...farmers gleefully share stories of Wall Street types wondering *how chicks are planted.*’ (Если речь идет о разведении цыплят, то используется глагол *to raise* ‘one can raise chickens’, ну а глагол *to plant* сочетается со словами ‘seeds /corn / flowers’). В известной цитате Марка Твена, которой завершается статья, юмористический эффект также создается нарушением сочетаемости слов: “*Buy land, they’re not making it any more.*” (‘Покупайте землю, ее больше не производят’)” [8, с. 57-58].

**Проблемы перевода полиэквивалентных русских терминов на
английский язык**

Многозначные русские термины нередко вызывают особые трудности при переводе специализированных медиатекстов. С другой стороны, зачастую молодые ученые и преподаватели, которым приходится переводить на английский язык свои научные труды, не обращают внимания на тот факт, что внешне одно и то же русское слово может переводиться на английский язык по-разному, что значение каждого английского термина раскрывается в условиях реального речевого употребления, зависит от контекста и области знания.

Одним из самых ярких, на наш взгляд, является терминологическое выражение «агропромышленный комплекс». Наиболее часто встречающимся вариантом перевода данного выражения является дословный перевод «*agrarian and industrial complex*». Однако, анализ словарной статьи имени существительного *complex* дает следующие значения: 1) совокупность, комплекс, группа (*зданий, корпусов*). 2) *псих.* комплекс 3) закомплексованность, пунктик. Наиболее приемлемыми с точки зрения степени адекватности

**Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве:
междисциплинарный подход**

перевода, могут считаться такие варианты, как *agribusiness industry*, *farm industry*, *farming sector*, *agricultural sector*.

Сюда же можно отнести и словосочетание "комплекс мер", где в переводе в значении слова «комплекс» следует давать такие термины как *set (range, series) of measures*, но никак не *complex*. Также, такие выражения, как «комплексные меры», «комплексные задачи», уместнее было бы переводить как *integrated (comprehensive) measures (tasks)*.

Из-за неспособности компьютера учитывать контекст, зачастую неправильно переводятся и другие полиэквивалентные термины, а неумение студентов анализировать состав предложения, или же просто небрежность, мешает им увидеть ошибки, допущенные машиной.

<i>Sprouting results in numerous biochemical changes, which are detrimental to the nutritional and processing qualities of potatoes.</i>	<i>Проращивание результатов в многочисленных биохимических изменениях, которые отрицательно сказываются на питательности и (переработке) качества картофеля.</i>
--	--

Здесь ‘*results in*’ – это глагол в форме 3 л., ед. числа, а не существительное в форме множественного числа. Сочетание же ‘*processing qualities*’ представляет собой составной термин, который студентка не сумела найти в словаре. Таким образом, адекватный перевод должен выглядеть иначе: “Проращивание [клубней] **приводит** к многочисленным биохимическим изменениям, которые отрицательно сказываются на **питательных и технологических свойствах** картофеля.”

Слова ‘*crop*’ и ‘*plant*’ являются многозначными и перевод их определяется сочетаемостью и общим смыслом текста.

<i>The company operates more than 270 plants and 420 crop procurement facilities worldwide...</i>	<i>Компании принадлежат более чем 270 видов растений и 420 закупок сельскохозяйственных культур по всему миру...</i>
---	--

**Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве:
междисциплинарный подход**

Нелепость данного перевода очевидна. Здесь слово *'plant'* – это *'завод, предприятие'*, а *'crop procurement facilities'* – *'закупочные хозяйства'*.

Так же неудовлетворительно компьютер выполняет перевод устойчивых выражений. Знание идиоматических оборотов и фразеологизмов, умение видеть их в тексте приобретает с опытом. Языковая догадка и языковое чутье помогают справиться с этой трудностью, навыки работы со словарем также важны, если нужно найти подходящее соответствие. На практике же чаще всего устойчивые выражения переводятся так, как предлагает компьютер, а не с помощью фразеологического эквивалента.

<i>Universities must go to greater lengths (прикладывать больше усилий) to differentiate themselves from competitor institutions.</i>	<i>Сейчас университеты должны идти на большие (жертвы) длины, чтобы отличить себя от конкурирующих учреждений.</i>
---	--

<i>Consumers' preferences for (предпочтения потребителей) different production practices and consumers' willingness to pay for verified production practices have been studied at length. (тщательно,</i>	<i>Преимущества потребителей для различных производственных практик и потребительской готовности заплатить за производственные практики были изучены продолжительно.</i>
---	--

<i>всесторонне) Universities are making creative videos (with the intent to go viral). (приобрести большую популярность)</i>	<i>Университеты создают творческие рекламные ролики (с намерением обойти вирусы).</i>
--	---

Одной из самых сложных переводческих задач для студентов являются цепочки существительных типа *stone wall*, и компьютер не может им подсказать, как перевести такие сочетания. В результате появляется вот что: *'food revolution'* – *'революция еды'* вместо *'революция в сфере производства продовольствия'*, *'multigenerational family households'* – *'домашние хозяйства,*

**Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве:
междисциплинарный подход**

относящиеся к разным поколениям’ вместо ‘домашние хозяйства, состоящие из представителей разных поколений’, ‘*niche product*’ – ‘рыночная ниша’ вместо ‘нишевой продукт’, ‘*small farm income*’ – ‘маленькая прибыль фермы’ вместо ‘доход маленького хозяйства’, ‘*key success factors*’ – ‘факторы ключевого успеха’ вместо ‘ключевые факторы успеха’, ‘*food products*’ – ‘питательная продукция’ вместо ‘продукты питания’, ‘*open house events (at universities)*’ – ‘открытие домашних событий’ вместо ‘дни открытых дверей’ и т.д.

Далее, русскому слову *клетка* могут соответствовать английские *cell, cage, mesh, check, cubicle, box, case, pen* и другие. При переводе этого термина обязательно нужно учитывать область его применения. Перевод сочетания *соматическая клетка* как *somatic cage* является ошибкой, так как *cage* – это *клетка для птиц, садок для насекомых и рыб, кабина лифта* и т.д., а биологическому термину *клетка* соответствует английское *cell*.

Обменные процессы организма студенты с помощью электронных средств переводят как *exchange processes* вместо *metabolic processes*. *Коровы черно-пестрой коровы (the black-motley cows)* становятся *black-and-white cows*, а *опытные группы коров (groups under test* или *cows on experiment)* превращаются в *skilled groups of cows*, где *skilled* значит ‘*умелый, искусный, квалифицированный, имеющий практические навыки, опытный*’.

Слово *содержание* также имеет несколько вариантов перевода. Если речь идет о *способе содержания коров*, то это, скорее всего, *management method*, если это *условия содержания цыплят-бройлеров*, то перевести можно как *housing conditions of broiler-chickens*, но не словами *content (way of content)* или *maintenance (conditions of the maintenance)*.

Микроэлементы (например, в терминологическом сочетании ‘*микроэлементы цинка и железа в молоке коров*’, ‘*микроэлементы в рационах племенных бычков*’) следует переводить как *trace elements*, или же *trace nutrients*, но не *microcells*. Существительное *содержание* в сочетаниях ‘*содержание микроэлементов в молоке*’ или ‘*повышенное содержание*

**Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве:
междисциплинарный подход**

микроэлементов’, которое компьютер упорно переводит как *maintenance* следует передавать английскими словами *content* или *concentration*: ‘*content of such trace elements as zink and iron in cow’s milk*’, ‘*high concentration of trace-nutrients*’.

Прилагательное *perennial* как правило используется по отношению к многолетним растениям, а не многолетним исследованиям (*long-term / long-time research*). Нарушения в системе эндокринной регуляции это *endocrine regulation disorders*, а не *violations in the endocrine regulation*, а раствор для приема внутрь (*solution for internal use / for oral administration*) конечно не *solution for reception inside*.

Зачастую обращение к помощи компьютерного переводчика приводит к исключительно нелепым результатам. Так, *икорно-маточное стадо осетровых* вместо *sturgeon brood stock* студентка перевела сочетанием *uterine herd of sturgeon fishes*, где *uterine* является медицинским (гинекологическим) термином, а слово *herd* обозначает *стадо крупного рогатого скота*. *Постные туши свиней* благодаря компьютерному переводу превращаются в *fast touché*, где *fast* – это ‘*пост, воздержание от приема пищи*’, ну а *touché* может переводиться по-разному (например, *эффектная реплика, туше*), но не *туша*. *Постное мясо / постная свиная туша* – это *lean meat / lean pig*. Наконец, *телки* как сельскохозяйственный термин, видимо, вообще не воспринимаются компьютерным переводчиком, потому что *телки голштинской породы (Holstein heifers)* превращаются в нечто совсем неприличное: *porn Holstein* или *pussy Holstein*.

Тщательный анализ ошибок подобного рода позволяет показать студентам насколько важно правильно выбирать английский эквивалент многозначного русского термина и не доверять слепо компьютерным переводчикам. Студенты должны понять, что прежде всего необходимо обращать внимание на условия употребления того или иного английского термина, на то, в каком именно контексте английский термин имеет то или иное

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

значение. Студентам, занимающимся практикой перевода, необходимо грамотно пользоваться специальными словарями, уметь читать стилистические пометы, указывающие на сферу употребления слов, учиться распознавать, какое из значений следует выбрать для каждого конкретного случая. Глубоко вникнуть в содержание переводимого текста позволяет также знание предмета перевода. Чтение английских книг и статей по специальности, несомненно, поможет подобрать наиболее подходящие варианты перевода, так как в текстах на языке оригинала можно подыскать наиболее удачные приемы и использовать их в своем переводе.

Социокультурная характеристика неологизма *agrihood*

Слово *agrihood* возникло в английском языке сравнительно недавно. По способу образования слово *agrihood* относится к так называемым словам-слиткам. Оно образовано соединением частей слов *agriculture* и *neighbourhood*. Известно, что такой способ создания новых лексических единиц (*blending* в англоязычной терминологии) получил широкое распространение в последние десятилетия. Появление большого количества слов-слитков объясняется тем, что различные контаминации зачастую удачно обозначают значительные социальные и культурные перемены, происходящие внутри современного общества. В этом смысле слово *agrihood* не является исключением.

Значение слова *agrihood* выводится из его компонентов. Оно обозначает жилой массив, расположенный, как правило, вблизи большого города, с территорией, отведенной для сельскохозяйственного использования, при этом подразумевается, что жители этого жилого массива по желанию также могут участвовать в сельхозработах или же могут выращивать овощи и фрукты и держать скот для собственного потребления на приусадебных участках. Сравним некоторые определения из англоязычных источников: ‘*a neighbourhood with green spaces designated for agricultural use so that residents can grow food and raise animals*’, ‘*a residential development where a working farm is the central feature*’, ‘*communities built around shared farms*’.

**Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве:
междисциплинарный подход**

Мода на строительство жилых массивов такого типа появилась в США после кризиса на рынке недвижимости (*real estate bubble*), который страна пережила в 2008 г. Многочисленные публикации, посвященные *agrihoods*, описывают новое явление не иначе как *the agrihood trend*, или даже *the agrihood craze*. У слова *agrihood* появились синонимы: *agriburb* (*agriculture + suburb*) и *permaculture village*, где термин *permaculture* также представляет собой телескопическое образование (*permanent + agriculture*). Поселки типа *agrihoods* иногда еще называют *urban farms*, *shared farms*, *agriculture-based communities* или *agrarian-centred communities*. Журналисты, пишущие об этом явлении, утверждают, что строительство коттеджных поселков типа *agrihoods* ‘*is becoming a significant trend*’, ‘*agrihoods have been a real hit*’, ‘*they are popping up across the country*’, ‘*a growing number of so called agrihoods take root across the USA*’. По некоторым данным в США имеется уже двести микрорайонов типа *agrihood*, хотя в качестве рекламных примеров приводится десятка два названий поселков в разных штатах. Любопытно, что одно из первых поселений такого типа носит название *Agritopia* (штат Аризона). Еще одно *portemanteau word*: *agriculture + utopia*. А фирма, которая занимается разработкой проектов для *agrihoods* называется ‘*Agriburbia LLB*’ (*agriculture + suburbia*).

Все вышеупомянутые неологизмы, образованные путем слияния фрагментов двух основ, представляют собой лексические единицы с довольно прозрачной структурой и заметной экспрессивностью. Нельзя не отметить в них и элемента языковой игры. Включение частей слова *agriculture* в неологизмы *agrihood*, *agriburb*, *Agritopia*, *Agriburbia*, *permaculture village* вызвано важными экстралингвистическими причинами и отражает стремление подчеркнуть роль сельского хозяйства.

Все больше американцев обеспокоены тем, что они едят. Широкое распространение так называемой *junk food*; применение большого количества химикатов, антибиотиков и различного рода гормонов в животноводстве и

**Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве:
междисциплинарный подход**

растениеводстве; использование генной инженерии и многие другие проблемы, связанные с производством и потреблением еды, вызывают обеспокоенность у жителей Америки. Многие хотят знать, как именно производится их еда, в каких условиях выращивают овощи и фрукты, как содержатся сельскохозяйственные животные. Не случайно в последнее время в США получили широкое распространение различного рода движения (*local food movement, farm-to-table movement, slow food movement, edible schoolyard movement, urban chicken movement, etc.*), целью которых является пропаганда и поддержка потребления свежей, полезной для здоровья сельскохозяйственной продукции местного производства.

Строительные компании теперь пытаются использовать этот интерес в своих целях. Фирмы-застройщики осознали, что сейчас гораздо выгоднее строить коттеджные поселки не вокруг гольф-клубов и торговых центров, как это делалось раньше. Покупателей домов сейчас интересуют жилые районы, где им могут предложить не только практические выгоды и удобства (*hyper local food production, farm stand, seasonal farmer's market, farm-to-table restaurants, participatory cooking classes, community gardens, backyard grow-your-own plots, schools, inns, etc.*), но и эстетические удовольствия (*pastoral life, verdant fields, open spaces*). Социальный аспект такого рода застроек также имеет большое значение. Люди хотят общаться, хотят, чтобы их дети могли свободно гулять по улицам, видеть, откуда берется еда, участвовать в коллективной работе. Появилась также новая мода: многие американцы хотят попробовать себя в роли фермеров-любителей (*gentlemen/ gentlewomen-farmers*). Поселки типа *agrihoods* удовлетворяют потребности тех американцев, у которых проявилась своего рода тяга к земле. Живя в таких микрорайонах, они могут заниматься огородничеством, разводить цыплят, по возможности и по желанию работать на ферме, приучать своих детей к работе на земле, вести активный, здоровый образ жизни на свежем воздухе.

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

С другой стороны, *agrihoods* способствовали появлению нового направления в развитии сельского хозяйства. Теперь наряду с *community supported agriculture* (‘сельское хозяйство, поддерживаемое местными общинами; продажа сельхозпродуктов по подписке местным жителям’) появилось так называемое *development-supported agriculture*, т.е. сельское хозяйство, поддерживаемое строительными компаниями, фирмами-застройщиками. Именно они занимаются разработкой проектов тех хозяйств, вокруг которых возводятся жилые дома. В таких хозяйствах, как правило, работают фермеры-арендаторы, но иногда и сами обитатели микрорайонов (‘*Some agrihoods are styled like an Israeli kibbutz or moshav.*’). С помощью американских строительных компаний экспериментальный *agrihood* был построен в Китае, неподалеку от Шанхая. Поселки типа *agrihood* стали появляться также в Канаде.

Таким образом, *agrihood* – это не просто очередное *buzzword* в современном английском языке. Это новый термин, который обозначает важное социально-экономическое явление, компактно передает сложное новое понятие. Для этого слова нет пока эквивалента в современном русском языке, за исключением, возможно, ‘агрогородок по-американски’.

Особенности функционирования фразеологизмов в английских медиатекстах сельскохозяйственной тематики

Разного рода фразеологизмы (идиоматические выражения, разговорные штампы, речевые формулы, устойчивые обороты, пословицы, поговорки, разного рода метафоры и т.д.), как известно, широко употребляются в современных средствах массовой информации, потому что с их помощью лучше всего реализуется функция эмоционально-экспрессивного воздействия на читателя. Фразеологизмы являются обязательным элементом в статьях, посвященных острым, актуальным событиям. Фразеологизированные структуры, используемые в качестве заголовков, позволяют кратко и выразительно обозначить содержание предлагаемого материала, с помощью

**Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве:
междисциплинарный подход**

фразеологизмов выражается авторская позиция, достигается особая экспрессивность, а «обыгрывание фразеологизмов разных пластов и эпох» добавляет «новые смыслы, иронию и сарказм» [15].

Авторы статей отдают предпочтение тем или иным фразеологизмам в зависимости от тематики материалов. Такая тенденция просматривается в статьях журнала *The Economist*, затрагивающих разные проблемы в области сельского хозяйства: в них, как правило, используются метафоры и фразеологические единицы аграрного характера, причем и внутри этой сферы отчетливо видна специализация. Например, в публикациях о птицеводстве обыгрывается ‘куриная’ тема. Заглавие статьи “*Ending fowl play over trade*” (*The Economist*, Jan. 27th, 2016) имплицитно включает в себя устойчивое выражение ‘*fowl play*’ – ‘нечестная игра, подлое поведение, жульничество’. Путем замены прилагательного *foul* [faʊl] омофоном *fowl* [faʊl] – ‘домашняя птица, курица, курятина’ достигается двойная актуализация, метафора приобретает внутреннюю форму, прямо указывая на то, о чем пойдет речь – о проблемах в торговле курятиной, произведенной в США. Далее в статье автор неоднократно обращается к метафорам ‘куриной’ тематики. Возможные последствия от заключения договора со странами партнерами оцениваются фразой “*The deal will make some squawk*” – ‘Соглашение вызовет протест’ (перевод здесь и далее мой – Т.Л.), где *squawk* [skwɔ:k] – ‘шумная, крикливая жалоба; шумный протест’ является метафорическим переосмыслением основного значения слова : ‘пронзительный крик птицы, кудахтанье’. Небольшое сокращение рабочих мест в отрасли, вызванное уменьшением экспорта курятины, передается идиоматическим оборотом ‘*chicken feed*’ – ‘незначительное количество’: “...*the number of jobs affected – just 53,700 – is chicken feed by comparison with 55 m Americans who changed jobs in 2014*”. Наконец, завершается статья трансформированной пословицей с ключевым словом ‘*chicken*’: “*Those hoping for swift implementation should not count their chicken*” (Сравн. “*Don’t count chickens before they are hatched*” ‘Цыплят по осени считают’).

**Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве:
междисциплинарный подход**

Похожими метафорами и игрой слов пронизана и публикация, появившаяся в журнале тремя годами позднее (*The Economist*, Jan. 19th, 2019). Статья “***Ruling the roost***”, содержание которой представляет собой ответ на вопрос ‘*How chicken became the rich world’s most popular meat*’, опубликована под рубрикой ***Chickenomics*** (*chicken+economics*) и имеет в своем названии фразеологизм ‘***rule the roost***’ – ‘возглавлять дело, занимать особое положение’, включающий термин ***roost*** – ‘курятник, насест’. Структурно статья делится на несколько частей. Одна из них называется ‘***Feet and feathers***’ (Лапы и перья) – о не- и малосъедобных, но пользующихся спросом на определенных рынках продуктах птицеводства (сравн. русское выражение ‘рога и копыта’). В названии другого подзаголовка в этой статье вплетен глагол ***to hatch*** – ‘инкубировать, выводиться из яйца’: ‘***An idea is hatched***’.

Другая система образов используется в статье о неурожае картофеля в Европе (*The Economist*, Oct. 6th, 2018). Здесь эксплуатируются фразеологизмы ‘продуктово-овощной’ тематики. В заглавии “***The chips are down***” читатель видит ‘картофельное’ слово ***chips***, а также отсылку к пословице ‘***Let the chips fall where they may***’ (Не стоит беспокоиться о последствиях, будь что будет). Аллитерация, построенная на созвучии слова *tattie* (картошка, *шотл*) и фразеологизма ‘*leave in tatters*’ (полностью уничтожить, разрушить), используется в подзаголовке “***Along, hot summer has left tattie crops in tatters***”. Кроме этой игры слов, в статье встречаются и другие обороты с ‘огородно-овощными’ коннотациями: ‘***The tubers have come a cropper***’; ‘***Climate change is at the root of the problem***’; ‘***Consumers who know their onions are cheesed off***’. Фразеологизм ‘*come a cropper*’ – ‘потерпеть крах, неудачу’ включает термин *cropper* – ‘сельхозкультура, растение’; идиома ‘*know one’s onions*’ – ‘быть осведомленным о предмете, хорошо разбираться в чем-л.’ содержит слово *onions* – ‘лук’, в разговорном выражении ‘*cheesed off*’ – ‘раздраженный, обозленный’ легко узнается слово *cheese* – ‘сыр’.

**Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве:
междисциплинарный подход**

В материалах о животноводстве широко используются фразеологизмы, в которых ключевыми элементами выступают соответствующие (т.е. животноводческие) термины и образы. Рассмотрим в качестве примера статью “*Sows in the cloud*” (*The Economist*, Oct. 27th, 2018) о развитии свиноводства в Китае. В этой работе речь идет о новейших экспериментах, проводимых в КНР: за развитие свиноводства взялись крупные компьютерные компании – “*As swine rearing modernizes, Chinese internet firms go into pigsties.*” В некоторых районах Китая уже построены ультрасовременные высотные (до 13 этажей) свиноводческие комплексы, где уход за поросятами осуществляется с помощью новейших технологий: используются датчики системы слежения, видеокамеры, музыка, анализ больших наборов данных, и т.д. Звучит это все фантастически. И не случайно в названии статьи появилось слово ‘*clouds*’. В этом словосочетании угадывается намек на компьютерные ‘облачные технологии’ (ср. вычислительный термин ‘*in the clouds*’ – ‘в облачной среде’), а также содержится отсылка к фразеологизмам ‘*be in the clouds*’ – ‘витать в облаках, уноситься в заоблачную высь’ и ‘*have one’s head in the clouds*’ – ‘быть не от мира сего.’ Эрудированный читатель может даже увидеть здесь аллюзию на поговорку ‘*when pigs fly*’ – ‘когда рак на горе свиснет, после дождика в четверг, неизвестно когда’.

Смысловая нагрузка всех этих ассоциаций очевидна, при этом возникает неизбежно чувство, что автор относится к описываемому явлению весьма иронично. Косвенным подтверждением этому может послужить заключительный абзац статьи. Здесь приводится трансформированная пословица “*Show a swine a trough and he’ll bury his snout*” – “Было бы корыто, а свиньи найдутся.”: “*Foreign suppliers also hope to put their snouts into the trough as pig farming industrializes.*” Если перевести это предложение буквально, то звучит оно довольно грубо: “Иностранные поставщики также надеются сунуть свое рыло в кормушку...” Тактичнее было бы сказать ‘надеются ухватить свой кусок пирога’, и такое выражение в английском языке

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

существует – ‘*to get / grab a piece of pie*’, однако автор предпочел остановиться на более экспрессивном выражении, которое соответствует тематике статьи. В самой последней фразе абзаца “*In China big data is meeting pig data.*” также ощущаются иронические коннотации.

Таким образом, анализ языковых средств, стилистических приемов, разнообразных трансформаций, языковой игры в текстах сельскохозяйственной тематики подтверждает вывод о том, что язык массмедиа обладает экспрессивностью, а специфические способы креативного употребления фразеологических единиц и фразеологизированных оборотов определяются тематикой публицистических текстов.

Особенности работы с «ложными друзьями переводчика»

Отдельной проблемой является выявление т.н. «ложных друзей переводчика», которые не удалось распознать при переводе многозначной лексики. Слабо владеющие иностранным языком студенты часто обращаются к компьютерному переводу и, как правило, получают текст, изобилующий грубейшими ошибками. Это особенно актуально при работе с медиатекстами, когда студентам предлагается выполнить перевод с листа основного содержания или т.н. «вторичный» перевод – составить реферат или аннотацию той или иной статьи [5].

Термин «ложные друзья переводчика» был введен в 1928 году М. Кёсслером и Ж. Дероккиньи в книге «*Les faux amis ou Les pieges du vocabulaire anglais*» [20]. Это слова в разных языках, похожие по написанию и/или произношению, часто с общим происхождением, но отличающиеся в значении. Такие слова, как известно, вызывают некоторую трудность при переводе с русского языка на английский и наоборот. Так, например, в английском языке *magazine* - журнал, а не магазин, но носителю русского языка, особенно студентам и неопытным переводчикам, в первую очередь на ум приходит именно второй вариант перевода. Однако, «ложные друзья» могут ввести в

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

заблуждение не только тех, кто лишь начинает изучать язык. Основная часть таких вероломных «друзей переводчика» оказывается опасной именно для людей, удовлетворительно владеющих языком, уверенных в своих силах и, вследствие этого, теряющих бдительность.

«Ложные друзья» очень часто приводят к неверному переводу и пониманию текста и являются причиной многих курьезов. Часть из них образовалась из-за того, что после заимствования значение слова в одном из языков изменилось, в других случаях заимствования вообще не было, а слова происходят из общего корня в каком-то древнем языке, но имеют разные значения; иногда созвучие чисто случайно [9].

Частным случаем ложных друзей переводчика являются псевдоинтернационализмы — межъязыковые омонимы, ассоциирующиеся (по своей графической и/или фонетической форме) со словами интернациональной лексики и вызывающие разного рода трудности при переводе.

Противоположностью «ложных друзей переводчика» являются лексические когнаты, то есть однокоренные слова, имеющие общее происхождение и похожее звучание в двух и более самостоятельных языках.

Рассмотрим некоторые примеры «ложных друзей переводчиков» из сферы пищевой промышленности и сельскохозяйственного производства.

Одним из самых ярких является словосочетание *пищевые продукты*. Часто вариантом его перевода является *food products*. Однако слово *product* имеет следующие варианты перевода: *изделие, товар, продукт*, то есть результат производства, но данный термин далеко не единственным эквивалентом для обозначения *продуктов питания*. Не менее частотны такие варианты перевода, как *foods, foodstuff, food substances*.

Сюда же можно отнести слово *cutlet*, которое очень хочется перевести на русский язык как «котлета». Однако правильный его перевод - *тонкий кусок реберного или бедренного мяса (не фарш)*, например, *шницель*. Слово *котлета* же на английский язык переводится *hamburger, chop* или *patty cake*.

**Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве:
междисциплинарный подход**

Также можно отметить слово *palate* — *нёбо; вкус (ощущение или способность к оценке пищи)*, но не стоит переводить его как *палата*.

Слова *assimilate* и *assimilation* переводятся на русский как *усваивать (пищу, информацию)* и *усвоение* соответственно, помимо *ассимилировать, уподоблять* и *ассимиляция, уподобление*.

Soda на русский язык переводится как *газированный напиток, содовая, лимонад*, для слова *soda* стоит использовать более конкретный термин – *baking soda*. Также слово *soda* часто переводят на английский как *sodium*, однако это - химический термин и переводится он как *натрий*.

Русское слово *дичь (мясо)* переводится на английский как *game meat, wild fowl*, но не как *wilderness*, что в свою очередь, означает *глушь, дикую девственную природу*.

Биологический термин *пищеварительный тракт* переводится на английский язык как *tract* – яркий пример лексического когната. Однако *тракт* в значении *дорога* стоит переводить как *high road* или *highway (маршрут)*.

Стоит отметить слова *vine* и *wine*, являющиеся омофонами. Первое переводится как *лоза*, второе – *вино*.

Здесь же можно сказать о таких словах, как *liquor* и *liqueur*. *Liquor* – это *крепкие алкогольные напитки (не ликер), водный раствор лекарства, отвар (мясной), а также жидкость, используемая в процессе обработки или приготовления чего-л. (вода, жир, сок и т.п.)*. Алкогольный напиток *ликер* на английский язык переводится как *liqueur*.

Часто в пищевой промышленности встречается слово *substance*. Помимо его прямого перевода *субстанция* оно имеет и другие значения – *вещество, суть, весомость*.

При переводе иностранных текстов незнание «ложных друзей» может исказить смысл предложения, запутать, поставить в неловкую ситуацию. Не всегда стоит полагаться на первоначальное представление о значении слова. В

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

случае, если слово имеет несколько вариантов перевода, разобраться несложно, ведь мы, как правило, встречаем слово в связной речи.

Для людей, серьезно занимающихся изучением английского языка, были созданы специальные словари «ложных друзей переводчика» [20]. Также вникнуть в содержание переводимого текста позволяет знание предмета перевода. Чтение зарубежных аутентичных источников по специальности, несомненно, поможет правильно подбирать подходящие варианты перевода и запоминать самые распространенные в данной сфере примеры «ложных друзей» во избежание ошибок при переводе.

Методический потенциал медиатекстов и дальнейшая диверсификация способов работы с ними

Восприятие медиаконтента является комплексным и может затрагивать далеко не только чтение и перевод. Также оно может включать в себя и просмотр видео и фотоотчетов, прослушивание интервью и репортажей, написание комментариев. Обсуждение прочитанного в социальных сетях или на других платформах формирует значительный спектр коммуникативных умений и навыков обучающихся.

Одной из современных и эффективных методик, подходящих для применения онлайн-прессе при обучении иностранному языку, является методика перевернутого класса. При реализации методики перевернутого класса педагог должен дидактически грамотно планировать занятие, в котором обучающимся предлагается занять более активную позицию. Контент должен быть тщательно отобран и являться когнитивно доступным.

Студентам предлагается, например, заранее самостоятельно проанализировать онлайн статьи, подобрать несколько онлайн-источников по определенной тематике, чтобы потом обсудить данный материал на занятии.

При наличии видео, тоже можно предложить студентами выполнить ряд упражнений на устный последовательный перевод, смысловую догадку и прогнозирование. Можно выделить следующие группы таких упражнений:

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

лексические упражнения (определение значения незнакомых слов из контекста; соотнесение характеристик или ключевых слов (фраз) с одним из участников новостного сюжета; составление вопросов к содержанию сюжета или интервью с действующим лицом); упражнения на развитие умений в области чтения (заполнение пробелов в тексте на основе просмотра сюжета; прочтение краткого резюме и нахождение во время просмотра неупомянутых фактов); упражнения на развитие умений в области письма (изложение событий или идеи сюжета в «письме коллеге / оппоненту»; «экспертная оценка» описываемого изобретения или технологии; письменный пересказ сюжета на основе предложенных опорных фраз / слов); упражнения на развитие умений в области говорения (просмотр видеофрагмента без звука и ответы на вопросы по описываемым событиям; смысловое развитие сюжета; озвучивание реплик участников); упражнения на развитие умений восприятия и понимания речи на слух (восстановление пропущенных реплик / слов в тексте сообщения; распределение в логической последовательности событий сюжета) [13].

Комментарии читателей также являются хорошим источником для написания аналитических и обзорных эссе.

Кроме того, студентам можно предлагать подбирать наиболее интересные на их взгляд публикации с яркими и необычными заголовками и представлять их устно в аудитории. Команды студентов путем метода «мозгового штурма» обсуждают заголовки и предлагают свои версии содержания статьи.

Также обучающиеся могут на основе заголовков проследить, как одна и та же новость или тема представлена на разных сайтах, и каких точек зрения при освещении событий придерживаются их авторы.

Интересно поразмышлять и над визуальным дополнением к информации, о роли шаржей / карикатур в представлении событий.

В рамках изучаемой темы студенты ищут на рекомендуемых педагогом сайтах заголовки публикаций. Каждый студент отбирает несколько различных по подаче публикаций и представляет их устно в аудитории. Остальные слушают

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

и заполняют таблицу, в которой указан заголовок, основная информация, типы изображений в статье, разделы. Затем обучающиеся в группах размышляют о различиях и сходствах в представлении информации, выбирают наиболее интересную публикацию и демонстрируют ее преимущества аудитории. Обучающиеся могут на основе заголовков понаблюдать за тем, как одна и та же новость или тема представлена на разных сайтах.

Также можно поразмышлять над визуальным представлением информации, о том, как легенда помогает раскрыть и дополнить изображение. Такой вид работы позволяет задуматься о глобализации информационного пространства и надежности источников, плюсах и минусах онлайн-прессы и новой роли читателя в цифровой среде.

В связи с этим, можно предложить следующие виды поэтапной работы с медиатекстами, которые сопровождаются активным обменом мнениями:

Работа с источником фотографии

Преподаватель отбирает несколько онлайн-статей с изображениями разных жанров: фотожурналистика, иллюстрации, стоковые фотографии (часто с изображением людей в сценах повседневной жизни). Преподаватель задает вопросы: Кто автор этого фото? Кто на нем изображен? При каких обстоятельствах сделано это фото? Какую цель преследует автор фото? (информирование, эстетика, продажа и тд.). Обучающимся также предлагается выполнить обратный поиск в Google каждой из представленных фотографий. При этом стоит обращать внимание на то, что одна и та же фотография может иллюстрировать несколько статей, иногда даже на разные темы.

Комбинирование фотографий и описаний к ним

Предложите студентам серию фотографий и серию подписей к ним. Упражнение несложно выполнить при использовании информационных фотографий, при это оно оказывается более сложным в случае иллюстративных фотографий, особенно в случае так называемых «рутинных» сюжетов, которые

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

наблюдаются ежегодно (например, заснеженные дороги, начало учебного года и т.п., которые каждый раз могут датироваться по-разному).

Составление подписи к новостной фотографии

Предложите учащимся проанализировать одну из необычных фотографий. Затем каждый студент должен придумать заголовок: наверняка, заголовки будут разные. Можно также предложить выполнить такое же упражнение с фотографией известного и очень узнаваемого события.

Интересным видом работы с онлайн-контентом может быть анализ информации, предлагаемой так называемыми инфлюенсерами в обществе. Вездесущие в социальных сетях влиятельные лица часто являются неоднозначными фигурами в СМИ. Мотивы этих новых создателей контента колеблются между развлечением, маркетингом влияния, популяризацией, вовлечением и замаскированной рекламой, информационной активностью или дезинформацией. Чтобы понять скрытый смысл этого контента, стоит спросить студентов об их медиапрактике: какие платформы они посещают? Знают ли они влиятельных лиц и как относятся к ним? Почему они подписаны на их аккаунты? Можно предложить студентам дополнить определение: «Человек, влияющий на общественное мнение, потребление товаров и услуг своей аудиторией в социальных сетях...», уточнить у них: Убеждал ли их когда-нибудь в чем-либо популярный человек? Покупали ли они рекомендованные им товары? Знают ли они различные возможные методы вознаграждения влиятельных лиц (реклама, отображаемая платформой, продвижение, осуществляемое непосредственно влиятельным лицом, спонсорство, продакт-плейсмент)? Во-вторых, можно проанализировать несколько публикаций на платформах: YouTube, VK и т.п.

Для этого рекомендуется разделить студентов на группы для анализа нескольких публикаций:

- Типология формы: распаковка, блог, видео из повседневной жизни, аргументы за или против продукта и т. д.

**Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве:
междисциплинарный подход**

- Анализ предыстории и сферы влияния: экономика, спорт, информация, развлечения, окружающая среда, путешествия и т.д.
- Определите намерение инфлюенсера (продать, убедить, развлечь, проинформировать). Достигла ли публикация своей цели? Почему?

Инфлюенсеры объединяют сообщество интернет-пользователей в социальных сетях на основе общих интересов. Когда они публикуют контент в сотрудничестве с брендом, это становится маркетингом влияния. На конкретных примерах можно обсудить разные бизнес-модели: рекомендация, спонсируемая публикация, приглашение на мероприятие или в конкретное место, подарок от бренда, конкурс, создание собственного бренда. В каких случаях это скрытая реклама и как отличить ее от рекламы, предлагаемой платформой? Какие этические проблемы появляются в той или иной ситуации? Какие подсказки есть у публики, чтобы определить рекламу или спонсора?

На основе истории, в которой влиятельный человек рекомендует продукт (продукт питания, аксессуары, одежду), обучающиеся должны ответить на вопросы: что представляют собой аргументы, выдвинутые влиятельным лицом? Каковы его источники? Можно ли проверить эту информацию? Студенты осуществляют поиск информации об этом продукте и проверяют данные (цена, данные о пищевой ценности, рекомендации и т. д.), сравнивают эти результаты с аргументами, выдвинутыми инфлюенсером: Какова доля объективности или субъективности в его речи? Можно ли ему доверять?

Имеет смысл предлагать студентам подумать о предупреждающем баннере, который бы указывал на тип рекламы или уровень достоверности контента.

Также преподаватель может предложить студентам составить рассказ о продукте в публикации влиятельного лица по их выбору. В зависимости от результатов их исследования студенты могут сами создать историю в стиле инфлюенсера, используя только достоверную информацию о продукте. Далее преподаватель и студенты сверяют свои версии и версию влиятельного лица.

**Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве:
междисциплинарный подход**

Таким образом, стоит еще раз подчеркнуть, что, аутентичные тексты периодических изданий отражают реальный язык и, следовательно, представляют большое лингвистическое и тематическое разнообразие. Кроме того, они включают в себя различный материал, представляющий интерес для организации занятия: статьи, интервью, биографии, социологические опросы, объявления, комиксы, фотографии, рекламу и т.д. И, наконец, пресса является одним из источников изучения общественной жизни. Грамотно подобранные проблемные тексты разных жанров обеспечивают не только получение фактической информации по широкому спектру вопросов, но и служат содержательной и речевой опорой для развития формирования аналитических и филологических компетенций.

Исходя из опыта работы кафедры иностранных и русского языков РГАУ – МСХА имени К.А. Тимирязева хорошо зарекомендовал себя на практике анализ перевода на основе текстов онлайн-прессы. Алгоритм выполнения проектной работы включает в себя следующие этапы:

1) поиск на сайтах www.inopressa.ru / www.inosmi.ru переведенных на русский язык статей из зарубежных онлайн-изданий (тематика любая, «Экономика», «Наука и Жизнь», «В Мире», «Разное»);

2) переход на первоисточник на английском языке и выполнение собственного полного письменного перевода исходной статьи на русский язык.

3) анализ своего перевод и перевода опытного переводчика с сайта и поиск ярких примеров расхождения в вариантах русского текста. Комментирование переводческих решений.

Таблица 1. Сравнительная таблица переводческих решений

№ п/п	Текст первоисточника	Вариант перевода (сайт / собственный)	Комментарии		
			Допустимый вариант стилистической вариативности	Потеря / искажение смысла	Неверная передача авторской позиции / потеря имплицитного содержания

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

Как показывают опросы обучающихся, при выполнении подобных проектов у них развивается вербальная лабильность, чувство «языковой догадки», а также способность к вероятностному прогнозированию при рецепции и осмыслении информации.

Медиатексты онлайн-ресурсов являются базой для создания информационно-коммуникативной предметной среды, для образования и самообразования, удовлетворения личных и профессиональных интересов и потребностей студентов. Как показывает практика преподавания, обучающиеся принимают активное участие в предлагаемых учебных видах деятельности с использованием материалов онлайн-прессы. Выполнение предлагаемых заданий позволяет им посмотреть на результаты своего аналитического и переводческого труда со стороны, оценить свои сильные и слабые стороны, а также увидеть пути дальнейшего развития и совершенствования своей профессиональной компетентности.

Заключение

Таким образом, описанные методы работы с медиатекстами на занятиях по иностранному языку со студентами сельскохозяйственного вуза способствует значительному расширению их лексического запаса, в том числе знанию лексики по профилю вуза, развивает не только произносительные, лексические и грамматические навыки чтения и говорения, но также учит студентов понимать механизмы языковой игры, видеть ее национально-культурную специфику. Все это позволяет расширить языковую и лингвокультурную компетенцию студентов, развивает их языковую догадку и интуицию, что является необходимым качеством для адекватного восприятия современных медиатекстов публицистического стиля.

Список использованных источников

1. Васьбиева, Д. Г. Возможности интеграции мобильных технологий в процесс обучения иностранному языку в неязыковом вузе / Д. Г. Васьбиева // Филологические науки.

**Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве:
междисциплинарный подход**

Вопросы теории и практики. – 2016. – № 5-3(59). – С. 193-195. Еренчинова, Е.Б. Использование сети Интернет при обучении иностранному языку / Инновационные педагогические технологии: материалы I Междунар. науч. конф. (г. Казань, октябрь 2014 г.). – Казань: Бук, 2014. – С. 325-327. – URL: <https://moluch.ru/conf/ped/archive/143/6149/> (дата обращения: 10.09.2021).

2. Еренчинова, Е. Б. Использование сети Интернет при обучении иностранному языку / Инновационные педагогические технологии: материалы I Междунар. науч. конф. (г. Казань, октябрь 2014 г.). – Казань: Бук, 2014. – С. 325-327. – URL: <https://moluch.ru/conf/ped/archive/143/6149/> (дата обращения: 10.09.2021).

3. Зайцев, А. А., Гнездилова, Е. В. Роль медиатекста в формировании картины мира современного человека / Е. В. Гнездилова, А. А. Зайцев // Гуманитарные науки и образование. – 2018. – Т. 9, № 2(34). – С. 146-151.

4. Кирсанова, М. М. К вопросу об интерпретации образных неологических сочетаний публицистических текстов (на материале французского языка) / М. М. Кирсанова // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. – 2020. – № 1. – С. 80-87. – DOI 10.18384/2310-712X-2020-1-80-87.

5. Краснов, К. В. Англо-русский словарь "ложных друзей переводчика" English Russian Dictionary of "False Friends" by K.V.Krasnov. М.: Э.РА, 2004. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.falsefriends.ru> (дата обращения 20.10.2018)

6. Кузнецов, А. Н., Щавелева, Е. Н. Развитие информационной компетентности студентов технического вуза как аспект реализации компетентностного потенциала дисциплины "Иностранный язык" / А. Н. Кузнецов, Е. Н. Щавелева // Вестник Федерального государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования "Московский государственный агроинженерный университет имени В.П. Горячкина". – 2015. – № 4(68). – С. 45-50.

7. Леонтьева, Т. П. Опыт и перспективы применения видео в обучении иностранным языкам // Нетрадиционные методы обучения иностранным языкам в вузе: материалы респ. конференции. – Минск, 1995. – С. 61-74.

8. Ляхнович, Т.Л. Английский язык. Agriculture: problems and achievements: учебно-методическое пособие / Т. Л. Ляхнович. – Горки: БГСХА, 2021 – 149 с.

9. Манченко, Е. С., Мухамедьярова, Д. Р. К вопросу функционирования ложных друзей переводчика в англоязычных СМИ / Д. Р. Мухамедьярова, Е. С. Манченко // Креативная лингвистика: сборник научных статей. Том Выпуск 6. – Астрахань: Федеральное

**Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве:
междисциплинарный подход**

государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Астраханский государственный университет имени В.Н. Татищева", 2023. – С. 220-224.

10. Орлова, Т. А., Трemasкина, О. А. Своеобразие пространства англоязычного экономического медиакурса кризисного периода // Вестник ВГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. – Воронеж, 2018 – №1 – С.46-49.

11. Поляков, О. Г., Ильина, О. К., Петрова, А. А. Компетентностная модель обучения иностранному языку профессии на этапе магистратуры (на примере английского языка для журналистов) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов: Грамота, 2019 – Том 12 – Выпуск 5 – С.403-408.

12. Сеницына, И. А., Шугаева, Е. А. Лингвопрагматика рекламных текстов (на материале социальной рекламы против курения) / Е. А. Шугаева, И. А. Сеницына // Гуманитарные и социальные науки. – 2021. – № 2. – С. 169-178. – DOI 10.18522/2070-1403-2021-85-2-169-178.

13. Стенина, Н. С. Массмедиа и профессиональное образование // Медиалингвистика. Вып. 9. Язык в координатах массмедиа: материалы VI Международной научной конференции (Санкт-Петербург, 30 июня – 2 июля 2022 г.) / науч. ред. Л.Р. Дускаева, отв. ред. А.А. Малышев. – СПб: Медиапапир, 2022 – С. 445-448.

14. Уланова, О. Б. Рассмотрение принципа многофункциональности текста для развития компетенций студентов неязыковых вузов на занятиях иностранным языком / О. Б. Уланова // Проблемы лингвистики и лингводидактики в неязыковом вузе: 5-я Международная научно-практическая конференция: сборник материалов конференции. В 2-х томах, Москва, 15 декабря 2022 года. Том 1. – Москва: Московский государственный технический университет имени Н.Э. Баумана (национальный исследовательский университет), 2023. – С. 214-220.

15. Фёдорова, Л. Л. «Образы русской речи» в современных массмедиа // Медиалингвистика. 2016. № 3 (13). С. 19–30. URL: <https://medialing.ru/obrazy-russkoj-rechi-v-sovremennyh-massmedia/> (дата обращения: 28.01.2019).

16. Чижикова, С. Н. Гипертекстуальность как основная характеристика электронного текста / С. Н. Чижикова // Наукосфера. – 2023. – № 4-1. – С. 321-325. – EDN TBGSHG. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=53742104> (дата обращения: 10.09.2023).

17. Agadzhanian, R. V., Yakovleva, E. V. Multicode communication and its linguistic profile in mass media materials / E. V. Yakovleva, R. V. Agadzhanian // Current Issues in Modern Linguistics and Humanities : сборник статей XII Всероссийской научно-методической конференции с международным участием, Москва, 27 марта 2020 года / Российский

**Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве:
междисциплинарный подход**

университет дружбы народов. – Москва: Российский университет дружбы народов (РУДН), 2020. – P. 199-205. – DOI 10.22363/09835-2020-199-205.

18. Babushkina, L. E., Kalugina, O. A. Students' media competence formation in French foreign language teaching in the practice of higher education / L. E. Babushkina, O. A. Kalugina // XLinguae. – 2020. – Vol. 13, No. 1. – P. 314-333. – DOI 10.18355/XL.2020.13.01.23.

19. Develotte, C. Décrire l'espace d'exposition discursive dans un campus numérique. Le Français dans le monde. Recherches et applications, CLE International / Français dans le monde. – 2006.—P. 88-100. – URL: <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00151851/document> (дата обращения: 09.09.2021).

20. Kœssler, M. Les faux amis ; ou, Les trahisons du vocabulaire anglais (conseils aux traducteurs), 1928. 424 p. [Электронный ресурс]. – URL: <https://archive.org/details/lesfauxamisoules00kssl>, свободный, (дата обращения: 01.03.2017).