

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ - МСХА
ИМЕНИ К.А. ТИМИРЯЗЕВА»
ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ АПК

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ
В ПОЛИЯЗЫЧНОМ ПРОСТРАНСТВЕ:
МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЙ ПОДХОД

Монография

МОСКВА 2024

УДК 378.4:81'1:316.77
ББК 74.48:81:60.524.224
П 84

Авторы:

Агаджанян Р.В., Алипичев А.Ю., Бабушкина Л.Е., Голикова Т.В.,
Зайцев А.А., Казанская Е.В., Ляхнович Т.Л., Манченко Е.С.,
Мерзликина Н.И., Милкова А.Н., Порческу Г.В., Рябчикова В.Г.,
Сергеева Н.А., Сеницына И.А., Таканова О.В., Уланова О.Б., Чижикова С.Н.

Рецензенты:

доктор филологических наук, профессор
Московского технического университета связи и информатики **Н.В. Соловьева**;
доктор филологических наук, профессор
Национального исследовательского технологического университета МИСИС
Г.А. Сосунова;

П 84 **Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход**: монография / редкол.: А. А. Зайцев (отв. ред.) [и др.]; РГАУ-МСХА им. К.А. Тимирязева – Москва, 2024. – 287 с.

ISBN 978-5-9675-2036-5

Монография посвящена вопросам организации и совершенствования обучения английскому языку для профессиональных целей. Целью монографии является анализ подходов и методов к формированию профессиональной межкультурной компетенции специалистов в контексте цифровизации образования. Особое внимание уделяется потенциалу предметно-языкового интегрированного обучения в качестве основной методологии повышения квалификации современного преподавателя и подготовки конкурентоспособного специалиста.

© ФГБОУ ВО «Российский
государственный аграрный
университет – МСХА
имени К.А. Тимирязева», 2024
© Авторский коллектив, 2024

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
Глава 1. Специфика лексико-стилистических средств современной профессиональной коммуникации	6
1.1. К вопросу функционирования англицизмов как заимствований в русском языке	6
1.2. Дискурсивные стратегии в аспекте функционально-стилевой дифференциации литературного языка	29
Глава 2. Цифровая среда: лингводидактические и профессионально-этические аспекты	45
2.1. Научная коммуникация в цифровом лингводидактическом пространстве	45
2.2. Цифровая межкультурная коммуникация как средство формирования профессионально-этических ценностей у будущих инженеров	76
Глава 3. Междисциплинарные исследования функционально-жанровых типов медиатекстов	99
3.1. Языковая культура как ключевой фактор современных СМИ	99
3.2. Использование медиатекстов агроэкологической тематики в практике преподавания иностранного языка в аграрных вузах	119
3.3. Языковые средства суггестивного воздействия в рекламном тексте	164
Глава 4. Реализация положений профессиональной лингводидактики в современной образовательной практике	210
4.1. Особенности ролевых игр как активного метода обучения в эпоху цифровизации	210
4.2. Основные психолингвистические особенности аудирования как вида речевой деятельности	234
4.3. Сравнение родного и иностранного языков в контексте лингвистической подготовки русскоязычных студентов сельскохозяйственного вуза	257

ВВЕДЕНИЕ

Проблемы, обсуждаемые в настоящей монографии, составляют логическое продолжение вопросов, которым была посвящена I Международная научно-практическая конференция, приуроченная 100-летию образования кафедры иностранных и русского языков РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева. В современной языковой жизни общества большое место занимают различные виды письменной и устной профессиональной коммуникации, имеющей значимость, выходящую за пределы нужд частно-бытового обиходного общения. Данный тип речевой коммуникации охватывает многие темы общения, отражающие состояние, характер интеллектуальной, эстетической, организационно-хозяйственной, экономической и в целом –научно-культурной жизни общества.

Профессиональная коммуникация – одна из ведущих сфер языкового общения современного коллектива специалистов, говорящих на иностранном языке, и значение ее в век всеобщей цифровизации, характеризующейся неуклонным увеличением объема научно значимой информации, непрерывно возрастает. Она становится и одной из ведущих сфер использования иностранного языка. Ее изучение представляет интерес одновременно для теоретической, описательной лингвистики и методики преподавания иностранных языков. Теоретическая лингвистика заинтересовалась данным типом коммуникации раньше других направлений. Сейчас ведутся острые споры о природе профессиональной коммуникации, о ее месте в составе литературного языка, о ее соотношении с книжно-письменной речью, с одной стороны, и с разговорной – с другой, и высказываются подчас противоположные точки зрения. Для описательной лингвистики важно представить конгломерат особенностей этого типа литературной речи по всем уровням – фонетике, грамматике, лексике. Для методики важно так построить процесс обучения иностранному языку, чтобы получаемый в итоге результат

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

соответствовал реальным особенностям естественной профессиональной иноязычной речи.

Монография «Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход» состоит из четырех глав. Авторов данной работы объединяет общая исследовательская концепция. Она состоит в ряде моментов понимания структуры литературного языка, характера профессиональной коммуникации и других центральных для работы вопросов.

Монография создавалась при кафедре иностранных и русского языков РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева в течение двух лет и за это время прошла широкую апробацию. Члены авторского коллектива подготовили к печати более 20 статей и тезисов выступлений. Большая их часть к настоящему времени опубликована (тексты этих публикаций не повторяются в монографии). Ими были сделаны доклады и сообщения на разных семинарах и конференциях в высших учебных заведениях во многих городах Российской Федерации и за рубежом (в Москве, Казани, Саранске, Ярославле, Саратове, Минске и др.).

Замысел и воплощение монографии отвечают тезису о гармоничном развитии, пропорциональном соотношении фундаментальной и прикладной науки. Она находится на их перекрестке.

Авторский коллектив выражает свою искреннюю признательность рецензентам – доктору филологических наук, доценту Н.В. Соловьевой и доктору филологических наук, доценту Г.А. Сосуновой. Наша благодарность всем коллегам, участвовавшим в заседаниях авторского коллектива и принявшим участие в обсуждении работы.

ГЛАВА 1

СПЕЦИФИКА ЛЕКСИКО-СТИЛИСТИЧЕСКИХ СРЕДСТВ СОВРЕМЕННОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ

1.1. К вопросу функционирования англицизмов как заимствований в русском языке

*Манченко Елена Сергеевна,
канд. филол. наук, доцент, доцент Института лингвистики и
межкультурной коммуникации, ФГАОУ ВО «Первый Московский
государственный медицинский университет имени И.М. Сеченова»*

Введение

В современном общении среди представителей русскоязычного сообщества все чаще отдается предпочтение словам или оборотам как заимствованиям из английского языка или созданным по образцу английского слова или выражения, англицизмам [1]. Вопросами функционирования и распространения англицизмов занимались такие ученые, как Е.И. Косенко, С.А. Беляева, Л.П. Крысин, С.Н. Чижикова и др. [3, 17, 18, 38]. Е.И. Косенко считает, что в широком смысле такие слова могут также считаться словами из американского и других вариантов английского языка, используемые для точной передачи информации в текстах (для узких специалистов) [16]. Проникая во все сферы деятельности современного российского общества (образование, индустрию моды и развлечений, спорта, рекламы и СМИ, политики, экономики, медицины, компьютерных технологий), англицизмы прочно закрепляются в языке [20]. Так, в русском языке прижились англицизмы, относящиеся к группам «одежда и мода» (клатч – to clutch (схватить, стиснуть, сжать), лонгслив – long (длинный), a sleeve (рукав), хилисы – a heel (пятка), шузы – shoes (обувь)), «еда и блюда» (крамбл – to crumble - крошить, панкейк – a pan – сковорода, a cake (торт, лепешка, блинчик, шортбред), short (хрупкий), bread (хлеб)), «бизнес и деловые отношения» (аутсорсинг – outsourcing (привлечение

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

ресурсов из внешних источников), дедлайн – a deadline (крайний срок, конечный срок), диверсификация – diverse (различный, разнообразный), краудфандинг – a crowd (толпа), funding – финансирование, пиар – public relations – связи с общественностью, фрилансер – a freelancer (самозанятый сотрудник, который предоставляет свои услуги разным компаниям), эйчар – HR (a head hunter) – охотник за головами), «спорт» (армрестлинг, баскетбол, волейбол, футбол, бейсбол, гандбол, керлинг, форвард), «IT-сфера» (браузер – to browse – просматривать, виральный – viral – вирусный, логин – to log in – войти в систему, юзер – a user – пользователь, комьюнити – a community – сообщество), «политика» (брифинг – brief (короткий), импичмент – impeachment (недоверие, осуждение), деструктивный – to destruct (разрушать), саммит – a summit (вершина), спикер – to speak (говорить), эскалация – to escalate (подниматься, обострять), аутсайдер – outsider (посторонний, крайний)), «культура» (анималистика – an animal (животное), бестселлер – best (лучший), a seller (продаваемый, ходовой товар), блокбастер – a block – квартал, to bust – взрывать), ремейк (a remake – переделка), ток-шоу – to talk (говорить), a show (представление), триллер – a thrill (нервная дрожь) [14, 30].

К факторам, влияющим на процесс заимствования англицизмов, можно отнести подражание образу жизни зарубежной молодежи, быстрое развитие компьютерных технологий и социальных сетей, современную массовую культуру, киноиндустрию [7, 8]. Выявляется зависимость отношения к иноязычным лексике от возрастных, культурных характеристик говорящих [24]. Е.И. Косенко выделяет такие причины заимствований, как общемировую тенденцию к интернационализации лексического фонда, развитие мирового рынка, экономики, информационных технологий, появление новой терминологии, восприятие иноязычного слова как более престижного, красиво звучащего по сравнению с аналогом в родном языке и необходимость к конкретизации значения слова [17]. Англицизмы проникают в разные сферы, например, связанные с сельским хозяйством. Так, в сфере агрономии широко

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

используются такие термины, как: абсорбция (впитывание, всасывание – absorption), биоцикл (биологический цикл – biocycle), концентрат (обогащенный продукт – concentrate), культивировать / культивация (выращивать, обрабатывать, возделывать – to cultivate; культивация, обработка – cultivation), дренаж (дренирование, осушение – drainage), экстрагирование (извлечение – extraction), гибридизация (скрещивание – hybridization) [30, 34]. В сфере зоотехнии часты в использовании термины – скелет (каркас, туша, тушка – carcass), диффузия (diffusion), фертильность (плодородие – fertility), грум (конюх – groom), осеменение (insemination), силос (silage), репродукция (воспроизведение, воспроизводство – reproduction) [30, 34].

В настоящее время сама трактовка термина «заимствование» неоднозначна. Среди наиболее важных вопросов Л.П. Крысин выделяет: объём и содержание понятия «заимствование», его причины и виды, процесс ассимиляции и адаптации в заимствующем языке [18]. Д.Э. Розенталь определяет заимствования как «слова, вливающиеся в русский язык из других языков в результате политических, экономических и культурных связей» [28]. По мнению С.А. Беляевой, заимствование – это процесс, включающий в себя проникновение «чужого» слова, неоднократное употребление его на уровне речи и последующее вхождение в систему языка-реципиента [3]. Можно отметить, что в широком смысле под заимствованием подразумевается любое слово иностранного происхождения, независимо от времени вхождения в язык и степени адаптации, а в узком – такое же слово, но которое ассимилировалось в языке [39]. Так, англицизмы в качестве заимствований следует воспринимать как элементы чужого языка (будь то слово, морфема или синтаксическая конструкция), перенесенные из английского языка в русский язык в результате языковых контактов [19].

Неоднородные по составу англицизмы как заимствования все чаще привлекают внимание исследователей [6, 30]. Существуют разные классификации заимствований – по способу оформления в языке-реципиенте

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

[4], по критерию освоенности – неосвоенности [2] освоенные, ассимилировавшиеся в языке фонетически, графически, грамматически, словообразовательно и семантически, частотные в употреблении; полуосвоенные, едва известные и неосвоенные, находящиеся в процессе вхождения в язык), по сфере употребления [4] (общеупотребительные слова, полностью освоенные языком; необщеупотребительные, освоенные языком не полностью (например, профессионализмы (в том числе узкоспециальные термины и профессиональный сленг) и экзотизмы), по наличию или отсутствию понятия, обозначаемого заимствованием в русской лингвокультуре [4] (заимствования, проникшие в русский язык вместе с новыми понятиями, заимствования, называющие понятия, которые и ранее были известны носителям языка, но имели другой план выражения, заимствования, обозначающие понятия и явления, присущие иноязычной культуре). Интересной представляется классификация англоязычных неологизмов [37], включающая нулевые, или пустые концепты (например, варваризмы, молодёжный сленг), квази-концепты как реалии, заимствуемые из других культур, «паразитарные концепты», существующие в языке, чужие концепты (ценности и понятия, неприсущие культуре и языку). Классификация Л.М. Баш [1] содержит заимствованные слова (варваризмы, транслитерации, заимствования и интернационализмы) и квазизаимствования (собственно переоформления, слова-миксты и слова-гибриды). Вслед за Е.И. Косенко, выделяются такие виды заимствований по способу образования [16], как (прямое заимствование, в котором иноязычное слово (фразеологический оборот), входя в новую языковую систему сохраняет свои основные звуковые особенности, например, порт), калька как слово иноязычного происхождения, употребляемое с сохранением фонетического и/или графического облика при заимствовании структуры элемента (слова или словосочетания) чужого языка с заменой его материального воплощения средствами родного языка, например, дежавю, меню), гибриды, образующиеся через присоединение к иностранной

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

основе русских приставки, суффикса или окончания, например, яндексить, гуглить, чатиться), экзотизмы как слова, обозначающие предметы или явления из жизни других народов (ковбой), композиты или слова, состоящие из двух английских элементов, образующих одно сложное слово (шоп-тур, ноу-хау), варваризмы как слова, которые встречаются в речи носителей принимающего языка и оформлены его графическими средствами, но ещё не закрепились в качестве элемента его системы и воспринимаются как чужеродные, как нарушение общепринятой языковой нормы (кэмпер, билборд), иноязычные вкрапления как средства выразительности, придающие речи экспрессивность (о'кей (OK)).

Основными способами заимствования [21] следует считать транскрипцию как заимствование словарной единицы, при котором сохраняется звуковая форма (футбол (football), паб (pub)), транслитерация как способ заимствования, при котором заимствуются написание иностранного слова через буквы языка-реципиента. Слово, заимствованное при помощи транслитерации, читается по правилам чтения языка-реципиента. Это также свойственно многим именам собственным (клуб (club), Henry (Генри)), калькирование (словообразовательные кальки – слова, полученные «поморфемным» переводом иностранного слова на русский язык, составленные из русских морфем (небоскреб (sky-scraper), формат в значении «характер, вид, форма» - деловой формат, новый формат передач (format), теневи в значении «незаконный» - теневая экономика, теневой кабинет министров (shadow business, shadow economy), непромокаемый (waterproof), *семантические* кальки как слова, которые получили новые значения под влиянием соответствующих слов другого языка (зрелище, картина как произведение живописи и фильмографии (picture), высокие технологии (как лучшие (High technology, High school), *фразеологические* кальки как устойчивые сочетания слов, возникшие в результате пословного перевода иноязычного фразеологизма (мы сделали это (у

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

нас получилось (we made it!)), жаргонизмы «это крутой парень» (It's a cool / tough guy).

Причины заимствования английской лексики могут быть лингвистические и экстралингвистические. Лингвистическими причинами [33] могут быть отсутствие соответствующего наименования, эквивалентного слова или понятия [2], предоставление стилистического (эмфатического) эффекта, установка позитивных или негативных коннотаций, которыми не обладает эквивалентная единица в языке-реципиенте, дифференциация содержательно близких, но различающихся понятий, необходимость специализации понятий в той или иной сфере человеческой деятельности, тенденция к «цельному», нерасчленённому обозначению цельного неразделанного на отдельные составляющие объекта или явления (одним словом вместо сочетания слов), что диктуется принципом языковой экономии, тенденция к устранению омонимии или полисемии исконного слова (для повышения и сохранения коммуникативной четкости лексических единиц), эвфемизация, тенденция к обогащению языка новыми экспрессивными средствами, отсутствие в родном языке возможности образования производных от имеющегося в данном языке исходного слова [26] и расширение синонимичного ряда [2].

К экстралингвистическим причинам (включая и социально-психологические) [33] следует относить коммуникативную актуальность обозначаемого заимствованным словом понятия, ранее отсутствовавшего в когнитивной базе языка-реципиенте и соответствующего ему слова; престижность иноязычного слова по сравнению с исконным или ранее заимствованным и «обрусевшим»; намеренное стремление авторов нарушить языковые традиции, придав высказыванию выразительность и интригу при помощи иноязычных элементов; научно-техническая революция XX века; стремительное развитие всемирной коммуникационной сети; интенсивную миграцию населения Земли; распространение билингвизма; культурное влияние одного народа на другой через расширение зарубежного туризма [27];

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

авторитетность языка-источника [27]; повышение интереса к изучению того или иного языка; увлечение определённых социальных слоёв культурой чужой страны [27]; стремление индивида выделиться за счет использования «оригинальных» слов [29]; стремление к языковым контактам с жителями других государств, к преодолению языкового барьера [29]; моду на иноязычные слова [2] и преобладание английского языка в Интернете.

Л.П. Лобковская выделяет среди экстралингвистических факторов экономические, общественно-политические, культурные, научные и социально-психологические [23]. К экономическим факторам ученый относит коренное изменение экономического строя в России, равнение на западные капиталистические отношения; зарождение рынка и рыночных отношений, изучение американского образца рыночных отношений и рыночной экономики; активность совместных предприятий, компаний и интеграция России в мировую финансовую, банковскую систему [23]. Среди общественно-политических факторов явственны изменение политической надстройки в связи с трансформацией экономического базиса и политической системы; появление в России большого числа партий, общественных движений с различными платформами; рост общественного самосознания, активное участие граждан в политической жизни, вследствие чего – интерес к прессе, новостям и тенденция к запоминанию новых слов [23].

Развитие новых направлений в художественной литературе, кинематографии, театре, музыке, архитектуре и дизайне; культурные акции творческих коллективов разных стран, обмен художественными коллективами выставками; туристические поездки; желание приобщиться к достижениям моды, к новой эстетике; распространение видео; культивирование «американского образа жизни» посредством СМИ и массового кинематографа, новинок американской поп-музыки и пр., появление большого количества изданий по типу американских журналов; распространение американских предметов материальной культуры (например, товаров и услуг), а также

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

явлений и понятий, связанных с различными сферами общественной жизни – данные факторы относят к культурным (культурно-бытовым) [23].

Научность процесса заимствования (как научного фактора) целесообразно определять самой открытостью научных достижений и разработок и доступом к сведениям о них. Разноплановость требований общества ведет к глобализации и интеграции информационных сетей, увеличению объема информации вследствие радикальных технологических изменений. Обмен знаниями, опытом, научными кадрами и достижениями, участие в конференциях международного уровня, работа в тандеме с представителями разных государств, конфессий, взглядов и убеждений для осуществления совместных научных проектов имеет также важное значение и во всех изменениях, происходящих в языке.

К социально-психологическим факторам можно отнести желание вместе со старым строем освободиться и от старых слов; моду на «американский» стиль поведения; престижность владения иностранной речью, восприятие иностранного слова как более престижного; рядом норм из области этики [16, 23]. Заимствование выполняет эвфемистическую функцию («педикулёз» вместо «вшивость»); коммуникативную актуальность понятия, которая активизирует использование слова, обозначающего данное понятие; и наличие в языке-источнике уже сложившихся систем терминов.

Также заимствования можно отнести к фоновым знаниям, которые в лингвострановедении актуальны в массовом быденном сознании носителей определенной культуры, принципиально отличающиеся от научных знаний. Заимствования могут усваиваться интуитивно, и тогда их последующее использование в речи носит неосознанный, подражательный характер. Таким образом, одна из причин употребления англицизмов – неосознанный навык (привычка) следовать нормам речи. Процесс сопоставления и уподобления лексических единиц различных языковых систем и выбором англицизмов в соответствии с языковым эталоном осуществляется интуитивно [26].

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

Заимствования выполняют ряд функций, такие как наименование новых предметов, понятий и явлений; замещение уже существующих в русском языке слов [11]. Часто заимствования могут использоваться для точной передачи информации, предназначенной узким специалистам [2]. Англицизмы выполняют эвфемистическую функцию, выражаемую в кодировании «неблагозвучных» русских слов и в создании юмористического эффекта [13].

Для заимствованных англицизмов характерны явления ассимиляции и адаптации в русском языке. Ассимиляция как лингвистическое явление, состоит в том, что иноязычное слово теряет свои признаки и способы оформления, присущие языку-источнику и приобретает новые характеристики, свойственные языку-реципиенту [5]. Ассимиляция – долговременный и последовательный процесс, в ходе которого иноязычный элемент проходит несколько стадий. О.П. Сологуб определяет следующие [31]: выделение англицизмов как систематически повторяющихся промежутков в ряде слов; явное осознание слов в языке с позиции их состава, вследствие чего происходит формирование англоязычного структурного элемента как самостоятельной русской морфемы; действие англоязычных морфем в русском языке; возможность единичного образования на основании русского языка с русскими производящими основами; приобретение английским структурным элементом прочного положения в системе русского языка; развитие своей словообразующей интенсификации, проявляющейся в развитии у морфем продуктивности и многозначности.

Л.П. Крысин выделяет такие этапы на пути к ассимиляции [18] как употребление иноязычного слова в его исконной орфографической и/или грамматической форме в качестве вкрапления. Примером может служить «beef-steaks» (А.С. Пушкин «Евгений Онегин»), «know-how». На этом этапе автор может сопроводить такое слово пояснением, но не все подобные вкрапления осваиваются языком.

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

На следующем этапе иноязычное слово приспособливается к системе заимствующего языка через транслитерацию или транскрипцию, отнесением к определённой части речи, с соответствующим морфологическим и словообразовательным оформлением. Теряя внешние признаки иноязычности, слово начинает употребляться не вкраплением, а как относительно органичный элемент русского текста, иногда при этом меняя своё первоначальное значение.

На третьем этапе заимствование избавляется от сопроводительных пояснений и начинает употребляться наравне с другими словами родного языка. Носители языка перестают ощущать непривычность иноязычного слова, которое может сохранять жанрово-стилистические, ситуативные и социальные особенности. Пример: оборот «пролонгировать договор» вместо «продлить договор».

Необязательным этапом может быть утрата жанрово-стилистических, ситуативных и социальных особенностей. На этапе выхода иноязычного слова за рамки специальной сферы окончательно формируется его семантика. Процесс стабилизации значения определяет судьбу заимствования в языке. Важным компонентом этого процесса является семантическая дифференциация близких по смыслу исконных и заимствованных слов.

Последним этапом представляется непосредственно регистрация иноязычного слова в толковом словаре с указанием на принадлежность слова к лексико-семантической системе данного языка.

Такое явление как формальная адаптация англицизма складывается из его приспособления к фонетике, грамматике, графике и орфографии заимствующего языка [24]. Так, грамматическое освоение иноязычных слов связано с категориями рода, числа, склонения (для существительных и прилагательных), с грамматическим значением вида, формами наклонений и спряжением глаголов. Особенности грамматического строя заимствующего языка определяют направление грамматических изменений, которые происходят с иноязычиями. При грамматической адаптации заимствованное слово

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

подчиняется правилам русской грамматики. Заимствованные корни и аффиксы также получают грамматическое оформление, соответствующее правилам русского языка. Примером грамматической ассимиляции может служить англицизм «to click» (нажать клавишу мыши или клавиатуры) превратился в русский глагол «кликать», «кликнуть»; к основе слова присоединились русские суффикс и окончание [35].

Чаще всего освоение заимствованного слова происходит через аффиксацию. При заимствовании заимствованное слово получает суффиксы и окончания, характерные для языка-реципиента [23]. Так, многие ученые отмечают изрядную вариативность заимствований в процессе освоения иноязычные слова в языке-реципиенте: фонетическую «гамер – геймер», «фан – фэн» (от англ. fun), «грей – грэй» (от англ. gray)). Это связывается с произносительными предпочтения русского сообщества. С этим связана и вариативность акцентная («комбАйнер – комбайнЕр; джентельмЕн – джЕнтльмен; ударение в слове «маркетинг» – на первый или на второй слог – «мАркетинг» – «маркЕтинг» (от англ. marketing) [5], джИнсовый, джинсовОй, джинсОвый; кОлледж, коллЕдж), орфоэпическому ([к'э]йс – [кэ]йс) » (от англ. «case»), орфографическому («спинофф» – «спин-офф» – «спин-оф» ((от англ. «spin off»), «саундтрек» – «саунд-трек» (от англ. Soundtrack, блоггер – блогер, биг-маг, ди-джей)), и графическому (Интернет – Internet – интернет, браузер, гест-бук – гест бук, баннер – банер, пассворд – пасворд, френд-лист – френд лист) [14].

Случаи, выбивающиеся из общей тенденции и противоречащие орфографическим правилам русского языка, формируют явление орфографической дестабилизации. Навязывание русскому языку орфографических привычек глобального английского языка показательно в аспекте влияния узуса на норму. Примером орфографической дестабилизации может служить выражение «cash back», которое по правилам русской

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

орфографии должно писаться как «кешбек», но наиболее популярным вариантом написания является «кэшбек» [4].

По признаку ассимилированности заимствования можно разделить на три группы: освоенные, полуосвоенные и неосвоенные. Освоенные англицизмы уже прижились в русском языке (примеры: «джинсы», «хобби», «нокаут», «бестселлер», «футбол», «леггинсы», «лонгслив», «стретч», «худи»). Полуосвоенные англицизмы – это лексемы, которые вошли в русский язык недавно, и известны лишь узкому кругу носителей языка (примеры: «сет», «плей-офф», «буллит», «хэдхантинг», «хэдлайнер», «тревеливинг» (traveliving), «смужи» (smoothie), «шопер» (shopper), «дауншифтинг» (downshifting)). Неосвоенные англицизмы представлены лексемами, только начинающими входить в русский язык, носящие окказиональный характер не соответствующие общепринятому употреблению (примеры: «джим» – спортзал, «биг-шот» – известный спортсмен, «байопик» (biopic), «хоумситтер» (homesitter), «трендсеттер» (trendsetter), «стэйкейшн» (staycation)) [12].

На тенденцию к достаточно быстрому освоению англицизмов и американизмов русским языком указывают заимствования, легко принимающие грамматические формы и окончания, присущие принимающему языку; входящие в состав множества сложных слов в качестве одного из составляющих элементов; иноязычия в часто употребляемых устойчивых словосочетаниях [33].

Важнейшим признаком вхождения заимствованного слова в систему принимающего языка является его функционирование в речи [35]. Под функционированием следует понимать достаточно регулярную циркуляцию (употребляемость) слова в разных жанрах литературной речи, для термина – в заимствовавшей его терминологической области.

Многие исследователи пришли к выводу, что такие временные заимствования относятся к сфере информационных технологий, к отраслям с

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

преобладающим числом укоренившихся заимствований – сферам техники и оборудования, транспорта, моды и шоу-бизнеса и развлечений [23].

В описании словообразовательной интеграции англицизмов в русском языке приходится учитывать словообразовательные морфемы языка-источника (английского языка) и дериваты, оседающие в языке-реципиенте. Так, образуются интересные словообразовательные модели, некоторые из которых представляют постоянные элементы в составе сложных слов.

Интеграция англоязычных морфем подразумевает в основном корни (корнесловы) и аффиксы (аффиксоиды). Аффиксоидом следует считать «корневую морфему, приобретающую в составе производного слова признаки служебной морфемы, аффикса» [28].

Частотными являются такие морфемы как -бол, ассоциируемую с спортивными играми (гандбол, пушбол), тур- (турагент, турпоездка). Также морфема на -инг (демпинг, смокинг), -мен (бизнесмен, омбудсмен), мент- (импичмент, рекрутмент), -ер (бутлегер, собакер). Корневые и аффиксальные морфемы привлекаются все чаще – рок-, поп-, видео-, супер-.

Спустя годы употребления таких англицизмов стираются как временные, так и семантические источники заимствования, поскольку они приспособляются к системе заимствующего языка и полностью им усваиваются [32, 36]. Многие специалисты утверждают, что язык сам отбрасывает лишнее, сохранив только необходимое [12], сопротивляясь массовому проникновению иноязычной лексики. Д.Ю. Гулинов определяет такую способность языковой резистентностью [9]. Так, развивается тенденция образования слов на основе англицизмов в языке-реципиенте – русском языке, когда, растворяясь в языке, образуются новые понятия.

Среди распространенных слов с суффиксами -ств(о), -еств(о). Так, например, клипмейкерство, имиджмейкерство, татумейкерство, порномейкерство, нюсмейкерство, брокерство, дилерство, дистрибьютерство, маклерство; стрингерство, киллерство, спичрайтерство, хэдлайнерство,

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

свингерство, страйверство, байкерство, скинхэдство, сквотерство, ди-джейство. Другая группа представляется суффиксом -изация. Так, появились слова – интернетизация, маргинализация, рейтингизация, аэробизация, макдонализация, таблоидизация. Традиционно суффикс -изм связывают с общественно-политическими направлениями, системами. Появились в последнее время слова – лоббизм, сиквелизм, роллеризм, сноубордизм, хэппиэндизм, мачизм. Суффикс -ние довольно редко встречается (офанатение, лоббирование, армирование, зомбирование), уступая место дериватам с негативной оценочной семантикой (зомбежка). Частотным является аффиксоид -мания – сиквеломания, скутермания. Группа существительных, образованных от англицизмов при помощи суффикса -ость, обозначая отвлеченный признак, может быть представлена такими словами, как унисексовость, рейтинговость, оффшорность, недомаргинальность, андерграундность, которые образуют родственные слова со следующими относительными прилагательными - дериватами: рейтинговый, андерграундный, унисексовый, оффшорный, маргинальный.

Продуктивным суффиксом является суффикс -ист, благодаря которому появились в языке серфингист, лоббист, скутерист, стритболит, хайлафист, паузолифтингист, боулингист, фитнесист, сноубордист и другие. Словообразование шагнула по гендерному признаку с присоединением суффикса -к или -н – хайлафистка, фитнесистка, серфингистка, шейпингистка, стритболистка, аэробиня, аэробичка, биологиня, историчка. Также отмечается употребление суффикса -ш в словах сноубордерша, роллерша, хэдлайнерша, бизнесменша, сейлзменша.

В результате сложения английского корневого морфа и корнеслова -голик, стали широко употребляться интернетоголик, компьютероголик, шопоголик. Слова-компоненты, показывающие гендерную принадлежность (с маркерами пола), определенно заняли свою нишу в языке. Так, частыми стали случаи употребления слов - женщина- интервьюер, девушка-группы, профи-мужик.

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

Компьютерный жаргон перенасыщен неологизмами на суффиксы -ерь / -арь. Например, думер (человек, который не может жить без игры Doom), квакер (человек, играющий в Quake), фрекарь (назойливый юзер, запрашивающий много и часто), погамер (человек, способный играть в компьютерные игры с утра до ночи).

В разговорной речи процесс словообразования на основе англицизмов протекает более активно и отличается вариантностью, например, to cash a check – откешить (обкешить) чек, to go shopping – шопиться (пошопиться, нашопиться).

Живучесть некоторых словоформ иллюстрируется примерами, взятыми из СМИ, где часто используются окказиональные образования, понятные только сперва в определённом контексте. Через некоторое время они входят в обороты речи, тем самым способствуя закреплению в языке и речи [10]. Так, распространённая группа гейт-производных (Трамгейт, Уотергейт) формирует отношение к политическим деятелям через своеобразный портрет, представляющий «некий четко слаженный, разносторонний образ личности, который складывается из фактов, явлений или событий из жизни политика» [25].

Так, ещё совсем недавно политические аналитики говорили о *Russiaгейте* или *Трамгейте*, то после того, как 2 февраля 2018 года в США опубликовали рассекреченный «меморандум Нунеса» (подготовленный законодателями-республиканцами и названный в честь главы комитета Палаты представителей по разведке, республиканца Девина Нунеса), стали упоминать все чаще Уотергейт.

В конце 20 века в русском языке появилось большое количество англицизмов с словоформой – maker (тот, кто выполняет какое-либо действие): (буклетмейкер, татумейкер, клипмейкер, имиджмейкер). Из-за частотности употребления англицизмов с данным словообразовательным формантом, возник вопрос о его способности образовывать новые слова со значением

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

производителя действия. В русских текстах стали появляться производные, включающие этот аффиксоид как результат авторского словотворчества, а именно: страхмейкер, чушьмейкер, квас-мейкер и слухмейкер (о тех, кто распускает слухи). В публицистике часто прибегают к разным производным англицизмов, порождая таким образом неологизмы. К примеру, на сайте ежедневной газеты «Время МН» нередко встречаются такие производные как «слухмейкеры».

С развитием пищевой индустрии и гастрономическими новшествами стали появляться аффиксы на -бургер (чickenбургер, чисбургер, гамбургер), но все чаще привлекательность названия вставала в первую очередь и способствовала появлению нямбургеров, новбургеров, джамбобургеров.

Частотен корнеслов -фэшн (англ. «fashion» – мода). Войдя в состав русских композитов, образовалось много слов, таких как фэшн-шоу, фэшн-культура, фэшн-сфера, фэшн-психология.

Англицизм бизнес прочно закрепился в разных сферах экономики и менеджмента. Композиты бизнес-центр, бизнес-новости, бизнес-леди, бизнес-ланч, бизнес-скул, бизнес-обозрение образовались с участием русских лексем, приобретая дополнительные значения. В последнее время все чаще отмечаются случаи недефисного написания таких слов. Так, например, бизнесвумен, бизнесмонстр, бизнесфюрер. Происходит полная интеграция признака (бизнес) предметом или объектом. Так, строки из «Романа о девочках» В. Высоцкого – «Она тащила качавшегося в разные стороны несостоявшегося своего жениха, Петера Онигмана – бизнесфюрера и вдовца, втянула его за грудки в комнатку...».

Ставший популярным еще в 90-е годы англицизм брейн (brain – мозг) входит в состав многих заимствованных лексем: брейнсторминг, брейнерит, брейн-пирсинг. Появление русских названий брейн-ринг, брейн-клуб, а также многочисленных названий интеллектуальных игр, показывает относительную самостоятельность данного корнеслова в русской словообразовательной

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

системе. Так, лексема «брейн-дрейн» означает "отток мозгов" или, в более правильном русском эквиваленте, все-таки умов. Данное дребезжащее словосочетание из английского уже закрепилось в разных лексических словарях [30].

Широкое употребление дефисных написаний с участием англицизмов позволяет говорить о заимствовании словообразовательной модели, то есть о влиянии словообразовательной модели, присущей английскому языку, на русскую. В русской речи стали использоваться композиты со словоэлементами: интернет- (интернет-центр, интернет-товары, интернет-читатель, интернет-цены, интернет-занятия, (наряду с заимствованными сложными словами интернетсайт, интернет-брокер, интернет-баннер и др.). С развитием технологий частотен корнеслов веб- (вебобзрение. вебописательство, вебостроитель, вебакселерат, вебактивность); сервер- (серверописание, серверадресация, серверодержатель); рейтинг- (рейтингкоманда, рейтинг-эксперт, рейтингофобия); смарткарт- (смарткартприложение, смарткарт-технология, смарткарт-разработчик). Некоторые из перечисленных композитов имеют вариантное написание: дефисное и слитное (веб-обозрение или вебобозрение), многие в своем составе имеют соединительные гласные (франчайзодатель, франчайзополучатель) [14].

Безусловно, нельзя отрицать, что помимо нейтрально окрашенных слов выделяются слова-англицизмы по природе своей производные, экспрессивно окрашенные (как с положительной, так и с отрицательной окраской). Суффиксы русского языка -енок, -онок способны образовывать слова, характеризующиеся незрелостью, играючи обыгрывая вполне серьезные понятия. Так, например, встречаются лексемы «скутеренок», которую порой называют «табуреткой».

Суффиксы на -ик, -ец, -ушка, обладая уменьшительно-ласкательным значением, выражают ласкательность, реже – уничижительность. Так, например, используются производные лексемы – татушка, татушечка.

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

В последнее время в речи многих русских людей активно употребляются лексемы с суффиксами на -к - элька, эмка, экселька, где мотивирующей основой выступают английские буквенные аббревиатуры L, M, XL, называющие принятые во всем мире размеры одежды. Отаббревиатурное словообразование - довольно частое явление в русском языке конца 90-х годов.

По мнению А.И. Дьякова, группа производных слов с негативной экспрессией более многочисленна, так как языковая картина русского человека отличается присутствием ненормативных слов с деструктивной семантикой [15]. Таким образом появляются попсытина, фэйсина с суффиксом -ин, флэтуха, таюха с суффиксом -ух.

Каламбуры отмечаются в компьютерном жаргоне, в которых происходит деформация исходного слова. Такие слова фигурируют в речи, эффектно разбавляя порой сухой цифровой язык. Трубопаскакаль (Turbo Pascal), дисплэй (display), виндовозик (MS Windows).

Бесспорен и тот факт, что англицизмы затрагивают и другие части речи – глаголы и прилагательные. Чаще всего это производные от существительных. Такие глаголы как «потиктокать», «емэйлить», «спичить», «гуглить», «яндексить» значимо и частотно употребляются в речи. Возникает процесс «дооформления» англицизма до русского глагола.

Прилагательные оформляются с помощью суффиксов (межфайловый, вайтовый, лайтовый, венчурный, эксклюзивный).

Англицизм, переходя в русское слово, «выбирает» самую подходящую в русском языке словообразовательную структуру производного прилагательного. В русском языке обычно прилагательные от прилагательных не образуются. Исключением могут быть формы субъективной оценки и степеней качества (беленький, толстенький, розоватый). Так, входящие в нашу речь англицизмы-прилагательные расширяют представление об исходной базе прилагательного-деривата в русском языке. Русская словообразовательная структура адаптирует грамматически инородные элементы. Так, например, прилагательные, как

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

юзабельный (usable - пригодный для пользования), клиерный (clear – чистый, прозрачный), блюевый (blue), фрекабельный [14].

Мотивация образования прилагательных от англицизмов определяется предпочтениями представителей русского сообщества, веяниями различных жанровых направлений. Явна тенденция употребления личных имен, фамилий, прозвищ, топонимов, аббревиатур, названий учреждений. На просторах Интернет и в статьях СМИ выделяются прилагательные с суффиксами -ов/ -ев: арнольдowski, брэдпитowski, дикаприевский, спайдерменовский; на -мен: супервуменский, бэтменский. Также используются прилагательные, мотивированные музыкальными направлениями: хипхоповский, технороковский, рейверский, хардроковский, рэповский. Прилагательные, образованные от английских аббревиатур или сокращений не так распространены, но присутствуют в речи: пиаровский (PR), хайтековский (Hi-Tech), интернетовский (Internet). Прилагательные мотивируются названием лица: менеджерowski, девелоперовский, скинхэдовский, бодибилдерский [14].

Неоднозначно употребление прилагательных, поскольку суффиксы, присоединяющиеся к англицизмам и вступающие в композитные отношения с ними, различны. Так, функционирование суффиксов -н / -ическ наряду с вариантом скейтбордный существует вариант скейтбордический (сноубордный - сноубордический). В русском языке суффикс -ическ(ий) (вариант суффикса -ск) образует прилагательные, мотивированные существительными, называющими профессию, род деятельности, общественное и идеологическое течение. Как видим, в данном случае нет отступлений от норм русской аффиксации. Прилагательное сноубордический в языке-реципиенте имеет свободную сочетаемость с русскими существительными, что говорит о безусловном принятии слова русским языком. Также используется лексема «сноубордский».

Следует отметить, что в русском суффикс -н ассоциирует признак, относящийся к предмету, явлению, названному мотивирующим словом, активно

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

участвует в образовании от англицизмов русских прилагательных. В сети Интернет встречаются такие прилагательные с этим суффиксом как: блокбастерный, гамбургерный, дисконтный, дайджестный выпуск, импичментный, каверный сингл, ламерный, медийный, оффшорный, оскароносный, праймеризный, постерный, рокерный, свингерный, скейтбордерный, сидиромный, супермаркетный, таблоидный, фьючерсный, чартерный. Безусловно появляются прилагательные, представляющие превосходную степень, например, маргинальнейший, оффшорнейший, рокернейший [14, 30].

В некоторых из перечисленных прилагательных мы отмечаем слияние двух английских слов с последующей русской суффиксацией: бэквокальный, даблстопный, праймтаймовый, микрофокусная рентгенография.

Заключение

Русский язык как язык-реципиент стал изобиловать англицизмами в силу ряда факторов лингвистической и экстралингвистической природы (экономических, общественно-политических, культурных, научных и социально-психологических). Англицизмы проходят ассимиляцию и адаптацию в русском языке через наиболее распространённые способы аффиксации. Процесс этот непрерывен и обоснованно целесообразен, развивая язык и речь его носителей. Функционирование англицизмов в речи значимо для пересмотра некоторых словообразовательных моделей, совершенствуя способы образования новых словообразовательных моделей, несвойственных до этого языку-реципиенту.

Список использованных источников

1. Баш, Л. М. Дифференциация термина «заимствование»: хронологический и этимологический аспекты / Л. М. Баш // Вестник Московского университета. – Москва, 1989. – №9 – С. 22-34.
2. Белина, Н. В., Божик, С. Л., Киселёва, З. А. Изучение современных англицизмов на занятиях по иностранному языку в вузе // Terra Linguistica. 2017. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/izuchenie-sovremennyh-anglitsizmov-na-zanyatiyah-po-inostrannomu-yazyku-v-vuze> (дата обращения: 10.09.2023).

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

3. Беляева, С. А. Английские слова в русском языке XVI– XX вв. / С. А. Баш. – Владв: Изд-во ДВГУ, 1984. – 108 с.
4. Богословская, В. Р., Косырева, М. С., Мурашко, С. Ф. Типология иноязычных заимствований в профессиональной лексике: психологоакмеологический анализ // Акмеология. 2016. №1 (57). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tipologiya-inoyazychnyh-zaimstvovaniy-v-professionalnoy-leksike-psihologo-akmeologicheskiiy-analiz> (дата обращения: 10.09.2023).
5. Булычёва, О. А., Сафонкина, О. С. Интернет-англицизмы: развитие англо-русских языковых контактов на современном этапе // Огарёв-Online. 2016. №17 (82). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/internet-anglitsizmy-razvitie-anglo-russkih-yazykovykh-kontaktov-na-sovremennom-etape> (дата обращения: 01.09.2023).
6. Гинза, Д. И., Горбунова, В. С. Английские заимствования в русском языке // Бюллетень науки и практики. 2017. №4 (17). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/angliyskie-zaimstvovaniya-v-russkom-yazyke> (дата обращения: 02.10.2023).
7. Горошко, О. Н., Трещина, М. С. Влияние англицизмов на лексический состав русского языка // Наука и современность. 2014. №29. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-anglitsizmov-na-leksicheskiy-sostav-russkogo-yazyka> (дата обращения: 01.10.2023).
8. Горошко, О. Н., Труфанова, В. П. Заимствование англицизмов в современном русском языке // Наука и современность. 2014. №29. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zaimstvovanie-anglitsizmov-v-sovremennom-russkom-yazyke> (дата обращения: 01.10.2023).
9. Гулинов, Д. Ю. Резистентность языка как фактор языковой политики // Известия ВГПУ. 2014. №2 (87). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rezistentnost-yazyka-kak-faktor-yazykovo-y-politiki> (дата обращения: 01.10.2023).
10. Гурова, И. В. Гейт-производные: заимствованные vs., образованные на русской почве // БГЖ. 2018. №3 (24). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/geyt-proizvodnye-zaimstvovannye-vs-obrazovannye-na-russkoy-pochve> (дата обращения: 01.10.2023).
11. Джулай, И. Ю., Рождественская, С. В. Англицизмы в современном российском обществе: статус и функции // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2018. №8-1 (86). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/anglitsizmy-v-sovremennom-rossiyskom-obschestve-status-i-funktsii> (дата обращения: 01.10.2023).
12. Дудургова, Х. А. Английские заимствования в спортивной лексике русского языка // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2017. №7-2 (73). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/angliyskie-zaimstvovaniya-v-sportivnoy-leksike-russkogo-yazyka> (дата обращения: 01.10.2023).
13. Дьяков, А. И. Словообразовательный потенциал и словообразовательная активность англицизмов в русском языке // Векторы благополучия: экономика и социум. 2012. №4 (5). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/slovoobrazovatelnyy-potentsial-i-slovoobrazovatel'naya-aktivnost-anglitsizmov-v-russkom-yazyke> (дата обращения: 01.10.2023).
14. Дьяков, А. И. Словарь англицизмов русского языка URL: <http://anglicismdictionary.ru/S> (дата обращения: 01.10.2023).
15. Дьяков, А. И. Участие англоязычных морфем в русском словообразовании // Филология и человек. 2012. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/uchastie-angloyazychnyh-morfem-v-russkom-slovoobrazovanii> (дата обращения: 01.10.2023).
16. Косенко, Е. И. Анализ функционирования экономических заимствований в современных российских СМИ // Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. 2017. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-funktsionirovaniya-ekonomicheskikh-zaimstvovaniy-v-sovremennyh-rossiyskikh-smi> (дата обращения: 01.10.2023).

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

17. Косенко, Е. И. К вопросу об англицизмах в современном русском языке // Вестник ЛГУ им. А.С. Пушкина. 2015. №4, т. 1. с. 137–140. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-ob-anglitsizmah-v-sovremennom-russkom-yazyke> (дата обращения: 01.10.2023).
18. Крысин, Л. П. Иноязычные слова в современном русском языке / Л. П. Крысин. – М.: Наука, 1968. – 208 с. 66.
19. Кушнарева, Н. В. Влияние англицизмов на развитие русского языка в современной культуре // Наука о человеке: гуманитарные исследования. 2016. №4 (26). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-anglitsizmov-na-razvitie-russkogo-yazyka-v-sovremennoy-kulture> (дата обращения: 01.10.2023).
20. Лаврентьева, А. А., Шмелева, А. Г. Англицизмы и их использование в качестве терминов на современном этапе развития русского языка // Успехи в химии и химической технологии. 2020. №10 (233). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/anglitsizmy-i-ih-ispolzovanie-v-kachestve-terminov-na-sovremennom-etape-razvitiya-russkogo-yazyka> (дата обращения: 11.09.2023).
21. Лафтими, И. Английские заимствования ЛСГ «Рыболовство» в русском и арабском языках. Способы заимствования // Вестник РУДН. Серия: Лингвистика. 2012. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/angliyskie-zaimstvovaniya-lsg-rybolovstvo-v-russkom-i-arabskom-yazykah-sposoby-zaimstvovaniya> (дата обращения: 11.09.2023).
22. Лобковская, Л. П. К вопросу о распространении английского языка в современном мире / Л. П. Лобковская // Культурная жизнь Юга России. 2013. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-rasprostranenii-angliyskogo-yazyka-v-sovremennom-mire> (дата обращения: 12.09.2023).
23. Ломова, О. Е. Отличительные черты и способы заимствования англицизмов в русском и немецком языках // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2018. №7-2 (85). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otlichitelnye-cherty-i-sposoby-zaimstvovaniya-anglitsizmov-v-russkom-i-nemetskom-yazykah> (дата обращения: 12.09.2023).
24. Макеева, С. Г. Современные лексические заимствования в контексте бытования культуры русской речи // Ярославский педагогический вестник. 2014. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-leksicheskie-zaimstvovaniya-v-kontekste-bytovaniya-kultury-russkoj-rechi> (дата обращения: 01.10.2023).
25. Манченко, Е. С. Портретизация американских политиков через прозвищные именованья / Е. С. Манченко. – Вестник Челябинского государственного педагогического университета. - 2015. – №9. – С. 151-155. – EDN VJHHL
26. Нарочная, Е. Б., Сумина, В. Е. Англоязычные заимствования как элемент фоновых знаний студенческой молодёжи // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2019. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/angloyazychnye-zaimstvovaniya-kak-element-fonovyh-znaniy-studencheskoj-molodezhi> (дата обращения: 01.10.2023).
27. Пивоварова, Л. Н., Попова, А. Н. Англоязычные заимствования в русской медицинской терминологии // Известия Самарского научного центра РАН. 2015. №5-3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/angloyazychnye-zaimstvovaniya-v-russkoj-meditsinskoj-terminologii> (дата обращения: 01.10.2023).
28. Розенталь, Д. Э. Справочник по русскому языку. Практическая стилистика / Д. Э. Розенталь. – М.: Оникс 21 век, 2001. – 384 с.
29. Сидакова, Н. В. Употребление иностранных слов в русском языке: логика речи или дань моде? // БГЖ. 2016. №4 (17). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/upotreblenie-inostrannyh-slov-v-russkom-yazyke-logika-rechi-ili-dan-mode> (дата обращения: 01.10.2023).
30. Словарь иностранных слов современного русского языка. // сост. Егорова Т. В. - М.: Аделант, 2014. – 800с.
31. Сокур, Е. А., Шежева, Б. А. Особенности развития корпуса экзотической лексики в современном русском языке / Шежева Б. А., Сокур Е. А. Особенности развития корпуса

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

экзотической лексики в современном русском языке // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. 2016. №4 (2016). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-razvitiya-korpora-ekzoticheskoy-leksiki-v-sovremennom-russkom-yazyke> (дата обращения: 01.10.2023).

32. Сологуб, О. П. Усвоение иноязычных структурных элементов в русском языке / О. П. Сологуб // Наука. Университет. 2002. Материалы третьей научной конференции. – Новосибирск, 2002. – С. 130-134.

33. Тимина, С. А. Американизмы в современном русском языке // Вестник ВятГУ. 2005. №13. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/amerikanizmy-v-sovremennom-russkom-yazyke> (дата обращения: 01.10.2023).

34. Фомина, Т. Н. Англо-русский словарь по агрономии и агропочвоведению / Т. Н. Фомина. – Москва: Российский государственный аграрный университет – МСХА им К.А. Тимирязева, 2014. – 77с. – EDN YKYTPV

35. Халевин, К. В. Генетические характеристики иноязычных заимствований в русском лексическом просторечии // Вестник Череповецкого государственного университета. 2010. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/geneticheskie-harakteristiki-inoyazychnyh-zaimstvovaniy-v-russkom-leksicheskom-prostorechii> (дата обращения: 12.09.2023).

36. Щитова, О. Г. Функционально-стилевая миграция заимствований как один из критериев их ассимиляции в языке-реципиенте // Вестн. Том. гос. ун-та. 2007. №294. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/funktsionalno-stilevaya-migratsiya-zaimstvovaniy-kak-odin-iz-kriteriev-ih-assimilyatsii-v-yazyke-retsipiente> (дата обращения: 11.09.2023).

37. Чеклецова, Е. И. Современные заимствования из английского языка в речи представителей молодежной культуры // Уральский филологический вестник. Серия: Язык. Система. Личность: лингвистика креатива. 2015. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-zaimstvovaniya-iz-angliyskogo-yazyka-v-rechi-predstaviteley-molodezhnoy-kultury> (дата обращения: 01.09.2023).

38. Чижикова, С. Н. Функциональные особенности лингвистических и паралингвистических феноменов в коммуникативном пространстве гипертекста (на материале гипертекстов по изобразительному искусству): специальность 10.02.19 «Теория языка»: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Чижикова С. Н. – Ставрополь, 2012. – 21 с. – EDN ZOMPGR. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=30365329> (дата обращения: 16.09.2023).

39. Юйпин, Ч. Иноязычные заимствования в современном русском языке // Вестник НГПУ. 2015. №4 (26). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/inoyazychnye-zaimstvovaniya-v-sovremennom-russkom-yazyke> (дата обращения: 12.09.2023).

1.2. Дискурсивные стратегии в аспекте функционально-стилевой дифференциации литературного языка

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

*Рябчикова Вера Георгиевна,
преподаватель кафедры иностранных и русского языков,
ФГБОУ ВО «Российский государственный аграрный
университет – МСХА имени К.А. Тимирязева»*

Введение

В результате длительного использования языковых средств для осуществления общения в различных сферах социальной деятельности языкового коллектива складываются осмысленные и общественно закрепленные оценки языковых элементов всех частных систем языка, утверждается их функционально-стилевая дифференциация. Изучение этой дифференциации продолжает оставаться актуальной задачей современной стилистики, вносящей существенный вклад в дальнейшее развитие и усовершенствование исследования проблем языковой вариативности.

Среди новейших исследований, стремящихся по-новому осмыслить стилистическое варьирование, особого внимания заслуживают работы, связанные с анализом дискурса. В этих лингвистических исследованиях четко наметилась тенденция к интеграции анализа коммуникативных стратегий, применяемых в теории дискурса, с теорией функциональных стилей [9]. При этом особое внимание уделяется вопросам исследования дискурсивных стратегий в процессе общения, изучению разнообразных факторов, управляющих речевым процессом и влияющих на отбор языковых средств.

Функционально-стилевая дифференциация литературного языка

Несмотря на то, что функционально-стилевые разновидности языка уже давно стали объектом лингвистических исследований, однако многие

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

принципиально важные проблемы стилистики остаются нерешенными. Это относится в первую очередь к определению предмета стилистики, задачам и методам стилистических исследований, стилеобразующим средствам и стилистическим возможностям каждого литературного языка.

Трудности стилистических исследований закономерны. Они вытекают из сложности и многоплановости самих стилистических явлений, отсутствия единых принципов выделения функциональных разновидностей в языке, из сложного переплетения в речи лингвистических и экстралингвистических факторов, субъективного и объективного, из факта участия в формировании речевых высказываний лексических, грамматических и фонетических элементов, а также из трудности определения общей стратегии, используемой при формировании функционально-стилевой разновидности языка.

Функционально-стилевые разновидности, декларируемые в лингвистике «как комплексные нормативно-структурные образования» [6, с. 285], составляющими которых являются элементы всех частных систем языка, описаны и исследованы языковедами в основном лишь с точки зрения их лексических особенностей. Значительно меньше изучена грамматическая специфика стилевых разновидностей, а дискурсивные стратегии и их роль в процессе формирования этих стилевых разновидностей почти не исследованы, хотя многие лингвисты неоднократно подчёркивали необходимость их тщательного изучения и систематизации [4; 5]. Признание существования функциональных разновидностей литературного языка выдвигает на первый план вопрос о том, какие существуют разновидности, чем они отличаются друг от друга, каковы закономерные взаимосвязи внутри отдельных разновидностей и между разновидностями. Иными словами, это – проблема выделения, классификации и описания функционально-стилевых разновидностей современных литературных языков.

В настоящее время не существует единой общепринятой классификации функционально-стилевых разновидностей литературного языка. Трудность их

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

классификации отчасти связана с тем, что система этих разновидностей отличается сложностью и подвижностью. Языковые элементы отдельных разновидностей, соприкасаясь друг с другом, переходят из одной разновидности в другую, поэтому границы функциональных разновидностей становятся неустойчивыми и зыбкими. Кроме этого, система функционально-стилевых разновидностей меняется в процессе исторического развития. Можно сказать, что функционально-стилевая разновидность – категория историческая. Разновидности появляются, развиваются, исчезают. И, наконец, далеко не все понятия, которыми оперирует стилистика, уточнены и не все особенности отдельных функционально-стилевых разновидностей исследованы с точки зрения коммуникативного подхода.

Существуют разные классификации функционально-стилевых разновидностей.

Так, И.Р. Гальперин в своей классификации выделяет функциональные разновидности книжно-письменного типа речи и устанавливает существование следующих разновидностей литературного языка: газетной информации, научной прозы, публицистической, официально-деловой и художественной речи [3].

Классификация Э.Г. Ризель существенно отличается от классификации И.Р. Гальперина. Так, Э.Г. Ризель выделяет функциональную разновидность обиходной речи или устно-разговорную речь. Главная функция этой разновидности состоит в непринуждённой передаче сообщений частного характера, а также деловых, но не официальных высказываний на темы повседневной трудовой, семейной жизни в устном диалогическом общении. В настоящее время эта разновидность выступает не только в форме устного монолога, но и в письменной форме. Э.Г. Ризель выделяет в литературном языке такие функциональные разновидности, как телеграфный, стиль теле и радиовещания, а также стиль устного официального общения и др. [7].

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

М. Д. Кузнец и Ю.М. Скребнев выдвигают свою классификацию стилей речи. [8]. Согласно этой классификации, литературно-обработанный, книжно-письменный тип литературного языка существует в ряде своих разновидностей, подразделяясь на публицистический, научно-профессиональный, официально-канцелярский, а свободный, устно-разговорный стиль существует в других разновидностях: литературно-разговорный и фамильярно-разговорный стили.

Вероятно, есть определённые доводы в пользу каждой из существующих классификаций. Но поскольку функциональные стили – это отдельные, более или менее устойчивые «системы», значит должны существовать и объективные признаки их выделения и противопоставления друг другу. Каждый стиль обладает признаками, которые придают ему особое своеобразие, качественную определённость, в том числе и в аспекте дискурсивной стратегии.

Видимо, подобно оппозициям на фонологическом и морфологическом уровнях можно выявить оппозиции и в системе стилей речи. Каждая функциональная разновидность, обладая определёнными, более или менее устойчивыми признаками, благодаря им выделяется и противопоставляется другим разновидностям. Это противопоставление не носит бинарный характер. Каждая разновидность противопоставляется всей сумме других разновидностей речи.

Подобно тому, как фонема является как бы пучком дифференциальных признаков, по которым она противопоставляется другим фонемам, образуя фонологическую систему языка, функциональная разновидность, при всей своей неустойчивости и сложности, тоже является как бы пучком дифференциальных признаков, по которым она противопоставляется другим разновидностям. На этих признаках основана вся система стилей.

Правомерно ли такое сравнение разновидностей литературного языка? Есть ли достаточные основания для такого сравнения? Конечно, речь идет не о внутреннем сходстве двух качественно различных систем, фонологической и функционально-стилевой, а о внешней, сугубо поверхностной аналогии,

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

которая используется лишь потому, что помогает наглядней представить себе функционально-стилевую систему.

Функционально-стилевые разновидности языка образуют открытую систему, а каждая из них можно, по-видимому, считать микросистемой. В каждой из таких «микросистем» можно выделить группу языковых средств, которая является ведущей, наиболее существенной. Поскольку не существует абсолютно замкнутых функциональных разновидностей, недостаточно установить в них лишь наличие определённых языковых средств. Необходимо выяснить, где это наличие является характерным явлением. По этому поводу В.В. Виноградов писал: «По-видимому, в разных стилях книжной и разговорной речи, а также в разных стилях и жанрах художественной литературы частота употребления разных типов слов различна. Точные в этой области помогли бы установить структурно-грамматические, а отчасти и семантические различия между стилями... Анализ всех грамматических категорий должен уяснить их функциональный вес в разных стилях литературного языка» [1, с. 155].

Соотношение между признаками, выделяемыми в качестве характерных для каждой данной функциональной разновидности, играет большую роль, чем само их наличие. Таких признаков, которые присущи исключительно данной разновидности литературного языка, сравнительно немного. Большинство признаков используется во всех разновидностях и различия в их употреблении носят прежде всего количественный характер. Термины, например, наиболее характерны для научной прозы, в большом количестве встречаются в деловой, публицистической речи. Образность, реализуемая определёнными языковыми средствами, характерна прежде всего для художественно-изобразительной речи. Но она наблюдается в известной мере и в других функциональных разновидностях, например, в свободных жанрах публицистической речи.

Действительно, далеко не все различительные признаки обладают в каждой разновидности одинаковой дифференцирующей способностью: каждый

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

признак проявляется в них с разной силой – одни признаки различают разновидности сильнее, другие – слабее. Кроме того, отношения противопоставления между разновидностями могут быть полными и частичными. Поэтому набор и организация языковых средств данной разновидности могут быть противопоставленными их набору и организации в другой разновидности тоже полностью или частично.

Все эти обстоятельства в определённой степени затрудняют моделирование структуры современного русского литературного языка. Ведь в модели должна быть отражена как противопоставленность зон членения, так и текучесть переходов между разновидностями. Оказывается, что единицы этих двух планов имеют различную природу, и считать их одинаково соподчинёнными литературному языку нельзя. В этих условиях целесообразно пойти по пути акцентирования в каждой модели одного из аспектов устройства литературного языка.

Опираясь на достижения функциональной стилистики и теории литературного языка, основы которой были заложены В.В. Виноградовым, структуру современного русского литературного языка можно представить следующим образом.

Таблица 1. Состав и структура современного литературного языка

<i>Книжно-письменный тип литературного языка</i>	Специальная речь	<ul style="list-style-type: none"> • Письменная научная речь • Письменная официально-деловая речь
	Художественно-изобразительная речь	<ul style="list-style-type: none"> • Письменная художественная речь • Письменная публицистическая речь • Письменная рекламная речь
	Разговорная речь	<ul style="list-style-type: none"> • Письменная разговорная речь
<i>Устно-разговорный тип литературного языка</i>	Публичная специальная речь	<ul style="list-style-type: none"> • Устная научная речь • Устная официально-деловая речь
	Публичная художественно-изобразительная речь	<ul style="list-style-type: none"> • Устная художественная речь • Устная публичная

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

		(парламентская, митинговая, радио-и ТВ-речь, религиозная речь) • Устная рекламная речь
	Разговорная речь	• Устная разговорная речь

Предложенная схема выделения разновидностей современного литературного языка даёт возможность конструировать его состав целостности соотношений составляющих его частей и представить русский литературный язык как сложную, но единую систему его подсистем.

Литературный язык на два типа – книжно-письменный и устно-разговорный – делят следующие признаки: 1) форма речи (устная – письменная); 2) ситуативность (наличие – отсутствие ситуативной обусловленности речи); 3) характер действующей нормы; 4) полностью структурированный – неполностью структурированный характер синтаксической организации речи. Эти четыре признака обеспечивают распределение языковых средств между двумя типами так, как показано в таблице.

Предлагаемая схема хорошо показывает «структурно-языковой континуум» современного русского литературного языка, в котором разновидности, в различной степени, переходят, перетекают друг в друга. Вместе с тем следует отметить, что возможности предлагаемой схемы ограничены, она не может быть универсальной и совершенной. Отразить в единой модели всю сложность устройства литературного языка задача весьма сложная.

Основные дискурсивные стратегии

Среди современных исследований, стремящихся по-новому осмыслить стилистическое варьирование, особого внимания заслуживают работы, связанные с анализом дискурса. В последние десятилетия появился целый ряд работ, в которых ставится главный вопрос: «Что даёт стилистике такая бурно развивающаяся область, как анализ дискурса?» [11; 12]. Все эти исследования

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

отражают заинтересованность стилистов в результатах научного поиска в области дискурса. В основе популярности у стилистов проблематики дискурса лежит более широкая по сравнению с лингвистикой текста концептуальная перспектива рассмотрения языковых построений. По определению ван Дейка, «дискурс – это сложное единство языковой формы, значения и действия, которое наиболее адекватно отражается с помощью концепта «коммуникативное событие» [10, с. 155].

Преимущество такой концепции в том, что дискурс не ограничивается рамками изолированной текстуальной структуры. В коммуникативном событии воплощается также социальный контекст коммуникации, характеризующий его участников, процессы продуцирования и восприятия речи.

Анализ дискурса и стилистика – это, по общему признанию, существенно различающиеся традиции в исследовании «языка – в контексте». Тем не менее, цели стилистики часто включаются в анализ дискурса, который стремится проникнуть в суть социальных процессов, имеющих место в отдельных социальных ситуациях, отношениях или способах коммуникации. Общность стилистики и анализа дискурса проявляется в том, что: а) области их анализа соприкасаются в дискурсе, б) текстуальный и контекстуальный (прагматический) анализ является признанным общим компонентом различных целей этих двух дисциплин. Более того, сотрудничество стилистики и анализа дискурса признается плодотворным для обеих дисциплин.

Выдвижение стилистических приоритетов в анализе дискурса может помочь в преодолении общего недостатка, наметившегося в исследованиях дискурса, - недостаточного внимания к вопросам вариативности в дискурсе. Кроме того, полезным оказывается имеющийся в стилистике опыт структурного подхода к изучению контекста. В свою очередь, анализ дискурса может способствовать решению основной проблемы стилистики: обеспечить связующее звено между лингвистическим анализом и интерпретацией текста. Ориентация на анализ дискурса тем более важна для стилистики, так как

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

«стилистический анализ, в конечном счёте, является исследованием контекста и ситуации» [12, с. 175].

Важным понятием для стилистических исследований, проводимых в рамках общей концепции анализа дискурса, является понятие коммуникативной стратегии. Коммуникативная стратегия – это то, что направляет лексические и синтаксические операции при текстобразовании. Так, например, в английском языке порядок слов *SVO* считается каноническим или нормативным. Отклонения от этого порядка слов мотивируются принимаемой говорящим коммуникативной стратегией – необходимостью приспособить предложение к тексту, направить поток информации в нем желаемым образом.

Для понимания того, что же имеется в виду под коммуникативной стратегией, целесообразно выделить следующее: а) стратегия всегда целенаправленна; б) цель зависит от ситуации; в) говорящий приспособляет стратегию к ситуации, к предполагаемым знаниям и возможностям адресата. К основным стратегиям дискурса, например, относится единство действующего лица (героя) в повествовании. В рамках предложения действуют следующие стратегии:

- 1) прямое или косвенное именование «положения дел»;
- 2) явное или неявное выражение смысла;
- 3) использование лексики в нетипичных / типичных синтаксических позициях;
- 4) актуализация предложений с разным типом порядка слов;
- 5) использование простых или соответствующих им сложных предложений.

Приведённый список коммуникативных стратегий, регулирующих функционирование отбор и функционирование простых и сложных предложений в различных типах дискурса, является в сущности программой изучения синтаксиса в его функционировании. Следует отметить, что данные стратегии были выявлены на основе того, какие требования к языку

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

предъявляет та или иная его сфера в соответствии с теми экстралингвистическими задачами, которые должны решаться в этой сфере.

Здесь с опорой на фактический материал постараемся продемонстрировать применение некоторых из вышеперечисленных коммуникативных стратегий в их соотнесенности со стилевыми чертами разных типов дискурса.

Функциональные разновидности в аспекте дискурсивных стратегий

Письменная научная речь

Письменная научная речь является средством научного мышления, функцию которого В.В. Виноградов определил как «осознание мира через логическое освоение его путём понимания, путём превращения фактов познания в смысловые (логические) категории и понятия, лишённые экспрессивных красок и эмоциональной нагрузки» [2, с. 130].

Из всех функциональных разновидностей письменная научная речь имеет, по-видимому, наиболее ярко выраженный характер, что обеспечивается как наличием довольно чётко очерченной сферы общения, так и специфическими языковыми характеристиками данного типа речи. Важнейшими характеристиками научной речи считаются: ясность и деловитость изложения, точность, краткость и сжатость речи, стремление избегать категоричности утверждений, объективность и логическая последовательность изложения, абстрактный характер речи, эмоциональная нейтральность.

Все эти характеристики определяют выбор использования стратегии при построении семантико-синтаксических структур. Так, письменный научный дискурс нацелен исключительно на употребление стандартных семантико-синтаксических структур. По этой причине здесь, безусловно, преобладают структуры с прямой номинацией «положения дел». Например, в научном дискурсе предложение *В научной литературе были зарегистрированы случаи хирургического удаления обоих надпочечников у больных гипертонией* явно

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

более предпочтительно, чем предложение *В литературе позволили себя зарегистрировать случаи удаления обоих надпочечников...*

Характерны для научного изложения структуры, в которых мысль подаётся для целей объективизации изложения как независимая от автора: *Предполагалось, что / вместо У меня есть основания полагать /, Можно думать .../ вместо Я думаю/.*

Научный дискурс явно стремится к эксплицитности выражения мысли. Из всех типов незамещённых синтаксических позиций для него характерны только такие, которые опираются на внешний контекст монологического (не диалогического) характера: *В Закавказье развивается вокализм говоров армян, в Европе – славян, германцев, на Ближнем Востоке – арабов.*

При построении семантико-синтаксических структур научного дискурса происходят минимизация и отбор одних общелитературных средств и усиление употребления других, использование чрезвычайно частотных книжно-письменных средств. К этому разряду явлений следует отнести также насыщенность предложений научного дискурса причастиями и деепричастиями. Эти обороты обычно предпочитают в научном изложении придаточным предложениям с *который* и *когда (если)*. К тому же они короче придаточных, их ёмкость обеспечивает сжатость, компрессию текста.

Итак, сводный перечень дискурсивных стратегий научной речи предстаёт следующим образом: прямое именование «положения дел», использование лексических единиц в типичных для них позициях, явное выражение смысла, использование сложных предложений.

Письменная публицистическая речь

Современная письменная публицистическая речь понимается как письменное общение в сфере общественно-политической жизни. Объектом отражения публицистики является социальная жизнь общества. Ее основная задача оказывать воздействие на массы, формировать общественное мнение. Это определяет и особенности публицистики: её научность, обусловленную

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

познавательным характером информации и необходимостью воздействия на массы, оперативность и злободневность, эмоциональность и образность.

Очевидно, что современная публицистическая речь объединяет большое количество самых разнообразных жанров, которые характеризуются весьма разнородными речевыми ситуациями, определяющими отбор и специфику использования языковых средств всех частных систем языка. Из этого вытекают большие трудности в изучении и описании основных коммуникативных стратегий, используемых в данной функциональной разновидности.

В публицистическом дискурсе все жанры делятся на две группы, сильно различающиеся по характеру коммуникативных стратегий. Эти две группы можно обозначить как строгие и нестрогие. Различаются они по преобладающей функции: если это информативная – жанры строгие, если это функция воздействия – жанры нестрогие. В целом можно сказать, что в жанрах первой группы (строгие) преобладают книжно-письменные и общелитературные средства. В газетных жанрах второй группы (нестрогие) преобладают общелитературные средства, книжно-письменные представлены незначительно, зато велика роль экспрессивно-выразительных средств разной природы. Это делается с помощью приёма, который можно назвать смешением стилей. Он основывается либо на перефразировании содержания, выраженного книжно-письменными средствами, с помощью простых и экспрессивных (или наоборот), либо на построении повествования путём чередования, книжно-письменного и стилистически сниженного отрезков текста. Вот как это делается: *Сенсорные навыки бабки Матрены (заголовок) Шаркая разношенными шлёпанцами, бабка Матрена поплелась на кухню. Кухню – эту управляемую машину – Матрена изучила досконально и, сама того не ведая, была одним из звеньев надёжности всей системы управления этой машиной.; Ну, Петрушка, учудил (заголовок).*

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

Итак, сводный перечень дискурсивных стратегий публицистической речи выглядит следующим образом: чередование косвенного и прямого именованного «положения дел», широкое использование лексических единиц в нетипичных для них позициях, чередование явного и неявного выражения смысла, использование сложных предложений.

Письменная деловая речь

Среди функционально-стилевых разновидностей литературного языка важное место занимает письменная деловая речь, обслуживающая административно-хозяйственную деятельность людей, судопроизводство, дипломатию и т.д., служащая для связи государственных органов с населением, взаимосвязи организаций и учреждений между собой, для международных связей. Это также дискурс указов, законов, постановлений, инструкций, международных документов и др. Сущность делового дискурса состоит в том, что он имеет в своей основе научный характер и в то же время соприкасается с повседневной жизнью.

Лексические и синтаксические особенности делового дискурса не являются единообразными. Каждая отрасль общения имеет свою терминологию, которая отлична от научной терминологии: она менее точна и более изменчива. Деловой дискурс больше научного связан с повседневным общением и потому больше подвержен изменениям под воздействием социальных и исторических фактов.

Своеобразные функции делового дискурса обуславливают такие его качества, как точность, лаконичность, конкретность, чёткость и однозначность формулировок, стереотипность и высокая частотность определённых оборотов. Это ведёт к появлению языковых шаблонов и отсутствию эмоциональной окраски речи.

В деловой речи наблюдается предельная минимизация и – как следствие – однообразие языковых средств. Многие жанры этого дискурса едины в своей

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

директивной направленности, что ведёт к употреблению таких словесных указаний, как *запрещается, провоз запрещён, явка обязательна и др.*

Важной особенностью дискурсивных стратегий деловой речи является стремление к максимальной информационной насыщенности предложений.

Устно-разговорная речь

Устно-разговорная речь представляет собой обиходно-повседневную речь, употребляющуюся в быту и вообще в повседневной жизни любого человека. Внутренними признаками этой речи являются: непринуждённость способа выражения; эмоциональность речи; субъективность оценок; конкретность; образность; динамичность; простота построения; склонность к юмору и сатире; стремление к пространным изречениям, большая избыточность речи, с одной стороны, и краткость, эллиптичность высказываний, с другой.

Лингвисты отмечают большую экстралингвистическую обусловленность устно-разговорного дискурса и его вариативность. Среди значительного количества экстралингвистических факторов, определяющих специфику данного дискурса, в качестве самого существенного называется неофициальность отношений между участниками коммуникативного акта. Предполагается, что специфические интонационные и лексико-синтаксические характеристики устно-разговорного общения являются основными предпосылками для рассмотрения её как функционально-стилевого единства, которое отличается своими закономерностями в выборе и использовании коммуникативных стратегий.

Синтаксис играет особую роль в создании специфики устно-разговорного дискурса. Эта специфика проявляется и в наличии слабоформленных построений, и в наличии складывающихся на их основе особых типизированных моделей. Эти модели системны вдвойне: и по своей внутренней организации, и по характеру отношений с другими моделями. К типизированным конструкциям устно-разговорной речи, неоднократно

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

описанным в научной литературе, относятся: конструкция с двойными глаголами, конструкция бессоюзного подчинения, конструкция наложения, конструкция добавления. Кроме того, устно-разговорный дискурс использует структуры с косвенной номинацией положения дел, с незамещенными позициями.

Заключение

Итак, подведем итоги исследования дискурсивных стратегий в аспекте функционально-стилевой дифференциации литературного языка:

1. Проведенный анализ показал, что дискурсивные стратегии, определяющие выбор семантико-синтаксических структур для осуществления и достижения коммуникативного замысла в разных языковых сферах, отличаются широким варьированием.

2. Выбор дискурсивной стратегии при порождении текста происходит в противоборстве между целым рядом факторов (сил), одни из которых вступают в соглашение, а другие – входят в отношения конфликта.

3. Дискурсивные стратегии, управляющие отбором семантико-синтаксических структур, рассматриваются не изолированно, а как элементы единой системы, поскольку они могут использоваться не в одной, а нескольких функционально-стилевых разновидностях.

Список использованных источников

1. Виноградов, В. В. Русский язык (Грамматическое учение о слове). М.: Рус. яз., 2001. 718 с.
2. Виноградов, В. В. Стилистика. Теория поэтической речи. Поэтика. М.: АН СССР, 1963. 254 с.
3. Гальперин, И. Р. Текст как объект лингвистического исследования. М.: Наука, 1981. 139 с.
4. Зайцев, А. А. Дискуссионные вопросы изучения языка рекламы в аспекте теории русского литературного языка / А. А. Зайцев // Доклады ТСХА: Материалы международной научной конференции, Москва, 05–07 декабря 2017 года. Том Выпуск 290, Часть 3. – Москва: Российский государственный аграрный университет - МСХА им. К.А. Тимирязева, 2018. – С. 530-532. – EDN XNNYPJ. <https://elibrary.ru/item.asp?id=34932181> (дата обращения: 28.10.2023).
5. Кирсанова, М. М. Функционально-прагматические и структурные аспекты эвфемистических неологических сочетаний (на материале франкоязычных

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

публицистических текстов) / М. М. Кирсанова // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. – 2021. – № 2. – С. 16-24. – DOI 10.18384/2310-712X-2021-2-16-24. – EDN ABWWJY. <https://elibrary.ru/item.asp?id=45827957> (дата обращения: 28.10.2023).

6. Лаптева, О. А. Устная речь в свете теории литературного языка // Филологический сборник (к 100-летию со дня рождения акад. В.В. Виноградова). М., 1995. С. 283-292.

7. Ризель, Э. Г. Стиль обиходной речи / Э. Г. Ризель // Иностранные языки в школе. – 1979. – № 1. – С. 27-35.

8. Скребнев, Ю. М. Стилистика текста и лингвистическая стилистика // Стилистика текста в коммуникативном аспекте: Межвуз. сб. науч. тр. Пермь, 1987. С. 33-41.

9. Татарникова, Н. М. Анализ коммуникативных стратегий как способ изучения стилевой черты / Н. М. Татарникова // Филология и человек. – 2012. – № 1. – С. 25-31.

10. Dijk, T. A. van News analysis: Case studies of intern. A.nat.news in the press. – Hillsdale (N.J), 1988. – 325 p.

11. Hooey, M. Discourse-centred stylistics: A way forward // The English LACUS forum. – Columbia, 1981. – P. 401-409.

12. Hunt, P. Degrees of control: Stylistics a. the discourse of children'lit // Styles of discourse. – L., 1988. – P. 163-182.

ГЛАВА 2

ЦИФРОВАЯ СРЕДА: ЛИНГВОДИДАКТИЧЕСКИЕ И ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ЭТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

2.1. Научная коммуникация в цифровом лингводидактическом пространстве

*Казанская Евгения Владимировна,
канд. филол. наук, доцент, зав. кафедрой иностранных
языков для экономических специальностей, ФГБОУ
ВО «Ростовский государственный университет (РИНХ)»*

Введение

Научная коммуникация в цифровом лингводидактическом пространстве является актуальной областью исследования. Существуют несколько теоретических основ и концепций, связанных с этой областью. Они могут быть применены к исследованию научной коммуникации в лингводидактическом пространстве, которые можно в определённых случаях выбрать и адаптировать в зависимости от конкретных целей исследования и контекста [8; 28]. Наиболее распространённая коммуникационная модель передачи-понимания используется не только для осознания процессов передачи информации и взаимодействия между участниками коммуникации. Теория актор-сетей Брюно Латура (Bruno Latour) объясняет каким образом, различные акторы, такие как люди, технологии, язык и контекст, взаимодействуют, формируя временные социальные сети и влияют на коммуникацию. Концепция социальной конструкции реальности авторов Питер Бергера (Peter Berger) и Томаса Лукмана (Thomas Luckmann) утверждает, что научная коммуникация в цифровом пространстве является социальным процессом, формируемым и определяемым социальными и культурными факторами [37]. Исследования, основанные на этой концепции, трактуют влияние на коммуникацию общественных норм, ценностей и представлений. Теория медиа-экологии или теория

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

медиасообществ в научной коммуникации излагает возможные способы влияния различных медиатехнологий и платформ на взаимодействие и коммуникацию [23]. Теория социальных сетей изучает взаимодействия между участниками и организациями в социальных сетях. В контексте научной коммуникации теория социальных сетей, объясняет взаимодействие и обмен информацией в научном сообществе через цифровые платформы. Исследованию структуры лингвоцифровой компетенции посвящены работы ряда современных отечественных и зарубежных ученых [2; 22; 25; 42].

В настоящее время реалии образовательной коммуникации происходят в цифровом лингводидактическом пространстве, определяемом как область пересечения языка, лингвистики, образования и технологии. Это пространство обладает рядом таких конститутивных признаков, как использование цифровых технологий в языковом обучении и исследованиях, глобальный доступ к языковому обучению и материалам на разных языках, интерактивные и мультимодальные возможности для языкового обучения и исследований, социальное взаимодействие, возможность совместного обучения, а также индивидуализация обучения и его адаптация к потребностям каждого учащегося. С развитием технологий и новыми исследованиями происходит дальнейшее их изменение и развитие [2; 22; 42].

Целью настоящей работы является исследование и выяснение путей актуализации научной коммуникации в цифровом лингводидактическом пространстве. Для достижения поставленной цели сформулированы следующие задачи: определение инструментов современной цифровизации и искусственного интеллекта цифрового лингводидактического пространства, обоснование форм изучения студентами научных коммуникаций и дискурса, рассмотрение форм проявления языка профессиональной научной коммуникации в жанрах научного стиля, определение специфических черт и отличий научных дискурсов ученого и студента, путей изучения групповой речевой деятельности, выявление роли научной коммуникации в цифровизации

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

образования, рассмотрение особенностей деятельности преподавателя по развитию научного дискурса учащихся, выяснение специфики обучения студентов научному дискурсу, развитие и обучения студентов в условиях реализации гуманистических и адаптивных принципов, разработка сценария проверки навыков написания научных текстов студентами [3; 4; 29; 33].

Для исследования выбраны следующие методологические подходы: анализ контента для изучения содержания научных публикаций, связанных с научной коммуникацией лингводидактическом пространстве, понимания того, какие темы, концепции и идеи активно обсуждаются в данном пространстве и как они влияют на научное сообщество; анализ данных в виде анализа публикаций, цитирований, упоминаний и других метрик, для оценки влияния в количественном аспекте исследований и исследователей научной коммуникации в цифровом пространстве; качественные исследования в виде содержательного анализа для понимания опыта пользователей цифрового лингводидактического пространства в отношении научной коммуникации, выяснения факторов, влияющих на взаимодействие исследователей в сфере научной коммуникации.

Объект исследования: научная коммуникация субъектов и научных сообществ в лингводидактическом пространстве образовательной и научной среде. Анализ данных включал методы сбора информации наблюдения, интервью и соответствующие методы анализа данных, интерпретация и обобщение результатов изучения научно-теоретической литературы по актуальным проблемам современной цифровой лингводидактики. Обзор данных существующих научных публикаций, книг, статей и других источников, связанных с научной коммуникацией в лингводидактическом пространстве, данные наблюдений, их анализ и интерпретация позволил ознакомиться с предыдущими исследованиями и теоретическими концепциями, а также наметил проблемы и возможности для новых исследований научной коммуникации в лингводидактическом пространстве и позволил сделать вывод, что исследование научной коммуникации в цифровом лингводидактическом

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

пространстве является актуальным в связи с практической значимостью результатов и влиянием исследования на область лингводидактики и научной коммуникации [32; 33; 34; 35; 36].

Согласно Чернявской В.Е., научная коммуникация, как сложная коммуникативно-речевая деятельность, в которой ключевое значение имеет стратегия позиционирования нового научного знания, приобрела статус особой важности в мире современной науки [27]. Рассматривая целый ряд факторов, оказывающих влияние на восприятие и оценку профессионального результата в современном информационном обществе, следует особо отметить коммуникацию как внутри научного сообщества, так и коммуникацию ученых с общественностью (представление научного результата в тексте, использование совокупно воздействующих стратегий и приемов, обеспечивающих продвижения результатов научной работы) [1; 6; 7].

Научная коммуникация осуществляется посредством научного дискурса лингвистики – совокупности поликодовых текстов, посвящённых изучению языка, его структуре, функциям и развитию, которые рассматриваются как социальный и культурный феномен, связанный с контекстом их создания и используемый в виде средства коммуникации, выражения мыслей и идей. Такой дискурс лингвистики является одним из наиболее важных, поскольку он позволяет исследователям, изучая язык как объект научного исследования, использовать полученные знания для решения практических задач.

Дискурс, как языковой коррелят определенного сегмента человеческой коммуникации и познания, способен «координировать» текстовую систему высказываний, образуя «рамочное пространство» неких однородных идей, смыслов, теорий и т.д., отсекая все то, что не попадает в «рамку дискурса».

В.Е. Чернявская определяет границы коммуникативной и познавательной (а значит, и речевой) деятельности человека в рамках дискурсивной формации следующим образом: ментальные границы: дискурс выступает как «предзаданный способ мышления» и устанавливает степень значимости,

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

целесообразности, важности того или иного высказывания относительно всей системы:

- методологические границы: охватываются все возможности для (не)появления альтернативных, конкурирующих, «чужих» идей и смыслов;
- содержательные границы: одни тексты/смыслы/понятия притягиваются в рамочное пространство дискурса как тематически близкие, «свои», другие исключаются как нерелевантные, несходные, «чужие»;
- лингвистические границы рамки создаются совокупностью стереотипизированных, конвенциональных языковых средств, структур, приемов, то есть возникающих в результате системного отбора для выражения типичных смыслов и распознаваемых адресатом «автоматически» [26; 27].

Применительно к дискурсу можно говорить о том, что «рамочное пространство» дискурса образуют следующие границы:

- пространственно-временные, в значительной степени предопределяющие появление тех или иных концептов, ценностей и, как следствие, социокультурных сценариев;
- институциональные ограничения, предполагающие использование определенного набора целесообразно ориентированных стандартов поведения в определенных ситуациях;
- ограничения, связанные с субъектом дискурса, с личностью говорящего, его профессиональной и лингвистической компетенцией, занимаемого им социального положения и выполняемой им социальной ролью, предполагающие определенную позицию коммуниканта [37; 38];
- лингвистические границы, зависящие как от внутрисистемных факторов, так и лингвистических и обусловленные особенностями подязыка науки как языкового коррелята определенной ментальности и эксплицирующиеся, проявляющиеся в дискурсивных текстах [21].

В.И. Карасик отмечает, что все виды дискурсов с позиции участников общения распадаются на личностно-ориентированные, что «вряд ли

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

существуют «чистые» статусные и личностные виды общения», «вместе с тем практика общения свидетельствует о коммуникативной доминанте» [7]. Научный дискурс лингвистики, как речевая деятельность человека в рамках дискурсивной формации, как подвид общего дискурса отличается следующими конститутивными признаками: использует термины и понятия, специфические для определенной области лингвистики, научные исследования проводятся на основе объективных данных и фактов и требуют критического мышления, научные исследования используют различные методы исследования, такие как наблюдение, эксперимент, анализ данных и т.д., научные исследования публикуются в рецензируемых журналах или других научных изданиях, чтобы сделать их доступными для других исследователей, научные исследования проводятся в соответствии с этическими принципами и нормами, участники дискуссии предоставляют обоснованные доказательства и аргументы в поддержку своей позиции, дискуссия структурируется так, чтобы каждый участник мог последовательно представлять свои мысли и отвечать на вопросы и возражения, участники стремятся к непредвзятому рассмотрению аргументов и готовы выслушивать мнения других, критически оценивать доводы коммуникантов и задавать уточняющие вопросы для прояснения их позиции [18; 30].

Одним из наиболее значимых аспектов научного дискурса лингвистики является его применение в ряде практических областей. Например, знание того, как определенные слова влияют на восприятие информации, помогает улучшить качество обучения и коммуникации в различных сферах деятельности в условиях цифровой образовательной среды, позволяет лучше представлять взаимодействие языков друг с другом, их влияние на коммуникацию и восприятие окружающего мира [18; 31]. В развитии цифровых технологий, связанных с проектированием эффективных систем, использующих естественный язык для его обработки, например, необходимо знать, какими способами компьютеры воспринимают и интерпретируют человеческую речь и

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

т. д. Таким образом, научный дискурс лингвистики играет важную роль в понимании языка и его использования в различных контекстах.

В научном дискурсе для описания и анализа текста, как системного явления в лингвистическом, коммуникативном и когнитивном аспектах, используются знаки и концепты, позволяющие исследователям разобраться в тонкостях языка и его использовании в тексте, более точно и обоснованно анализировать тексты, выявлять и описывать языковые особенности, осуществлять глубокое детальное лингвистическое исследование. Концепты являются тематическими аспектами дискурса и используются для передачи определенных значений или мнений. Концепты могут быть выражены с помощью знаков. Комбинации знаков формируют дискурс и помогают передавать сообщения и идеи [26; 30]. Научный дискурс широко использует знаки пунктуации, позволяющие четко выражать различные концепты и идеи, создавать определенные ритмические и интонационные фразы, обозначать прямую речь, цитирование, выделять слова или концепты, имеющие особое значение в тексте исследования или нуждающиеся в особом внимании. Концепты применяются для анализа языка текстов, давая возможность исследователю разобраться в структуре и семантике текста, выявить его стилистические особенности и особенности авторского стиля. Использование знаков и концептов в научном дискурсе профессиональной коммуникации, развивает навыки критического мышления, облегчая рефлексивную научную методологию.

В свете вышеизложенного особое значение приобретает выбор методики анализа научного дискурса, предназначенной для исследования различных его свойств, это может быть: анализ структуры текста, изучающий структуру статьи или другого научного текста и позволяющий понять, как автор организует свои идеи и аргументы, что содержит анализ введения, основной части, выводов и списка литературы; контент-анализ включает количественный анализ ключевых слов, тем и идей в научном дискурсе, что позволяет

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

исследователям определить основные темы и направления исследования в определенной области; дискурс-анализ научного текста предполагает изучение не только его содержания, но и лингвистических особенностей, таких как использование терминов, стилистика, риторические приемы и т. д.; критический анализ предполагает критический разбор научных текстов с целью выявления и оценки их сильных и слабых сторон; сравнительный анализ научных текстов помогает в определении сходства и различия между различными теоретическими подходами; когнитивный анализ научного дискурса изучает структуры идей и концепций, представленных в тексте; интертекстуальный анализ рассматривает взаимоотношения между текстами, т.е. каким образом один текст ссылается на другие тексты, создавая определенную сеть знаний и влияний; сетевой анализ научного дискурса использует методы визуализации, чтобы показать отношения между авторами, исследованиями, идеями и т. д., позволяя увидеть структуру и динамику научной области; анализ цитирования дает возможность исследователям изучать использование и влияние определенных научных работ путем подсчета общего количества цитирований данных работ в других статьях; анализ метаданных содержит исследование такой информации, связанной с публикацией, как авторы, даты публикации, журналы, ключевые слова и т. д., что составляет основу определения тенденций и направлений в данной научной области.

В процессе обучения правилам и законам научной коммуникации, необходимо учитывать то обстоятельство, что текстовые репрезентанты научной коммуникации имеют разные жанры: малые формы (тезисы, аннотации), средние (статьи для сборников), большие (монографические исследования, квалификационные работы) отличаются особенностями композиции, тематики и стиля [18]. Жанры, представляющие интерес для студентов в процессе обучения и в их дальнейшей профессиональной и научной деятельности после окончания вуза приведены ниже. Научная статья – подробное изложение результатов исследования или обзора литературы по

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

определенной теме. Монография – объемное исследование, посвященное одной конкретной проблеме или теме. Диссертация – научная работа, представляющая собой полное и систематизированное изложение оригинальных идей и исследований автора, необходимых для получения ученой степени. Реферат – краткое изложение содержания одного или нескольких научных источников, в котором акцентируется внимание на основных идеях и выводах. Научная аннотация – краткий обзор содержания научного документа или издания, для предварительного ознакомления с содержанием. Тезисы доклада – краткая формулировка основных положений, которые будут представлены на научной конференции. Научно-популярная статья – изложение научных результатов или идей в доступной для широкого круга читателей форме. Научная лекция – устное изложение научных идей, концепций и результатов, предназначенное для определенной аудитории. Учебное пособие – издание, содержащее систематизированное изложение учебной дисциплины или ее раздела, написанное в соответствии с учебной программой и предназначенное для изучения и преподавания [35; 37].

В рамках научного дискурса лингвистики исследуются различные аспекты языка, такие как грамматика, лексика, фонетика, семантика, прагматика и т.д. [41]. Одной из основных задач научного дискурса является исследование того, как язык используется в различных контекстах, включая разговорную речь, письменную речь, устную речь и т.д., как различные формы языка влияют на коммуникацию между людьми. Научный дискурс также изучает то, как язык меняется со временем, адаптируется к различным социальным и культурным условиям, взаимодействует с другими языками. В рамках научного дискурса лингвистики проводятся многочисленные исследования, помогающие лучше понять язык и его использование в различных ситуациях. Такие исследования проводятся как на уровне отдельных слов, фраз и предложений, так и на более высоком уровне, включая анализ целых текстов и дискурса [20].

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

На основе развития филологии, лингвистики, коммуникативно-прагматических исследований в парадигме цифрового лингводидактического пространства предложен новый категориально-понятийный аппарат (преимущественно коммуникативного спектра) – понятие «научный дискурс коммуникации в проекции модели «искусственный интеллект»», где интеракционная модель выдвигает на первое место взаимодействие в условиях конкретной ситуации не как простой процесс обмена сообщениями, а как феноменологическое пространство, в котором учтены не только языковые структуры, но и коммуникативно обусловленная социальная практика, объясняющая природу трансформации смыслов в общении. Цифровые информационные средства используются здесь не просто в качестве инструментов репрезентации мира, но как неотъемлемая часть общения, значимая по отношению к другим информационным средствам [10; 11; 12].

Дискурс индивида предполагает не одностороннюю агентивность, а коммуникативно обусловленную практику в соответствующем контексте. Сущность общения состоит в сложном коммуникативном взаимодействии субъектов. Наблюдаемый в ситуации общения в виртуальном пространстве сети человек не транслирует информацию, а демонстрирует смыслы на пути к достижению интерсубъективности, на основании прошлого опыта и конвенций, его форма поведения коммуникативно значима и обретает ситуативный смысл. В коммуникации автор формирует смыслы, в соответствии со своими интенциями, а реципиент успешно или нет, интерпретирует информацию, сообщая об этом автору с возможностью предъявления собственных интенций [23], и это понимание существует в любом фрагменте языкового общения, структуре и содержании коммуникации.

Из вышеизложенного с необходимостью вытекает целесообразность направления одного из векторов образовательного процесса на формирование вторичной языковой личности, непосредственно связанной с развитием научной коммуникативной компетенции студента, реализацией различных научных

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

дискурсивных практик, развитие готовности к овладению умениями направления вектора образовательного процесса на формирование вторичной языковой личности обучаемого, развитием научной коммуникативной компетенции, реализацией различных научных дискурсивных практик, развитием готовности к овладению умениями научной коммуникации. Изучение основ научных коммуникаций и научного дискурса помогает студентам стать компетентными и уверенными исследователями, способствует поддержанию и развитию научной среды в целом и связано с решением ряда коммуникационных задач (Таб. 1).

Таблица 1. Задачи изучения научных коммуникаций и дискурса

ЗАДАЧА	СОДЕРЖАНИЕ	ЗНАЧЕНИЕ И РЕЗУЛЬТАТЫ РЕШЕНИЯ
РАЗВИТИЕ НАВЫКОВ АКАДЕМИЧЕСКОГО ПИСЬМА	Развитие способностей письменного выражения и составления научных текстов.	Навыки важны для успешного выполнения академических заданий, написания исследовательских статей и диссертаций, а также для успешной последующей карьеры в научной сфере.
ПОНИМАНИЕ СТРУКТУРЫ НАУЧНЫХ ТЕКСТОВ	Изучение структур текстов различных жанров: научные статьи, рецензии, отчеты и др.	Знание организации структур позволяет лучше представлять, как правильно представлять исследовательские результаты и оформлять их в соответствии с академическими стандартами.
УМЕНИЕ АНАЛИЗИРОВАТЬ И ОЦЕНИВАТЬ НАУЧНЫЕ ИСТОЧНИКИ	Развитие навыков анализа и оценки научных источников.	Приобретается умение критически оценивать достоверность и значимость научных статей, искать и использовать актуальные и надежные источники информации.
НАВЫКИ ЭФФЕКТИВНО КОММУНИЦИРОВАТЬ НАУЧНЫЕ ИДЕИ	Эффективная публикация и продвижение своих идей, результатов исследования и научных выводов.	Коммуницирование включает навыки использования академической лексики и терминологии, аргументации, четкого и логичного письма, а также адаптации своего стиля письма к аудитории.
ПОДГОТОВКА К НАУЧНОЙ КАРЬЕРЕ	Практическое применение всех приобретенных знаний и навыков	Получение знаний и навыков научной коммуникации помогает успешно участвовать в научных конференциях, публиковать свои исследования в научных журналах и развиваться в научной среде

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

Формирование мультилингвальной, поликультурной, функционально-грамотной профессиональной личности выпускника лингвистического вуза представляет собой сложный и кропотливый процесс. В данном случае развитие лингвоцифровой грамотности учащихся, как и потребность в формировании новой лингвоцифровой компетенции требует включения в учебный план дисциплин, способствующих эффективному усвоению универсалий различных языков и направленных на развитие научной компетенции [2; 6; 21; 22].

Совершенствование научной компетенции у учащихся невозможно без изучения базисных концепций коммуникаций и дискурса, коммуникативных моделей, анализа структуры научных текстов, академического письма и т.п. Способность ориентироваться в поликодовом коммуникационном тексте семиотической природы появляется у учащихся в результате многочисленных тренировок, предполагающих написание научных статей, рецензий, презентаций, докладов на конференциях и т.д., в которых студенты приобретают опыт коммуникации с коллегами и становятся частью научного сообщества [14].

С учетом семиотической природы научного дискурса, и обусловленного этим методического аспекта, студенты изучают и анализируют научные статьи, исследовательские отчеты и другие научные источники разбирают структуру, содержание и аргументацию этих текстов, оценивая их достоверность и значимость [24]. Критический анализ помогает развивать навыки оценки и использования научных источников, что является важным аспектом научных коммуникаций.

Научное общение студентов играет существенную роль в развитии их научного мышления, углублении знаний и подготовке к дальнейшему вхождению в академическое сообщество. Навыки профессионального научного общения, в основной их части, являются результатом групповой речевой деятельности, где участники научной коммуникации обмениваются

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

информацией, развивают специфический словарный запас и навыки, а также подчиняются научным традициям и нормам [5; 18]. Групповая речевая деятельность является формой проявления языка профессионального научного общения, в которой язык профессионального научного общения служит проявлением понятной и корректной коммуникации, приобретая тем самым большую важность на этапе обучения научной коммуникации. Язык профессионального научного общения является результатом групповой речевой деятельности, где участники обмениваются информацией, развивают специфическую лексику и навыки, и подчиняются научным традициям и нормам.

На занятиях в ситуации групповой научной коммуникации каждый учащийся выступает в различных ролях: говорящий / слушающий, автор / читатель, адресант / адресат, коммуникант-1 / коммуникант-2. Вследствие этого учащиеся развивают практические умения и навыки ведения дискуссии, дебатов, например, на тему актуальной научной статьи, представления своих научных исследований перед группой студентов, ответа на вопросы аудитории; в процессе презентации, демонстрируют свои навыки публичных выступлений, анализируют и обобщают данные и обсуждают свои выводы, результаты общих исследований, предлагают альтернативные трактовки данных и аргументируют свою точку зрения. Подобная деятельность способствует дальнейшему развитию и закреплению критического мышления и аналитических способностей учащихся; помогает развить навыки публичного представления своих исследований и результатов, отстаивания собственной точки зрения, выслушивания и уважения мнения других участников дискуссии [5] (Таб. 2).

Таблица 2. Умения и навыки научной коммуникации, методы и способы их достижения

ПРАКТИЧЕСКИЕ УМЕНИЯ И НАВЫКИ НАУЧНОЙ КОММУНИКАЦИИ	МЕТОДЫ И СПОСОБЫ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ
РАЗВИТЫЕ НАВЫКИ	Эффективно передавать свои идеи и результаты

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

ПИСЬМЕННОЙ И УСТНОЙ КОММУНИКАЦИИ	исследований другим коммуникантам как в письменной, так и в устной форме
УМЕНИЕ КРИТИЧЕСКИ ОЦЕНИВАТЬ И АНАЛИЗИРОВАТЬ НАУЧНЫЕ СТАТЬИ И ИССЛЕДОВАНИЯ	Определять их значимость и релевантность
УМЕНИЕ НАХОДИТЬ РЕЛЕВАНТНЫЕ НАУЧНЫЕ СТАТЬИ И ИСТОЧНИКИ ИНФОРМАЦИИ	Критически эффективно исследовать их, оценивая достоверность и надежность
ЗНАНИЕ ПРОЦЕССА ПУБЛИКАЦИИ НАУЧНЫХ СТАТЕЙ	Изучить основные требования и стандарты для подготовки и оформления научных публикаций
СПОСОБНОСТЬ РАБОТАТЬ В КОМАНДЕ И ЭФФЕКТИВНО СОТРУДНИЧАТЬ С КОЛЛЕГАМИ	Достижение общих научных целей
СОБЛЮДЕНИЕ ЭТИЧЕСКИХ ПРИНЦИПОВ НАУЧНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ	Осваивать научную этику, включая соблюдение правил и норм интеллектуальной собственности, конфиденциальности, и защиты прав человека
ПРЕДСТАВЛЕНИЕ И АНАЛИЗ ДАННЫХ В ВИЗУАЛЬНОМ ФОРМАТЕ	Применять графики, диаграммы, таблицы и другие инструменты информационной графики
УМЕНИЕ ПЛАНИРОВАТЬ И ПРОВОДИТЬ НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ	Использовать методы планирования эксперимента
АНАЛИЗ И ИНТЕРПРЕТАЦИЯ ПОЛУЧЕННЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ, АНАЛИЗ НАУЧНЫХ СТАТЕЙ И ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ	Учитывать критические замечания и рекомендации по устранению недостатков и повышению качества публикаций
АКТИВНОСТЬ	Часто публично выступать и быть медиаактивным
СОБЛЮДЕНИЕ КУЛЬТУРЫ ОБЩЕНИЯ В АКАДЕМИЧЕСКОЙ СРЕДЕ	Вежливо слушать и задавать вопросы, использовать понятный язык
ОБЩЕНИЕ С КОЛЛЕГАМИ ИЗ ДРУГИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ ИЛИ НАУЧНЫХ ЦЕНТРОВ	Приобретать опыт работы с информацией, анализом и синтезом данных; совершенствовать коммуникационные навыки

Работа в группах, с участием в дискуссиях, обмене идеями и обратной связи, помогает студентам закрепить навыки коммуникации и понимания различных точек зрения. Подобное обучение способствует также развитию командных навыков, что имеет существенное значение для научной работы в коллективе. При обучении учащихся научным коммуникациям принципиально использование современных цифровых технологий, таких как онлайн-

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

платформы, электронные базы данных, онлайн-журналы, вебинары, форумы и другие инструменты научной коммуникации для обсуждения и обмена идеями.

Комбинация этих и других методов обучения помогает студентам быстрее и качественно развить навыки научных коммуникаций и дискурса, а также позволяет им применять полученные знания и навыки на практике.

Исследования научной коммуникативной компетенции студентов выявляют типичные недостатки в написании, оформлении и презентации речевых произведений в типичных ситуациях научно-учебного взаимодействия. И только в процессе освоения учащимися навыков будущей профессиональной деятельности формируется научный дискурс языковой личности. Принципиальное значение в этом процессе принимает эксперт, ученый специалист в области научной коммуникации.

В роли такого специалиста, как правило, выступает преподаватель вуза, поскольку в настоящее время основное количество докторов и кандидатов наук сосредоточено в системе высшего образования России [17]. Таким образом формирование научного сообщества, в котором происходит обмен знаниями и опытом, что в свою очередь приводит к развитию науки и образования определяется научно-образовательной коммуникацией, обменом знаниями, опытом и идеями между двумя группами социума: преподавателями и студентами. Целесообразно остановиться на основных характеристиках этих групп, от которых зависит успешная научная коммуникация.

Во-первых, следует учитывать наличие различий между уровнями научных коммуникаций преподавателя (ученого) и студента, имеющие объективные причины и изменяющиеся в зависимости от ряда объективных и субъективных обстоятельств.

К объективным обстоятельствам такого рода можно отнести различные объективные условия научных коммуникаций преподавателя (ученого) и студента, связанные с освоением научной речи, с постепенным переходом от учебной речи к научной (Таб. 3).

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

Таблица 3. Объективные условия научной коммуникации преподавателя (ученого) и студента

УСЛОВИЯ КОММУНИКАЦИИ	СОДЕРЖАНИЕ РАЗЛИЧИЯ И УСТРАНЕНИЯ БАРЬЕРА НАУЧНОЙ КОММУНИКАЦИИ
ДОСТУП К ИНФОРМАЦИИ	Ограниченный доступ к научной информации может затруднять студентам участие в активных научных дискуссиях и исследованиях. Однако, современные технологии и открытый доступ к научным ресурсам помогают сократить этот разрыв при использовании бесплатных баз данных, архивов журналов и открытых источников информации, с целью расширения своих знаний и активного участия в научных коммуникациях.
ОПЫТ И ЗНАНИЯ	Более опытные и знающие ученые играют важную роль в совершенствовании научных коммуникаций студентов, являясь наставниками, руководителями и коллегами, которые помогают студентам развивать навыки коммуникации, предоставляют обратную связь и делают рекомендации по улучшению их исследовательской работы и презентаций. Участие в научных группах или проектах может предоставить студентам возможность обмена опытом и знаниями с более опытными учеными.
РЕСУРСЫ И ПОДДЕРЖКА	Наличие доступных ресурсов и поддержки может существенно способствовать совершенствованию коммуникаций студентов (доступ к лабораториям и оборудованию, средства для участия в конференциях и семинарах, поддержка со стороны академического сообщества., что помогает студентам развивать свои навыки коммуникации и участвовать в научных проектах более активно.
АВТОРИТЕТ И СТАТУС	Взаимодействие с учеными, которые имеют больший авторитет и статус, может быть ценным для студентов возможностью принимать участие в их исследовательских проектах, стать соавторами публикаций или представителями научных групп. Это способствует развитию навыков коммуникации и повышению статуса студентов в научном сообществе.
ЦЕЛИ И ОЖИДАНИЯ	Участие в научных коммуникациях способствует приобретению и совершенствованию навыков студентов, и достижению своих целей в области исследования: формулирование и представление своих идей, аргументация выводов и общение с другими учеными. Целью студентов может быть получение обратной связи, усвоение новых знаний и развитие профессиональных навыков.

Современные технологии, расширяющийся доступ к информации и, с другой стороны, поддержка со стороны научного сообщества в значительной степени стирают такие различия и играют в этом вопросе решающую роль, помогая студентам развивать свои навыки, успешно взаимодействовать с

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

учеными, перенимать их опыт и знания, приобретать и тем самым совершенствовать свои профессиональные умения и навыки

Однако уровни научных коммуникаций преподавателя и студента вуза по ряду аспектов значительно различаются на начальном этапе учебы студента (Таб. 4).

Таблица 4. Сравнение уровней научных коммуникаций ученого и студента

	Ученый (преподаватель)	Студент
1	Имеет большой объем знаний и длительного практического опыта в определенной научной области	Незначительный опыт в научных исследованиях
2	Обладает глубоким пониманием теоретических концепций	Обычно обладает поверхностным пониманием теории
3	Имеет развитые навыки анализа и критического мышления	Обладает в значительной мере поверхностными навыками анализа
4	Отличается достаточно глубокими исследованиями и релевантными выводами	Выводы основываются на недостаточном объеме исследований
5	Специализируется в узкой сфере исследования, развивая новые теории или методы, частично представляемые в учебниках	Изучает более широкий круг предметов и не имеет вклада новых знаний, основываясь на предыдущих исследованиях и ограничиваясь широко известными теориями и методами, представленными в учебниках
6	Глубоко вовлечен в академическое сообщество своей дисциплины, публикацией статей, участием в конференциях и дискуссиях	Обладает низким уровнем вовлеченности в академическое сообщество
7	Достаточно свободно владеет особенностями языка и средствами профессионально-научного общения в исследуемой области знаний.	Использует дискурс научной коммуникации с существенным ограничением ситуаций общения и соответствующих языковых и речевых средств

В данных обстоятельствах преподаватель выступает в ключевой роли наставника и тьютора, передающего свой опыт, нацеленного на непрерывное развитие у студента способности мыслить аналитически и воспринимать окружающий критически, а коммуникативное образование студентов вуза осуществляется на основе научно-учебного коммуникационного сотрудничества преподавателя вуза (ученого) и студента. Ученый и студент в процессах взаимодействия находятся в многочисленных интенсивных образовательных и научных коммуникациях, зависящих от предмета изучения,

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

научного направления и индивидуальных особенностей каждого из участников [26; 27; 39]. Важную роль здесь играет и ситуация общения, и специальное знание, динамический подход к обучению культуре речевого общения и обеспечение эффективности профессионального общения в научной среде, что предполагает умение вести диалог, участвовать в публичных выступлениях [7; 9]. Ученый и студент часто совместно участвуют в научных конференциях и мероприятиях, представляя результаты своих исследований и обмениваясь опытом с коллегами; работать над научно-исследовательскими проектами, разрабатывая новые идеи и методы исследования [40].

Развитие научного дискурса у студентов требует от преподавателя терпения и креативности в подходе к обучению и общению с каждым из них, проведения дальнейших исследований в области научной коммуникации, разработки программ обучения данной дисциплины для студентов разных специальностей, создания соответствующих методических материалов и обучающих программ, организации соответствующих семинаров и конференций, оказания помощи учащимся в написании научных работ (курсовых, дипломных, диссертаций) и подготовке публикаций, обучения студентов навыкам презентации научных результатов и идей.

Деятельность преподавателя по развитию научного дискурса как формы коммуникации студентов содержит ряд конкретных задач:

- создание стимулирующей и провоцирующей обстановки, приглашение студентов к обсуждению тем, побуждение их к анализу, поискам альтернативных решений проблемы;
- подготовка группы студентов к дискуссии и семинарским занятиям, разделяя их на команды с разными точками зрения;
- анализ актуальных научных публикаций, обсуждение и формирование собственной точки зрения;

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

- развитие критического мышления путем активного привлечения студентов к поиску информации, ее анализу, оценке и выбору наиболее достоверных и актуальных источников;
- инициирование обсуждения аргументов в пользу или против определенной идеи;
- проведение индивидуальных и групповых консультаций со студентами; помощь в формулировании и развитии научных исследований и работ, обсуждение их предложений и соответствующие советы;
- моделирование образа научного дискурса, представляя себя в качестве активного, конструктивного и критического участника коммуникации;
- демонстрация примеров научной речи и публичного выступления с целью развития у студентов соответствующих навыков.

Учет коммуникативно-прагматических особенностей научной коммуникации, предполагает, что в количественном плане высказывание студента должно содержать оптимальное количество информации, в плане качества не утверждать того, на что нет достаточных оснований, не отклоняться от темы, избегать непонятных выражений, многословия, неоднозначности, помнить о жанровых требованиях, быть организованным. Для контроля соблюдения указанных требований используется институт рецензирования и оппонирования, дискуссии внутри научного сообщества [9].

С течением времени в ходе взаимодействия учащегося и преподавателя у студента, стремящегося к достижению уровня компетенций преподавателя, формируется готовность к обмену идеями, ведению самостоятельного научного исследования по специальности, растет вовлеченность в академическое сообщество и т.п. На современном этапе развития образования мотивационная парадигма в сочетании с гуманистическими и адаптивными принципами высшего образования [23] становится ключевым аспектом приобретения умений и навыков использования научного дискурса, оказывающим влияние на успешность обучения и достижение учебных целей, развитие у студентов

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

мотивации, уверенности в своих силах, способности к саморегуляции умения, постоянно учиться в течении жизни, интерес не только к получаемыми знаниям, но и к критической работе с информацией, анализу и синтезу знаний, аргументацию своих мыслей и идей, целеустремленность, активность и инициативность, повышенное внимание к личностной и профессиональной самореализации.

Текст научного дискурса является важным инструментом для студентов, поскольку он помогает изучить и понять новую информацию, развивает способности критического мышления и анализа, умения четко и ясно выражать свои мысли в письменной форме, искать и анализировать информацию для подготовки качественного научного проекта или исследования, полезен для развития исследовательских навыков коммуникантов. Студенты должны научиться правильно излагать свои мысли и оформлять текст в соответствии с нормами научного стиля, освоить особенности использования терминологии, построения предложений и абзацев. Проверка навыков написания научного текста обучаемого может потребовать: сформулировать тему исследования, найти и проанализировать несколько научных статей по заданной теме, составить структуру научного текста для исследования по заданной теме [27]. Важным аспектом научного дискурса является формирование коммуникативных навыков студентов, влияющих на развитие научного сообщества, что в дальнейшем будет способствовать их успешной профессиональной деятельности. Разработка сценария проверки навыков написания научного текста студентами для оценки его качества адаптируется к конкретным потребностям вуза включает ряд этапов (Таб. 5).

Таблица 5. – Сценарий проверки навыков написания научного текста

ЭТАП СЦЕНАРИЯ	СОДЕРЖАНИЕ ЭТАПА
ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЦЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА	Критериями служат быть ясность и четкость изложения, логическая структура, использование академической лексики и терминологии, аргументация и наличие источников.

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

НАУЧНОГО ТЕКСТА СТУДЕНТОВ.	
ВЫБОР ТЕМЫ И ЗАДАНИЯ	Тема должна быть связана с актуальными исследовательскими вопросами и предоставлять достаточное поле для развития аргументации и представления научных фактов.
ПОДГОТОВКА РЕСУРСОВ	Необходимые ресурсы – это рекомендации по написанию научных текстов, примеры хороших научных статей, справочные материалы по академическому письму и т.д., которые помогут студентам ознакомиться с требованиями и стандартами научного письма.
РАЗРАБОТКА ИНСТРУКЦИЙ	Разработать четкие инструкции для студентов, объясняющие задание, требования и сроки выполнения. Указать на основные аспекты, которые студенты должны учесть при написании научного текста, такие как структура, использование источников, форматирование и т.д.
ПРОВЕДЕНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ РАБОТЫ	Установить сроки выполнения работы и предоставить возможность задавать уточняющие вопросы.
ОЦЕНКА И ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ	Оценить написанные студентами научные тексты, используя заранее определённые критерии оценки. Предоставить студентам обратную связь, указывая на сильные стороны и области текста требующие улучшения. Объяснить студентам, способы развития навыков написания научных текстов.
ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ	Провести обсуждение результатов среди студентов, предоставив им возможность обменяться мнениями и опытом. отметить хорошие примеры научных текстов и обратить внимание на общие тенденции или проблемы, с которыми студенты, вероятно, столкнутся при написании научных текстов.
ДАЛЬНЕЙШЕЕ РАЗВИТИЕ НАВЫКОВ	Предложить студентам возможности для дальнейшего развития навыков написания научных текстов, такие как участие в научных конференциях, публикация статей, участие в научных проектах. Помочь студентам осознать важность и значимость научного письма в их будущей карьере.

Цифровое лингводидактическое пространство представляет собой виртуальную среду, где используются цифровые инструменты и ресурсы для обучения языкам и научной коммуникации. В соответствии с этой концепцией, научная коммуникация рассматривается в контексте применения цифровых технологий и инструментов, с целью повышения эффективности коммуникации ученых, преподавателей и студентов в научном сообществе.

В настоящее время искусственный интеллект активно используется в учебном процессе для адаптации учебного плана и материалов к индивидуальным потребностям и уровню каждого студента. Виртуальные

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

наставники, основанные на искусственном интеллекте, оказывают поддержку студентам в процессе обучения: отвечают на вопросы, предоставляют рекомендации по учебным материалам и помогают в разработке индивидуальных учебных планов. Алгоритмы машинного обучения в состоянии анализировать данные об успеваемости ученика и предлагать соответствующие задания для улучшения его результатов.

Сложности научной коммуникации, связанные с возрастанием объема информации и сложностью процедур исследования, эффективно преодолеваются на пути использования искусственного интеллекта при исследовании структуры научных текстов, изучении использования терминологии, ключевых концептов и идей, связей между различными элементами языка, восприятию и интерпретации знаков в научном сообществе, анализе коммуникативных стратегий и методов, передаче данных, классификации информации, автоматизации процессов НК, управлении базами данных, рассылке уведомлений, автоматическом написании статей и т.д., повышая эффективность исследований.

Семиотический анализ научного дискурса основан на комплексах компьютерных систем и устройств искусственного интеллекта, таких как нейронные сети, алгоритмы машинного обучения, базы публикаций и инструменты для обработки естественного языка и классификации текстов, анализа структуры текстов. Отражая и поддерживая основные принципы когнитивной деятельности интеллекта, фреймовые структуры виртуального пространства искусственного интеллекта так или иначе использует принципы естественного интеллекта в процедурах создания текстов перевода, ориентированных на восприятие знаков и речи, их распознавание, морфологический, синтаксический и семантический анализ и синтез, проверку текста на уровнях метаязыка, обучение, диалогичность вербального взаимодействия, использование прототипов или шаблонов образцов речи, сохранение в памяти текста и речи, использование лексических словарей и др.

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

Таким образом, в феноменологическое пространство научной коммуникации включаются пересекающиеся во многом изоморфные в функциональном отношении виртуальные пространства естественного и искусственного интеллекта, а общее пространство искусственного интеллекта становится дискретным, состоящим из пространств нескольких его видов. Поскольку обмен сообщениями между естественным и искусственным интеллектом происходит в текстовом формате (исходный текст, тексты образа данного искусственного интеллекта, тексты управления и фрагменты результирующего текста), а о качестве процесса в конечном итоге судят по тексту результата, то естественный и искусственный интеллект могут быть представлены в виде продуцируемых ими текстов как некие виртуальные личности, проявляющиеся в тексте и тождественные ему. Виртуальные личности различных коммуникантов актуализируются в электронных текстах инструментами искусственного интеллекта, в виде принципов и механизмов функционирования (обработки текста) и репрезентируется множеством текстов.

Естественный интеллект продуцирует поле смыслов, маркированных модальностью, семантическими состояниями, интерпретационными возможностями, ассоциативными связями, а искусственный интеллект продуцируют кластеры текста, заполненные аккумулярованными знаниями и множеством вариантов процедурных реализаций искусственного интеллекта. Качество и особенности синтезируемых текстов соответствует уровню компетенции, идиостилю и другим особенностям отдельной виртуальной личности. Лексические поля и пространства смыслов каждой из них дополняют друг друга. Естественный интеллект интерпретирует сложные текстовые построения, предложенные искусственным интеллектом, и дает им оценку. Такая концепция когнитивного взаимодействия разработана и реализована в ряде работ [10; 11; 12].

В качестве виртуальных личностей искусственного интеллекта, с которыми коммуницирует естественный интеллект рассматриваются

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

достаточно сложные системные программы обработки естественного языка. Такие, как лингвистические корпуса текстов, содержащие филологически релевантные массивы данных в машиночитаемом формате и программное обеспечение для компьютерного анализа лингвистических данных, которые являются важнейшими инструментами для проведения количественных и качественных исследований научной коммуникации смешанными методами [16; 18; 43].

Корпусная лингвистика применима в исследовании научной коммуникации для анализа лингвистических особенностей и структуры научных текстов, изучения взаимодействия и коммуникации в научном сообществе при помощи ряда известных методов:

- анализ лингвистических особенностей и структуры научных текстов с использованием корпусной лингвистики предоставляет возможность изучать различные аспекты научной коммуникации;

- определение и анализ лингвистических особенностей в научных текстах посредством изучения типичных структур предложений, употребляемых терминов, частоты использования определенных слов и выражений, чтобы лучше понять специфику научной коммуникации и стиля письма научных статей;

- анализ типичных структур предложений, используемых в научных текстах, исследовать частоту использования конкретных конструкций, например, сложных предложений, пассивного залога или других специфических конструкций, чтобы определить, какие структуры предложений являются характерными для научной коммуникации;

- проведение частотного анализа использования терминологии в научных текстах, определение наиболее часто используемых терминов в определенной области знаний, а также их связи и контексты, для понимания специфики и специализации научной коммуникации;

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

- изучение коллокации – типичные сочетания слов, которые часто встречаются в научных текстах и следует определить, какие слова часто сочетаются друг с другом, и насколько эти комбинации специфичны для научных текстов в сравнении с другими жанрами;
- исследование стилистических и риторических особенностей научных текстов. Например, анализ использования повелительного наклонения, пассивного залога, модальных глаголов или других лингвистических характеристик, для определения конкретных стилистических и риторических стратегий, используемых в научном письме.
- идентификация структурных элементов научных текстов, таких как введение, методология, результаты и заключение, изучение типичных языковых выражений, используемых в каждом из этих разделов, и определение их соответствия основным структурным требованиям научных текстов;
- определение ключевых слов и тематической классификации научных текстов на основе использования методов автоматической обработки естественного языка (natural language processing, nlp) для извлечения ключевых слов и автоматической классификации научных статей по определенным темам или областям исследований;
- исследование связей и взаимодействия между авторами научных статей на основе использования корпусов научных статей для создания графов, отображающих связи между авторами, цитатами и соавторством, что позволяет изучить структуру научного сообщества, идентифицировать ключевых авторов и изучить их взаимодействие;
- изучение цитирования и сетевого влияния в научном сообществе на основе использования определенных цитат, распределений цитирования, изучения группы авторов и их влияния на коллег в рамках научной коммуникации и др.

Анализ лингвистических особенностей и структуры научных текстов с использованием корпусной лингвистики позволяет получить объективное

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

представление о специфике научной коммуникации и лингвистических стратегиях, присущих этому жанру, что позволяет также получить более глубокое понимание особенностей научных текстов и взаимодействия в научном сообществе в том числе:

- определять группы авторов, работающих совместно и каким образом научные сообщества связаны между собой;

- проводить анализ влияния научных статей и исследований на другие научные работы путем изучения количество цитирований, упоминаний или реакций, вызванных определенным исследованием, для определения его значимости и влияния на научное сообщество.

- в процессе анализа коммуникационных практик и стилей в научной коммуникации, выяснять, каким образом научные статьи организованы, какие языковые конструкции или стилевые приемы используются, с целью установления общих культурных, социальных или лингвистических особенностей исследователей и сообществ.

- в сфере изучения способов представления научных результатов, исследования выяснять как структурируется и представляется информация о методах, результатах и выводах, чтобы понять эффективность коммуникации и ее влияние на аудиторию.

В целях эффективного формирования компетенции научной коммуникации в цифровом лингводидактическом пространстве указанные методы работы с научным дискурсом активно используются в педагогической деятельности кафедры иностранных языков для экономических специальностей как в плановой учебной, так и дополнительной образовательной деятельности. На кафедре читаются курсы лекций, направленные на развитие у студентов лингвоцифровой компетенции. С 2018 г. для студентов, обучающихся по направлению 41.04.01 «Зарубежное регионоведение» функционирует курс лекций «Квантитативные методы в лингвострановедческих исследованиях», а с 2021 г. для будущих преподавателей иностранных языков, обучающихся на

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

магистерской программе «Теория и практика преподавания иностранных языков и межкультурной коммуникации» читается лекционный курс «Современные технологии и квантитативные методы исследования в образовании».

В 2020 г. в рамках федеральной программы «Университет 2035» на кафедре успешно реализована программа повышения квалификации «Квантитативные методы, искусственный интеллект и информационные технологии в лингвистических исследованиях» (Казанская Е.В, Евсюкова Т.В.), имеющая целью развитие лингвоцифровой компетенции у слушателей, их ознакомление с принципами организации информационно-поисковой деятельности, направленной на совершенствование профессиональных умений в области лингвистического образования, переводческой и научно-коммуникативной деятельности. В задачи курса входит освоение средств обработки русскоязычных и иноязычных научных текстов в производственно-практических целях, обеспечение основ экспертного анализа программных продуктов лингвистического профиля, формирование умений по разработке лингвистических материалов с использованием современных цифровых информационных ресурсов и технологий, баз данных, словарей, словарей.

Цифровые инструменты в лингводидактическом пространстве обеспечивают персонализацию обучения и адаптацию учебных материалов и заданий по научной коммуникации под индивидуальные потребности студентов, создавая уникальные учебные планы и тренировочные программы, с учетом уровня языковых навыков интересов каждого из них. Интерактивные учебные пособия, мультимедийные презентации, видеоуроки, игры и онлайн-тесты, помогают активнее взаимодействовать с учебным материалом и повышают мотивацию учащихся к изучению научной коммуникации. Онлайн-форумы, чаты и видеоконференции создают условия для сотрудничества и коммуникации, обмена мнениями, работа в группах над проектами способствуют развитию навыков научной коммуникации. Онлайн-тесты,

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

задания и системы учета используются для оценки коммуникационных навыков обучаемых, дают обратную связь о достижениях студентов и целесообразности соответственной адаптации учебного процесса.

Заключение

Цифровое лингводидактическое пространство расширяет возможности для ученых, преподавателей и студентов в области научной коммуникации. Научные коммуникации в условиях цифровизации стимулируют студентов и играют значительную роль в образовательном процессе, способствуя развитию личности и становлению квалифицированных специалистов. Целесообразно сформулировать следующие практические рекомендации, помогающие преподавателям и студентам использовать научную коммуникацию в цифровом лингводидактическом пространстве. Кардинально улучшать взаимодействие и обмен знаниями и навыками в сфере научных коммуникаций между преподавателями, учёными и студентами, широко применяя мотивационные и адаптивные принципы высшего образования. Учитывать многофакторность и различия уровней компетенций акторов, а также существование ряда объективных барьеров освоения научной коммуникации и способов их устранения. Использовать открытые источники информации - журналы, базы данных и репозитории, для получения доступа к актуальным и проверенным научным материалам; присоединяться к научным сетям и сообществам, связанным с собственной тематикой, на платформах социальных сетей или специализированных профессиональных сетях. Создавать профили на научных платформах, чтобы делиться своими исследованиями, публикациями и результатами с другими исследователями. Для визуализации своих идей и результатов исследований использовать цифровые инструменты: графические редакторы, инфографика и видео. Сообщать результаты исследований научному сообществу публикацией своих исследований в академических журналах или научных конференциях, принимать участие в онлайн-курсах, вебинарах и семинарах, связанных с исследуемой тематикой; участвовать в научных

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

дискуссиях, форумах и комментировать публикации других исследователей, оставаться открытым к новым технологиям и практикам, эффективно поддерживающих научную работу и обмен знаниями. Именно таким образом, применение новых технологий в цифровом лингводидактическом пространстве может повысить эффективность обучения научной коммуникации студентов, делая его доступным, интерактивным, имеющим значительный потенциал для развития.

Список использованных источников

1. Алипичев, А. Ю. Специальная лексика в научно-популярном тексте и ее перевод / А. Ю. Алипичев, Г. В. Порческу, Н. А. Сергеева // Вестник Череповецкого государственного университета. – 2023. – № 2 (113). – С. 7-19. DOI 10.23859/1994-0637-2023-2-113-1. – EDN HSGFPK. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?edn=hsgfpk> (дата обращения: 10.09.2023).
2. Безукладников, К. Э. Исследование лингвоцифровой компетенции в контексте общей функциональной грамотности / К. Э. Безукладников, В. К. Безукладников, А. А. Прохорова // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Проблемы языкознания и педагогики. – 2022. – № 2. – С. 105-121. DOI 10.15593/2224-9389/2022.2.9. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-lingvotsifrovoy-kompetentsii-v-kontekste-obschey-funktsionalnoy-gramotnosti> (дата обращения: 10.09.2023).
3. Евдокимова, М. Г. Лингводидактический потенциал систем искусственного интеллекта / М. Г. Евдокимова, Р. Т. Агамалиев // Экономические и социально-гуманитарные исследования. – 2023. – № 2 (38). – С. 173-191. DOI 10.24151/2409-2023-2173-191. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/lingvodidakticheskiy-potentsial-sistem-iskusstvennogo-intellekta/viewer> (дата обращения: 10.09.2023).
4. Иванова, С. В. Черный квадрат научной коммуникации: Актуальность, цель, методы, единица анализа // Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал. – 2021. – № 3. – С. 140–157. – EDN ARXYHR. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=47175789> (дата обращения: 10.09.2023).
5. Ирхин, Ю. В. Дискурс-анализ: сущность, подходы, методология, проектирование // Социально-гуманитарные знания. – 2014. – №4. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/diskurs-analiz-suschnost-podhody-metodologiya-proektirovanie> (дата обращения: 10.09.2023).
6. Казанская, Е. В. Иноязычная полисемиотика образовательного гипертекста в компьютерно-опосредованной коммуникации / Е. В. Казанская, В. В. Котельников // Высшее гуманитарное образование XXI века: проблемы и перспективы. Материалы семнадцатой международной научно-практической конференции. – Самарский государственный социально-педагогический университет, Самара. – 2022. – С. 215-223. EDN TCTRSS.
7. Карасик, В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. – Волгоград: Перемена. – 2002. – 477 с. EDN UGQAMP
8. Коротова, О. Г. Методика преподавания иностранного языка в вузе с использованием лингводидактической образовательной платформы // Педагогическое образование. – 2022. – Т. 3. № 10. – С. 135-140.

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

9. Котельникова, Е. В. Исследование научно-инновационного дискурса в межкультурной коммуникации в когнитивном аспекте. Монография. – Ростов-н/Д: Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ). – 2014. – 184 с.
10. Котельникова, Е. В. Когнитивная составляющая перевода с использованием искусственного интеллекта, научная статья // Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина. СПб. – 2010. – Т 5, № 1. – С. 57-63.
11. Котельникова, Е. В. Когнитивные лингвистические модели смешанного перевода в межкультурной коммуникации // Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина. СПб. – Т 7, № 4. – Филология, 2011. – С. 185-194. EDN UICAUJ
12. Котельникова, Е. В. Проекция искусственного интеллекта на когнитивные модели стилистики в смешанном переводе научно-инновационного дискурса // Филологические науки. Вопросы теории и практики, Тамбов Грамота. – № 4 (11). – 2011. – С. 102-105. URL: <http://www.gramota.net/materials/2/2011/4/27.html> (дата обращения: 10.09.2023).
13. Котельникова, Е. В. Учебно-методическое пособие по дисциплине «Квантитативная лингвистика» для магистров направления «Зарубежное регионоведение». Очная форма обучения, 2 курс // Учебно-методическое пособие – Ростов-на-Дону: Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2018 – 96 с.
14. Лапицкий, О. И. Формирование педагогических компетенций у студентов педагогического вуза // Современное педагогическое образование, 2020. – № 2. – С. 102-106. EDN OZBRAR. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=35558550> (дата обращения: 10.09.2023).
15. Ляшевская, О. Н. Частотный словарь современного русского языка (на материалах Национального корпуса русского языка) / О. Н. Ляшевская, С. А. Шаров. – М.: Азбуковник, 2009. – URL: <http://dict.ruslang.ru/freq.php> (дата обращения: 11.09.2023).
16. Михеева, Ю. А. Специфика образа современного преподавателя иностранного языка в условиях цифрового образовательного пространства // Сибирский учитель. – 2023. – № 4 (149). – С. 88-91. – URL: http://www.sibuch.ru/sites/default/files/_Михеева.pdf (дата обращения: 10.09.2023).
17. Московская, Н. Л., Педагогика мультиграмотности как обоснование лингводидактической легитимности применения цифрового контента / Н.Л. Московская, Е.А. Перова // Профессиональное образование в России и за рубежом. – 2023. – № 1 (49). – С. 28-38. – DOI 10.54509/22203036_2023_1_28. – EDN AUYEUBU. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?edn=auyebu> (дата обращения: 10.09.2023).
18. Национальный корпус русского языка. – URL: <https://ruscorpora.ru/> (дата обращения: 11.09.2023).
19. Нестерская, Л. А. Основы научной коммуникации как аспект обучения профессиональной научной речи магистрантов-филологов / Л.А. Нестерская, Е.Ю. Николенко // Профессорский журнал. Серия «Русский язык и литература». – 2(2) 2020. – С. 20-25. – URL: <https://professor-rusist.ru/2020/materialy-vypuskov/osnovy-nauchnoj-kommunikacii-kak-aspekt-obucheniya-professionalnoj-nauchnoj-rechi-magistrantov-filologov/> (дата обращения: 05.09.2023).
20. Никитина, Е. Ю. Текстцентрический подход в подготовке будущего учителя иностранного языка / Е. Ю. Никитина, О. Ю. Афанасьева, Ф. Г. Байрамгалин // Вестник Южно-Уральского государственного гуманитарно-педагогического университета. – 2023. – № 4 (176). – С. 124-140. DOI 10.25588/CSPU.2023.176.4.007. – URL: [http://vestnik-cspu.ru/ru/articles/4%20\(176\)/pedagogicheskie-nauki/tekstocentricheskiy-podhod-v-podgotovke-buduschego-uchitelya-inostrannogo-yazyka.html](http://vestnik-cspu.ru/ru/articles/4%20(176)/pedagogicheskie-nauki/tekstocentricheskiy-podhod-v-podgotovke-buduschego-uchitelya-inostrannogo-yazyka.html) (дата обращения: 10.09.2023).
21. Никитина, Е. Ю. Целеполагательные ориентиры подготовки будущих учителей иностранного языка в педагогическом вузе / О. Ю. Афанасьева, М. Г. Федотова // Вестник Южно-Уральского государственного гуманитарно-педагогического университета. – 2022. –

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

№ 1 (167). – С. 150-162. DOI 10.25588/CSPU.2022.167.1.010. – URL: [http://vestnik-cspu.ru/ru/articles/1%20\(167\)/pedagogicheskie-nauki/celepolagatelnye-orientiry-podgotovki-buduschih-uchiteley-inostrannogo-yazyka-v-pedagogicheskom-vuze.html](http://vestnik-cspu.ru/ru/articles/1%20(167)/pedagogicheskie-nauki/celepolagatelnye-orientiry-podgotovki-buduschih-uchiteley-inostrannogo-yazyka-v-pedagogicheskom-vuze.html) (дата обращения: 10.09.2023).

22. Пересляк, И. В. Семантическая структура научного текста в свете антропоцентрического подхода. – URL: <https://libword.by.ru/lingv.html>. (дата обращения: 10.09.2023).

23. Прохорова, А. А. Исследование понятия и структуры лингвоцифровой компетенции студента / А. А. Прохорова, В. К. Безукладников, Л. Р. Лизунова // Язык и культура. – 2022. – № 58. – С. 236-260. DOI 10.17223/19996195/58/14. – EDN HZMWEB. – URL: http://journals.tsu.ru/language/&journal_page=archive&id=2261&article_id=50586 (дата обращения: 10.09.2023).

24. Смирнова, Т. В. Семиотическое знание о массовой коммуникации Умберто Эко и проблемы познания цифровой реальности / Т. В. Смирнова, И. А. Унжакова // Цифровая социология. – 2019. – №1. – С. 17-23. DOI 10.26425/2658-347X-2019-1-17-23. – URL: <https://digitalsociology.guu.ru/jour/article/viewFile/10/11> (дата обращения: 13.09.2023).

25. Ретичева, А. Ю. Социальные сети и их лингводидактический потенциал при развитии иноязычных речевых умений // Материалы II Всероссийской молодежной научно-практической конференции. – Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого. – Санкт-Петербург, 2023. – С. 394-401.

26. Чернявская, В. Е. Интерпретация научного текста: [стиль, речь, дискурс]. - Изд. 2-е. - М.: URSS, 2005: ООО Ленанд. – 127 с.

27. Чернявская, В. Е. Научный дискурс: выдвижение результата как коммуникативная и языковая проблема. – М.: Ленанд, 2017. – 144 с.

28. Чувакин, А. А. К построению филологической теории коммуникации: статья первая // Филология и человек. – 2011. – № 4. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-postroeniyu-filologicheskoy-teorii-kommunikatsii-statya-pervaya> (дата обращения: 11.09.2023).

29. Ширшов, В. Д. Педагогическая коммуникация: учебное пособие. – Изд. 2-е, испр. и доп. Екатеринбург: [б.и.], 2001. – 240 с. – EDN QQJFOD – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?edn=qqjfod> (дата обращения: 10.09.2023).

30. Chafe, W. Beyond Beads on a String and Branches in a Tree. Conceptual Structure, Discourse, and Language ed. by Adele Goldberg // Stanford: Center for the Study of Language and Information. – 1996. – P. 49-65.

31. Halliday, M. A. K. Language, Context, and Text: Aspects of Language in a Social-Semiotic Perspective / M. A. K. Halliday, R. Hasan // Oxford: Oxford University Press, 1991. – 126 p.

32. Issina, G. I. Professional Linguistic Personality as Subject of Discursive Processes: Conception of Linguistic Rhetorical Culturological Education / G. I. Issina, A. A. Vorozhbitova // European Journal of Social and Human Science. – 2014. – Vol. (1), № 1. – URL: <https://oaji.net/articles/2014/739-1396857286.pdf> (дата обращения: 11.09.2023).

33. Jucker, A. H. Discourse Analysis and Relevance // Future Perspectives of Dialogue Analysis. Tübingen. – 1995. – P. 121–146.

34. Lalmas, M. Information-seeking Behavior in the Context of Structured Documents / M. Lalmas, J. Reid, M. Hertzum // ECIR 2003: European conference on IR research No. 25. Pisa, ITALIE. – 2002. – Vol. 2633 – P. 104–119.

35. Luhman, N. Media of the communication / transl. from German by A. Antonovsky. – М.: Logos. – 2004. – P. 298.

36. Luhman, N. Society as a social system / transl. from German by A. Antonovsky. – М.: Logos. – 2005. – P. 223.

37. Maslou, A. G. Psychology of being. М., Kiev: Refl-Buk. Vakler. – 1997. – 300 p.

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

38. Maslou, A. G. Motivation and Personality, St. Petersburg, Evra ziya Publ. – 1999. – 478 p.
39. Schank, R. C. Goaled-based Scenarios // Beliefs, Reasoning, and Decision Making. Hillsdale. – 1994. – P. 1–32.
40. Weigold, M. F. Scientific communication: A review of the literature. December 2001. – Science Communication 23 (2). – P.164-193. – URL: https://www.researchgate.net/publication/240699087_Communicating_Science_A_Review_of_the_Literature (дата обращения: 15.09.2023).
41. White, C. Focus on the language learner in an era of globalization: Tensions, positions and practices in technology-mediated Language Teaching // Language Teaching. – 2007. – 40(4). – P. 321-326.
42. Wierzbicka, A. Semantics, Culture, and Cognition: Universal Human Concepts in Culture-Specific Configurations. – NY. – 1992. – P. 3-27.
43. ATLAS.ti. – URL: <https://atlasti.com/> (дата обращения: 17.09.2023).

2.2. Цифровая межкультурная коммуникация как средство формирования профессионально-этических ценностей у будущих инженеров

*Голикова Татьяна Владимировна,
канд. пед. наук, доцент, доцент кафедры иностранных
языков и лингвистики, ФГБОУ ВО «Поволжский
государственный технологический университет»*

В настоящее время проблема подготовки инженерных кадров высокой квалификации актуализируется, так как наблюдается острая необходимость в специалистах данной профессии. Повышение роли математического, естественно-научного образования, создание в школах инженерных классов, инженерных школ в вузах, базовых предприятий, в которых будущие инженеры смогут проходить производственную практику и обучаться передовым технологиям – все это является велением времени, способствующим повышению качества подготовки будущих инженеров в технических университетах. Безусловную значимость в процессе подготовки студентов в вузе имеет этический вектор их профессиональной деятельности, так как в эпоху искусственного интеллекта и цифровизации недостаточно владеть лишь профессиональными компетенциями. России необходимы инженерные кадры с высокими моральными и гражданскими качествами, думающими о будущем своей страны и направляющими свою деятельность на благо общества.

На наш взгляд, приобщение будущих инженеров не только к профессиональным ценностям, но и к этической составляющей этих ценностей возможно в процессе преподавания большинства вузовских дисциплин, если задействовать воспитательный потенциал занятий в нужном направлении. О.К. Позднякова и Е.И. Соболева, актуализируя необходимость реализации воспитательного потенциала в процессе обучения студентов, выявили возможности преподаваемых учебных дисциплин в приобщении будущих инженеров к нравственным ценностям. Авторы определили, что одни предметы

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

в большей степени влияют на нравственный компонент отношений «инженер – техника (техносфера)»; другие – «инженер – коллеги»; для третьей группы дисциплин определяющую роль в отношениях играют «инженер – общество». Иностраный язык в ряду исследуемых дисциплин в большей степени из данной триады влияет, по мнению авторов, на отношения «инженер – коллеги». В статье отмечается, что возможности приобщения к ценностям, определяющим триаду отношений, у дисциплин разные и что на занятиях студенты приобщаются не только к одной группе нравственных ценностей, но и к другим, хотя в меньшей степени. Кроме того, авторы пришли к выводу, что в процессе обучения будущих инженеров преподаватели разных дисциплин могут использовать единые методы, средства, формы проведения занятий. Наиболее эффективными при этом являются беседа, дискуссия, диспут, деловая игра, ролевая игра [14].

Таким образом, мы наблюдаем, что каждая учебная дисциплина, преподаваемая в вузе, имеет свой воспитательный потенциал для формирования профессионально-этических ценностей будущего инженера. Напрашивается вывод о необходимости оптимального использования воспитательного потенциала каждой дисциплины, преподаваемой будущим инженерам, и взаимосвязанной деятельности всех преподавателей, работающих с определенным факультетом, по формированию профессионально-этических ценностей у студентов.

В некоторых вузах будущим инженерам в качестве отдельной дисциплины преподается «Профессиональная этика инженера». Для успешного преподавания данной дисциплины студентам, будущим инженерам создаются учебные пособия «Профессиональная этика инженера» [8,11]. Изучение данного курса студентами естественным образом должно быть взаимосвязано с преподаванием других учебных предметов, воспитательный потенциал которых также будет способствовать формированию профессионально-этических ценностей у будущих инженеров. Например, наш опыт обсуждения

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

профессионально-этических дилемм на занятиях английского языка с примерами из инженерной практики помогает студентам глубже разобраться в проблемах соблюдения инженерной этики, улучшает навыки коммуникации на английском языке.

Н.А. Гриднева, Н.С Швайкина, рассматривая проблему формирования инженерной этики на занятиях иностранного языка в техническом вузе, обращают внимание на социокультурный аспект обучения. По мнению авторов, студенты должны получать социокультурные знания не только о стране изучаемого языка, ее духовных ценностях и культурных традициях, но и о ценностях и традициях инженерного сообщества страны изучаемого языка. Кроме того, авторы считают, что преподавателям иностранных языков при подготовке студентов, особенно к межкультурному общению, также необходимо иметь в виду и социокультурную составляющую. По их мнению, «...это новая онтология современной теории обучения иностранным языкам», дающая возможность в решении новых учебных задач дисциплины и разработке методов реализации воспитательного потенциала [7].

Для нас представляет интерес работа Р.С. Выходец и В.В. Шляпникова о цифровой этике, так как экспериментальная часть нашего исследования осуществляется среди студентов, будущих инженеров ИТ-специальности и им важны знания цифровой этики. Авторы обращают внимание на взаимосвязь цифровой этики с компьютерной этикой, занимающейся изучением этических вопросов, возникающих в результате разработки и внедрения компьютеров и компьютерных технологий и информационной этикой, то есть использованием информации, информационных технологий и информационных систем для принятия личных, профессиональных и общественных решений, Авторы склонны считать цифровую этику, компьютерную этику и информационную этику синонимами [4].

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

Проблема формирования ценностей интересует многих исследователей, в том числе философов, психологов, педагогов, социологов. При этом ценности рассматриваются как междисциплинарное понятие [7].

Основной идеей В.И. Андреева, заложенной в основу его научной школы, является идея творческого саморазвития и творческой самореализации человека в различных видах и формах его деятельности. Автор считает творческое саморазвитие и творческую самореализацию личности в течение всей жизни универсальными целями и ценностями. Ученый обращает внимание на то, что в процессе обучения необходимо заниматься развитием и саморазвитием духовно-нравственных качеств личности [1, 2]. Данные идеи не утратили своей актуальности и для инженерного образования, для повышения качества которого необходимо сместить ценностные ориентации на развитие и саморазвитие профессионально-этических ценностей. При этом нравственные ценности должны составлять основу личности будущего инженера.

Ю.В. Назарова отмечает, что в отличие от общих ценностей, которые являются целостными и неизменными, профессиональные ценности являются ситуативными и вариативными, причём существует зависимость их содержания от специфики профессиональной деятельности. Автор считает, что определение профессиональных ценностей важно для создания и регулирования профессионально-этических кодексов, которые бы обладали актуальностью и недекларативным характером. Представляет интерес поднятие Назаровой проблемы оппозиционных ценностей, «антиценностей» в профессии [12]. Среди антиценностей можно выделить вредные привычки, сексуальную распущенность, культ денег, культ карьеры, вседозволенность, социальное иждивенчество, циничный прагматизм.

Е.В. Раскачкина, исследуя проблему формирования профессиональных ценностей студентов технического вуза в процессе изучения иностранного языка, дает определение профессиональным ценностям и раскрывает их структуру. Автор рассматривает профессиональные ценности «...как одно из

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

ведущих образований личности, определяющее ее целостность, активную социальную позицию, а также избирательное отношение к будущей профессии инженера, к окружающим, к самому себе».

С ее точки зрения, профессиональные ценности включают несколько групп ценностей, связанных с утверждением своей роли в социальной и профессиональной среде с определенным профессиональным статусом; самосовершенствованием, развитием творческой индивидуальности; удовлетворением потребности работать в коллективе; самовыражением, самореализацией [15].

О.В. Павлова, исследуя проблему формирования профессионально-этической культуры студентов вузов, останавливается на ее структурных компонентах, одним из которых определяет аксиологический компонент, означающий ценностное отношение к профессии. Автор приводит критерий аксиологического компонента, предполагающий выработку системы профессиональных и общечеловеческих норм и ценностей, обладающей целостностью, непротиворечивостью, имеющей гуманистический характер. При этом показатели данного компонента характеризуются принятием ценностей самоактуализирующейся личностью, гуманистическим взглядом на природу человека, значимостью профессиональной деятельности для человека [13].

По мнению Е.И. Соболевой, именно нравственные ценности являются неотъемлемыми компонентами технического образования, и приобщение будущих инженеров к этим ценностям дадут им возможность управления миром техники в дальнейшей профессиональной деятельности без разрушительных последствий [16].

М.В. Богданова, В.И. Бакштановский поделились опытом проведения одного из ректорских семинаров по актуальным проблемам инженерного образования в Тюменском индустриальном университете, на котором профессора поднимали вопросы, связанные с ценностными (этическими)

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

характеристиками инженерной профессии, с формированием профессионально-этического мировоззрения у будущего инженера, с преподаванием дисциплин «Этика и психология профессиональной деятельности», «Профессиональная этика инженера». При этом формирование профессионально-этического мышления инженеров определяется как фундаментальная задача университета, а профессиональная этика инженера как обязательный курс для инженерных специальностей [3].

Остановимся более подробно на возможностях формирования профессионально-этических ценностей у будущих инженеров в условиях цифровизации высшего образования.

Исследования свидетельствуют о существовании различных средств, способствующих формированию профессионально-этических ценностей у студентов, применяемых преподавателем на занятиях и во внеаудиторной деятельности. Это и учебные программы, и учебники, и учебные пособия, и учебные дисциплины, ориентированные на профессиональную этику и нормы поведения в инженерном сообществе. Занятия по английскому языку предоставляют возможность задействовать аутентичные материалы как УМК, так и научных статей из журналов, книг, профессиональных подкастов и цифровых ресурсов с сайтов по инженерной тематике с этической составляющей.

Особый интерес с точки зрения расширения возможностей для реализации воспитательного потенциала занятий английского языка для IT студентов представляет разработка преподавателем заданий на основе материалов сайта международной организации в сфере компьютерных технологий ассоциации вычислительной техники (Association for Computing Machinery, ACM). Платформа содержит библиографическую информацию о более чем 3 миллионах публикаций и полные тексты из журналов OpenAccess. Архив цифровой библиотеки этой платформы <https://dl.acm.org/> включает базу данных, программное обеспечение, аудиозаписи и видео. Знакомство и

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

обсуждение «Кодекса Этики и Профессионального Поведения», разработанного комитетом по профессиональной этике данной ассоциации [17], позволяет студентам осуществлять рефлексию наиболее приоритетных профессионально-этических ценностей в своей будущей профессиональной деятельности. Зарубежные коллеги И. Ставракакис, Д. Гордон, Б.Тирни считают необходимым изменение традиционного подхода к преподаванию компьютерной этики как самостоятельного предмета или внешнего курса и видят более эффективной интеграцию этических тем в учебные планы по информатике и смежным дисциплинам будущих IT специалистов [21].

Включение будущих инженеров в проектную деятельность, в том числе и с зарубежными партнёрами, развивает коммуникативные навыки на английском языке, формирует ценностные навыки сотрудничества в команде, уважительное и толерантное отношение к участникам проекта. Важную роль в формировании профессионально-этических ценностей играют дискуссии и дебаты, организованные на занятиях. Данные методы развивают у будущих инженеров и критическое мышление, и осознание важности нравственных решений в их дальнейшей профессиональной деятельности.

Как показывают наши исследования, весьма эффективным средством в процессе изучения английского языка в этом направлении является применение на занятиях цифровой педагогической технологии межкультурной коммуникации российских студентов с зарубежными партнерами. Данная технология является интегративной технологией и предполагает интеграцию цифровой технологии и педагогической.

Одним из компонентов технологии цифровой межкультурной коммуникации является диагностико-прогностическая составляющая, предполагающая выявление основных затруднений у будущих инженеров в осуществлении межкультурного взаимодействия с зарубежными партнерами и определение актуальных задач по их преодолению. Некоторые авторы считают, что для успешной межкультурной коммуникации необходимо преодолеть

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

тревогу, стереотипы и предубеждения, язык и неверную невербальную интерпретацию, этноцентризм [9].

Наши исследования показывают, что основными трудностями, с которыми сталкиваются участники коммуникативного взаимодействия, являются: недостаточный уровень владения английским языком участниками межкультурной коммуникации; психолого-коммуникативные барьеры (чувство страха, неуверенности в себе); отсутствие мотивации; технические неисправности [5].

Лучшим способом решения языковой проблемы является включение студентов в разные виды речевой деятельности, ориентируясь при этом и на международные требования к овладению иностранным языком, предъявляемым будущим инженерам [22]. Это и организация подготовленной и спонтанной монологической речи во время аудиторных занятий по практике речи английского, и выполнение заданий, расположенных в электронном курсе на платформе LMS Moodle, и работа с электронными ресурсами, платформами, рекомендованными преподавателем, включая технологию искусственного интеллекта, и использование генеративных чат-ботов, в частности, недавно появившийся Perplexity AI <https://www.perplexity.ai/>, сочетающий в себе функции искусственного интеллекта и поисковой системы, сильной стороной которых является возможность для пользователей удостовериться в предоставленной информации и узнать больше по теме своего запроса, практикуя английский язык, поскольку имеются ссылки на цитаты и связанные темы. При необходимости во время видеоконференций участникам коммуникации позволяем работать в микрогруппах, чтобы студент, чей уровень английского языка невысокий, имел возможность работать в паре со студентом с более продвинутым языковым уровнем. Наши исследования подтверждают эффективность выбранных нами методов. Большинство участников авторской программы “Global Conversations for Engineering Students” (GCES) ответили утвердительно на вопрос, стали ли они лучше владеть разговорной английской

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

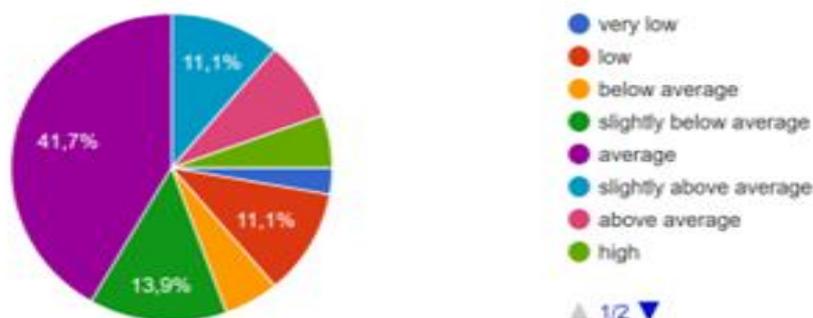
речью и могут ли более свободно и уверенно говорить по-английски после этого онлайн-взаимодействия. Также повысились знания по языку, включая владение тематическим словарем, согласно специфике изучаемых тем курса, которые коррелируют с вопросами для обсуждения программы “Global Conversations for Engineering Students”.

В результате проведенного исследования (второй раунд программы для 36 участников ПГТУ, 2019-2020 уч.г.) знаний английской лексики, необходимых для обсуждения предложенных тем с зарубежными партнерами, были получены сравнительные данные (до и после проведения эксперимента) (см. рис.1,2). На круговых диаграммах приведены результаты студентов по уровням (в процентах): очень низкий, низкий уровень, ниже среднего, чуть ниже среднего, средний, чуть выше среднего, выше среднего, высокий.

По результатам самоанализа до проведения эксперимента было выявлено 25 % студентов, оценивающих свой уровень знаний английского языка, необходимый для межкультурного общения с иностранными студентами чуть выше среднего, выше среднего и высокого уровней, а после эксперимента таких студентов стало больше в 2 с лишним раза (52,7%). Количество студентов, имеющих низкий уровень для общения, уменьшилось почти в 4 раза (с 11% до 2,8%) (см рис.1,2).

8) Assess your knowledge of the English vocabulary to be able to discuss those issues in English with your Skype partner before the course using the following scale

36 ответов



Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

Рисунок 1. Ответы на вопрос: «Оцените свои знания английской лексики, чтобы иметь возможность обсуждать вопросы GCES программы со своим партнером до начала курса, используя следующую шкалу.»

9) Assess your knowledge of the English vocabulary involved now that you have completed the course "Bridges to International Education: Global Conversations"
36 ответов

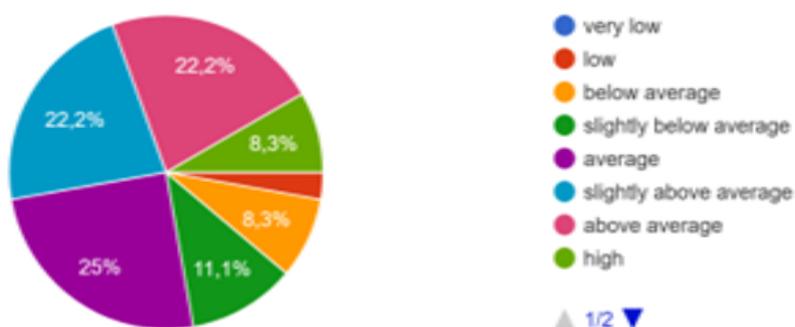


Рисунок 2. Ответы на вопрос: «Оцените свои знания английской лексики после курса.»

Работа в парах и микрогруппах будет более предпочтительной по сравнению с индивидуальным общением для тех, у кого есть определенные сложности с коммуникативными навыками в независимости от владения языком. Опросы, анкетирование, наблюдение, беседы, проводимые с участниками межкультурной коммуникации, позволяют заранее учесть все виды затруднений, в том числе и выявить те личностные особенности, страхи или предубеждения в общении с иностранцами, чтобы при необходимости оказать оперативную помощь студентам. Трудности могут возникнуть на любом этапе реализации программы межкультурной коммуникации. Например, организаторам приходилось иногда из-за психологических проблем менять одного из партнеров, хотя это происходило достаточно редко, так как при подборе таковых, как правило, учитываются результаты проведенной диагностики. По результатам опроса (2021-2022 уч. г.) всем участникам ПГТУ понравились их европейские партнеры (см. рис.3).

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

1) Choose one of the options:
24 ответа



Рисунок 3. Ответы на вопрос: «Понравился ли вам ваш зарубежный партнер?»

Ряд трудностей возникает при планировании совместных встреч, так как это нередко связано с разными часовыми поясами. Практика показывает, что снять такую проблему возможно, если позволить студентам большее временное окно для планирования 3 встреч в неделю, например, в течение месяца, 5 встреч – в течение 1,5 месяцев соответственно. Для планирования индивидуальных встреч партнеры могут использовать email, социальные сети, удобные для обеих сторон. При работе в микрогруппах мы рекомендовали пользоваться сервисом Doodle на английском языке, незаменимом для организации совещаний, создания онлайн-голосований или планирования встреч. Кроме того, это простой в использовании и бесплатный сервис. У некоторых студентов возникают технические неполадки с интернет-соединением, качеством связи, но они являются не самыми сложными для решения.

По мнению студентов, специальная подготовка к онлайн межкультурной коммуникации помогает преодолеть встречающиеся основные затруднения технического характера – владение программами для общения в онлайн режиме и переписке посредством интернет: Discord, Zoom, Google Meet, Skype, Dropbox, Padlet, Powtoon, Google Docs; коммуникативного – страх общения с иностранцами, ксенофобия; лингвистического – недостаточное знание английского языка, преодоление языкового барьера. Студенты считают, что предварительное обсуждение тем в процессе аудиторных занятий вместе с преподавателем снимает эмоциональное напряжение и страх перед общением с

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

иностранными партнерами. Они отмечают, что в процессе необычного опыта общения с иностранными студентами узнаешь многое о стране проживания, об интересах и ценностях зарубежных партнеров, о личных проблемах и проблемах страны. В свободном общении с иностранцами, по их отзывам, очень помогает подготовка и обсуждение презентаций по предложенным темам.

Следует отметить, что иногда приходится преодолевать барьер, связанный с низкой мотивацией студентов еще до того, как они присоединятся к программе подготовки к межкультурной коммуникации. Лучшим способом справиться с этим потенциальным барьером является индивидуальный подход к студенту, оперативная помощь в преодолении возникших трудностей в знании языка, коммуникации, неуверенности в себе, включая выбор партнера, культуры, дополнительных тем для обсуждения.

Следующим компонентом технологии являются применение методики электронной межкультурной коммуникации. Именно методика составляет ядро любой педагогической технологии, в том числе и цифровой. Разработанная автором статьи методика осуществления электронной межкультурной коммуникации апробировалась среди будущих учителей английского языка Марийского государственного университета (г.Йошкар-Ола) и американских студентов университета Миссури (г.Сэнт-Луис, 2012, 2014). С 2016 года данная методика прошла успешную апробацию среди магистрантов Поволжского государственного технического университета (ПГТУ) и зарубежных магистрантов Международного университета LCC, (г.Клайпеда 2016, 2017, 2019, 2020), Кальвин колледжа (г.Гранд-Рапидс, США, 2018), университета прикладных наук Тампере (г.Тампере, Финляндия 2018), Высшей национальной горной школы (Альби, Франция, 2020, 2021) [6].

Данная методика, применяемая на занятиях английского языка, совершенствовалась с учетом специфики профессиональной направленности студентов. Весьма успешно межкультурная электронная коммуникация "Global

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

"Conversations for Engineering Students" марийских бакалавров IT специальности ПГТУ с зарубежными студентами осуществлялась в рамках реализации международного проекта BADGE (стратегическое партнерство Эразмус + КА 203) с 2019 по 2021 гг [19, 18]. Участниками проекта являлись представители 12 вузов Европы, Россию представлял ПГТУ. За эти 3 года в программе приняли участие более 220 студентов из ПГТУ (Россия), Университета IMT Mines Albi (Франция), Национального института прикладных наук (INSA), Высшего института авиации и космоса (ISAE) (Тулуза, Франция); Университета прикладных наук Бьеловара (Хорватия) и Национального технического университета Афин (Греция). Соорганизаторами данного проекта являлись Катя Оффре (Франция, ИМТ) и автор статьи (ПГТУ, Йошкар-Ола) [20].

Будет уместным привести здесь мнение К. Оффре (Франция, ИМТ), которая поделилась своими выводами об осуществлении электронной межкультурной коммуникации будущими российскими инженерами с зарубежными студентами из стран-участниц международного проекта BADGE: «Наш проект «Глобальные беседы» (автор Т.В.Голикова) осуществлялся в рамках Erasmus+ проекта BADGE (Becoming A Digital Global Engineer). Проект предполагал сотрудничество участников, выигравших грант, в создании ресурсов для успешного изучения языка студентами инженерных специальностей. Вначале мы работали только с нашими студентами из Франции (IMT Mines Albi) и России (ПГТУ). Я преподаю немецкий язык, но считаю важным вводить в занятия многоязычные аспекты. Мои студенты обсуждали предложенные темы со своими партнерами из России на английском языке и делали весь анализ проекта на английском. Это была для них весьма интенсивная программа. Они говорили, что у них было много проблем с переключением с одного языка на другой, но со временем они привыкли и получили огромное удовольствие от программы.

Почти никто из моих студентов никогда не был в России и не встречался с русскими людьми. У них было много стереотипов и предрассудков и им не

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

терпелось узнать больше о русской культуре. В качестве основных тем для обсуждения были следующие: «Культурные различия и стереотипы», «Системы образования», «Ценности профессионального образования», «Растущие социальные проблемы». При онлайн общении на первом этапе участники межкультурной коммуникации представляли себя, свой родной город и университет. Русские студенты подготовили красивые презентации в PowerPoint, но при этом были очень застенчивы и большинство из них вначале не решались говорить. Французские студенты были менее подготовленными, но у них не было проблем в общении. На занятиях мы всегда обсуждали результаты прошедшего межкультурного общения и анализировали различия в культурах благодаря модели Хофстеда.

Следующим шагом было сравнение систем образования и профессиональных ценностей. Мы обсуждали наличие профессиональных ценностей у инженеров в рамках разных культур, сравнивали этические проблемы, возникающие у людей инженерных специальностей с разных точек зрения. Они увидели свою собственную культуру в другом свете. Студентам было интересно убедиться, что их точка зрения не является единственно возможной. Третий этап был посвящён обсуждению социальных проблем с учётом культурных различий. Кроме того, студенты обсуждали различные конфликтные ситуации: либо из коллекции выпускников КТН, либо пережитых ими самими. Они должны были сделать презентацию в виде раскадровки этой ситуации и возможных решений. Этот этап был предназначен для обсуждения профессионально-этических дилемм между общающимися студентами. Разработка серьёзных игр осуществлялась в рамках проекта BADGE, в основе игр находилось разрешение профессионально-этических ситуаций <https://www.thebadgeproject.eu/io7-global-competence-through-it-and-serious-games/>.

Представляет интерес, что данный проект «Глобальные беседы» осуществлялся не только со студентами из двух стран. В 2021 году мы работали в международных группах с русскими, французскими, хорватскими и

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

греческими студентами. Французы были выходцами из несколько инженерных школ: IMT Mines Albi (г.Альби) и INSA, ISAE (г.Тулуза). Результаты оказались даже лучше, чем при работе только с двумя странами, поскольку различия и перспективы можно было проработать легче.

Моим студентам всегда нравились эти проекты и их многокультурные и многоязычные аспекты. Они улучшили знания английского и немецкого языков и приобрели большой опыт межкультурного общения, что весьма важно для их будущей работы в качестве инженеров. К.Оффре (Франция, 2024)».

Необходимо отметить особенности применения методики электронной межкультурной коммуникации, которая проводится поэтапно.

На организационно-ознакомительном этапе российские преподаватели совместно с зарубежными коллегами в процессе онлайн общения:

- осуществляют подборку партнёров для межкультурной коммуникации с обеих сторон;
- определяют круг обсуждаемых тем в процессе межкультурного общения;
- отбирают содержание, формы, методы, приёмы проведения аудиторных занятий и организации самостоятельной работы студентов;
- составляют и корректируют программу подготовки к межкультурному общению;
- организуют индивидуальное знакомство российского преподавателя с каждым зарубежным партнёром в онлайн режиме для выявления у них лингвистических особенностей владения английским языком, их коммуникативными качествами и выявлением потенциальных барьеров для общения с российскими студентами;
- проводят видеоконференцию для знакомства всех участников онлайн межкультурной коммуникации и их руководителей как с российской, так и с зарубежной стороны.

На диагностическом этапе:

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

- осуществляется подбор анкет, тестов для определения уровня сформированности профессионально-этических ценностей у студентов-участников межкультурной коммуникации;

- выявляются основные затруднения у студентов для проведения межкультурной коммуникации (лингвистического, коммуникативного (личностного), технического характера).

На обучающе-тренировочном этапе студенты на занятиях английского языка знакомятся:

- с целью, задачами, программой, тематикой онлайн межкультурной коммуникации с зарубежными партнерами;

- с особенностями создания презентаций на основе анализа изученных источников по обсуждаемым темам;

- с организацией самостоятельной работы по изучению рекомендуемых преподавателем источников, поиском дополнительных материалов для осуществления виртуального диалога с партнером по заданным проблемам.

Во время аудиторных занятий студенты:

- готовят вопросы по предложенной тематике с применением презентаций;

- овладевают речевыми клише, используемыми для презентаций, публичного выступления, дискуссий;

- составляют профессионально-этические дилеммы и обсуждают их на занятиях.

На онлайн-дискуссионном этапе организуется непосредственное онлайн общение будущих российских инженеров с зарубежными студентами, в процессе которого обсуждаются проблемы, предусмотренные программой онлайн межкультурной коммуникации. Межкультурное общение осуществляется в онлайн режиме индивидуально или в микрогруппах.

Для коррекционного этапа характерно:

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

- своевременное устранение у студентов основных затруднений (технических, коммуникативных, лингвистических);
- разрешение возникающих конфликтных ситуаций при общении с зарубежными партнерами, при необходимости замена партнера.

Рефлексивный этап посвящается подведению итогов:

- отзывам об изучаемой дисциплине и особенностях взаимодействия с зарубежными партнерами для дальнейшего совершенствования организации и проведения онлайн межкультурной коммуникации на основе самоанализа и анализа;
- диагностики сформированности профессионально-этических ценностей;
- проведению опроса (анкетирование, беседа, интервьюирование) для выявления мотивации к дальнейшему повышению качества знаний по английскому языку, к владению тематической лексикой, к развитию спонтанной речи;
- составлению отчетной документации [5].

Четвертый компонент электронной межкультурной коммуникации российских студентов с зарубежными партнерами связан с применением цифровых инструментов и других средств обучения в процессе подготовки и осуществления межкультурного общения.

Важным условием эффективного осуществления электронной межкультурной коммуникации российских студентов с зарубежными партнерами, способствующим формированию профессионально-этических ценностей у будущих инженеров, является профессиональная готовность преподавателя к ее организации, а именно умение:

- реализовывать воспитывающий потенциал занятий английского языка;
- применять цифровую педагогическую технологию межкультурной коммуникации с зарубежными партнерами в процессе обучения студентов;

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

- владеть методикой обсуждения профессионально-этических дилемм;
- осуществлять сотрудничество с зарубежными коллегами по выполнению совместных проектов, проведению вебинаров, написанию статей на основе постоянного взаимодействия с зарубежными коллегами в режимах онлайн и оффлайн [6].

После изучения и обсуждения проблем профессионально-этического характера на английском языке, межкультурного общения с иностранными студентами будущие инженеры IT специальности ПГТУ составили свой свод требований к личности IT специалиста на основе сформированности профессионально-этических ценностей и соответствующих им профессионально-этических качеств, необходимых будущему инженеру.

Студенты считают, что важной ценностью является умение работать в единой команде, сотрудничая с коллегами, доброжелательно взаимодействуя с клиентами и другими заинтересованными сторонами для достижения общих целей и успешной реализации проектов, при этом, помогая и не мешая своим коллегам. Будущие инженеры обращают внимание на то, что при работе в команде важны лидерские качества, умение объяснять и распределять задания, решать проблемы. Слаженная совместная работа, построенная на принципах уважения прав и свобод человека, позволит создавать востребованные проекты.

По мнению будущих IT специалистов, они, как и представители других профессий, должны придерживаться высоких этических стандартов. Вот некоторые качества, которыми должен обладать будущий инженер при осуществлении профессионально-этической деятельности.

Он должен проявлять:

- объективность, надежность и прозрачность в работе, согласно стандартам и этическим нормам;
- честность и беспристрастность в своих действиях и принятии решений. Специалист не должен утаивать информацию или обманывать клиентов, коллег или пользователей, в том числе и в финансовых вопросах,

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

включая бухгалтерскую отчётность и финансовые операции, если даже за этим никто не наблюдает, заслуживая при этом доверие;

- толерантность по отношению к старшему поколению, так как не все люди профессионально разбираются в гаджетах, компьютерах, в цифровых платформах, программах, по отношению к многообразию культур, рас, полу, возрасту коллег, клиентов и умение создать инклюзивную и свободную от дискриминации рабочую среду;

- уважительное и доброжелательное отношение к пользователям, заказчикам, коллегам.

Кроме того, среди личностных профессионально-этических качеств будущие инженеры выделили профессионализм, трудолюбие, дисциплинированность, организованность, самоконтроль за своими действиями и поступками, сосредоточенность в работе, то есть способность концентрироваться на профессиональной деятельности, не отвлекаясь на посторонние вещи.

Самосовершенствование в IT сфере также является важной профессионально-этической ценностью. Будущие инженеры считают, что процесс самосовершенствования тесно взаимосвязан:

- с непрерывным повышением квалификации, способствующим нахождению специалиста в курсе последних технологических тенденций и лучших отраслевых практик, с поддержанием высоких стандартов профессиональной компетентности;

- с участием в конференциях и семинарах, с изучением опыта коллег и специалистов в области информатики;

- с адекватной оценкой своих возможностей, готовностью адаптироваться к меняющимся технологиям и требованиям рынка,

- со стремлением к достижению высокого качества как процессов, так и продуктов профессиональной деятельности:

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

- с наличием условий, необходимых для создания новых идей, изобретений, творческих работ и вычислительных артефактов;
- со способностью к самоорганизации, наличием четкого плана действий;
- с изучением языков и культур других стран, так как программисты, работающие в международных компаниях, должны быть готовы к работе с людьми из разных стран и культур. Изучение культурных особенностей других стран поможет лучше понять своих коллег и клиентов, а также улучшить свои коммуникативные навыки;
- со знанием политической ситуации и изменений в законодательстве, которые могут повлиять на их работу. Например, изменения в миграционной политике могут затронуть интересы программистов, работающих в других странах.

Важной составляющей профессионально-этической деятельности является предотвращение рисков, техногенных катастроф. Будущие инженеры считают, что для этого в работе необходимо:

- разрабатывать и внедрять надёжные и безопасные системы, стремиться к созданию технологий, полезных для общества и окружающей среды;
- соблюдать конфиденциальность, поскольку многие IT специалисты работают с данными клиентов и различных компаний, нередко имеют доступ к секретным документам и информации;
- нести ответственность за свою сферу деятельности, свои действия и результаты работы, за обеспечение безопасности данных и защиту систем от угроз, следуя профессиональным стандартам и нормам.

Будущие инженеры считают важной ценностью психическое и физическое здоровье. Они уверены, что IT специалисты должны:

- уделять время своему здоровью и заниматься активными видами спорта, чтобы поддерживать себя в тонусе;

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

- формировать у себя стрессоустойчивость;
- соблюдать неприкосновенность частной жизни, не вмешиваясь в личную жизнь других людей.

Анализ теоретических источников и практический опыт российских и зарубежных авторов свидетельствуют о том, что проблема формирования ценностей интересует многих исследователей. В последние годы актуализировалась проблема подготовки будущих инженеров с позиций формирования профессиональных, этических, нравственных ценностей, профессионально-этической культуры. Исследователи используют различные средства, способствующие формированию ценностей у студентов. При этом авторы считают, что преподаваемые дисциплины в вузе, обладают значительным воспитательным потенциалом. К сожалению, целостной системы формирования профессионально-этических ценностей у будущих инженеров средствами большинства преподаваемых дисциплин совместно со спецдисциплиной «Профессиональная этика инженера» в техническом вузе не сложилось, хотя возможности преподаваемых курсов в этом направлении большие. Как показывает исследование, эффективность формирования профессионально-этических ценностей на занятиях английского языка в вузе в значительной степени зависит от готовности преподавателя к применению различных средств, способствующих формированию профессионально-этических ценностей в процессе обучения, в том числе цифровой педагогической технологии организации межкультурной коммуникации российских студентов с зарубежными партнерами. Применение данной технологии способствует повышению качества знаний английского языка, формированию конкурентоспособной, творчески развивающейся личности будущего инженера, стремящегося овладеть системой профессионально-этических ценностей для решения задач межкультурного взаимодействия в сфере профессиональной деятельности. Предложенная автором технология

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

универсальна и может применяться в процессе преподавания не только иностранных языков, но и других гуманитарных дисциплин в вузе.

Список использованных источников

1. Андреев, В. И. Педагогическая этика: инновационный курс для нравственного саморазвития / В. И. Андреев. – Казань: Центр инновац. технологий, 2012. – 272 с.
2. Андреев, В. И. Социокультурный и концептуальный подходы к прогнозированию приоритетных целей и ценностно-смысловых ориентаций педагогического образования для XXI века / В. И. Андреев. //Ценности и цели современного образования: проблемы и перспективы: матер. XIV междунар. науч.-практ. конф. в 2-х ч. /отв. Ред. Н.Ю. Никулина. – Калининград: изд-во БФУ им. И. Канта, 2014. – Ч.1. – С.13-200.
3. Богданова, М. В. Профессиональная этика инженера как университетская дисциплина / М. В. Богданова, В. И. Бакштановский //Ведомости прикладной этики. – 2023. – Выпуск 61. – С.136-161.
4. Выходец, Р. С. Краткий исторический обзор исследований в области цифровой этики / Р. С. Выходец, В. В. Шляпников // Общество. Среда. Развитие. – 2021, 4. – С. 43–47.
5. Голикова, Т. В. Особенности методики онлайн межкультурной коммуникации будущих инженеров с зарубежными партнерами / Т. В. Голикова //Язык и межкультурная коммуникация: современные векторы развития: сборник научных статей по материалам II Международной научно-практической конференции. – Пинск (Беларусь): ПГТУ, 2021 г. – С.740-746.
6. Голикова, Т. В. Развитие профессиональной компетентности преподавателей английского языка в условиях международного сотрудничества / Т. В. Голикова // Нижегородское образование. – №4. – Нижний Новгород, 2020. – С.71-80.
7. Гриднева, Н. А. Формирование инженерной этики средствами дисциплины «Иностранный язык»: социокультурный аспект / Н. А. Гриднева, Н. С. Швайкина // Вестник Самарского государственного технического университета. Серия: Психолого-педагогические науки. – 2020. – Т. 17. – №1. – С. 49-66. doi: 10.17673/vsgtu-pps.2020.1.4.
8. Демидова, С. А. Профессиональная этика инженера: учебные кейсы: учебное пособие / С. А. Демидова. – М.: Издательский Дом НИТУ МИСиС, 2021. – 122 с.
9. Корякина, А. А.: Барьеры межкультурной коммуникации / А. А. Корякина, Н. М. Гоголева: //Проблемы современного педагогического образования, 2023. – № 79. – 2. – С.167-169. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/bariery-mezhkulturnoy-kommunikatsii> (дата обращения: 03.02.2024).
10. Леонтьев, Д. А. Ценность как междисциплинарное понятие: опыт многомерной реконструкции / Д. А. Леонтьев // Вопросы философии. –1996. – №4. – С 25-27.
11. Медянская, Т. В. Инженерная этика: лекции, кейсы, тесты / Т. В. Медянская, А. И. Богданов. – Йошкар-Ола: Поволжский государственный технологический университет, 2014. –160 с.
12. Назарова, Ю. В. Аксиология профессии: пути определения и реализации современных профессиональных ценностей / Ю. В. Назарова. //Гуманитарные ведомости ТГПУ им. Л. Н. Толстого. – № 3. – 2015 – С. 20-24.
13. Павлова, О. В. Формирование профессионально-этической культуры студентов вузов / О.В. Павлова: Дисс... канд.пед.наук. – Саратов, 2020. – 200 с.
14. Позднякова, О. К. Возможности учебных дисциплин в приобщении студентов технического вуза к нравственным ценностям / О. К. Позднякова, Е. И. Соболева //Вестник Самарского государственного технического университета. Серия «Психолого-педагогические науки». – 2022. – Т. 19. – № 4. – С. 97–112. DOI: <https://doi.org/10.17673/vsgtu-pps.2022.4.8> (дата обращения: 19.01.2024).

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

15. Раскачкина, Е. В. Формирование профессиональных ценностей студентов технического вуза в процессе изучения иностранного языка: автореф. дисс.канд.пед.наук / Е. В. Раскачкина; Тул.гос.пед.ун-т им. Л.Н. Толстого. – Тула, 2011. – 22 с.
16. Соболева, Е. И. Аксиологические основания профессиональной подготовки будущего инженера / Е. И. Соболева // Самарский научный вестник, 2020. – Т. 9. – № 2 (31). – С.284-289.
17. ACM Code of Ethics and Professional Conduct URL: <https://www.acm.org/code-of-ethics>. (дата обращения: 11.01.2024).
18. Auffret, K., Geslin, T., Kjellgren, B., Freddi, M., Petroniene, S., Rinder, J., & Tual, D. (2021). BADGE: Global competence for sustainable internationalisation in engineering education. Languages for Specific Purposes in Higher Education 2021. Presented at the Languages for Specific Purposes in Higher Education 2021. URL:<https://kth.diva-ortal.org/smash/record.jsf?pid=diva2%3A1589955&dswid=-3622> (дата обращения: 31.01.2024).
19. BAGDE (2022) The Badge Project. URL:www.thebadgeproject.eu (дата обращения: 01.02.2024).
20. Golikova T., & Auffret K. (2022). Global conversations for engineering students: a cross-cultural e-communication joint program pp. 11-68 URL:<https://www.thebadgeproject.eu/io7-global-competence-through-it-and-serious-games/> (дата обращения: 29.01.2024).
21. Stavrakakis, I., Gordon, D., Tierney, B. et al. The teaching of computer ethics on computer science and related degree programmes. a European survey. International Journal of Ethics Education 7, 101–129 (2022). <https://doi.org/10.1007/s40889-021-00135-1> (дата обращения: 27.10.2023).
22. Rinder, J., Richter, T., Teresa, S. G., & Tual, D. (2020). The Global Engineers Language Skills (GELS) Network: An Update. 1, 26–36. Retrieved from <https://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:kth:diva-281712> (дата обращения: 29.11.2023).

ГЛАВА 3

МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ФУНКЦИОНАЛЬНО-ЖАНРОВЫХ ТИПОВ МЕДИАТЕКСТОВ

3.1. Языковая культура как ключевой фактор современных СМИ

*Агаджанян Рубен Владимирович,
канд. филол. наук, доцент, доцент кафедры иностранных и
русского языков, ФГБОУ ВО «Российский государственный
аграрный университет – МСХА имени К.А. Тимирязева»*

Введение

Человек на современном этапе своего развития сталкивается с различными экзистенциальными вызовами, в числе которых оказывается потребность в соответствии правилам, определяющим качество жизни, социальный уровень и условия безопасности. Информационная составляющая жизни человека становится наиболее значимой и определяющей именно в эпоху цифровой трансформации, где информация может восприниматься как на личном уровне, так и иметь глобальное измерение, поэтому знание тонкостей языка СМИ и технологий, которые в ней применяются специалистами широкого профиля, позволяют объективно оценивать происходящие в мире общественно значимые события и тенденции. Большинство глобальных процессов в мире определяется качеством текстового продукта, его содержанием, способом толкования и стилистикой преподнесения. Профессиональные результаты специалистов в сфере журналистики и рекламы, и связей с общественностью становятся чрезвычайно востребованными в нынешних условиях. Они, выступая сегодня в роли полноценных акторов глобальных мировых процессов, влияют на весьма чувствительные параметры текстовой информации, формируя картину мира у аудитории потребителей информации. Владение высоким уровнем языка или следование языковой культуре неизбежно определяет характер взаимодействия между отправителем

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

информации и ее адресатом. Необходимость учета лингвокультурной специфики, а также ценностных ориентаций в описании политической и социальной обстановки становится важным показателем качества материалов современных СМИ. Аналитическое исследование материалов СМИ, рассматриваемых на страницах данного параграфа монографии позволяют выявить характерные особенности текстовых материалов медийной принадлежности с точки зрения языковой культуры.

СМИ как междисциплинарное явление: социолингвистический и лингвокультурологический аспекты

В современную эпоху медиаресурсы становятся основным информационным источником общественно значимой информации. Ввиду широкого распространения и многообразия форм носителей, доступ к получению новостей практически неограничен. Само понятие средств массовой информации (далее по тексту - СМИ) подразумевает совокупность органов публичной передачи, обработки и массового тиражирования словесной, образной и музыкальной информации с помощью технических средств массовым аудиториям [1, с. 453].

Таким образом, средства массовой коммуникации выполняют роль, связывающую несколько дисциплин: социолингвистику и лингвокультурологию, выступая в качестве междисциплинарного объекта научного знания. Как известно, междисциплинарность предполагает исследование какого-либо понятия целостным и нерасчлененным при системном взаимодействии дисциплин на уровне объекта и предмета исследования, методологии и научного языка. Опираясь на работу Е.Н. Князевой, «междисциплинарность» означает прежде всего кооперацию различных областей знания, циркуляцию общих понятий для понимания некоторого явления» [11, с.193-201]. И поэтому, являясь невероятно обширной областью изучения, СМИ касается сразу нескольких, находящихся на стыке научных дисциплин.

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

Данный объект исследования находится в пограничном состоянии между социологией и лингвистикой, что неизбежно затрагивает широкий круг проблем, связанных с социальной природой языка, его общественными функциями и ролью, а также механизмом воздействия социальных факторов на язык. Кроме того, в нем рассматриваются проблемы социальной дифференциации языка на всех уровнях [24]. Другими словами, основной задачей данной синтезирующей дисциплины является выявление особенностей взаимоотношений между языком и обществом в современном мире.

Говоря об обществе, нельзя рассматривать его в отрыве от культуры, поскольку она является важнейшим признаком. Показателем культуры как отдельного человека, так и всего общества в целом является культура речи [15], непосредственным изучением которой занимается такая отрасль языкознания, как лингвокультурология. По причине того, что восприятие человеком мира происходит сквозь призму культуры, в которой он существует, лингвокультурология как самостоятельное направление лингвистики изучает проявления культуры народа, которые отразились и закрепились в языке. Основной целью лингвокультурологии является «изучение способов, которыми язык воплощает в своих единицах, хранит и транслирует культуру» [16, с.30].

Будучи междисциплинарным явлением, СМИ отражают различные формы взаимодействия общества и культуры, в результате чего происходит их взаимное обогащение. Закреплённые средствами языка, социальные, исторические и культурологические факты традиционно воспринимаются для отдельной социально-языковой группы наиболее полно и детализированно, поскольку последняя может идентифицироваться как целевая аудитория, то есть та, ради которой создавался информационный продукт. Лингвокультурологическая составляющая здесь важна, поскольку учитывает знание психологии народа, истории, географии, системы ценностей, свойственной носителям языка и способствует получению более объемного и

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

содержательного представления о явлениях социокультурной действительности.

Таким образом, описанные выше аспекты предмета исследования безусловно важны и дают возможность рассмотреть с помощью каких механизмов СМИ осуществляют свою неочевидную функцию управления общественным мнением, что в настоящее время, в условиях хаотизации глобальных информационных процессов представляется весьма актуальной темой.

В нижеследующем изложении будут рассмотрены также ценностно-содержательные особенности материала, поскольку это подтверждает междисциплинарный характер исследования, открывая возможность рассмотрения новых характеристик материала в ракурсе лингвокогнитологии и лингвокультурологии.

Роль СМИ в формировании картины мира современного общества

В последние десятилетия человечество переживает научно-техническую революцию, результатом которой стали кардинальные изменения почти во всех сферах жизнедеятельности, в особенности в сфере информационных технологий. В связи со стремительно расширяющимися масштабами своего влияния в обществе и распространяющимися новыми различными видами СМИ, информация начала принимать самый разный вид и характер, обретая все более широкую доступность среди массовой аудитории.

Современная эпоха характеризуется стремительно возрастающим влиянием средств массовой информации на социально-политические изменения, происходящие в мире. "Они моделируют события и явления окружающего мира" [4, с.147]. Деятельность такого рода связана с активным преобразованием реальности и конструированием новой медийной среды [10]. Масс медиа оказывают непосредственное влияние не только на мировоззрение человека, но и формируют особую сторону жизни общества - медиакартину мира. Можно согласиться с весьма емким и наиболее точным определением

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

В.А. Колеватова о том, что «информационная картина мира носит частный характер и моделируется массовыми информационными сообщениями, что представляет собой некий событийный срез реальности. Она воспроизводит какие-либо стороны, свойства объекта в намеренно созданном предмете» [8, с.96]. Следовательно, данный вид картины мира также подразумевает взаимодействие индивидов с помощью определённых технологических средств, основная ответственность за которые перешла к средствам массовых коммуникаций.

Социокультурная функция СМИ, выраженная в иллюстрировании актуальных внутриобщественных, мировых экономических проблем, проявляется наиболее отчётливо там, где специалисты в данной отрасли работают с представителями сферы бизнеса или государства в формате личного общения, проводят интервью, опросы общественного мнения, ведут репортажи с места событий. Магистральная линия совершенствования механизмов работы СМИ зачастую проводится в пропагандистских целях для распространения контролируемой на всех этапах информации среди массовой аудитории.

Подобный подход безусловно отвечает интересам политической верхушки власти. Вопросы отбора, сортировки, модификации тональности повествования, использование эвфемизмов и других особенностей языка СМИ [25], должны декларировать базовые постулаты избранного политического курса, создавая такую версию действительности, под которую подбираются заранее определённые действующие лица, своими заявлениями объективирующие общекультурные или актуальные ценностные мотивы, что при удачном раскладе позволит добиться полного принятия обществом позиции государства и выработать лояльное отношение к проводимой властями политике. Нередко перед государством возникает потребность создать оптимальное, нужное общественное настроение, урегулировать недовольства или конфликты, образовавшиеся между народом и властью, которые могут серьезно повлиять как на политическую, так и на экономическую сферу жизни

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

общества; целью различных коммерческих организаций, печатных и интернет изданий или предпринимателей можно назвать привлечение внимания к их продукции или услугам.

Для получения желаемого результата применяются различные способы психологического влияния. В исследовании социологической направленности Е.В. Тарасенко выделяются следующие наиболее распространенные методы.

Итак, *внушение* является способом психологического воздействия, когда объект воздействия пассивно усваивает информацию, без критического осмысления. Действенность внушения зависит от степени доверия к субъекту внушения. Далее под *заражением* понимается перенятое на основе эмоциональной реакции, образа мыслей, настроения, которое активируется в момент восприятия определённой модели поведения от человека, пользующегося авторитетом среди окружающих. Особенно эффективно работает в случае непредвиденных обстоятельств, критических ситуаций, когда вовлечены огромные массы людей. Следующим эффективным способом является *подражание*, понимаемое как следование образцу или примеру. Оно является важнейшим механизмом социализации формирования моральных и поведенческих норм. Наиболее рациональной формой воздействия можно считать *убеждение*, являющееся одним из наиболее важных способов влияния на общественное мнение. Эффект данного метода возникает под воздействием особых факторов индивидуального, коллективного и массового сознания, на основе конкретных идей, использования разумных доводов в пользу какой-либо точки зрения или позиции [23, с. 210-212].

Использование перечисленных выше способов психологического воздействия естественным образом можно обнаружить в любой социальной практике, а в некоторых случаях их применение может рассматриваться как неотъемлемая часть профессиональной деятельности. Тем не менее, специфика профессиональной деятельности специалистов СМИ предполагает использование выше указанных подходов, поскольку работа с огромной массой

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

людей требует создания такой смысловой структуры отношений между людьми, которая бы способствовала эффективному управлению поведением огромной массы людей с помощью точечных инструментов формирования общественного мнения.

Одним из таких инструментов можно назвать работу с формированием стереотипов. В широком смысле, стереотипы – это традиционные, привычные нормы мышления, восприятия и поведения. Стереотипы создают определённую «картинку в голове». При этом, существует мнение, что многие привычки и традиции в обществе передаются именно с помощью формирования определенных устойчивых стереотипных связей в когнитивной системе человека. Если учитывать влияние средств массовой информации на формирование общественного мнения, то в современной литературе вместо понятия «стереотип» используется понятие «образ». Функция стереотипа заключается в представлении целой категории однородных явлений, в то время как стереотип абстрактен. Образ – это более конкретное представление о явлении или объекте. «Образы создаются с помощью ассоциаций, они более гибкие и поэтому легче реагируют на изменения во внешней среде» [19, с.77-85].

Таким образом, рассмотрев различные способы оказания психологического влияния на аудиторию, на основе представленной выше дифференциации, можно сделать вывод о том, что в современных СМИ обнаруживается изобилие различных инструментов и механизмов формирования общественных отношений и управления социальными настроениями, пользуясь не только могущественным потенциалом языка влияния, но и обладая полным и четким представлением о социальной жизни людей, особенностях их культуры, ценностных ориентаций, что делают целевую аудиторию управляемым адресатом, которому информация подается уже в готовом, обработанном виде.

Функционально-стилистические особенности языка СМИ

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

Язык средств массовой информации является особым видом языка, который применяется в медиа для передачи информации и общения с аудиторией. Соответственно, функционально-стилистические особенности этого языка определяют его цель, стиль и характеристики, которые делают его уникальным и узнаваемым.

Отметим, что информационная функция материалов СМИ реализуется за счет функционально-стилистических особенностей текстового оформления. Язык СМИ предназначен для передачи фактической информации, новостей или аналитических материалов. Он характеризуется точностью, ясностью и объективностью, так как его целью является донесение информации до аудитории таким образом, чтобы она была понятна и усвоена.

Второй важной характеристикой языка СМИ является наличие эмоциональной функции. В отличие от основного информационного содержания, язык СМИ может использоваться для вызова эмоциональной реакции у аудитории. Он пронизан эмоциональными выражениями, метафорами или сравнениями, чтобы создать соответствующее настроение или вызвать определённые чувства у читателей или слушателей.

Третьей особенностью языка СМИ является наличие публицистической функции. В медиа языке активно используются приёмы и стилистика публицистики, такие как: активная речь, аргументация, избыток квалификаторов и оценочных суждений. Это делается с целью убедить или воздействовать на аудиторию, формируя ее мнение или вызывая реакцию.

Наконец, язык СМИ характеризуется определенным отбором лексики и набором стилистических приемов, которые делают его легко узнаваемым и отличающимся от других профессионально ориентированных языков общения. В нем используются специфические термины и жаргон, связанные с сферой медиа, а также стилистические приемы, такие как заголовки, подзаголовки, цитаты, шрифт и др.

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

Принято выделять три основных функциональных стиля: нейтральный, книжный и разговорный. В свою очередь, стилистика выступает в качестве компонента первого понятия, основной задачей которого является определение принадлежности единиц языка к тем или иным типам стиля.

Характерной особенностью подачи материалов является возможность совмещения указанных выше аспектов, придающих им двойственную природу, которую более подробно в своей работе описала Т.Г. Добросклонская, выделив две стороны языка СМИ: единую и целостную, со своеобразием речеупотребления, а также предопределённостью форм и постоянством структуры, с динамичной и открытой связью медиатекста со сферой речевой деятельности [5, с. 28].

Можно считать установленным тот факт, что создание медиатекста основывается на принципе подбора языковых средств в соответствии с коммуникативными целями. Навык удачного отбора и грамотного употребления языковых средств в соответствии с ключевыми параметрами социальной коммуникации, с особыми функциями средств массовой коммуникации как вида общения и условиями восприятия текста.

Это также объясняется формой, в которой представлена информация. Согласно А.А. Леонтьеву в психолингвистике СМИ можно выделить: 1) открытую вербальную форму – предоставление сведений в виде отдельного высказывания или цепочки взаимосвязанных высказываний; размещение новой информации в предикативной части высказывания; 2) скрытую вербальную форму – словесное завуалированное выражение информации; размещение новой информации в группе подлежащего в виде так называемой латентной предикации; 3) пресуппозитивную или затекстовую форму – имплицитное выражение информации в тексте, основанное на гипотетичном предположении об осведомлённости коммуникатора и реципиента о событии; 4) подтекстовую форму – возможность извлечь информацию из текста, при отсутствии в нем информации [14]. Таким образом, можно говорить о том, что именно

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

двойственность языка СМИ определила отсутствие принадлежности к конкретному функционально-стилевому статусу.

Ряд исследователей, изучающих данный вопрос, относят язык СМИ к самостоятельному стилистическому явлению, но все же они отмечают несовершенство языка наряду с его неоднородностью, многие из них относят язык к определённому стилю. Например, в своей работе Г.Я. Солганик, характеризующий язык СМИ как средство для рассмотрения общественных проблем [21], относит его к публицистическому стилю, как и М.Н. Кожина, Л.Р. Дускаева и В.А. Салимовский (2020); к публицистическому стилю язык относит Н.И. Клушина (1995). Далее по М.П. Брандесу, «основу газетно-публицистического стиля составляет «книжный» язык, выражающий предварительно продуманную и организованную целостную информацию посредством сочетания элементов разных стилей при их частичном сохранении или утрате исконной стилистической окраски» [2, с.197].

Итак, подводя итоги данного раздела параграфа монографии, отметим, что стилевая неопределенность и масштабность охватываемых материалами СМИ тем и вопросов предполагает дифференциацию функциональных стилей языка СМИ. При этом, функционально-стилистические особенности языка СМИ могут быть охарактеризованы как обладающие краткостью, доступностью и понятностью, экспрессивностью, эмоциональностью, а также использованием различных стилистических приемов и фигур речи. Кроме того, современные тексты СМИ могут сочетать в себе сразу несколько языковых стилей. Можно обнаружить совмещение разговорного и публицистического/литературно-художественного стилей, поскольку в настоящее время многие средства массовых коммуникаций создают продукт, сочетающий в себе элементы социальной жизни разных слоев общества с целью привлечения широкой аудитории путем солидаризации с ней.

Лингвокультурная составляющая воздействующего потенциала англоязычных СМИ

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

Развитие технологий влечет за собой глобальные процессы реформирования социальной действительности, сравнимые по своим масштабам, с признаками перехода на новую ступень развития человеческого вида, условий его существования, способов коммуникации и особенностей культурной жизни. С помощью современных мультимедийных платформ стали возможными мгновенные публикации пользователями контента как личного содержания, так и относящегося к материалам СМИ, при условии наличия подтверждающих видео, аудио и других доказательств. Это говорит о том, что работа современных СМИ сегодня значительно усложняется, поскольку встает вопрос о необходимости подтверждения/опровержения «вбросов» в информационное поле. Возникает новая социокультурная реальность, в которой начинают формироваться универсальные общечеловеческие ценности за счёт все большей вовлеченности человека в процессы общественной жизни.

В своей работе К.К. Колин выделяет четыре основных новых и важных явления глобального характера, одним из которых является «существенное повышение информационной связанности мирового сообщества» [9, с.27]. Под этим фактором понимается стремительное образование единого глобального информационного общества. Особенностью подобной информационно-ориентированной цивилизации становится возросшая роль человека, расположенного в самом центре этой системы и широко применяемые им средства воздействия. Информационные технологии, непосредственно зависят от фактора языковой культуры, учет которой способствует передаче тождественных смыслов между коммуникантами. Более того, что язык может применяться как средство воздействия исключительно в том случае, когда в нем реализуется культурный код.

Говоря о СМИ в целом, и об англоязычных СМИ, в частности, необходимо упомянуть тот факт, что они не только распространяют информацию среди населения, но и передают тем самым определённые ценности, нормы и представления о мире, которые являются типичными для

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

англоговорящих культур. Следовательно, влияние англоязычных СМИ на международную аудиторию можно рассматривать в двух аспектах: лингвистическом и культурном. Лингвистический аспект относится к использованию английского языка в СМИ. При этом, культурный аспект связан с тем, что англоязычные СМИ отражают и способствуют распространению англоговорящих культурных ценностей, норм и образцов поведения. Они формируют образы мира, стереотипы и представления о том, что считается «правильным» или «популярным» [13]. Культурная составляющая воздействующего потенциала англоязычных СМИ может заключаться в следовании аутентичному образцу применению языка, особенно в тех регионах, где английский язык признан как официальный государственный язык.

Не вызывает сомнений тот факт, что английский язык является универсальным средством обмена информацией во всем мире. Он имеет свою собственную лингвокультурную специфику, которая формируется и привносится в англоязычные СМИ, влияя на восприятие и понимание информации. Подобное воздействие может иметь как положительный, так и отрицательный эффект. С одной стороны, англоязычные СМИ могут способствовать культурному обмену, распространению знаний и пониманию разных культур, с другой стороны, они также могут влиять на потерю языковой и культурной идентичности и способствовать усилению монокультурализма.

Следует упомянуть, что лингвокультурология представляет собой отрасль языкознания, изучающую отношения между языком и культурными концептами. В одной из лингвистических работ последних лет сказано, что «концептуализация культурных смыслов – это инструменты, которые использует лингвокультурология для изучения различных аспектов культурного познания и его объективации в языке; к ним следует отнести культурные категории, культурные метафоры, культурные схемы и культурные модели» [17, с.37].

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

Не вызывает сомнений тот факт, что лингвокультурологический анализ текста занимает особое место среди методов исследования в языкознании ввиду того, что он фиксирует «мир культуры», на языке которой он создан. Внимательное изучение текста лингвокультурологического содержания помогает глубже проникнуть в суть слов, раскрыть смыслы, стоящие за языковыми единицами, понять ценностные установки, и в результате сформировать представление о картине мира, существующей в данной культуре. Таким образом, предметом лингвокультурологического анализа является языковая картина мира. Примечательно, что результаты, полученные с помощью лингвокультурологического анализа, способствуют формированию умения размышлять над языковыми и речевыми единицами, содержащими культурологически значимую информацию. Соответственно, задачами лингвокультурологического анализа являются: 1) умение извлекать из текста сведения о культуре страны; 2) умение интерпретировать полученные сведения; 3) умение сравнивать ценностные картины мира разных культур [3]. В качестве методов лингвокультурологического анализа выступают: 1) метод филологического анализа, который использует приемы жанровой интерпретации языковых средств и прием интерпретации идейного содержания текста; 2) метод концептуального анализа, предполагающий реконструкцию картины мира говорящего; 3) сопоставительный метод [там же]. Говоря о лингвокультурологических индикаторах, на наш взгляд, ими являются: частотность повторяющихся элементов, степень синтаксической свободы, стилистическая частность и широкозначность.

Рассмотрев материалы англоязычных СМИ последних десяти лет, в числе которых были такие медийные ресурсы, как Financial Times, The Guardian, The New York Times, The Times, The Wall Street Journal, USA Today, Newsweek и др., нам удалось выделить наиболее широко представленный концепт «patriotism». Примем за основу, что «патриотизм» – один из основополагающих концептов практически в любой культуре и прочно закреплён в системе

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

ценностных представлений языковой личности [12]. Восприятие патриотизма у молодых людей, как неотъемлемой части их мышления, складываются из индивидуальных представлений, что способствует формированию патриотического взгляда современного поколения. В современных материалах СМИ этот концепт является весьма распространенным. Однако, несмотря на это, он все же является субъективной оценкой, нежели реальным и объективным отражением социально-политических или культурных реалий в языке. Например, для концепта «абсолютная справедливость» прототипом будет «судебное разбирательство».

Сопоставив ряд указанных выше лингвокультурологических особенностей материала, удалось установить, что доминирующим является концепт «justice». Он находится в ряду мировоззренческих универсалий – категорий, организующих в целостную систему «сущностные ценности культуры» [20]. Наличие в текстах англоязычных СМИ культурно значимой информации, анализа системы образов, оценки пространственно-временной организации текста и других составляющих. Эти категории выступают в качестве базисных структур социокода и играют роль своего рода ДНК социальной жизни, определяя, какие «знания, верования, ценностные ориентации, целевые установки, образцы деятельности и поведения будут преимущественно регулировать поведение, общение и деятельность людей, формировать их социальную жизнь» [22]. Текст, взятый из медийного источника, представляется весьма сложным текстом, толкование которого потребует значительных когнитивных усилий, однако исчерпывающую информацию о характере материала способно дать описание его знаково-символической природы.

Переходя к аналитической части работы, мы обратились к метасемиотическому способу исследования текстового материала, поскольку символический характер рассматриваемых явлений потребовал толкования знаковых систем, способствующих раскрытию слившихся воедино свойств

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

языковых единиц, а также характерных оттенков значений, которые появляются в контексте ситуации, в то время как в ином контексте они могут утрачиваться [18].

**Аналитическое исследование современных англоязычных текстов
СМИ**

Завершающий этап проводимого исследования посвящён метасемиотической оценке приведённых ниже примеров с опорой на лингвостилистический анализ материалов современных англоязычных СМИ.

Итак, было отобрано несколько англоязычных публицистических текстов с явно выраженной патриотической направленностью. Каждую статью можно рассматривать как открытый разговор с людьми, ожидающими абсолютной достоверности изложенных фактов, однако зачастую мы вынуждены признавать, что факты либо фальсифицируются и просто выдумываются, либо способ их изложения с ранее осознанной создателем текста необходимостью, воздействует на читателя.

Обратим внимание на примеры заголовков статей западных СМИ последних лет, в которых происходит освещение событий внутрироссийских или мировых политических событий, в которых Россия принимает участие. Итак, они представлены в довольно резкой негативной тональности, в известной газете «Newsweek», например: «Russian parliament creates a patriotic stop list», («Российский парламент создает патриотический стоп-лист»), «Neo-Nazis tap into Russian patriotism» («нео-нацисты подключатся к русскому патриотизму»), «Summer at camp. Putin is show of patriotism» («Лето в лагере Путина – демонстрация патриотизма»), «Burnt-out tanks, barbed wire... welcome to Russia's new war-themed ski resort» («Сгоревшие танки и колючая проволока... добро пожаловать на новый российский горнолыжный военно-тематический курорт»).

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

Так же можно отметить некоторые характерные черты информационно-психологической войны зарубежных средств массовой информации, с помощью средств языкового манипулирования:

1. Отсутствие ссылок и аргументационной базы в утверждениях. Часто в СМИ можно встретить формулировку «citing an information source» (ссылаясь на некий информационный источник»). Такая формулировка не дает точного ответа на вопрос о происхождении информации и ведёт к мнимому авторитету.

2. Данные, в частности, числовые преувеличиваются или приуменьшаются в зависимости от того, что выгодно для зарубежных СМИ.

3. «Война терминов», другими словами, употребление позитивной или негативной (применяемой в переводе высказываний российских политиков) терминологии.

4. Оценочный компонент содержится также в многочисленных сравнениях и метафорах (kaleidoscope of political coalitions, melody of freedom, political climate, to blow on the embers of nationalism. Метафоры про президента РФ (diplomatic hat-trick, Putin's not on the menu).

5. Частотное употребление однокоренных лексем по отношению к конкретному событию или политическому лицу. Так, например, манипулятивное представление образа В.В. Путина как агрессора реализуется при помощи употребления следующих лексем: «aggressor», «aggression», «aggressive», а также при помощи лексем, имеющих в значении общую сему «aggressive»– «fierce», «tough», «intervention», «war», «military».

6. Использование прецедентных имен – «the referendum is being held at the point of Kalashnikov», что также является одним из примеров реализации доминанты «Путин – агрессор».

В англоязычных публицистических текстах приоритет общечеловеческого интереса и индивидуально-авторского подхода является определяющей знаково-символической деятельностью, что играет важную роль в обмене информацией. Прагматическое содержание текстовых материалов

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

определяется их общей функционально-стилистической принадлежностью, поскольку они ориентированы на воздействие («сообщение – воздействие»). Создание текстов, которые привлекают внимание читателей и порождают обсуждение, требует использования разнообразных стилистических средств: «начиная от словосочетаний с коннотативным или идиоматическим значением и заканчивая сравнительными оборотами и метафорами. Авторское видение отображается в уникальных и индивидуальных подходах к языку: описание яркими образами, удачное использование метафор и выразительное построение фразы» [5, с. 17]. Что касается лексико-фразеологической сочетаемости, то она отражает направленность данных текстов на воздействие в его художественном, эстетическом смысле. Кроме того, отмечена высокая степень номинативности, частотности употребления идиоматических фраз, использование сравнений, метафор и других лингвостилистических средств выразительности. На морфосинтаксическом уровне одним из главных признаков можно считать употребляющиеся описательные конструкции:

наречие	+ прилагательное	(Adv + Adj):	totally inadequate; highly critical; entirely benedictional
наречие	+ глагол	(Adv + Verb):	brutally murderd; mildly disapproved; blatantly lie
прилагательное	+ существительное	(A + N):	hidden threat; major superpower; unstoppable leader

Обобщая сказанное выше, отметим, что на метасемиотическом уровне присутствует структурирование и функционализация различных символических знаковых систем, применяемых для хранения и передачи информации. Лексические единицы, выделяемые на семантическом уровне, существуют не в изоляции, а образуют знаковую систему, чьи составляющие элементы взаимодействуют между собой.

Аналитическая часть работы потребовала комплексного подхода к выявлению языковых, содержательно-смысловых и семиотических особенностей текстовых материалов, определяющих уровень языковой

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

культуры материалов публицистического стиля. Для решения задач исследования мы обратились к методам лингвостилистического, метасемиотического и лингвокультурологического анализа, которые позволили получить исчерпывающую информацию о характерных особенностях материала исследования.

Заключение

Современные средства массовой коммуникации сегодня все активнее участвуют в социально-культурном просвещении общества. Развитие и масштабирование влияния массовых информационных технологий посредством непрерывно изменяющейся языковой культуры в контексте СМИ ведёт к стремительному развитию данной отрасли, а также и к возникновению новых гуманитарных вопросов. Роль языка СМИ, являющегося главным образом, поставщиком средств оформления публицистических текстов, начинает оцениваться с точки зрения наличия в нем лингвокультурных, а также концептуально значимых единиц, поскольку в центре внимания остаётся все так же остаётся функция воздействия на массовую аудиторию.

Список использованных источников

1. Большая энциклопедия в 62 томах. // Средства массовой информации // Т. 47. – М.: Терра. – 2006. – С. 453.
2. Брандес, М. П. Стилистика текста. Теоретический курс: учебник / М. П. Брандес. – М: Прогресс-Традиция; ИНФРА-М, 2004. – 3-е изд., перераб, и доп. – 416 с. - Брандес, М. П. Стилистика текста. Теоретический курс. Учебник / М. П. Брандес. – Москва: Прогресс-Традиция, 2004. – 416 с. – ISBN 5-89826-185-0. – EDN RAYTPT. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=20241847&ysclid=lrpjajkc3r689504252> (дата обращения 06.10.2023).
3. Ворошкевич, Д. В. Пособие по лингвокультурологическому анализу текста [Текст]: учебное пособие / Д. В. Ворошкевич, Д. П. Казанникова: М-во образования и науки Российской Федерации, Федеральное гос. бюджетное образовательное учреждение высш. проф. образования "Московский пед. гос. ун-т". – Москва: МПГУ, 2016. – 39 с.
4. 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. – EDN XWQKLB. – URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_35451673_96913888.pdf (дата обращения 07.10.2023).
5. Добросклонская, Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ (современная английская медиаречь): учебное пособие / Т. Г. Добросклонская; Т. Г.

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

Добросклонская. – Москва: Флинта, 2008. – 263 с. – ISBN 978-5-9765-0273-4. – EDN QTPFSV. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=19905207> (дата обращения 08.10.2023).

6. Клушина, Н. И. Семантические и стилистические изменения в лексике современной газеты: (на материале газет 1989–1994 гг.): дис. ... канд. филол. наук / Н.И. Клушина. – Москва, – 1995. – 200 с.

7. Кожина, М. Н. Стилистика русского языка: учебник / М. Н. Кожина, Л. Р. Дускаева, В. А. Салимовский. – М.: Флинта: Наука, – 2012. – 3-е изд. – 464 с.

8. Колеватов, В. А. Социальная память и познание. М.: Мысль, 1984. – 190 с.

9. Колин, К. К. Гуманитарные проблемы формирования информационного общества / К. К. Колин // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств. – 2010. – № 12. – С. 8-19. – EDN NEQAOR. – URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_15656739_74099404.pdf (дата обращения 05.10.2023).

10. Комаров, Е. Н. К вопросу о роли СМИ в формировании медиа-картины мира / Е. Н. Комаров // Lingua Mobilis. – 2014. – № 3(49). – С. 122-129. – EDN TFKKDH. – URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_22821363_25594766.pdf (дата обращения 08.10.2023).

11. Князева, Е. Н. Философия науки. Междисциплинарные стратегии исследований: учебник для бакалавриата и магистратуры / Е. Н. Князева. – Москва: Издательство Юрайт, 2019. – 289 с. – (Бакалавр и магистр. Академический курс). – ISBN 978-5-534-05131-5. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/409000> (дата обращения: 23.01.2024).

12. Коростелева, Л. В. Концепт Патриотизм в контексте националистического экстремистского дискурса / Л. В. Коростелева // Научный диалог. – 2017. – № 3. – С. 45-54. – DOI 10.24224/2227-1295-2017-3-45-54. – EDN YHTCPH. – URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_28868755_59215676.pdf (дата обращения 06.10.2023).

13. Крутова, И. Ю. Совокупность ценностей английской ментальности и их отражение в языке и культуре данного народа / И. Ю. Крутова // Сборник научных трудов кафедр гуманитарных дисциплин. Том Выпуск 12. – Рязань: Рязанский государственный медицинский университет им. академика И.П. Павлова, 2011. – С. 28-37. – EDN WCUPFP. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=26266603&ysclid=lrqto9urh7466779767> (дата обращения 07.10.2023).

14. Леонтьев, А. А. Психолингвистические особенности языка СМИ / А. А. Леонтьев // Язык средств массовой информации: Учебное пособие для вузов / Под ред. М.Н. Володиной. – М.: Академический Проект; Альма Матер, 2008. – С. 146-152.

15. Майорова, А. В. Русский язык и культура речи. Ч. 1. Риторика. Общие особенности подготовки публичного выступления: Учеб.-метод. пособие. - М.: Изд-во МГУЛ, 2005. – 24 с.

16. Маслова, В. А. Лингвокультурология. М.: Академия, 2001. С.30

17. Питерс, Б. Прикладная этнолингвистика – это лингвокультурология, но лингвокультурология ли? // Жанры речи. 2017. № 1 (15). – С. 37–50.

18. Потапова, Н. М. Метасемиотика как ключ к пониманию целей геополитической коммуникации / Н. М. Потапова // Научно-исследовательские публикации. – 2014. – № 2(6). – С. 84-93. – EDN RXWLVP. – URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_21288836_55753610.pdf (дата обращения 07.10.2023).

19. Пядышева, Т. Г. Методы влияния на общественное мнение / Т. Г. Пядышева // Вестник Тамбовского университета. Серия: Общественные науки. – 2017. – Т. 3, № 4(12). – С. 77-85. – EDN ZXFSOT. – URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_30764528_69546944.pdf (дата обращения 07.10.2023).

20. Редя, Г. П. Представления о справедливости в современном российском обществе / Г. П. Редя, С. А. Барсукова // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион.

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

Общественные науки. – 2015. – № 2(34). – С. 129-136. – EDN UKEODX. – URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_24227715_92939584.pdf (дата обращения 08.10.2023).

21. Солганик, Г. Я. Стилистика публицистической речи / Г. Я. Солганик // Язык средств массовой информации: Учебное пособие для вузов/Под ред. М. Н. Володиной. – М.: Академический Проект; Альма Матер, – 2008. – С. 456–469.

22. Степин, В. С. Философия и эпоха цивилизационных перемен / В. С. Степин // Вопросы философии. – 2006. – № 2. – С. 16-26. – EDN HSXAWJ. – URL: <https://elibrary.ru/hsxawj?ysclid=lrquic6oip30715283> (дата обращения 05.10.2023).

23. Тарасенко, Е. В. Методы психологического воздействия в сфере масс-медиа / Е. В. Тарасенко, В. А. Попов // Молодой ученый. – 2017. – № 13(147). – С. 210-212. – EDN YISKLX. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=28913227&ysclid=lrqukns78v907596999> (дата обращения 07.10.2023).

24. Швейцер, А. Д. Социальная дифференциация английского языка в США. М.: Наука, 1983. – 216 с.

25. Mironina, A. Y. Euphemism as a linguistic strategy of evasion in political media discourse / A. Y. Mironina, G. V. Porchesku // Research Result. Theoretical and Applied Linguistics. – 2023. – Vol. 9, No. 2. – P. 4-18.

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 (*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.*), 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>	Проращивание результаты в многочисленных биохимических изменениях, которые отрицательно сказываются на питательности и (переработке) качеств картофеля.
--	---

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>	Компании принадлежат более чем 270 видов растений и 420 закупок сельскохозяйственных культур по всему миру...
---	---

**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 название 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 перевода 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).

3.3. Языковые средства суггестивного воздействия в рекламном тексте

*Порческу Галина Васильевна,
канд. филол. наук, доцент, доцент кафедры иностранных и
русского языков, ФГБОУ ВО «Российский государственный
аграрный университет – МСХА имени К.А. Тимирязева»*

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

*Милкова Арина Николаевна,
менеджер по организации научных мероприятий, ФГАОУ
ВО «Национальный исследовательский университет ИТМО»*

Введение

Современный мир сложно представить без рекламы. Специалисты по созданию рекламных текстов (копирайтеры) давно разработали и получили в пользование множество методик по созданию необходимого воздействия рекламного текста на потенциального покупателя. Отдельные методики или их сочетания тем или иным способом влияют на сознание и подсознание потребителей, подталкивая их приобретать те или иные товары или услуги. Поэтому использование методов, обеспечивающих внушающее или суггестивное речевое воздействие так важно при создании текстов рекламы.

Актуальность изучения средств суггестивного речевого воздействия в тексте туристической рекламы с учетом особенностей и функций этого типа текстов обусловлена растущим интересом к методам воздействия на массовое сознание, усиленным вниманием к проблеме изучения восприятия рекламы, способов повышения ее эффективности и отбора оптимальных средств воздействия в условиях высокой конкуренции на рынке. Суггестивная лингвистика является одним из самых молодых лингвистических направлений,

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

поэтому на данный момент феномен суггестии, или внушения, недостаточно исследован.

Экотуризм, в свою очередь, является относительно новым видом туристической деятельности и имеет огромный потенциал в Российской экономике. Совершенствование приемов информирования и привлечения потенциальных потребителей услуг этой сферы возможно, в том числе, за счет создания «работающих» рекламных текстов, обладающих большой силой убеждения.

Цель настоящего исследования рассмотреть основные приемы создания суггестивного речевого воздействия в текстах рекламы на примере рекламных текстов в сфере экотуризма на английском языке. Для достижения этой цели были использованы такие методы как метод сплошной выборки, элементы количественного анализа, метод семантического анализа текстов рекламы (https://miratext.ru/seo_analiz_text), метод анализа корпуса современного американского английского языка (<https://www.english-corpora.org/coca/>), метод семантического дифференциала. В статье анализируется роль различных языковых средств в создании суггестивного речевого воздействия в туристических рекламных текстах.

Теоретическая значимость исследования заключается в систематизации возможных приёмов создания суггестивного речевого воздействия в рекламных текстах туристической направленности. Практическая значимость выражается в возможности использования полученных результатов в деятельности копирайтеров, SEO-копирайтеров, маркетологов, специалистов по контекстной рекламе, менеджеров по рекламе.

Материалом исследования послужили 40 текстов рекламы в сфере экотуризма общим объёмом 47858 знаков, опубликованных на англоязычных сайтах <http://www.ecotourswildlife.co.uk/>, http://www.ecotours_international.com/, <http://www.ecotours.com/> и <https://www.tourradar.com/f/eco>.

Рекламный текст в сфере туризма

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

Реклама представляет собой систему особым образом организованных языковых и неязыковых знаков и является одним из самых актуальных источников распространения информации. В современном мире реклама представлена широким разнообразием форм, одна из которых – рекламный текст или текстовое обращение, агитирующее приобрести некоторый товар или услугу. Качественный рекламный текст способен оказывать определённое психологическое воздействие на адресата и поэтому важен для привлечения нужной целевой аудитории, создания и поддержания интереса к товару или услуге.

Рекламный текст – это текст, содержащий рекламную информацию. А. Д. Кривоносов, опираясь на закон РФ «О рекламе», отмечает следующие отличительные признаки текста рекламы: указание информации о физическом или юридическом лице, товарах, идеях и начинаниях; наличие предназначения для определенного круга лиц; наличие цели сформировать или поддержать интерес к физическому, юридическому лицу, товарам, идеям, начинаниям; и наконец, способствование реализации этих товаров, идей, начинаний [11].

Рекламный текст можно рассматривать с точки зрения информации и коммуникации. С одной стороны, рекламный текст – это информация, которая помогает производителю привлечь внимание целевых групп. С другой стороны, текст рекламы – это форма коммуникации, которая переводит качество товаров и услуг на язык нужд и запросов потребителей. Реклама в целом – это планомерное воздействие на психику человека с целью возникновения волевой подготовленности к покупке рекламируемого товара (услуги) – то есть внедрение в сознании определенной цели.

К основным функциям рекламы принято относить:

- информативную функцию: рекламный текст передаёт сообщение о товаре, название торговой марки или компании;
- репрезентативная функция: сопряжена с информативной, поскольку связана с описанием и предикацией характеристик и качеств товара;

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

- экспрессивная функция: рекламный текст представляет собой оценочное сообщение, которое приписывает положительную ценность товару;
- апеллятивная функция: рекламный текст направлен на убеждение и содержит призывы к покупке;
- фатическая функция: поскольку реклама – это вид коммуникации; фатическая функция выражается через обращение к потенциальному потребителю, установление и поддержание социальных отношений между участниками коммуникации;
- прагматическая функция: рекламный текст, являясь средством массового воздействия на аудиторию, оказывает мощное воздействие на потребителей, формируя их взгляды, привычки, образ жизни, поведенческие стереотипы.

С. Н. Прохорова отмечает, что рекламный текст реализует базовые задачи, которые выражены в известной формуле AIDA, где A – Attention – внимание, I – Interest – интерес, D – Desire – желание, A – Action – действие. Таким образом, текст должен привлечь внимание, заинтересовать, вызвать желание иметь рекламируемый продукт и подтолкнуть к действию [22].

Для создания рекламного текста, который будет обладать всеми переменными этой формулы, языковые единицы должны быть тщательно отобраны с учетом условий восприятия, главное из которых – читатель-потребитель и его характеристики. Авторы рекламы продумывают лингвистические стратегии воздействия (набор языковых единиц и приемы построения рекламного текста) с учетом характеристик товара и спроса на него, направляя рекламу на определённые слои населения и тип адресата. Е.К. Матвеева, А.В. Николаева отмечают в своих исследованиях, что эффективный рекламный текст привлекает внимание к товару, формирует желание им обладать. Покупатель, представляя себя обладателем рекламируемого предмета или услуги, признает его пользу и необходимость, что в итоге приводит к покупке (в случае коммерческой рекламы) и,

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

соответственно, достижению цели рекламодателя [13, 17] или совершению определенного действия (в случае социальной рекламы) [29].

Современный туризм невозможно представить без рекламы. Туристическая реклама имеет свои особенности, связанные со спецификой системы туризма и туристского продукта. А. П. Дурович выделяет четыре особенности: 1) реклама в области туризма имеет неличный характер, поскольку коммуникационный сигнал поступает к потенциальному клиенту не лично от сотрудника фирмы, а при использовании посредников (проспектов, каталогов, афиш, видеороликов и т. д.); 2) обратная связь в туристической рекламной деятельности носит неопределенный характер, поскольку зависимость между рекламой и покупкой туристского продукта сложно проследить. Приобретение туристского продукта зависит от ряда факторов, которые не имеют прямого отношения к рекламе; 3) туристическая реклама обладает высокой долей ответственности, поэтому обязана предоставлять достоверную информацию; 4) туристские услуги не имеют материальной формы, поэтому основной функцией рекламы в туризме является предоставление полноценной информации, что вызывает необходимость использования зрительных, наглядных средств, обеспечивающих более полное представление о туристском продукте [5].

М. Ю. Илюшкина и Т. С. Вершинина также обращают внимание на нематериальный характер рекламируемого объекта в сфере туризма. Потребитель не может во всей полноте оценить рекламное предложение до тех пор, пока не купит путевку и не отправится в путешествие. Услуги, которые в отличие от потребительских товаров не имеют постоянного качества, нуждаются в одновременном развитии таких функций, как информационно-просветительская и прагматическая. Поэтому со своей стороны адресант, рассчитывая на положительную реакцию адресата, должен так представить рекламируемый товар, чтобы его нельзя было бы не купить. Интенции рекламистов в этом случае сводятся к восхвалению рекламируемого объекта

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

путем такого описания, которое воздействует не столько на сознание, сколько на эмоционально-чувственную сферу индивида, его психику [8].

Е. Е. Меньшикова отмечает, что реализация прагматической функции в текстах туристической рекламы осуществляется с помощью прагматически ориентированных языковых единиц разных уровней, обладающих эмоционально-экспрессивной характеристикой (*незабываемое чудо, красивый пейзаж, завораживающий вид, красота и необыкновенность*). Даже нейтральные лексические единицы в структуре туристических рекламных текстов могут приобретать прагматическую направленность (*Морские круизы: комфорт и совершенство*). Прагматическим потенциалом в туристической рекламе обладают и прецедентные имена, которые представлены именами писателей, героев литературных произведений, именами звезд эстрады, театра и кино, героев художественных и мультипликационных фильмов. В прагматических целях используется огромный потенциал греческой, римской и библейской мифологий, имена служителей церкви, патриархов, митрополитов и святых, имена политических деятелей, глав различных государств и первых леди, названия правящих династий, имена выдающихся полководцев, известных модельеров, дизайнеров и супермоделей [14].

Анализируя тексты туристической рекламы, можно выделить ряд особенностей на лексическом и грамматическом (синтаксис, морфология) уровнях. О. А. Михалькова отмечает, что лексические особенности английских туристических текстов сводятся к использованию определенных семантических групп глаголов, существительных и прилагательных. Среди глаголов наиболее обширную семантическую группу составляют глаголы чувственного восприятия (*to love, to feel, to smell*), ментальные глаголы (*to imagine, to know*), а также глаголы с семой «исследование» (*to explore, to search*). Среди имен прилагательных наиболее многочисленной группой является группа с семой «отличие» (*another*), которые позволяют подчеркнуть необыкновенность и уникальность места, и тем самым заинтересовать путешественника и убедить в

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

необходимости его посетить. Большинство прилагательных являются оценочными: даже нейтральные по своему значению прилагательные *different* и *natural* в рекламном контексте приобретают коннотацию положительной оценки, что способствует формированию позитивного образа страны, например, *Pure. Natural. Unspoiled. Iceland*.

Что касается имен существительных, исследователи указывают на тенденцию к употреблению абстрактных существительных (*happiness*), что объясняется их многозначностью и широким спектром положительных ассоциаций, которые они могут вызвать у путешественника.

Страны, в которых не слишком развит туризм, нередко используют в текстах рекламы топонимы и антропонимы, привлекая туристов путем упоминания общеизвестных достопримечательностей и знаменитых личностей, проживавших в этих странах, например, *Tanzania – The land of Kilimanjaro and Zanzibar* [15].

Е. А. Мишутинская и Л. Н. Пономаренко описывают особенности грамматической организации текстов туристической рекламы. На уровне морфологии характерно частое использование превосходной степени сравнения прилагательных, например, *one of the safest, one of the best, the most visited, most famous, most popular, the tallest*. Для акцентирования информации используются слова-усилители к прилагательным или наречиям, например, *absolutely, totally, completely, extremely, really, quite, somewhat, pretty*. На уровне синтаксиса высока частотность использования эмфатических конструкций с глаголом *do*, например, *Do try to learn some French phrases; Do keep an eye on your belongings*. Широко используются безличные предложения, например, *It is not recommended to leave the tent; It is possible to get vegetarian food in some of the main restaurants*. Реклама туристической тематики часто содержит конструкции пассивного залога, например, *Many markets and festivals are held here during the year*. В туристической рекламе часто встречаются риторические вопросы: *Isn't*

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

it time you treated yourself to a holiday? и императив: *Let the sunshine in your heart; Come to Bali* [16].

Таким образом, рекламный текст туристической направленности должен в первую очередь воздействовать на чувства и эмоции индивида и эффективно выполнять прагматическую функцию. Для достижения этих целей на лексическом уровне используются глаголы с семой «исследование», глаголы чувственного и ментального восприятия, прилагательные с семой «отличие» и прилагательные оценки, абстрактные существительные, прецедентная лексика. На уровне морфологии отмечается использование превосходной степени сравнения прилагательных, слов-усилителей. На синтаксическом уровне наблюдается использование эмфатических конструкций, безличных предложений, пассивного залога, риторических вопросов и императива.

Суггестивное воздействие как элемент коммуникации

Реклама – это коммуникационная стратегия, призванная убедить потребителей покупать продукты компании. Речевое воздействие предполагает привлечение внимания, интереса, стремление к переменам и поощрение ожидаемых действий. Е. Ф. Тарасов определяет речевое воздействие как воздействие на индивидуальное или коллективное сознание и поведение посредством речи, направленное на их изменение и регуляцию [25]. Г. А. Копнина, при определении речевого воздействия, добавляет, что влияние на когнитивную и поведенческую деятельность адресата в интересах, воздействующего имеет скрытый характер [10].

Понятие «речевое воздействие» можно рассматривать в широком и узком смысле. По мнению Е. В. Шелестюк, речевое воздействие в широком смысле – это произвольное и непроизвольное воздействие субъекта на реципиента (группу реципиентов) в процессе речевого общения в устной и письменной формах, которое осуществляется с помощью лингвистических, паралингвистических и символических средств и определяется сознательными и бессознательными интенциями субъекта, целями коммуникации

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

(информационными, предметными, коммуникативными), пресуппозициями (компонентами смысла текста, являющимися предварительным знанием, необязательно выраженным словесно, без которого невозможно адекватно воспринять текст; подобные предварительные знания называют фоновыми знаниями) и конкретной знаковой ситуацией.

Речевое воздействие в узком смысле слова отличается такими коммуникативными целями говорящего, как:

1. изменение личностного смысла объекта или смыслового конструкта для реципиента (иначе говоря, изменение коннотативного значения объекта);
2. влияние на поведение реципиента;
3. изменение общего эмоционального настроения реципиента в конкретной ситуации общения (в том или ином коммуникативном фрейме);
4. категориальная перестройка сознания реципиента (т. е. его имплицитной картины мира, или его образа мира) [27].

Существует несколько способов достижения этих целей. И. А. Стернин, например, описывает такие способы речевого воздействия, как доказывание, убеждение, уговаривание и другие [24]. Е. В. Шелестюк выделяет убеждение, побуждение (волеизъявление) и внушение (суггестию), разграничивая при этом два аспекта внушения – аффективное (эмоциональное) внушение и формирование бессознательных установок [27].

А. В. Антонова, разграничивая три уровня воздействия: внушение, убеждение и доказывание, характеризует их следующим образом: внушение, оказывающее влияние на течение нервно-психических процессов (гипноз, суггестия, тактики нейролингвистического программирования), происходит при полном отсутствии критической оценки получаемой информации; доказывание сопровождается критической оценкой подаваемой информации воздействует на логическую сферу реципиента и полностью контролируемые реакции сознания; убеждение (как промежуточное звено между внушением и доказыванием) нацелено на неконтролируемые или плохо контролируемые

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

реакции реципиента, относящиеся как к сфере сознания, так и к сфере явлений, подобным эмоциям, при возможной частичной критической оценке подаваемой информации [2].

Существует несколько инструментов, обеспечивающих достижение речевого воздействия. Р. М. Блакар выделяет такие инструменты, как:

1. Выбор слов и выражений: производя выбор между «синонимическими» выражениями, можно выразить свое отношение к референту (т. е. выдвигаются прагматические аспекты языка). Например, когда американец делает выбор между *black*, *negro*, *colored* и *nigger*, он тем самым выражает свое отношение.

2. Создание новых слов и выражений: на упаковке одного норвежского моющего средства сказано, что «X уничтожает до 99% всех бактерий». Истинное значение этого предложения: рекламируемое моющее средство уничтожает более 0%, но менее 99% всех бактерий (а это делает и обычная вода). Тем не менее, создается впечатление, что моющее средство X необычайно эффективно.

3. Выбор грамматической формы: сравним: (1) The police took in the demonstrators и (2) The demonstrators were taken in by the police. Грамматические формы в скрытом виде, но весьма искусно указывают на разные контексты. В примере (1) полиция действует активно (полиция совершила акцию, полиция вела наступление). В примере (2), напротив, создаётся впечатление, что демонстранты вели себя таким образом, что полиция была вынуждена предпринять соответствующие меры.

4. Выбор последовательности: последовательность (например, прилагательных) в остальном равноправных между собой элементов при перечислении оказывает воздействие на создаваемое впечатление. Например, можно охарактеризовать политического деятеля с помощью ряда прилагательных так, что описание будет нейтральным, но, изменив порядок

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

следования характеристик, возможно изменить производимое впечатление. Кроме того, порядок при перечислении влияет на запоминание.

5. Использование суперсегментных признаков (эмфаза, тон голоса, т. п.) указывает на то, что является важным. Тон голоса может определять функцию предложения: является ли оно вопросом, объяснением, возражением, согласием и т. п.

6. Выбор имплицитных, или подразумеваемых, предпосылок: в ситуации интервью, например, тот, кто берет интервью, задает исходные предпосылки через вопросы и предлагаемые формулировки так, что интервьюируемый попадает в ловушку, отвечая в соответствии с предпосылками интервьюирующего [31].

Т. А. Ван Дейк к основным приемам речевого воздействия также относит использование оценочной лексики (в т. ч. эвфемизмов и дисфемизмов), стереотипов, шаблонов, ключевых слов [32].

Таким образом, речевое воздействие – это воздействие на сознание и поведение личности посредством речи, которое определяется сознательными и бессознательными интенциями субъекта, целями коммуникации, пресуппозициями и конкретной знаковой ситуацией. Существуют такие способы речевого воздействия, как убеждение, побуждение и внушение (суггестия), при этом разграничиваются два аспекта внушения – аффективное (эмоциональное) внушение и формирование бессознательных установок. Речевое воздействие может осуществляться с помощью таких инструментов, как выбор слов и выражений или создание новых, выбор грамматической формы, последовательности языковых единиц, использование эмфазы и особого тона голоса, оценочной лексики, скрытой информации, стереотипов и ярлыков.

Приемы создания суггестивного воздействия в рекламном тексте

Качество рекламного сообщения оценивается главным образом по силе убеждения, которое оно оказывает на потребителя. Реклама обладает

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

«гипнотическим» эффектом благодаря одному из способов речевого воздействия – суггестии. Суггестия – это вид коммуникации, целью которого является корректировка установки человека или общества путем подачи информации таким образом, чтобы ее восприятие осуществлялось без критической оценки. Получаемая установка рассматривается человеком как неоспоримый факт, реализация которого необходима в его личных интересах. Суггестивное речевое воздействие возникает только при наличии определенных факторов как на языковом, так и на социально-психологическом уровнях.

И. Ю. Черепанова отмечает, что суггестия – это специально организованный вид коммуникации, формируемый при помощи вербальных (слово, текст) и невербальных (мимика, жесты, действия другого человека, окружающая обстановка) средств, а тексты, специально созданные и используемые для воздействия на установку личности и общества, называются суггестивными [26].

Суггестивность текста, по мнению Е. В. Шелестюк, – это его формальные, структурные, семантические характеристики, которые воздействуют на подсознание посредством активизации ритмических, звуковых, тематических ассоциаций, вызывая бессознательные эмоции, мысли, образы и формируя бессознательные установки [27]. Эти установки направлены на создание такого эмоционально-логического фона в сознании объекта воздействия, который обеспечивает непосредственное восприятие установок подсознанием без критической оценки, т. е. априори. Получаемая установка рассматривается человеком как данность или своего рода неоспоримый факт, реализация которого необходима в его личных интересах.

С лингвистической точки зрения суггестивность текста предполагает наличие в тексте компонентов и структур, способствующих реализации целеустановки адресанта косвенно, через бессознательное. Она связана с внушением эмоций, бессознательных мыслей и установок, психических и

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

физических состояний. По мнению Е. В. Шелестюк, суггестивность проявляется как в микро-, так и в макролингвистических характеристиках текста. Среди микролингвистических характеристик текста суггестивным потенциалом обладают фонетика, графика, орфография, синтаксис, лексика, словообразование, морфология – все уровни языка как знаковой системы. На макролингвистическом уровне проявления суггестивности могут наблюдаться в категории персональности, плотности информации, структурно-композиционной организации текста и его стилевых особенностях [28].

Реклама – одна из наиболее обширных сфер применения речевого воздействия. Суггестивное воздействие в рекламном тексте предполагает влияние субъекта (рекламодателя) на реципиента (потребителя рекламы) с использованием лингвистических, паралингвистических и нелингвистических символических средств.

Рекламные тексты добиваются от потребителя или смены установки, или создания новой установки, или непосредственного действия. Рекламный текст, направленный на постоянное внушение и вызывающий определённые психологические стереотипы, является наиболее эффективным. Благодаря таким текстам, формируется так называемый автоматизм потребления, привычка. Эффективность рекламы оценивается целенаправленным изменением мотивации покупателя путём введения новой, неизвестной ему информации.

Описывают разные способы создания эффективного рекламного текста, обладающего суггестивным воздействием. Один из способов по мнению О. С. Иссерс – это «создать проблему» и заставить потребителя осознать её. Деятельность человека определяется осознаваемыми или неосознаваемыми мотивами и, зависит от анализа личностью своих потребностей. Однако побудителем деятельности является не сама потребность, а предмет, отвечающий этой потребности (например, марка автомобиля, отвечающая представлению индивидуума о собственном имидже). Поэтому в речевом

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

воздействии потребность актуализируется через предмет: купил предмет X – удовлетворил потребность Y. Потребности иерархически организованы, т. е. появление новой потребности основывается на удовлетворении предыдущей, более значимой и сильной, поэтому на каждую базовую потребность может наслаиваться ряд других [9].

Другой способ – создание положительного образа предмета в сознании людей. Рон Бисли приводит ряд эффективных приемов с точки зрения копирайтинга:

- «приманка»: «купи за бесценок» (Например, «Купи одну и получи вторую бесплатно!», «Получи бесплатный образец!», «Пробный период за полцены!», «Совершенно бесплатно!» и т. д.);
- использование юмора для создания положительных эмоций по отношению к продукту;
- положительный отзыв от известных людей для создания «надежного» имиджа;
- создание страха перед бедностью, болезнью, потерей социального положения, надвигающейся катастрофой при рекламировании таких товаров и услуг, как страхование, пожарная сигнализация, косметика, лекарства и т. д. [30].

С лингвистической точки зрения суггестивное речевое воздействие в рекламном дискурсе возможно благодаря сознательному и целенаправленному использованию особенностей языка. По мнению М. Р. Желтухиной [6], наибольшей суггестивностью в рекламном дискурсе обладают тропы, а маркерами реализации суггестивного воздействия являются образность, эмоциональность и выразительность. Текст, насыщенный выразительными средствами, получает более глубокий эмоциональный отклик, лучше запоминается. Наиболее часто используемыми тропами является эпитет, метафора и гиперболизация.

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

Эпитет как средство художественной выразительности придает лицу, явлению или предмету дополнительную характеристику в виде скрытого сравнения, которое легко угадывается. Эпитет способствует созданию положительного отношения к услуге. В рекламных текстах эпитеты служат средством описания природы, создания такой конструкции текста, которая обладая особой образностью, будет оказывать воздействие на читателя.

Главная функция *метафоры* заключается в создании оригинального рекламного образа и позитивного оценочного эффекта. Метафоры актуализируют внимание потребителя; она порождает зрительные образы, которые в процессе дальнейшего осмысления вызывают более тонкие связи мысли, выражающиеся в переносных значениях, что приводит к созданию отвлеченных понятий в системе мышления адресата.

Гипербола используется для создания у читателя позитивного восприятия рекламируемой услуги или товара, выделения их среди конкурентов. Определенная оценка, которую выражает гипербола, обычно не принимается буквально, так как не является истинной или ложной. Гипербола – это необоснованное, но приемлемое обобщение, выраженное в семантически экстремальной форме. Она делает речь более разнообразной, яркой, нескудной.

При использовании *олицетворения* объект рекламного текста получает осязаемую предметность и как бы включается в сферу нашей жизни. Благодаря этому приёму рекламный образ, созданный автором текста, воспринимается как более понятный и осязаемый.

Другим методом суггестивного воздействия на уровне языка является использование прецедентных имен, цитат, идиом, пословиц, поговорок. Например, *A «Mars» a day helps you work rest and play* – слоган, основанный на английской пословице *An apple a day keeps a doctor away*. Устойчивые выражения вызывают у потребителя ряд знакомых ассоциаций, создавая особую привлекательность рекламы для целевой аудитории.

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

По мнению ряда лингвистов (М. А. Кротова, В. Ю. Прокофьева и др.), созданию суггестивного речевого воздействия в рекламном тексте способствует использование дейктических единиц [12; 21]. Дейксис – это информация о значении или функции языковой единицы, выражаемая лексическими и грамматическими средствами. Он служит для актуализации компонентов ситуации речи и компонентов денотативного содержания высказывания. Дейксис указывает на участников речевой ситуации, её время и место, а семантика дейксиса включает ссылку на лицо, время и место, поэтому традиционными типами дейксиса являются дейксис лица, времени и места.

Дейксис лица выражен местоимениями, указывающими на участников коммуникативного акта (местоимения 1 и 2 лица). Их употребление является аналогом жеста и образует непосредственную вовлеченность говорящего и адресата в коммуникативный акт. В обоих случаях: и при использовании жестов, и при дейксисе устанавливается непосредственная связь между языковым выражением и внеязыковым объектом. В этом состоит главная особенность дейктических выражений.

Примеры дейксиса места и времени: *this, that, here, there* и *now*. *This* и *that* обозначают пространственную близость и расстояние относительно точки зрения говорящего во время высказывания, в то время как *here, there* и *now* обозначают временную близость и расстояние относительно времени высказывания. Эти пространственные и временные координаты имеют смысл только в том случае, если на них ссылается говорящий, который сам находится в пространственном и временном контексте.

Дейксис времени может быть выражен не только обстоятельствами времени (*in the evening, at midnight, on time*), но и морфологически. Например, в английском языке первое лицо настоящего времени не приобретает дополнительную морфему, а третье лицо имеет окончание *-s*. В простом прошедшем времени глаголы получают окончание *-ed*, а простое будущее время выражается при помощи *will*.

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

Цель рекламы – предоставить информацию о продукте или услуге под определенным углом, обозначить их как заслуживающие внимания читателя, способные удовлетворить потребность, поэтому рекламный текст – одна из областей применения дейксиса. Используя в тексте рекламного сообщения дейктические единицы, автор стремится установить контакт с реципиентом. Так, благодаря использованию личных местоимений (*you* и *we*), адресант может заставить читателя чувствовать социальную дистанцию или социальную близость. Дейктические элементы также служат средством связи элементов текста в единый образ, оказывающий речевое воздействие.

Одним из наиболее эффективных методов на уровне синтаксиса является повторение, которое создает симметричные конструкции, придавая определенный ритм высказыванию. Повторяться могут не только отдельные лексемы, но и синтаксические конструкции. Например, *Nothing smells as good as coffee, nothing tastes as good as coffee, and nothing satisfies as good as coffee.*

Еще один эффективный метод создания суггестивного речевого воздействия – стереотипизация. Стереотипы оказывают сильное психологическое воздействие на человека, так как являются определенным стандартом восприятия события. Текст рекламы, вызывающий определенные психологические реакции-шаблоны, является наиболее эффективным.

Стереотипы могут быть выражены отдельными ключевыми лексемами, или ключевыми словосочетаниями, создающими определённые образы, так как ключевые слова обладают ассоциативным характером. Они отражают наиболее «яркие» характеристики объекта и являются базисом для реконструкции общей системы мироощущений представителей той или иной лингвокультуры и создания стереотипов.

В отечественной науке термином «ключевое слово» традиционно обозначается слово или словосочетание из текста, которое несет существенную смысловую нагрузку с точки зрения информационного поиска, и относительная частота употребления которого в тексте превышает относительную частоту

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

этого слова по данным частотного словаря [3]. Ключевые слова могут носить универсальный мировоззренческий характер, то есть вербализировать общечеловеческие концепты. Ассоциативное поле концептов может также включать национально-специфические представления. Поэтому в большинстве случаев для того, чтобы текст рекламы был эффективен, отправитель рекламного сообщения ориентируется на аспекты в семантике общечеловеческих концептов, связанных с характерным лингвокультурным пониманием действительности.

Более того, в рекламных текстах встречаются так называемые «коммерческие» ключевые слова (например, *quality*), которые используются как средство убеждения потенциального покупателя в высоком уровне качества предлагаемых товаров или услуг.

К методам суггестивного речевого воздействия в рекламном тексте также относят создание собственного стиля, что является сложной задачей. М. Гунаре выделяет несколько подходов при выборе стиля:

1. *Фактический подход* – призывает потенциального покупателя совершить покупку, основываясь на тех преимуществах, которые описаны в рекламе. Например, реклама авиакомпании «Эмирейтс»:

120 национальностей. Наш многонациональный экипаж свободно говорит на 90 языках. Это позволит Вам чувствовать себя как дома. Один высокий уровень сервиса. Эмирейтс. Совершайте открытия.

В фактическом подходе различают прямой и косвенный путь воздействия на потребителя. Прямой путь – призыв прийти и совершить покупку. Косвенный приём всегда опосредован, совет приобрести продукт даётся в завуалированной форме.

2. *Эмоциональный подход* – использует призыв к таким чувствам, как любопытство, симпатия, любовь, преодоление трудностей. Здесь важно исключить такие эмоции, как страх, неуверенность и другие негативные ощущения. Особенно ярко этот подход воздействует на потребителя, если текст

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

сопровождается ярким иллюстративным материалом. В рамках этого подхода популярен повествовательный стиль – рассказ, пример из истории и упоминание о рекламируемом продукте дается лишь в конце. Иногда это правило нарушается для создания более насыщенного обращения к читателю. Например, рекламная статья о бритве *Braun Series 7*: *Название*: «Что мы знаем о мужчинах нашей планеты».

Мужчины разных стран, несмотря на разницу воспитания, традиций и систем ценностей, одинаково влюбляются, хотят достичь большего и с удовольствием бреются по утрам. Но у каждой национальности, конечно, свои особенности. Далее идет описание отличительных характеристик французов, американцев, русских и итальянцев. Только в конце статьи идет реклама о свойствах бритвы.

3. *Сравнительный подход* – используется для сравнения разных товаров. Например, реклама *Master Card*.

Серфинг в Африке 80 000 руб. Серфинг в Америке 120 000 руб. Серфинг в Австралии 130 000 руб. Поймать лучшую волну – бесценно. Есть вещи, которые нельзя купить. Для путешествий по всему миру есть Master Card [4].

Таким образом, способность рекламы оказывать суггестивное воздействие определяет её эффективность. К методам достижения такого воздействия на потребителя рекламы относят создание новых потребностей, положительного отношения к рекламируемому продукту, использование тропов, дейктических элементов, ключевых слов, прецедентных имён, цитат, идиом, пословиц, поговорок и синтаксических повторений.

Анализ создания суггестивного речевого воздействия

в текстах рекламы экотуризма

Описание материала исследования

Анализ создания суггестивного речевого воздействия в рекламных текстах с помощью языковых средств проводился на материале текстов рекламы в сфере экологического туризма (экотуризма). Экотуризм – форма

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

туризма, сфокусированная на посещении относительно незатронутых антропогенным воздействием природных территорий. Причиной выбора этой сферы является растущий спрос на услуги в этой области туристической индустрии, так как экотуризм считается относительно новым явлением в мировой туристской деятельности. Активное развитие этой сферы также определяется растущей необходимостью перехода к принципам зеленой экономики.

Использование языковых средств с целью создания суггестивного речевого воздействия было проанализировано на примере 40 текстов на английском языке общим объемом 47 858 знаков, опубликованных на англоязычных сайтах компаний

Ecotours Wildlife Holidays (<http://www.ecotourswildlife.co.uk/>),

Ecotours International (<http://www.ecotoursinternational.com/>),

Terra Incognita ECOTOURS (<http://www.ecotours.com/>) и

TourRadar (<https://www.tourradar.com/f/eco>).

Сайт *Ecotours Wildlife Holidays* принадлежит туристическому агентству, которое организует заповедные экотуры, научно-познавательные и орнитологические экспедиции, сплавы, рыбалки, фототуры и городские экоэкскурсии. Рекламные тексты адресованы потенциальным покупателям услуг компании, и их цель – привлечь внимание читателя и убедить его отправиться в экотур. Отличительными чертами текстов является наличие большого количества наименований растений и животных, географических названий.

Сайты американских компаний *Ecotours International* и *Terra Incognita ECOTOURS* также предоставляют информацию об экотурах и предлагают посетить страны Африки, Чили, Индию, Эквадор и др. с экспедицией вместе с местными гидами.

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

TourRadar является международной компанией, а ее сайт – системой онлайн-бронирования, которая специализируется на многодневных турах, в том числе экотурах по всему миру.

В данных текстах проанализированы языковые средства речевой выразительности и лексические особенности, способствующие созданию суггестивного воздействия на потенциального потребителя этой сферы услуг.

Использование средств художественной выразительности

Одним из способов создания суггестивного речевого воздействия в текстах рекламы является использование средств художественной выразительности (или тропов). Текст, насыщенный выразительными средствами, получает более глубокий эмоциональный отклик, лучше запоминается, сильнее воздействует на читателя. В процессе анализа текстов рекламы выявлено 281 случай использования тропов: 202 (71,9%) эпитета, 31 (11%) метафора, 28 (10%) гипербол, 18 (6,4%) случаев использования олицетворения и 2 (0,7%) сравнения.

Согласно статистике, наиболее часто используемым тропом является эпитет (72,1% используемых средств художественной выразительности). Наиболее частотный тип эпитета – усилительный (124 случая – 61,4%) и уточнительный (45 случаев – 22,3%) эпитеты. Менее часто встречаются эпитеты с элементами гиперболы (18 случаев – 8,9%) и метафоры (15 случаев – 7,4%).

Эпитет выполняет экспрессивную функцию и необходим как экспрессивный элемент для психологического воздействия на читателей.

Усилительные эпитеты служат для актуализации признака предмета, явления, подчеркивают характерное качество предмета. Например:

*Enjoy one last look at the **turquoise** waters before flying back to Quito for your final dinner this evening.*

В этом примере существительное «water» усиливается эпитетом, описывающим цвет, – «turquoise» (бирюзовый), который формирует

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

зрительный образ рекламируемого продукта, что усиливает суггестивное воздействие.

Усилительные эпитеты также служат для того, чтобы показать товар или услугу с лучшей стороны, сформировать положительный эмоциональный отклик у потребителя: *celebrated local cuisine, an ideal destination, the country's excellent infrastructure*. Такие эпитеты с положительной коннотацией формируют у читателя положительные эмоции по отношению к тексту рекламы как таковому и к рекламируемой услуге.

Эту же функцию могут выполнять уточнительные эпитеты, которые выделяют отличительные признаки предмета. Для создания положительного образа авторы рекламных текстов указывают только на положительные характеристики товара или услуги, например, его комфортность или профессиональность:

*Walking in the bush with a **professional** guide is an exhilarating experience.*

***Spacious and comfortable tented** accommodation, including beds, bed linen and towels, with a private en-suite bathroom.*

Эпитеты с элементами гиперболизации передают высшую степень качества товара, услуги. Они выделяют достоинства продукта, заостряя на них внимание целевой аудитории:

*This **unique** adventure **especially created for us** stays in luxury lodges throughout, and we have **extremely high** chances of viewing the elusive Puma because we have **our own dedicated** "Puma Tracking Team" headed by local wildlife expert and photographer Diego Araya,*

Метафорический эпитет позволяет кратко и ярко описать достоинства рекламируемого товара или услуги:

*We'll continue on to traverse the vast lava fields of Volcan Chico in route for a lookout that boasts **brehtaking** views reaching to the north of Isabela.*

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

Общезыковые эпитеты *beautiful, perfect, interesting, fine* и другие не содержат конкретной информации и выступают базовым языковым средством формирования рекламного образа:

Watch albatross soar gracefully through the air against a backdrop of beautiful blue sea and sky.

Использование таких эпитетов можно объяснить тем, что одним из принципов эффективности рекламы является ее простота, а подобные прилагательные имеются в лексиконе у среднестатистического читателя рекламного текста, соответственно он становится более понятен и легче воспринимается. При этом, общезыковой эпитет успешно выполняет экспрессивную функцию.

Таким образом, наиболее часто используемым тропом в тексте рекламы является эпитет. Обладая образностью и экспрессивностью, эпитеты создают зрительный образ, способствуют положительному восприятию рекламы и товара. Наиболее часто встречающимися типами эпитетов являются усилительные и уточнительные. Они подчёркивают характерное качество предмета, называя его отличительные признаки.

Метафора – довольно распространённый троп в проанализированных текстах рекламы (11,1% от общего числа используемых средств художественной выразительности). Главная цель метафоры – создание яркого зрительного образа, способного привлечь внимание читателя к тексту рекламы и как следствие к рекламируемому продукту.

Наличие метафоры на основе олицетворения, например, *Watch the dance of the waved albatross* помогает создать воздействие такой силы, которая подобна силе воздействия визуальных средств. В этом примере автор текста заставляет читателя представить движение птиц, напоминающее своеобразный танец, что лучше запоминается и вызывает более глубокий эмоциональный отклик.

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

Ещё один пример использования метафоры с целью создания зрительного образа:

*This is indeed a **tropical paradise on the Indian Ocean.***

*Sri Lanka is a **tropical paradise** often visited by tourists.*

Слово *paradise* имеет яркую положительную коннотацию, соответственно такая лексема вызывает у читателя только приятные эмоции, что сказывается на восприятии всего текста. Кроме того, в этом случае метафора не дает детализированное изображение, а помогает читателю додумать и представить свой собственный «тропический рай». Таким образом, подвергаясь речевому воздействию, реципиент самостоятельно актуализирует представленную информацию, сам определяет, что является для него более привлекательным.

Метафора, являясь стилистическим средством, также реализует закон речевой экономии, точно указывая на понятие, явление или действие и характеристики, его определяющие. Поскольку структура рекламного текста особенно важна, а именно его понятность, краткость и выразительность, метафоры помогают сохранить эффективность рекламы, например,

*Africa's "**Big Five**" are all present here.*

«Большая африканская пятерка» – традиционное название пяти видов млекопитающих, являющихся наиболее почётными трофеями африканских охотничьих сафари: слон, носорог, буйвол, лев и леопард. В этом примере метафора позволяет сократить высказывание, что важно для рекламного текста.

Гипербола – еще одно средство художественной выразительности в текстах рекламы. Это образное выражение, содержащее преувеличение размера, силы, значения предмета или явления с целью усиления выразительности и наглядности сообщения, акцента на более важные характеристики услуги, подчёркивания высказанной мысли:

*Enjoy **the longest rainbow** you have ever seen!*

*Here we will experience **the best snorkeling** in the islands at Enderby Islet or Champions Bay and Devils Crown.*

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

В данных примерах гиперболизация положительной оценки реализована при помощи использования превосходной степени прилагательных. Такая тенденция прослеживается в большинстве случаев (89,3%). Использование превосходной степени помогает не только создать у читателя позитивное восприятие рекламируемой услуги или товара, но и выделить услугу или товар среди конкурентов как лучший. Кроме того, использование гиперболы способствует созданию у читателя предвосхищающего чувства удовлетворения и уверенности в том, что, приобретя рекламируемую услугу, он обязательно останется доволен ее качеством и не пожалеет о покупке:

We guarantee that you will love every minute of being in Nepal.

This is certainly one trip that everyone will remember for years to come.

Такое обобщение, как *every, everyone* не только не воспринимается читателем критически, но и апеллирует к механизму «стадного» инстинкта, который присущ людям. Используя нюансы психологии толпы, автор текста намеренно использует прием гиперболы, чтобы запустить механизм иррационального потребительского поведения, а конкретнее, механизм подражания.

Для создания яркого образа также используется приём **олицетворения**:

It's a warm invitation from Mother Sri Lanka Nature, she's waiting for you!

В этом примере употреблена наивысшая форма олицетворения – персонификация: природа воплощена в образе матери. Этот концепт свойственен многим языкам, в том числе и английскому. Благодаря положительной коннотации слова *mother*, использованию местоимения *she* все высказывание приобретает положительную окраску, как бы «оживая». В этом примере природа, как одушевленное существо, ждёт читателя текста, которому необходимо приобрести услугу, чтобы «встретиться с родными».

Приема олицетворения традиционно используется, чтобы наделить рекламируемые туры и путешествия качествами одушевленного объекта:

This trip shows you all corners of Peru.

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

Our tour takes us on a journey covering local cultures.

Придание человеческих свойств неодушевленным предметам используется для того, чтобы рекламируемый объект стал «ближе» потребителю, вошел в его повседневную жизнь. При использовании олицетворения иллюзия «живого» товара возникает даже при отсутствии изображения.

Можно сделать вывод, что использование метафоры и гиперболы в тексте рекламы помогает создать зрительный образ, имеющий осязаемую форму. Метафора способствует краткости и выразительности рекламного текста, созданию необходимого эмоционального тона. Использование превосходной степени прилагательных помогает имплицитно убедить читателя, что товар или услуга являются лучшими на рынке и обладают качественными характеристиками. Прием олицетворения «располагает» читателя текста рекламы к описываемым услуге или товару. Этот прием является не только оригинальным и выразительным, но и эффективным, так как создает «живой» образ описываемой услуги, усиливает мысли и чувства потенциального потребителя.

Дейктические элементы рекламного текста

Анализ текстов рекламы услуг в сфере экотуризма показал 336 примеров использования дейктических единиц: дейксис лица (*we* – 70 случаев, *you* – 82 случая), дейксис места (*here* – 12, *where* – 25, *there* – 15, *this* – 65, *these* – 13, *that* – 28, *those* – 3), дейксис времени (*now* – 2, *today* – 3, *then* – 3). С прагматической точки зрения проанализированы дейктические единицы, актуализирующие текст рекламы в настоящем времени (*you, we, here, this, these, now, today*) и таким образом способствующие созданию суггестивного речевого воздействия.

Личные местоимения используются в рекламном тексте для актуализации и создания ощущения близости. Благодаря местоимениям *we* и *you* адресант может заставить читателя чувствовать социальную дистанцию или социальную

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

близость. Личное местоимение *you* (53,9%) является обращением к конкретному субъекту – читателю, который является потенциальным потребителем услуги. С помощью местоимения актуализируется идея «двусторонней беседы»: составитель текста рекламы рассказывает конкретному читателю, что он получит, если приобретет услугу, обращаясь к нему напрямую. Это усиливает суггестивное речевое воздействие всего текста рекламы. Например,

*Later in the afternoon **you** will head out into the wilderness once more as the animals awake from their days slumber and gather at the watering holes to quench their unforgiving thirst.*

В этом предложении подробно рассказывается о том, что ждет человека, который купит тур и отправится в путешествие. Благодаря использованию местоимения *you* создается эффект «соучастия», читатель становится участником рекламируемого экотура, что усиливает желание приобрести туристическую услугу.

Местоимение *we*, также активно используемое в текстах рекламы на английском языке (46,1%), указывает на то, что читатель является частью какой-либо особой, избранной группы людей. Например,

*In this life changing safari, **we** experience the ancient art of tracking & bird language. **We** participate in food gathering and harvest of medicines.*

В данных примерах использование местоимения *we* подразумевает, что читатель текста рекламы уже является частью группы туристов, которые отправились в экотур с конкретным туристическим агентством, являясь активным участником происходящего.

Использование дейктических элементов места, а именно наречия *here*, также помогает создать у читателя ощущение обладания туристической путевкой и предвосхищения будущего опыта. Например,

***Here** we will experience some of the best snorkeling in the islands at Enderby Islet or Champions Bay and Devils Crown.*

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

Наречие *here* содержит указание на место действия, перенося читателя «на один из островков Эндерби». Наречие *here* в тексте рекламы получает значение не только дейксиса места, но и дейксиса времени, например,

Here you can see salmon spawning from the deck and walk on your own private trails.

Наречия *now*, *today*, которые относятся к дейксису времени, актуализируют текст рекламы, помогают читателю представить, что все, что описано в рекламе, уже происходит с ним: *Today we embark for Isabela, the largest island in the archipelago.*

Таким же свойством обладают указательные местоимения *this* и *these*, поскольку они «приближают» желаемый объект:

Here you can experience a birds-eye view of this magical landscape.

Словосочетания с указательным местоимением *this* и существительным, выражающим временное значение, называют время, существующее в объективной ситуации, ограниченное определенными временными рамками. Временной аспект, отраженный в этих высказываниях, характеризует объект относительно конкретно названного периода времени, что также помогает актуализировать информацию, содержащуюся в тексте рекламы: *This morning we depart from San Cristobal Island for Floreana Island.*

Таким образом, дейксис лица, времени и места способствует созданию суггестивного речевого воздействия. Использование личных местоимений *you*, *we*, указательных местоимений *this*, *these* и наречий *here*, *now*, *today* актуализирует информацию, создает у читателя текста рекламы чувство соучастия. Такое речевое воздействие мотивирует реципиента приобрести рекламируемую услугу.

Стереотипы и ключевые слова в тексте рекламы

Стереотипизация, как говорилось выше, является эффективным методом создания суггестивного речевого воздействия, и ее использование ярко проявляется в анализируемых текстах. Стереотипы оказывают сильное

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

психологическое воздействие на человека, так как они являются определенным стандартом восприятия тех или иных событий. Текст рекламы, направленный на постоянное внушение, апеллирующий к психологическим шаблонам, является наиболее эффективным.

Стереотипы выражаются как отдельными ключевыми лексемами, так и ключевыми словосочетаниями, создающими стереотипные образы. «Ключевое слово» – это слово или словосочетание из текста, которое несет существенную смысловую нагрузку с точки зрения информационного поиска, и относительная частота употребления которого в тексте превышает относительную частоту этого слова по данным частотного словаря [3, 20].

Для определения относительной частоты использования слов, наиболее часто встречающихся в анализируемых текстах рекламы и являющимися шаблонными, использован электронный ресурс <https://www.english-corpora.org/coca/> – корпус современного американского английского языка, который содержит более 1 млрд слов в восьми жанрах и предоставляет информацию о частотности слов, их использовании в словосочетаниях, значении и др.

Полный семантический анализ текстов рекламы в сфере экотуризма, проведенный с помощью электронного ресурса https://miratext.ru/seo_analiz_text, а именно предлагаемого на сайте инструмента «Анализ плотности ключевых слов» (алгоритм, определяющий частоту использования слова в тексте), показал наиболее часто встречаемые шаблонные слова, представленные в таблице 1.

Таблица 1. Ключевые слова в текстах рекламы в сфере экотуризма

Лексема	Количество повторений	Плотность	Частотность использования слова в американском английском языке
island(s)	37	0,45%	0,08021%
park(s)	32	0,39%	0,13038%

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

wildlife	29	0,35%	0,02045%
nature	28	0,34%	0,13186%
trip	25	0,3%	0,07707%
tour	24	0,29%	0,05566%
to experience	22	0,27%	0,21453%
bird(s)	22	0,27%	0,03870%
to visit	20	0,24%	0,09114%
beach(es)	19	0,23%	0,06502%
safari	19	0,23%	0,00311%
wild	17	0,21%	0,05773%
to enjoy	16	0,19%	0,07241%
natural	16	0,19%	0,12557%
to discover	15	0,18%	0,01097%
to explore	14	0,17%	0,01611%
jungle	13	0,16%	0,01119%
sea	13	0,16%	0,08069%
river	13	0,16%	0,09014%
camp	13	0,16%	0,06067%
camping	11	0,13%	0,00712%
journey	9	0,11%	0,03664%
animals	9	0,11%	0,06725%
forest	9	0,11%	0,04988%
adventure	9	0,11%	0,01925%
tropical	9	0,11%	0,01276%
eco	8	0,1%	0,00128%
wilderness	7	0,08%	0,01284%
to travel	7	0,08%	0,074%

Статистические данные демонстрируют, что 5,9 % слов (485 из 8253 слов в анализируемых текстах) являются шаблонными, типичными для этой сферы.

Использование подобных слов обусловлено тем, что они вызывают у читателя текста определенный ассоциативный ряд, являющийся стереотипным.

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

Например, такие слова, как *wildlife, wild, wilderness, natural, nature* создают штамп «нетронутая природа». Он является основным для текстов рекламы в сфере экотуризма, поскольку главная цель экологических туров – посещение природных территорий, незатронутых антропогенным воздействием. Данный штамп позволяет вызвать у читателя ассоциации, связанные с дикой природой, тем самым создавая речевое воздействие.

Такие лексические единицы, как *safari, camp, trip, camping, journey* являются типичными для темы путешествий, поэтому их использование в тексте туристической рекламы необходимо, поскольку они создают стереотипное представление о рекламируемом туре.

Стоит обратить внимание на реализацию стратегии побуждения с помощью ключевых слов. Лексическое оформление этого приема происходит за счет использования глаголов, значение которых содержит сему познавательной активности субъекта, например *to visit, to enjoy, to experience, to explore, to discover*. Таким образом, формируется стереотип «путешественник-исследователь», что помогает привлечь потенциальных покупателей услуг.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что использование определенного набора ключевых слов в рекламном тексте является необходимым условием для создания шаблонных представлений и формирования стереотипного мышления у читателя, поскольку стереотипы оказывают сильное психологическое влияние на человека, что способствует усилению суггестивного речевого воздействия. В текстах рекламы в сфере экотуризма проявляются шаблоны «нетронутая природа» (с помощью таких слов, как *wildlife, wild, natural, wilderness*) и «путешественник-исследователь» (с помощью глаголов с семой познавательной активности *to visit, to experience, to enjoy, to explore, to discover*).

Эксперимент как метод анализа суггестивного воздействия текста

Изучение суггестивного речевого воздействия связано с психолингвистикой, а психолингвистика – это, прежде всего,

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

экспериментальная наука, следовательно, при выдвижении гипотезы о существовании суггестивного речевого воздействия необходимо проведение лингвистического эксперимента.

Экспериментальные методы в лингвистике – это методы, которые позволяют изучать факты языка в управляемых и контролируемых исследователем условиях. Философской основой применения экспериментальных методов в лингвистике является тезис о единстве теоретического и эмпирического уровней познания. Цель научного эксперимента – искусственно вызвать явление для того, чтобы, наблюдая за этим явлением, более глубоко и полно его изучить. Эксперимент должен давать возможности более подробного наблюдения над объектом исследования, в условиях, максимально приближенных к естественным.

Для анализа суггестивного воздействия текстов рекламы в психолингвистическом аспекте изучения текста важным является понятие «восприятие текста». Г. М. Нуруллина отмечает, что конечным результатом акта чтения становится постижение модели действительности, которую создал автор произведения. Однако авторская модель действительности не совпадает с читательской, потому что читатель в той или иной степени выражает свое отношение к прочитанному – создается собственная проекция текста. Для этого используется индивидуальный опыт человека в разнообразных формах и проявлениях, в которые могут быть включены эмоционально-оценочные переживания, эстетические чувства, фреймы, схемы ситуаций, денотаты, образы разных модальностей, прагматические знания. Поэтому интерпретации одного и того же текста разными реципиентами могут наблюдаться быть различны: читатель, воспринимающий текст, может создать собственную проекцию, которая будет отличаться как от проекций текстов других реципиентов, так и от авторской проекции. Таким образом, текст обладает большой степенью «интерпретативности» (т. е. допускает варианты

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

интерпретации смыслового содержания), что следует учитывать при проведении эксперимента [19].

При проведении психолингвистического исследования в области рекламных текстов может применяться метод шкалирования текста реципиентами. В работах такого типа делается попытка выявить понимание и оценку текстов реципиентами, набор признаков, которым характеризуют эти тексты реципиенты. Например, М. А. Измайлова предлагает шкалу для проведения оценки рекламных сообщений с точки зрения психологической эффективности рекламы, которая включает в себя следующие пункты: внимание к рекламе, запоминание рекламы, запоминание рекламируемого товара (услуги), эмоциональное отношение к рекламе и желание приобрести товар (услугу) [7].

Другим методом является рассмотрение текста как концепта, обладающего определенной аттрактивностью за счет наличия в тексте «мотивированных» единиц [23].

К проведению психолингвистического эксперимента выдвигается ряд требований:

1. Обязательное наличие группы испытуемых, количество которых зависит от цели эксперимента и других условий. Минимумом обычно является тридцать человек, но, чтобы полученные данные были более достоверны, рекомендуется привлекать не менее 60 испытуемых.

2. Формирование заданий осуществляется с учетом всех противоборствующих мнений, которые существуют в теории направления исследования. Необходимо наличие специальной инструкции для испытуемых в устном или письменном виде для выполнения задания.

3. Испытуемые должны иметь достаточно свободного времени для прохождения эксперимента. Такие факторы, как недостаток времени, внимания оказывают непосредственное влияние на итоговый результат проводимого эксперимента.

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

4. Любой эксперимент, в том числе и психолингвистический, подразумевает заполнение протоколов, имеющих следующую структуру:

- название, отражающее смысл эксперимента;
- цель;
- рабочая гипотеза;
- вид представляемых заданий;
- правила, по которым формируется опросная анкета;
- дата, а также время, выделяемое для эксперимента;
- пол, возраст респондентов;
- количество испытуемых;
- время, которое было запланировано, и время по факту;
- результаты;
- интерпретация эксперимента.

Таким образом, целью эксперимента является подтверждение гипотез и более глубокое изучение лингвистического феномена. Для анализа текста в сфере рекламы применяются различные методики проведения эксперимента, например, метод шкалирования текста. К проведению эксперимента выдвигается ряд требований: наличие гипотезы, определённая структура, объем выборки и др.

Методика эксперимента

Для того чтобы обосновать представленные методы создания суггестивного речевого воздействия в текстах рекламы не только теоретически, для подтверждения или опровержения существования суггестивного воздействия описанных языковых средств проведено экспериментальное исследование, целью которого являлось выявление закономерности и обоснованности использования приемов суггестивного воздействия для повышения эффективности текста рекламы.

В исследовании выдвинута гипотеза о том, что использование средств художественной выразительности, дейктических единиц и особого набора

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

ключевых слов в тексте рекламы создает суггестивное речевое воздействие и увеличивает эффективность рекламного текста и, как следствие, привлекательность рекламируемого продукта. Стоит отметить, что это экспериментальное исследование следует считать пилотным, поскольку разработанная методика его проведения имеет упрощённый характер. Однако ввиду ее простоты, она может применяться и копирайтерами при проверке эффективности того или иного рекламного текста.

Для достижения поставленной цели были выдвинуты следующие задачи:

1. выбрать три рекламных текста на английском языке, содержащих средства художественной выразительности и дейктические единицы, с американских туристических сайтов;
2. откорректировать два из трех текстов в соответствии с сутью эксперимента;
3. составить опросный лист для респондентов, которыми выступили студенты Вятского государственного университета; опубликовать его в одной из социальных сетей для студентов и распространить среди студентов факультета лингвистики ВятГУ;
4. проанализировать полученные результаты, используя метод статистического анализа, сделать выводы по проведённому эксперименту.

В качестве основы для методики проведения этого экспериментального исследования используется методика И. А. Авдеенко [1], основанная на методике семантического дифференциала Ч. Осгуда. Его суть заключается в оценивании субъектом любых объектов по предлагаемым биполярным шкалам, заданных чаще всего прилагательными-антонимами [18]. Методика семантического дифференциала позволяет определить статистические закономерности восприятия в удобном для интерпретации числовом виде.

В основе эксперимента лежит типовой набор утверждений и пятибалльная шкала ответов:

1. Strongly Disagree;

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

2. Disagree;
3. Neither;
4. Somewhat Agree;
5. Strongly Agree.

В соответствии со шкалой испытуемым предлагалось согласиться/не согласиться с утверждениями, относительно трех предложенных в опросном листе текстов рекламы:

1. The text is convincing.
2. The text is interesting.
3. The text is nice to read.
4. I remember this text well.
5. The ad's message is relevant to me.
6. After reading this text, I would search for more information about this tour.

Отметим, что структура шкалы ответов и вопросов, предложенная И. А. Авдеенко, была изменена по нескольким причинам. Во-первых, экспериментальное исследование И. А. Авдеенко проводилось на русском языке, поскольку исследуемые тексты были составлены на русском языке. В нашем случае тексты исследования взяты с сайтов американских туристических агентств, что предполагает проведение эксперимента на английском языке. Кроме того, опросный лист, составленный на английском языке, помог провести своего рода отбор респондентов в соответствии с цензом «владение английским языком на достаточном уровне». Во-вторых, некоторые вопросы, предложенные И. А. Авдеенко, не отвечали целям эксперимента. Поэтому для поиска более оптимальных вариантов был использован электронный ресурс <https://www.questionpro.com/survey-templates/advertising-effectiveness/>, предлагающий шаблон с вопросами для проведения опроса с целью изучения эффективности текста рекламы. Так, например, для исследования роли дейктических единиц в создании

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

суггестивного речевого воздействия в опросный лист было включено утверждение «The ad's message is relevant to me».

Таким образом, был составлен список вопросов для респондентов. Их состав определяется следующими прагматическими задачами текста рекламы:

1. убеждать (The text is convincing);
2. привлекать внимание (The text is interesting; I remember this text well);
3. вызывать положительные эмоции (The text is nice to read);
4. актуализировать представленную информацию, заставляя читателя ассоциировать текст с собой (The ad's message is relevant to me);
5. побуждать к выполнению действий (After reading this text, I would search for more information about this tour).

Суть эксперимента заключалась в том, чтобы представить респондентам для оценки по пятибалльной шкале 3 рекламных текста примерно одинакового объема (553, 540 и 554 печатных знака соответственно) (Таблица 2), взятых с сайтов американских туристических компаний. Один из текстов (текст № 2) являлся оригиналом и был представлен участникам эксперимента без изменений, а два текста были преобразованы: из текста № 1 были убраны все дейктические единицы (местоимения «you» и «we», указательное местоимение «this»), а из текста № 3 – часть средств художественной выразительности.

Таблица 2. Тексты рекламы, используемые в экспериментальном исследовании

Текст № 1
In the life-changing safari travelers experience the ancient art of tracking & bird language with modern-day hunter-gatherers, the Naro Bushmen. Learn of their incredible connection to the Earth by foraging, tracking, and walking with them through the lands of Western Botswana. It is not a typical safari. The philosophy and goals are quite different. The travelers honor and learn from people who have an intimate relationship with the land where they live, learning from the Naro Bushmen in their home of the Kalahari Desert. It is a unique journey.
Текст № 2
Discover the reddish shades at dusk; enjoy the longest rainbow you have ever seen; encounter an endless sky full of stars; and visit some of the planet's most amazing wildlife as we encounter Patagonia's wildlife and natural beauty. The southwest corner of the Atlantic Ocean, known as the Patagonian Sea, covers the so-called "Large Marine Ecosystem Patagonian Shelf", and is one of the richest marine areas on Earth harboring populations of right whales, elephant seals, sea lions, orcas, penguins, and numerous species of birds and fish.

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

Текст № 3

The Falkland Islands, where five species of penguins live, are one of the last wildlife places of the world. On these beaches, islands and cliffs live hundreds of species. Watch albatross fly through the air against a backdrop of blue sea and sky. Elephant seals and Southern sea lions breed here, and Killer whales swim in pursuit of a meal. Sit patiently alongside King penguins and wait for the fluffy chicks to come and take a look at you! There are a lot of possibilities for enjoying this wildlife experience, as are the photographic opportunities.

Кроме шкалирования, респондентам после каждого текста предлагалось написать слова (от 2 до 5), которые запомнились после прочтения. Таким образом проводилось сравнение ключевых слов, выявленных в каждом тексте с помощью электронных ресурсов <https://www.english-corpora.org/coca/> и https://miratext.ru/seo_analiz_text, и слов, указанных респондентами. В конце опросного листа каждому участнику было необходимо назвать лучший, по их мнению, из предложенных текстов.

Опросный лист был составлен с помощью электронного ресурса Google Forms, предлагающего интерфейс для создания и администрирования опросов.

Составленный опрос был размещён в одной из социальных сетей в группе Вятского государственного университета для студентов (<https://vk.com/overhearvyatsu>), а также распространён среди студентов 3 и 4 курсов факультета лингвистики ВятГУ (г. Киров).

Таким образом, исходя из среднего возраста студентов, можно предположить, что в эксперименте приняли участие респонденты от 18 до 27 лет, знающие английский язык на уровне, позволяющем читать и анализировать тексты на английском языке. Эксперимент намеренно не имел возрастного ценза, поскольку целевая аудитория рекламных текстов туристических услуг не относится к определённой возрастной группе.

Результаты экспериментального исследования

В общей сложности были получены данные от 45 респондентов. Все опросные листы были заполнены корректно, что позволяет учитывать их при подведении итогов экспериментального исследования. Данные, полученные в ходе проведения эксперимента, представлены в сводной таблице 3. В строках

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

1–6 приведены суммарные показатели по каждому тексту, в строке 7 – средний балл по суггестивным характеристикам, в строке 8 – сумма баллов, полученных каждым текстом, в строке 9 – значение рейтинга текста согласно статистике, а в строке 10 – рейтинг текста в соответствии с мнением респондентов по вопросу *What text do you like the most?* в конце опросного листа.

Таблица 3. Суммарные оценки суггестивной эффективности текстов

	Text 1	Text 2	Text 3
The text is convincing	160	203	171
The text is interesting	165	202	182
The text is nice to read	138	204	173
I remember this text well	131	175	143
The ad's message is relevant to me	105	155	143
After reading this text, I would search for more information about this tour	107	167	130
Средний балл суггестивных характеристик	134	184	157
Сумма баллов	806	1106	942
Значение рейтинга	3	1	2
Место по мнению респондентов	2	1	3

В соответствии с полученными данными можно сделать вывод, что максимальной степенью суггестии обладает текст № 2. Напомним, что данный текст является оригиналом, поэтому он содержит в себе как дейктические единицы (пример: *Enjoy the longest rainbow **you** have ever seen.*), так и средства художественной выразительности (пример: *Encounter an **endless** sky **full of stars**; and visit some of **the planet's most amazing** wildlife.*). Таким образом, можно сделать вывод, что данные средства суггестивного речевого воздействия действительно влияют на эффективность рекламного текста. Текст № 2 обладает наибольшими значениями по всем пунктам, в частности в пункте 6

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

After reading this text, I would search for more information about this tour (167 баллов), что говорит о достижении текста главной цели – заставить читателя совершить какое-либо действие, направленное на возможное приобретение товара или услуги.

Меньшим уровнем суггестии по среднему значению и сумме суггестивных характеристик обладает текст № 3. Данный текст не является оригинальным, из него были убраны все средства художественной выразительности (пример: *The Falkland Islands, **home to five species of penguins, are one of the last untouched wildlife wonders of the world.** – The Falkland Islands, where **five species of penguins live, are one of the last wildlife places of the world.***).

Наименьшим уровнем суггестии и соответственно эффективности обладает текст № 3. Из текста были убраны практически все дейктические единицы (пример: *In **this** life changing safari **we** experience the ancient art of tracking & bird language with modern-day hunter-gatherers, the Naro Bushmen. – In **the** life-changing safari **travellers** experience the ancient art of tracking & bird language with modern-day hunter-gatherers, the Naro Bushmen.*). В этом случае особое внимание было уделено результатам статистики по утверждению «The ad's message is relevant to me», поскольку оно было намерено включено в опросный лист, чтобы определить, действительно ли дейктические единицы актуализируют информацию текста для читателя. Из представленной статистики видно, что большее количество респондентов согласилось с данным утверждением после прочтения текстов № 2 и № 3 (155 и 143 балла соответственно), где дейктические элементы присутствуют, чем после прочтения текста № 1 (105 баллов), из которого они были целенаправленно убраны.

Кроме того, были проанализированы группы слов, указанные респондентами после прочтения каждого текста рекламы, и группы ключевых

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

слов данных текстов, определённых посредством семантического анализа текстов с помощью https://miratext.ru/seo_analiz_text.

Ключевыми словами для текста № 1 являются следующие лексемы: *safari*, *travelers*, *tracking*, *Bushmen*, *learn*. При сравнении их и слов, указанных респондентами, выявлены общие лексемы: *safari* (28 повторений – 28,3 %), *Bushmen* (5 повторений – 5,05 %), *travelers* (3 повторения – 3,03 %). Однако остальные слова, указанные респондентами, не являются ключевыми для этого текста, но являются шаблонными для текстов рекламы в сфере туризма, например, *bird* (10 повторений – 10,1 %), *journey* (8 повторений – 8,08 %), *unique* (8 повторений – 8,08 %), *tour* (4 повторения – 4,04 %) и др. Таким образом, даже несмотря на тот факт, что эти слова встречаются в тексте по одному разу, не повторяясь, они хорошо запоминаются читателями, поскольку отражают стереотипное понимание массового читателя о туристических поездках и турах.

В тексте № 2 программы назвала следующие ключевые слова: *wildlife*, *Patagonian*, *sea*, *marine*. Однако самым часто указываемым словом среди участников опроса является слово *rainbow* (20 повторений – 18,2 %). Это может быть связано с тем фактом, что это слово обладает ярким зрительным образом, который оставляет сильный отпечаток в сознании человека. Участники опроса часто отмечали слова *sky* (7 повторений – 6,4 %) и *stars* (8 повторений – 7,3%) из словосочетания *sky full of stars*, которое также создает выразительный образ. Поэтому даже несмотря на тот факт, что эти слова и словосочетания были употреблены по одному разу в начале текста, они вызвали большой отклик у читателей. Респонденты также часто отмечали слова *Patagonian* и *Patagonia* (15 повторений – 13,6 %) и *Atlantic Ocean* (8 повторений – 7,3%). Из этого можно сделать вывод, что использование широко известных географических наименований также привлекает внимание читателя текста рекламы. Кроме того, респонденты указывали слова, являющиеся ключевыми как для этого текста, так и для текстов рекламы в сфере туризма в целом, например, *sea*

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

(9 повторений – 8,2 %), *marine* (8 повторений – 7,3 %), *wildlife* (7 повторений – 6,4 %), *whales* (7 повторений – 6,4 %).

В тексте № 3 участники эксперимента выделили слово *penguins* (31 повторение – 31,3 %), которое является ключевым. Так же как в тексте № 2 слова *rainbow* и *stars*, слово *penguins* способно вызвать яркий зрительный образ. Читатели в целом указывали слова, обозначающие животных, например, *whale(s)* (9 повторений – 9,09 %), *seals* (3 повторения – 3,03 %), *chicks* (3 повторения – 3,03 %), *sea lions* (2 повторения – 2,02 %), *albatross* (2 повторения – 2,02 %). Такие результаты могут обозначать, что для повышения эффективности рекламного текста в сфере туризма необходимо использование широко употребляемых наименований животных, поскольку среднестатистический читатель такого текста имеет четкое представление о том, как выглядят эти животные и где обитают; это помогает актуализировать информацию, создать яркий зрительный образ в процессе прочтения текста.

Следует отметить, что рейтинг текстов № 1 и № 3 по суммарному значению суггестивных характеристик и по мнению респондентов не совпадает. В соответствии со значением рейтинга текст № 3 занимает второе положение, а текст № 1 – третье в то время, как по ответам респондентов на вопрос *What text do you like the most?* текст № 1 занимает второе место, а текст № 3 – третье. Такое несоответствие, возможно, объясняется тем, что в вопросе используется слово *like*, которое подразумевает оценку текста с точки зрения привлекательности и выразительности, а не эффективности и побуждения к действию. Соответственно, так как текст № 1 содержит средства художественной выразительности, которые отвечают за создание речевой образности и яркости, он получил более высокую оценку респондентов, чем текст № 3, из которого частично были убраны тропы.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что проведенное экспериментальное исследование подтверждает гипотезу о том, что использование средств художественной выразительности, дейктических единиц

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

и особого набора ключевых слов в тексте рекламы способствует созданию суггестивного речевого воздействия и увеличивает эффективность и привлекательность рекламного текста. Эксперимент показал, что читатели более высоко (1106 баллов) по всем показателям оценивают текст рекламы, содержащий указанные средства достижения суггестивного воздействия. Отредактированные рекламные тексты оценены ниже: текст, не имеющий средств художественной выразительности, – 942 балла, а текст, лишенный дейктических единиц – 806 баллов.

Анализ ключевых слов представленных текстов и слов, указанных после прочтения каждого из них, показал, что ключевые слова оказывают речевое воздействие на читателя, что ведет к запоминанию этих слов и содержания текста рекламы в целом. Такие слова обладают общей шаблонностью. Респонденты часто указывали слова, являющиеся ключевыми и шаблонными для текстов рекламы в сфере туризма, например, *safari, journey, sea, unique, marine, wildlife, tour* и др. Кроме того, читатели текстов указывали в опросном листе слова, не являющиеся ключевыми, но оказывающими сильное психологическое воздействие за счет яркого зрительного образа, например, *rainbow* и *stars*, а также известные топонимы, например, *Patagonian* и *Patagonia* и *Atlantic Ocean* и наименования животных: *whale(s), seals, chicks, sea lions, albatross*.

Заключение

Суггестивное воздействие представляет собой вид речевого воздействия, целью которого является корректировка установок человека путем подачи информации таким образом, что ее восприятие осуществляется без критической оценки, а как факт, реализация которого необходима в его личных интересах. К приёмам достижения такого воздействия относят создание новых потребностей, положительного отношения к рекламируемому продукту, собственного стиля рекламы, а также использование тропов, прецедентных имен, цитат, идиом, пословиц, поговорок и др.

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

В результате анализа рекламных текстов в сфере экотуризма на английском языке были выявлены способы достижения суггестивного воздействия. Одним из таких способов является использование средств художественной выразительности. Текст, насыщенный выразительными средствами, получает более глубокий эмоциональный отклик, лучше запоминается, эффективней воздействует на читателя. Наиболее часто используемым тропом в анализируемом материале является эпитет. Он обладает экспрессивностью, создает запоминающийся зрительный образ, формирует положительную оценку воспринимаемой информации. Метафора выступает в качестве средства языковой экономии, способствуя созданию лаконичного и выразительного текста. Использование гиперболы помогает имплицитно убедить читателя в том, что товар или услуга являются лучшими на рынке. Прием олицетворения позволяет «оживить» описание, сделать акцент на тех или иных физических, рациональных свойствах товара или услуги.

Способом создания суггестивного воздействия в тексте рекламы также является использование дейктических единиц, которые служат для актуализации представленной информации, помогают создать у читателя текста рекламы чувство вовлеченности и участия в процессе.

Необходимым условием создания суггестии являются определенные наборы ключевых слов, поскольку они обращены к стереотипности мышления покупателя, оказывая тем самым ожидаемое психологическое воздействие.

Проведенное экспериментальное исследование с использованием разработанной методики подтвердило гипотезу о том, что проанализированные средства речевого воздействия действительно могут оказать суггестивное воздействие, а также способствуют созданию эффективного рекламного текста, что позволяет повысить спрос на рекламируемые товары или услуги.

Список использованных источников

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

1. Авдеенко, И. А. Структура и суггестивные свойства вербальных составляющих рекламного текста: автореф. дис. ... к. филол. наук / И. А. Авдеенко. – Барнаул, 2001. – 23 с. – URL: https://rusneb.ru/catalog/000200_000018_RU_NLR_bibl_329987/ (дата обращения 15.01.2023)
2. Антонова, А. В. Система средств речевой манипуляции в британском политическом дискурсе: реципиентоцентрический подход: автореф. дис. ... д-ра филол. наук / А. В. Антонова. – Самара: Изд-во ПГСГА, 2011. – 44 с. – URL: <https://cheloveknauka.com/v/353789/a/?#?page=1> (дата обращения 29.01.2023)
3. Воронина, И. Е. Функциональный подход к выделению ключевых слов: методика и реализация / И. Е. Воронина, А. А. Кретов, И. В. Попова, Л. В. Дудкина // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Системный анализ и информационные технологии. – 2009. – № 1. – С. 68-72. – EDN KNNXLT. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=12499879> (дата обращения 15.01.2023).
4. Гунаре, М. Использование речевых средств в рекламе туристических объектов / М. Гунаре // 13-я Международная научная конференция. Сборник научных статей. – 2011. – С. 132-137.
5. Дурович, А. П. Реклама в туризме: Учеб. пособие: [Для студентов и преподавателей вузов, специализирующихся в области туризма] / А. П. Дурович; А. П. Дурович. – Москва: Новое знание, 2003. – 253 с. – ISBN 5-94735-022-X. – EDN QTNIQV.
6. Желтухина, М. Р. Тропологическая суггестивность масс-медиального дискурса: о проблеме речевого воздействия тропов в языке СМИ / М. Р. Желтухина // Язык, сознание, коммуникация: сб. статей. – 2003. – № 25. – С. 197-200. – URL: https://www.philol.msu.ru/~slavphil/books/jsk_25.pdf (дата обращения 15.01.2023).
7. Измайлова, М. А. Психология рекламной деятельности: учебник для студентов высших учебных заведений потребительской кооперации, обучающихся по специальности "Реклама" / М. А. Измайлова; М. А. Измайлова. – Москва: Дашков и К°, 2007. – ISBN 978-5-91131-500-9. – EDN QXRIND.
8. Илюшкина, М. Ю. Прагматика в текстах туристической рекламы / М. Ю. Илюшкина, Т. С. Вершинина // Известия Уральского федерального университета. Серия 1: Проблемы образования, науки и культуры. – 2015. – Т. 138, № 2. – С. 165-170. – EDN TXKJLR. – URL: <https://elar.uifu.ru/bitstream/10995/31633/1/iurp-2015-138-24.pdf> (дата обращения 20.01.2023).
9. Иссерс, О. С. Речевое воздействие: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки (специальности) 031600 - "Реклама и связи с общественностью" / О. С. Иссерс. – 3-е издание. – Москва: Общество с ограниченной ответственностью "ФЛИНТА", 2013. – 239 с. – EDN UGEZMH.
10. Копнина, Г. А. Речевое манипулирование: учебное пособие / Г. А. Копнина. – Москва : Флинта; Наука, 2017. – 176 с. – ISBN 978-5-9765-0060-0. – EDN QISDMH.
11. Кривоносов, А. Д. PR-текст в системе публичных коммуникаций / А. Д. Кривоносов. – 2-е издание, переработанное и дополненное. – Санкт-Петербург: Центр «Петербургское востоковедение», 2002. – 288 с. – ISBN 5-85803-215-X. – EDN TZZGYF.
12. Кротова, М. А. Дейктические единицы в рекламном дискурсе / М. А. Кротова // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Социально-гуманитарные науки. – 2006. – № 8(63). – С. 98-103. – EDN KYWKPX. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=13017503> (дата обращения 15.01.2023).
13. Матвеева, Е. К. Прагматический аспект рекламного дискурса журналов мод / Е. К. Матвеева // Вестник Чувашского государственного педагогического университета им. И.Я. Яковлева. – 2016. – № 1(89). – С. 36-46. – EDN VSKOUB. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=25792021> (дата обращения: 10.02.2023).

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

14. Меньшикова, Е. Е. Лингвопрагматические особенности текстов туристической рекламы / Е. Е. Меньшикова // Современные исследования социальных проблем. – 2010. – № 2. – С. 98-99. – EDN MWNPEN. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=15286873> (дата обращения: 15.02.2023).
15. Михалькова, О. А. Лингвистические особенности английских туристических слоганов / О. А. Михалькова // Материалы Открытой конференции студентов-филологов СПбГУ. – 2016. – С. 246-251. – URL: <http://sfk.spbu.ru/sites/default/files/sfk2016.pdf> (дата обращения: 1.02.2023).
16. Мишутинская, Е. А. Грамматические особенности английских текстов туристической тематики в переводческом аспекте / Е. А. Мишутинская, Л. Н. Пономаренко // Advanced Science. – 2017. – № 2(6). – С. 51. – EDN ZJRXCN. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=30146159> (дата обращения 05.11.2022).
17. Николаева, А. В. Манипулятивный потенциал "пустых" глаголов в рекламных текстах (на материале английской рекламы) / А. В. Николаева // Вестник Челябинского государственного университета. – 2009. – № 39(177). – С. 118-121. – EDN LADPHX. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=13075821> (дата обращения: 1.02.2023).
18. Новиков, А. Л. Метод семантического дифференциала: теоретические основы и практика применения в лингвистических и психологических исследованиях / А. Л. Новиков, И. А. Новикова // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. – 2011. – № 3. – С. 63-71. – EDN PXZTSP. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=18918340> (дата обращения: 15.02.2023).
19. Нуруллина, Г. М. К вопросу о понимании и восприятии текста в психолингвистической науке / Г. М. Нуруллина // Поволжский педагогический вестник. – 2018. – Т. 6, № 4(21). – С. 121-124. – EDN QSITLX. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=38505964> (дата обращения: 15.02.2023).
20. Порческу, Г. В. Строй английского предложения в перцептивном аспекте: специальность 10.02.04 «Германские языки»: диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Порческу Галина Васильевна. – Киров, 2013. – 231 с. – EDN SUXFFD.
21. Прокофьева, В. Ю. Дейктические элементы рекламного хронотопа / В. Ю. Прокофьева, Е. Г. Прончатова // Вестник Новосибирского государственного педагогического университета. – 2015. – № 1(23). – С. 119-126. – DOI 10.15293/2226-3365.1501.12. – EDN TIBRBX. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=22943107> (дата обращения: 10.02.2023).
22. Прохорова, С. Н. Рекламный дискурс: текст лекций / С. Н. Прохорова; Ярославский государственный университет им. П. Г. Демидова. – Ярославль: Ярославский государственный университет им. П. Г. Демидова, 2013. – 72 с. – ISBN 978-5-8397-0951-5. – EDN SARETL.
23. Сорокин, Ю. А. Текст и его изучение с помощью лингвистических и психолингвистических методик (ретроспективный обзор) / Ю. А. Сорокин // Вопросы психолингвистики. – 2008. – № 8. – С. 29-40. – EDN LAUKYT. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=13105406> (дата обращения: 15.02.2023).
24. Стернин, И. А. Основы речевого воздействия: учебное издание / И. А. Стернин ; И. А. Стернин. – Воронеж: Истоки, 2012. – 180 с. – ISBN 978-5-88242-885-2. – EDN QYDWZT.
25. Тарасов, Е. Ф. Речевое воздействие в сфере массовой коммуникации / Е. Ф. Тарасов, Н. А. Безменова, Л. Г. Лузина и др. – Москва: Наука, 1990. – 135 с.
26. Черепанова, И. Ю. Дом колдуньи. Язык творческого Бессознательного / И. Ю. Черепанова. – Москва: КСП+, 1999. – 400 с. – URL: <https://studfile.net/preview/2062327/> (дата обращения: 10.02.2023).

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

27. Шелестюк, Е. В. Речевое воздействие: онтология и таксономия / Е. В. Шелестюк // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2007. – № 1(10). – С. 23-30. – EDN PQXIL. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=9900380> (дата обращения: 10.02.2023).
28. Шелестюк, Е. В. Текстовые категории аргументативности, суггестивности и императивности как отражение способов речевого воздействия / Е. В. Шелестюк // Вестник Челябинского государственного университета. – 2008. – № 30. – С. 170-175. – EDN MUVOGV. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=15209477> (дата обращения: 12.02.2023).
29. 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. – EDN CJOBTR. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=45789062> (дата обращения: 12.02.2023).
30. Beasley, R. Persuasive signs: the semiotics of advertising / R. Beasley, M. Danesi. – Berlin: Mouton de Gruyter, 2002. – DOI: 10.1515/9783110888003. – 208 p.
31. Blakar, R. M. Language as a means of social power / R. M. Blakar // Pragmalinguistics: Theory and practice. – 1979. – DOI:10.1515/9783110815689-007. – P. 131-169. – URL: <https://www.semanticscholar.org/paper/LANGUAGE-AS-A-MEANS-OF-SOCIAL-POWER-EXPLORATIONS-OF-Blakar-Mey/02847a72e1144cda54084c3b983d7839cb141238> (дата обращения: 15.02.2023).
32. Dijk, Teun A. van Discourse and Power. Contributions to Critical Discourse Studies / Teun A. van Dijk. – London: Palgrave MacMillan, 2008. – 320 p.

ГЛАВА 4
РЕАЛИЗАЦИЯ ПОЛОЖЕНИЙ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ЛИНГВОДИДАКТИКИ
В СОВРЕМЕННОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКЕ

4.1. Особенности ролевых игр как активного метода обучения в эпоху цифровизации

*Мерзликина Наталья Ивановна,
канд. пед. наук, доцент, доцент кафедры «Лингвистика»,
ФГБОУ ВО «Российский университет транспорта (МИИТ)»*

*Синицына Ирина Андреевна,
канд. филол. наук, доцент, доцент кафедры иностранных и
русского языков, ФГБОУ ВО «Российский государственный
аграрный университет – МСХА имени К.А. Тимирязева»*

Введение

Современное образование стало свидетелем значительных изменений в условиях стремительного развития цифровых технологий и проникновения информационных средств во все сферы жизни. Цифровизация образования не только преобразует методы и техники обучения, но также создает новые возможности для более активных и интерактивных способов передачи знаний. В контексте цифровой трансформации ролевые игры становятся ключевым инструментом образовательного процесса, особенно в обучении иностранному языку.

Актуальность использования ролевых игр в образовании в условиях цифровизации, несомненно, высока и оправдана следующими факторами:

– Интерактивное обучение. Ролевые игры способствуют более активному и интерактивному участию студентов в учебном процессе. Они предоставляют студентам возможность вживаться в различные роли и контексты, что делает обучение более увлекательным и запоминающимся.

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

– Адаптивность и персонализация. С использованием цифровых ролевых игр можно создавать образовательные сценарии, адаптированные к уровню и потребностям каждого студента. Это способствует более эффективному обучению на индивидуальном уровне.

– Повышение мотивации. Ролевые игры приносят элемент соревнования и достижения, что может значительно повысить мотивацию студентов для изучения иностранного языка и, как следствие, улучшить учебные результаты.

– Аутентичные языковые ситуации. Ролевые игры создают аутентичные ситуации, в которых студенты могут использовать изучаемый язык на практике. Это способствует развитию навыков общения и понимания на реальных языковых контекстах.

– Обучение в сотрудничестве. Ролевые игры способствуют развитию навыков совместной работы и командной деятельности студентов, что имеет важное значение в современном мире.

– Инновационные технологии. Использование современных цифровых технологий позволяет создавать виртуальные миры и симуляции, в которых ролевые игры становятся еще более иммерсивными и реалистичными.

Все эти факторы делают ролевые игры важным инструментом в современном образовании, а особенно в обучении иностранному языку.

Научные труды множества современных исследователей посвящены месту ролевых игр и других активных и интерактивных технологий обучения в условиях цифровизации, вклад внесли Бурлакова И.И. [5], [18], Захарова М.В. [7], Калининченко Э.Б. [11], Карпова А.В. [12], Лихачёва О.Н. [14], Мирзоидова Н.А. [17], Шугаева Е.А. [22]. Современные методы обучения иностранным языкам являются объектом внимания учёных-педагогов, лингвистов, преподавателей высшей школы: Алипичев А.Ю. [1], Положенцева И.В. [2], [16], Бурлакова И.И. [3], [4], Чижикова С.Н. [6], Головяшкина М.А. [8], [9],

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

Жданько А.П. [10], Климакина Е.А. [13], Мелихова В.И. [15], Таканова О.В. [19], [20], [23], Рева Т.Н. [24], [25].

В новых учебниках и учебных пособиях для студентов вузов наблюдается увеличение упражнений на развитие коммуникативных навыков обучаемых, включая ролевые игры. В некоторых из них можно найти описание лишь отдельных ролевых игр, тогда как в других ролевая игра является неотъемлемой частью процесса обучения.

Применение ролевых игр обогащает образовательный процесс и способствуют более глубокому усвоению иностранного языка. Среди современных методов применения ролевых игр в обучении иностранному языку можно выделить следующие:

– Обучение в сотрудничестве и коллаборативные проекты. Работа в группах, где студенты выполняют роли и взаимодействуют на иностранном языке для достижения общей цели.

– Виртуальные ролевые игры. Использование виртуальных сред для создания симуляций реальных ситуаций, в которых студенты могут применять знания иностранного языка.

– Сетевые платформы для обучения. Платформы, предоставляющие возможность создавать ролевые игры и обучающие сценарии, в которых студенты могут взаимодействовать и общаться на иностранном языке.

– Интерактивные мультимедийные материалы. Использование интерактивных видеороликов, аудиозаписей и текстовых материалов, позволяющих студентам почувствовать себя коммуникативной ситуации.

Первый из указанных методов – обучение в сотрудничестве и совместные проекты, в том числе проектная деятельность – это метод, основанный на взаимодействии студентов в учебном процессе для решения поставленных задач. Они играют важную роль в развитии навыков общения и сотрудничества, а также в улучшении навыков владения иностранным языком.

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

Совместное обучение представляет собой процесс, в котором студенты работают в группах или командах, чтобы достичь общих учебных целей. В контексте изучения иностранного языка оно может включать в себя совместное выполнение заданий, дискуссии на иностранном языке, совместное решение проблем и многое другое.

Совместное обучение имеет следующие основные преимущества. Во-первых, студенты работают вместе над общими задачами и проектами, обмениваясь знаниями и опытом. Во-вторых, в процессе совместного обучения студенты обсуждают и принимают решения вместе, что способствует развитию навыков аргументации и убеждения. В-третьих, каждый участник группы может вносить уникальные идеи и способы решения задачи, что обогащает обучающий опыт. В-четвертых, студенты несут совместную ответственность за результаты своей работы и успех группы в целом. Также важным является то, что взаимодействие внутри группы позволяет студентам получать обратную связь от своих коллег и преподавателя, что помогает улучшать их навыки.

Проектная деятельность – это такие задания или проекты, которые студенты выполняют в сотрудничестве с целью создания конечного продукта или решения определенной проблемы. В контексте обучения иностранному языку, это могут быть проекты, такие как создание видеоролика на иностранном языке, проведение иноязычной исследовательской работы или создание совместной презентации.

Под ролевой игрой, применяемой при обучении иностранному языку, понимается форма организации коллективной учебной деятельности, имеющая своей целью сформировать и развить коммуникативные компетенции в условиях, максимально близких к условиям реального общения в аутентичной языковой среде.

Большой интерес к использованию ролевых игр при обучении иностранному языку вызван тем, что они в наиболее полной мере соответствуют решению коммуникативной задачи современного образования.

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

Поэтому ролевые игры являются одним из разумных и рациональных способов обучению иностранному языку.

Ролевая игра, будучи инструментом учебного процесса, выполняет мотивационно-побудительную, образовательную и воспитательную функции. Она помогает в изучении и практическом применении иностранного языка, а также является методом обучения профессионально-ориентированному общению. Это способствует формированию коммуникативной компетентности и развитию готовности обучающихся к дальнейшему взаимодействию [21].

При участии в игре у студентов активизируется воображение, их языковые знания и коммуникативные навыки. Связанная речь требует огромной умственной активности и при формулировке собственных высказываний, и при отслеживании хода мысли других участников, а также для последующего адекватного ситуации реагирования на их суждения. Слушатель должен с интересом следить за высказываниями говорящего, уметь переформулировать его мысль своими словами для уточнения содержания сказанного, определить, когда настала его очередь говорить, не перебивая другого, и сформулировать соответствующую проблеме, толерантно приемлемую и ясную ответную реплику.

Необходимость решения проблемы или разрешения конфликта мотивирует больше, чем испытываемое давление от осознания необходимости подготовки к экзамену, зачету, и лучше соответствует стремлению подготовиться к решению практических задач в реальной жизни.

Ролевые игры могут использоваться для овладения навыками, которые необходимы и в профессии, и вне нее. Многие из этих навыков сложно развить, используя традиционный способ изучения иностранного языка, основанный на грамматико-переводном методе обучения.

Помимо обучающей, ориентирующей и мотивационно-побудительной, ролевые игры несут еще и воспитательную функцию. Они учат студентов быть терпимыми по отношению друг к другу и к чужой точке зрения, вежливыми,

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

внимательными, понимать мотивы, потребности и точку зрения других людей и формируют мировоззрение самих студентов.

Особенно необходимо проводить ролевые игры на неязыковых факультетах вузов, чтобы показать взаимосвязь изучаемой специальности с реалиями жизни и подтолкнуть студентов к самосовершенствованию в профессиональной сфере путём обращения к иностранным источникам, показать им возможность применения полученных ими знаний к перспективе карьерного роста на более высоком уровне.

Творческий аспект игры создает у студентов представление как о занятии чем-то приятном, а не как о тяжелой, порой скучной и утомительной работе. Самостоятельно занимаясь активным поиском решения задачи или проблемы, студенты скорее и лучше усвоят необходимые знания, чем если бы эти знания были предложены им в виде готовых решений или детального объяснения.

По длительности проведения ролевые игры подразделяются на эпизодические и длительные. В эпизодической ролевой игре студенты обыгрывают отдельный эпизод или ситуацию, при длительной – ряд взаимосвязанных эпизодов или ситуаций по одной общей теме.

В зависимости от степени участия преподавателя в процессе игры, выделяют следующие виды ролевых игр:

- контролируемая;
- умеренно контролируемая;
- свободная.

Контролируемая ролевая игра – это наиболее простой вид ролевых игр. Ее примером может служить составление учащимися собственных диалогов на примере базового диалога. При этом преподаватель в случае необходимости вправе давать инструкции по ходу игры.

Примером второго вида (умеренно контролируемая ролевая игра) может быть ролевая игра, основанная на тексте, после ознакомления с которым одному из учащихся предлагается сыграть роль персонажа из текста, а

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

остальным взять у него интервью. При этом и вопросы, и ответы могут выходить за рамки полученной из текста информации.

Таким образом, учащимся предоставляется больше возможностей для самовыражения и творчества, в преподаватель все еще может вмешиваться в ход игры.

При проведении свободной ролевой игры учащиеся только в общем знают сюжет и описание ролей друг друга. Характер и линия поведения отдельного персонажа известна лишь исполнителю этой роли, Учащиеся сами решают, какую лексику они будут использовать и как будет развиваться действие. При этом преподаватель не должен вмешиваться в процесс игры.

При внедрении ролевых игр в учебный процесс не следует забывать о принципе «от простого – к сложному» (от контролируемой ролевой игры – к свободной).

Поскольку свободная ролевая игра является одновременно и наиболее сложным, и самым интересным видом деятельности, максимально приближающим учащихся к ситуации реального общения, ниже представлено подробное описание порядка её проведения. было бы целесообразным рассмотреть его подробнее.

Для достижения положительного эффекта преподавателю необходимо разбить свободную ролевою игру, как и любую требующую много времени и усилий работу, на небольшие этапы. Здесь можно выделить следующие этапы подготовки и проведения свободной ролевой игры:

- Определение целей и задач.

Необходимо иметь четкое представление о том, какова цель использования на занятиях ролевой игры; какова ее тема; сколько времени потребуется на подготовку к ней; в какой форме будут готовиться к ней студенты (исследование, доклад, презентация и тд); будут ли студенты готовиться и отстаивать свою точку зрения в игре индивидуально или небольшими группами; будет ли игра содержать элемент конфликта или

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

проблемы. При этом нельзя не учитывать уровень подготовленности учащихся. Если конкретная ролевая игра требует более глубоких языковых знаний, чем те, которыми владеют студенты, вероятно, было бы целесообразней упростить материал или отложить игру до более подходящего момента, когда участники не достигнут необходимого уровня языковой компетенции.

– Выбор ситуации и ролей.

Далее необходимо определиться с сюжетом игры, соответствующим выбранной теме, и персонажами, призванными воплотить этот сюжет. При выборе сюжета рекомендуется учитывать интересы и потребности самих студентов. Следует выбирать ролевую игру так, чтобы она позволила учащимся отработать и закрепить предварительно полученные знания. В то же самое время игра должна быть интересна. Ролевая игра, не представляющая интереса для участников, не может быть успешной. Одним из способов заинтересовать студентов – это предоставить им самим возможность выбирать игровую ситуацию в рамках пройденной темы. При этом учащиеся могут сами предложить какие-либо ситуации или выбрать наиболее интересующую их ситуацию из списка, предложенного преподавателем. Мера свободы выбора напрямую зависит от степени подготовленности студентов. Желательно, чтобы сюжет был максимально приближен к реальной жизни. При выборе может помочь собственный опыт преподавателя (ситуации, с которыми пришлось сталкиваться в реальной жизни, ролевые ситуации из книги, фильмов).

Можно поделить учащихся на группы, которые будут участвовать в одной и той же ролевой игре. Если же в ролевой игре задействованы все студенты, необходимо предусмотреть менее значительные роли, которые можно исключить, если игроков оказалось меньше, чем планировалось. Если ролей на всех не хватает, можно их продублировать, дав одну и ту же роль нескольким студентам, которым следует поработать над репликами персонажа и его образом коллективно, а в игре помогать выступающему, подсказывая своему представителю новые идеи (на иностранном языке).

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

При разделении студентов на группы необходимо учитывать способности и особенности характера участников, поскольку группа, где всем студентам присуща низкая языковая компетенция или все они очень застенчивы, вряд ли добьется положительного результата. Иногда оптимальным решением может стать распределение по интересам.

При слабой языковой компетенции студентов, преподаватель может выбрать одну из ролей и предварительно потренироваться с учащимися, проиграв эту роль при подготовке к самой игре, объяснив, таким образом, модель игры наглядно. Можно дать учащимся упражнения по подготовке к ролевой игре в качестве домашнего задания (студенты учат соответствующую тематику игры лексику, продумывают свои возможные реплики и поведение во время игры).

При уровне *low intermediate* и более высоких уровнях владения иностранным языком целесообразно применять на занятиях ролевые игры с элементами проблемы или конфликта, поскольку они особенно мотивируют участников говорить. Стремление решить проблему заставляет порой отступать от общепринятых правил и может совершенно изменить сценарий игры. Напряжение от поиска способно искренне увлечь участников и сделать игру интереснее.

Необходимо также обозначить результат, к которому нужно прийти в итоге игры, и то, чему студенты должны научиться.

- Индивидуальная работа с каждым участником игры.

Можно обеспечить студентов подробной информацией о деталях персонажа в игре или, что еще лучше, только проинформировать, где и как можно получить четкое представление о герое, предприняв собственное исследование. В любом случае, студенты должны знать свою роль до мельчайших подробностей, так чтобы они затем уверенно смогли исполнить ее в игре.

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

Можно подготовить для студентов схемы, карты, статистические данные, вырезки из газет и другой наглядный материал по выбранной теме, что особенно важно, когда тема игры тесно связана с будущей профессией учащихся.

Студенту легче будет вжиться в роль, если, объясняя, обращаться к самому учащемуся уже к персонажу игры, а не «он» или «она», что акцентирует внимание на придуманном герое. Следует обсудить со студентами возможные повороты сюжета, если цели их персонажей не будут достигнуты. Было бы хорошо сначала узнать точку зрения студентов на развитие сценария игры, а затем уже внести собственные предложения. Если учащимся предстоит участвовать в игре с элементом проблемы, то надо только обозначить проблему, но ни в коем случае не высказываться о путях ее решения.

– Проработка необходимого материала на всех уровнях языка (лексическом, грамматическом, фонетическом).

Ролевая игра не существует сама по себе и включает в себя весь спектр коммуникативных навыков (и аудирование, и говорение, и чтение, и письмо). Если возникает необходимость отработать из них, следует учесть это при подготовке к ролевой игре, уделив проблемному навыку большую часть времени на подготовительном этапе.

Для эффективного проведения ролевой игры необходимо продумать, какие языковые средства понадобятся для ее воплощения. На начальном уровне языковой компетенции средства языка весьма предсказуемы. Чем выше уровень компетенции студентов, тем сложнее с точностью предугадать, какие слова, выражения и конструкции им понадобятся, и все же необходимо подготовить студентов: рекомендуется проработать необходимую лексику по теме, повторить грамматические конструкции, познакомить студентов с готовыми речевыми клише.

– Ознакомление студентов с заданиями на самостоятельную подготовку к игре.

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

На этом этапе студентам дается задание тщательно продумать характер и мотивы поступков своего персонажа, заготовить ситуативные фразы и реплики, описать точку зрения героя, посмотреть на ситуацию его глазами; подобрать подкрепляющие точку зрения героя аргументы, вспомогательный материал (статистические данные, газетные статьи, научные факты); подготовить небольшие сообщения, доклады, презентации или наглядный материал по теме (может быть снят видеоролик или написать письмо или призвать очевидца событий и т.д.).

Преподаватель может указать источники получения информации или раздать менее компетентным студентам подготовленный им материал.

– Проведение игры.

Рекомендуется избегать вмешательства в ход игры и исправление ошибок в процессе ролевой игры, чтобы не мешать студентам, не лишать их уверенности в себе и не нарушать благоприятную психологическую атмосферу и саму атмосферу игры (языковой ситуации). Студенту необходимо чувствовать себя свободным играть свою роль так, как он себе ее представляет, говорить тогда, когда он считает это необходимым, то есть быть господином ситуации, не чувствуя давления со стороны организатора ролевой игры.

Из этого следует, что в ролевой игре не должно иметь место стремление преподавателя управлять, руководить процессом игры и тем более вмешиваться в него в попытке направить по собственному сценарию. Его задачей является отбор учебного материала, предварительная отработка материала и языковой практики, необходимые для проведения игры, но как только она начинается, всякое руководство со стороны преподавателя нецелесообразно. Хорошо спланированная и подготовленная ролевая игра собственно и не потребует такого вмешательства.

Преподаватель может отмечать ошибки, проблемы и недостаток знаний. Выявление этого обеспечивает обратную связь для дальнейших упражнений и контроля. Для него это даёт возможность оценить эффективность своей работы,

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

определились с задачами дальнейшего обучения, осознать необходимость дополнительной проработки или повторения каких-либо лексических и грамматических тем.

- Оценка результатов игры.

После окончания ролевой игры подводятся ее итоги. Это не означает, что преподаватель досконально разбирает с каждым все его ошибки. После игры студенты чувствуют себя довольными собой, поскольку им удалось применить свои знания языка для чего-то конкретного и полезного. Если начать анализировать все ошибки, чувство удовлетворения может исчезнуть, что подорвет у студентов веру в собственные силы и вряд ли добавит им желания участвовать в подобных мероприятиях.

Подводя итоги, следует спросить мнение студентов о ролевой игре и доброжелательно и внимательно воспринять их замечания и отзывы. Цель обсуждения – определить, что удалось воплотить в ролевой игре и чему студенты научились. В дополнение к групповому обсуждению можно предложить заполнить анкету-отзыв о проведенной игре (получилось ли достичь намеченных целей, почему нет, чувствовали ли они себя включенными в работу, чему они научились, что понравилось, какие трудности возникли, их пожелания, предложения, замечания и т.д.).

Очевидно, что ролевая игра – это не самая простая форма обучения и точки зрения подготовки и с точки зрения воплощения, поскольку она требует затрат большого количества времени и усилий как от преподавателя, так и от студентов. Но она как нельзя лучше соответствует основной тенденции в современном обучении иностранным языкам: стремлению к развитию речевых навыков обучаемых.

Являясь моделями реальных жизненных ситуаций, ролевые игры не только способствуют лучшему усвоению, закреплению учебного материала, росту мотивации, но и наглядно демонстрируют учащимся возможность применения полученных знаний в жизни. При этом сама атмосфера игры

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

позволяет учащимся чувствовать себя более раскованно, снимает напряжение, страх ошибок, а, следовательно, и языковой барьер, доставляя участникам удовольствие от процесса игры. Ролевая игра также развивает творческие способности учащихся, их социальные навыки, воспитывает толерантное отношение к мнению других, тактичность, вежливость, обучает знанию речевого этикета, прививает способность быстро и адекватно реагировать в сложившейся ситуации.

Со временем студенты все лучше и лучше усваивают модель проведения игры, и им уже не требуется так много помощи, как при знакомстве с этим методом обучения. К тому же, хорошо разработанную ролевую игру преподаватель может проводить в дальнейшем и с другими учебными группами.

Следующим из выше указанных современных методов применения ролевых игр в обучении иностранному языку в условиях цифровизации образования являются виртуальные ролевые игры.

Виртуальные ролевые игры являются одним из наиболее перспективных и инновационных методов обучения иностранному языку. Эти игры предоставляют студентам уникальную возможность погружения в виртуальное пространство, где они могут взаимодействовать на иностранном языке в разнообразных ситуациях и контекстах. Ниже представлены основные характеристики виртуальных ролевых игр в обучении иностранному языку.

– Виртуальные ролевые игры обеспечивают высокую степень иммерсии, что позволяет студентам полностью погрузиться в виртуальную среду. Они могут стать частью сюжета и взаимодействовать с виртуальными персонажами и объектами, что создает естественное и яркое языковое окружение.

– Также они представляют аутентичные сценарии, которые могут включать в себя общение в реалистичных языковых ситуациях, таких как заказ еды в ресторане, проведение бизнес-переговоров, путешествия и даже

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

медицинские консультации. Это помогает студентам улучшить навыки общения и понимания языка.

– Данный вид игр часто предоставляет возможность для социального взаимодействия и совместного обучения. Студенты могут взаимодействовать друг с другом и с виртуальными персонажами, обсуждать проблемы и принимать совместные решения, что способствует развитию навыков общения и сотрудничества.

– Виртуальные ролевые игры могут быть адаптированы под уровень языковой подготовки каждого студента. Это позволяет индивидуализировать обучение и обеспечить более эффективное усвоение материала.

Можно выделить следующие преимущества виртуальных ролевых игр в обучении иностранному языку.

Виртуальные ролевые игры зачастую вызывают высокую мотивацию у студентов благодаря увлекательному игровому опыту. Игры стимулируют их к активному участию, к применению и развитию языковых навыков. Также игры создают условия для обучения, максимально приближенные к реальной жизни, что делает языковую практику более аутентичной и эффективной. Ошибки становятся средством обучения: виртуальные ролевые игры позволяют студентам допускать ошибки и учиться на них, без страха перед осуждением со стороны окружающих, что способствует развитию коммуникативных навыков и преодолению языкового барьера.

Виртуальные ролевые игры доступны в любое время и могут быть использованы как в аудитории, так и вне учебного заведения. Это даёт студентам больше возможностей для обучения. Более того, виртуальные ролевые игры могут автоматически отслеживать и оценивать произношение, лексические и грамматические навыки студентов, что упрощает процесс оценки и предоставления обратной связи.

Из этого следует, что виртуальные ролевые игры представляют собой инновационный и мощный инструмент в обучении иностранному языку. Они

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

обеспечивают высокую степень иммерсии, аутентичные языковые ситуации и множество преимуществ, среди которых повышение мотивации, развитие навыков общения и гибкость в обучении. В современном образовании, где цифровизация играет все более важную роль, виртуальные ролевые игры представляют собой ключевой элемент эффективного обучения иностранному языку студентов различных направлений подготовки.

Следующий игровой метод, используемый в эпоху цифровой трансформации образования, – использование сетевых платформ обучения (или онлайн-обучение) – является неотъемлемой частью современного образования. Оно предоставляет широкий спектр возможностей для эффективного обучения иностранному языку, особенно на фоне цифровизации и доступности сети Интернет.

Сетевые платформы обучения характеризуются следующими качествами.

Сетевые платформы предоставляют доступ к разнообразному образовательному контенту, включая видеолекции, аудиоматериалы, интерактивные задания, текстовые материалы и многие другие возможности, специально созданные для обучения иностранному языку.

Онлайн-платформы часто предлагают интерактивные упражнения и задания, которые позволяют студентам активно участвовать в учебном процессе. Это может включать в себя тестирование, различные виды упражнений, групповые проекты и общение с преподавателями и другими студентами.

Многие сетевые платформы предоставляют возможность настройки учебного плана в соответствии с уровнем знаний и языковыми целями каждого студента. Это позволяет индивидуализировать обучение и подходить к нему более эффективно.

Сетевые платформы обучения способны автоматически отслеживать успехи студентов, оценивать их ответы и предоставлять обратную связь. Это

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

помогает студентам понимать, на каких аспектах языка им нужно сосредотачиваться.

Онлайн-платформы доступны круглосуточно, в их среде можно работать из любого места с подключением к сети Интернет. Это делает обучение гораздо более гибким и удобным для студентов, особенно для тех, кто имеет жесткое расписание.

Сетевые платформы обучения дают различные преимущества в изучении иностранных языков. Они позволяют студентам изучать иностранный язык независимо от их физического местоположения. Это особенно полезно для тех, кто не имеет доступа к традиционным учебным заведениям или живет в удаленных районах. Платформы могут адаптировать учебные материалы и задания под уровень и потребности каждого студента, что позволяет им эффективнее изучать язык. Сетевые платформы предоставляют доступ к множеству ресурсов, включая учебные приложения, языковые курсы, онлайн-словари и средства общения с носителями языка. Студенты могут получать обратную связь по итогам выполненных упражнений и заданий немедленно, что помогает им исправлять ошибки и совершенствовать навыки. Сетевые платформы позволяют студентам учиться в удобное для них время, что особенно важно для занятых людей.

Таким образом, сетевые платформы обучения играют ключевую роль в обучении иностранному языку в современном образовании. Они предоставляют студентам доступ к разнообразным учебным материалам, обеспечивают гибкость в обучении и позволяют индивидуализировать учебный процесс. С развитием цифровых технологий сетевые платформы обучения становятся все более универсальным и эффективным инструментом в изучении иностранного языка.

Еще один метод, возникший с развитием цифровых технологий в обучении и имеющий большой потенциал для использования в игровой методике – работа с интерактивными мультимедийными материалами. Они

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

играют важную роль в современных методиках обучения иностранному языку. Эти материалы объединяют разнообразные медиа-ресурсы, такие как видео, аудиозаписи, графика и текст, и предоставляют студентам возможность активного участия в языковом обучении.

Интерактивные мультимедийные материалы могут существовать в разных форматах, включая видеоуроки, аудиозаписи, мультимедийные презентации, игры и симуляции. Это позволяет студентам выбирать наиболее подходящий способ изучения. Мультимедийные материалы могут одновременно включать в себя несколько видов информации, таких как текст, звук и изображение, что позволяет задействовать разные сферы восприятия. Это способствует более полному и глубокому пониманию материала.

Использование интерактивных мультимедийных материалов характеризуется следующими преимуществами.

Во-первых, они позволяют студентам активно взаимодействовать с учебным контентом. Например, это выполнение заданий, решение головоломок, ответы на вопросы, а также многое другое. Интерактивные материалы могут быть адаптированы для работы с различными сенсорными устройствами, такими как сенсорные экраны, мыши и клавиатуры, что делает обучение более доступным.

Далее, интерактивные материалы могут включать в себя аутентичные языковые ситуации, такие как диалоги носителей языка, интервью, новостные репортажи и даже фильмы. Это позволяет студентам погружаться в реальные контексты использования языка.

Звуковые и видеоматериалы позволяют студентам развивать навыки аудирования и правильного произношения. Они могут слушать носителей языка и практиковать свое произношение, имея возможность сравнивать с оригиналом.

Графика и видео могут значительно улучшить понимание контента и помочь студентам запоминать слова и выражения в контексте.

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

Мультимедийные материалы могут быть настроены под уровень языковой подготовки и цели каждого студента, что делает процесс обучения более эффективным и персонализированным.

Таким образом, интерактивные мультимедийные материалы предоставляют студентам множество возможностей для активного и эффективного обучения иностранному языку. Они обогащают учебный процесс, предоставляя аутентичные языковые ситуации и визуализацию, а также поддерживают интерактивное взаимодействие. С развитием технологий и доступности сети Интернет, использование интерактивных мультимедийных материалов становится все более распространенным и действенным методом обучения иностранному языку.

Использование ролевых игр в образовании и обучении может быть эффективным и интересным методом, однако оно также имеет свои ограничения.

В первую очередь, подготовка ролевых игр и их проведение могут потребовать значительных временных и ресурсных затрат как со стороны преподавателей, так и со стороны студентов. Это может быть затруднительным в условиях ограниченного времени и бюджета. Ролевые игры не всегда подходят для всех учебных целей, например, таких как изучение абстрактных теоретических концепций, которые трудно представить в реальных ситуациях.

Кроме того, они подходят не для всех студентов. Некоторые учащиеся могут чувствовать себя неуютно в роли игрока, им могут быть неинтересны какие-либо аспекты происходящего. В группе могут находиться студенты, которые предпочитают более традиционные методы обучения.

Оценивание успеха студентов в ролевых играх может быть сложным. Преподаватель должен разработать четкие критерии оценки и, подводя итоги, учитывать как процесс игры, так и ее результаты.

В процессе проведения ролевых игр может возникнуть недостаток контроля над тем, как студенты будут воспринимать сценарии и роли и

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

реагировать на них, что может привести к неожиданным ситуациям. Более того, ролевые игры требуют тщательной подготовки и организации. Преподаватель должен разработать сценарии, обеспечить учащихся необходимыми ресурсами и контролировать процесс.

При отборе материала следует быть внимательными, т.к. ролевые игры могут включать в себя ситуации и контексты, которые могут быть неприемлемыми или непонятными для студентов из разных культур или с разным социальным опытом. Если необходимо обучать большое количество студентов, масштабирование ролевых игр может оказаться сложной задачей. Также организация ролевых игр в онлайн-обучении может встретить определенные технические и организационные трудности.

Несмотря на все эти ограничения, правильно разработанные и интегрированные в образовательный процесс ролевые игры могут быть эффективным инструментом для обучения и существенно обогатить процесс познавательной деятельности, повысить мотивацию к учению и развивать разнообразные навыки.

Перспективы использования ролевых игр в образовании в условиях цифровизации являются обширными. Современные цифровые технологии предоставляют новые возможности для усовершенствования и расширения этого метода обучения. Вот несколько перспективных направлений:

- Виртуальные ролевые игры и симуляторы могут создавать иммерсивные образовательные среды, в которых студенты могут исследовать различные языковые и культурные контексты. Это позволяет им погрузиться в языковую среду и развивать навыки коммуникации.

- С развитием онлайн-платформ и образовательных приложений, студенты могут участвовать в ролевых играх, обучаясь дистанционно. Это обеспечивает гибкость и доступность для студентов со всего мира.

- Цифровые ролевые игры могут быть настроены так, чтобы учитывать индивидуальный уровень знаний и различные потребности каждого студента.

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

Это позволяет создавать учебные сценарии, которые оптимально соответствуют конкретным группам студентов.

– Обучающие игры предоставляют возможность для мгновенной обратной связи. Преподаватели и системы могут автоматически оценивать производительность студентов и предоставлять им обратную связь, что содействует более быстрому и точному обучению, формированию адекватной самооценки.

– Такие игры могут быть легко масштабируемыми и адаптированными для больших аудиторий. Это особенно актуально в контексте онлайн-обучения и массовых курсов.

– С использованием цифровых технологий можно собирать данные о производительности студентов в ролевых играх и анализировать их для дальнейшего улучшения учебных программ и сценариев.

– Цифровые технологии позволяют создавать разнообразные игровые форматы и жанры, что может быть привлекательным для разных типов студентов и целей обучения.

– Цифровые ролевые игры могут стать площадкой для исследовательской работы студентов, где они могут исследовать языковые и культурные аспекты внутри игрового контекста.

– Также они могут быть легко обновлены и адаптированы для актуальных языковых и культурных контекстов, что особенно важно в быстро меняющемся мире.

Заключение

В целом, использование цифровых ролевых игр в образовании предоставляет возможность совмещать увлекательный образовательный опыт с развитием языковых и социокультурных навыков. Они способствуют более глубокому пониманию изучаемого материала и могут стать мощным инструментом в современной образовательной среде.

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

Исследование эффективности применения ролевых игр в процессе обучения иностранному языку студентов позволяет сделать вывод о значительных преимуществах данного метода. Ролевые игры способствуют активному участию студентов, развитию навыков общения, а также улучшению понимания иностранного языка. Они становятся особенно актуальными в условиях цифровизации образования, когда внимание учащихся часто разрознено и отвлекается разнообразными цифровыми технологиями.

Применение ролевых игр в образовании становится всё более актуальным и эффективным в эпоху цифровизации. Однако, чтобы успешно интегрировать этот метод в учебный процесс, необходимо провести тщательную подготовку, разработку образовательных сценариев и системы оценки, а также обеспечить доступ к соответствующим технологическим ресурсам.

В условиях быстрого развития цифровых технологий и современных подходов к образованию, применение ролевых игр в обучении иностранному языку находит все большее признание как мощный, универсальный и эффективный метод. Цифровые технологии предоставляют образовательным учреждениям и преподавателям множество новых инструментов и возможностей для создания интерактивных и адаптивных образовательных сред, в которых ролевые игры играют значимую роль.

Ролевые игры в обучении иностранному языку – это непрерывно развивающееся поле, и дальнейшие исследования и практические опыты могут привести новые методы, способы применения и различные инновации. В целом, ролевые игры представляют собой многообещающий и динамично развивающийся метод обучения, способствующий более глубокому и эффективному усвоению иностранного языка студентами в условиях цифровизации образования.

Список использованных источников

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

1. Алипичев, А. Ю. Обучение иностранному языку в гибридном формате: подбор средств и технологий / А. Ю. Алипичев, Н. А. Сергеева // SOFT & HARD SKILLS: от школы к успеху в карьере : материалы VII Международной научно-практической конференции, Химки, 06 апреля 2023 года / Российская международная академия туризма. – Москва: ИД Университетская книга, 2023. – С. 22-27. – EDN ZELLCY. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=54063428> (дата обращения 01.10.2023).
2. Андреев, А. Н. Пространство свободы для молодежи в эпоху глобализации / А. Н. Андреев, И. В. Положенцева // Научный вестник Гуманитарно-социального института. – 2020. – № 10. – С. 15. – EDN BSIEPB. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=42729499> (дата обращения 01.10.2023).
3. Бурлакова, И. И. К вопросу о современных средствах обучения иностранным языкам / И. И. Бурлакова, Е. А. Акбелек // Большое евразийское партнёрство: лингвистические, политические и педагогические аспекты : Материалы Международной научно-практической конференции, Москва, 15–17 декабря 2022 года / Отв. редактор Е.Ю. Харитоновна. – Москва: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Государственный университет просвещения", 2023. – С. 57-61. – EDN NLSWUB. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=54029231> (дата обращения 01.10.2023).
4. Бурлакова, И. И. Создание адаптивной системы иноязычного образования как фактор модернизации профессиональной подготовки / И. И. Бурлакова // Новый мир. Новый язык. Новое мышление: Сборник материалов V международной научно-практической конференции (филология, педагогика и межкультурная коммуникация), Москва, 04 февраля 2022 года. – Москва: Дипломатическая академия Министерства иностранных дел Российской Федерации, 2022. – С. 149-153. – EDN ODTBGM. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=48466038> (дата обращения 01.10.2023).
5. Бурлакова, И. И. Цифровизация образования в контексте трансгуманистической идеологии / И. И. Бурлакова // Интеграция педагогической науки и практики в контексте вызовов XXI века: Сборник научных статей международной научно-практической конференции, Калуга, 20 мая 2022 года. – Калуга: Издательство Калужского государственного университета им. К.Э. Циолковского, 2022. – С. 95-100. – EDN NAKZDH. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=49539490> (дата обращения 01.10.2023).
6. Воробец, Л. В. Английский язык. Внеаудиторный практикум / Л. В. Воробец, С. Н. Чижикова. Том Часть II. – Краснодар: Краснодарское высшее военное авиационное училище летчиков им. А.К. Серова, 2018. – 94 с. – EDN IAOSST. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=47572351> (дата обращения 01.10.2023).
7. Захарова, М. В. Языковая игра как средство подготовки учителя-словесника / М. В. Захарова // Проблемы современного филологического образования : Сборник научных статей XII Всероссийской научно-практической конференции, Москва, 22 апреля 2022 года / Отв. редактор В.А. Коханова. Том Выпуск XX. – Ярославль: Ремдер, 2022. – С. 229-236. – EDN VELNAQ. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=48287071> (дата обращения 01.10.2023).
8. Головашкина, М. А. Объективные социально-коммуникативные предпосылки и содержательно-методические признаки видоизменения парадигмы обучения языку как средству интеракции в цифровом социуме / М. А. Головашкина // Актуальные проблемы современного общества и пути их решения в условиях перехода к цифровой экономике : материалы XIV международной научной конференции: в 4 частях, Москва, 05 апреля 2018 года. Том Часть 1. – Москва: Московский университет им. С.Ю. Витте, 2018. – С. 336-342. – EDN YVYQKC. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=32798047> (дата обращения 01.10.2023).
9. Головашкина, М. А. Повышение качества образования при реализации смешанной модели обучения английскому языку в школе / М. А. Головашкина, И. В. Некрасова // Формирование цифровой культуры непрерывного гуманитарного образования в

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

контексте сохранения традиционных ценностей : сборник научных статей, Москва, 08–09 июня 2021 года. – Москва: Ваш формат, 2021. – С. 124-131. – EDN GTYMMML. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=46660789> (дата обращения 01.10.2023).

10. Жданько, А. П. Развитие мотивации и смысловой сферы студентов посредством самоактуализации на занятиях по английскому языку / А. П. Жданько // Российский психологический журнал. – 2018. – Т. 15, № 1. – С. 77-91. – DOI 10.21702/rpj.2018.1.4. – EDN XRLUGT. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=35155909> (дата обращения 01.10.2023).

11. Калиниченко, Э. Б. Интегрированное обучение в условиях цифровизации на примере английского языка / Э. Б. Калиниченко // Актуальные проблемы современного социогуманитарного знания : сборник статей Национальной (всероссийской) научно-практической конференции, Саратов, 10–14 февраля 2020 года / Под ред. Е.Б. Дудниковой, Н.В. Шалаевой. – Саратов: ООО "Центр социальных агроинноваций СГАУ", 2020. – С. 186-190. – EDN CCQGZF. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=43874499> (дата обращения 01.10.2023).

12. Карпова, А. В. Интернет-ресурсы как средство цифровизации и индивидуализации обучения английскому языку в ВУЗе / А. В. Карпова // Педагогические чтения: ежегодник. Том Выпуск 2. – Волгоград: Научный издательский центр "Абсолют", 2020. – С. 36-38. – EDN IXZLWG. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=43002809> (дата обращения 01.10.2023).

13. Климакина, Е. А. Аудирование и песни как часть аудиолингвального метода изучения иностранных языков / Е. А. Климакина // Методолого-теоретический и технологический ресурс развития информационно-образовательной среды: Сборник IX Международной научно-методической конференции, Москва-Караганда, 21 марта 2018 года. – Москва-Караганда: Ваш формат, 2018. – С. 470-473. – EDN ХМССМР. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=34849024> (дата обращения 01.10.2023).

14. Лихачева, О. Н. Использование цифровых технологий при обучении английскому языку в современных реалиях / О. Н. Лихачева, Е. В. Тымчук // Живая психология. – 2023. – Т. 10, № 2(42). – С. 120-124. – DOI 10.58551/24136522_2023_10_2_120. – EDN MNPFIL. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=53869489> (дата обращения 01.10.2023).

15. Мелихова, В. И. Способы достижения наглядности при беспереводном введении лексики / В. И. Мелихова // Транслингва: вопросы современной науки и технологий сквозь призму языкового сознания: По материалам международной научно-практической конференции, Москва, 17 ноября 2022 года / Под редакцией П.Ш. Алиевой ФГБОУ ВО «МГУТУ им. К.Г. Разумовского (Первый казачий университет). – Москва: ООО «Ваш формат», 2023. – С. 46-50. – EDN MBLUVV. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=50410840> (дата обращения 01.10.2023).

16. Мельничук, О. А. Влияние современных информационных технологий на подростков / О. А. Мельничук, И. В. Положенцева // Наука: взгляд молодых : Сборник материалов научной конференции, Москва, 30 марта – 04 2020 года / Московский государственный университет технологий и управления им. К.Г. Разумовского, Под общей редакцией Положенцевой И.В.. Том 3. – Москва: ООО "Ваш формат", 2020. – С. 50-55. – EDN JBCRCW. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=45310682> (дата обращения 01.10.2023).

17. Мирзоидова, Н. А. Многополярность методик обучения английскому языку в условиях цифровизации образования / Н. А. Мирзоидова // Наука и образование сегодня. – 2022. – № 2(71). – С. 68-69. – EDN MWKWUS. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=48273010> (дата обращения 01.10.2023).

18. Организация образования в условиях цифровизации (на примере обучения иностранному языку) / И. И. Бурлакова, Е. А. Акбилек, М. А. Головяшкина [и др.] // Человеческий капитал. – 2022. – № 12-2(168). – С. 56-64. – EDN ZIIZJL. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=49848070> (дата обращения 01.10.2023).

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

19. Таканова, О. В. Профессиональная направленность как один из основополагающих принципов педагогической деятельности / О. В. Таканова // Роль современного университета в технической и кадровой модернизации российской экономики : сборник трудов IX Международной научно-методической конференции, Кострома, 23 октября 2015 года / Костромской государственный технологический университет. – Кострома: Костромской государственный технологический университет, 2015. – С. 223-224. – EDN UMIZOZ. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=24326913> (дата обращения 01.10.2023).

20. Таканова, О. В. Разработка профессионально ориентирующего содержания общеобразовательных дисциплин в агроинженерном вузе: специальность 13.00.08 "Теория и методика профессионального образования»: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата педагогических наук / Таканова Ольга Владимировна. – Москва, 2009. – 22 с. – EDN QGRKMD. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=19314974> (дата обращения 01.10.2023).

21. Чижикова, С. Н. Применение ролевых и деловых игр на занятиях по иностранному языку / С. Н. Чижикова // Межвузовский сборник научных трудов: Сборник статей. Том Выпуск 26. – Краснодар: Федеральное государственное казенное военное образовательное учреждение высшего образования «Краснодарское высшее военное авиационное училище летчиков имени Героя Советского Союза А.К. Серова» Министерства обороны Российской Федерации, 2022. – С. 260-265. – EDN VRWZDW. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=49869821> (дата обращения 05.09.2023).

22. Шугаева, Е. А. Использование платформы Blooket для создания дидактических онлайн-игр при обучении иностранному языку / Е. А. Шугаева // Транслингва: вопросы современной науки и технологий сквозь призму языкового сознания: По материалам международной научно-практической конференции, Москва, 17 ноября 2022 года / Под редакцией П.Ш. Алиевой ФГБОУ ВО «МГУТУ им. К.Г. Разумовского (Первый казачий университет). – Москва: ООО «Ваш формат», 2023. – С. 17-20. – EDN GVKOGT. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=50393158> (дата обращения 01.10.2023).

23. Alipichev, A. Y. Independent research activity of MSc and PhD students: Case-study of the development of academic skills in FFL classes / A. Y. Alipichev, O. V. Takanova // XLinguae. – 2020. – Vol. 13, No. 1. – P. 237-252. – DOI 10.18355/XL.2020.13.01.18. – EDN GWWWHF. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=43243325> (дата обращения 01.10.2023).

24. Crystallisation of meaning as a technique for forming intercultural communicative competence within the real–virtual dichotomy / I. P. Cherkasova, T. N. Reva, N. V. Palanchuk [et al.] // SHS Web of Conferences: International Linguistic Science and Practice Conference “Methods of Teaching Foreign Languages 2.0: Real vs. Virtual”, Moscow, 17 июня 2021 года. Vol. 127. – Moscow: EDP Sciences, 2021. – P. 02008. – DOI 10.1051/shsconf/202112702008. – EDN AMEBSX. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=48462953> (дата обращения 01.10.2023).

25. Experience in using distance technologies under online learning conditions / I. Burlakova, T. Reva, R. Azmetova [et al.] // Education and City: Education and Quality of Living in the City: The Third Annual International Symposium, Moscow, 24–26 августа 2020 года. Vol. 98. – Moscow: SHS Web of Conferences, 2021. – P. 5024. – DOI 10.1051/shsconf/20219805024. – EDN FLHOCY. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=44833273> (дата обращения 01.10.2023).

4.2. Основные психолингвистические особенности аудирования как вида речевой деятельности

*Чижикина Светлана Николаевна,
канд. филол. наук, доцент, доцент кафедры иностранных и
русского языков, ФГБОУ ВО «Российский государственный
аграрный университет – МСХА имени К.А. Тимирязева»*

Введение

Аудирование помогает развивать способность слушать и понимать речь на иностранном языке. Оно помогает улучшить реакцию на различные звуки, интонации и ритм языка, позволяет узнавать новые слова и выражения, которые используются в реальных ситуациях, что обогащает словарный запас и улучшает способность понимать и использовать новую лексику. Через аудирование обучающиеся изучают типичные речевые обороты, фразы и выражения, которые часто используются носителями языка, тем самым улучшают навыки разговорной речи. Аудирование дает возможность ознакомиться с различными акцентами, диалектами и культурными особенностями. В целом, аудирование играет важную роль в обучении иностранному языку, помогая развивать слуховое восприятие, расширять словарный запас, улучшать разговорные навыки и подготавливаться к реальным языковым ситуациям. Оно является неотъемлемой частью полноценного обучения иностранному языку, и его практика помогает развивать широкий спектр навыков и компетенций, необходимых для успешного владения языком.

Современные методики преподавания, высокая информативность учебного материала и технические возможности обучения обеспечивают необходимый уровень познавательной активности обучающихся [9]. Аудирование, являясь одним из четырех видов речевой деятельности, требует серьезной и тщательной проработки. При этом необходимо учитывать психологические и возрастные особенности, а также тематику изучаемого

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

материала. Это позволит преподавателю максимально эффективно подойти к отбору аудиоматериала и успешному решению поставленных задач [6].

В рамках обучения иностранному языку ключевой компетенцией является речевая компетенция, представляющая собой развитие коммуникативных умений в четырех видах речевой деятельности: продуктивных (говорение и письмо) и рецептивных (аудирование и чтение). Говорение и аудирование тесно связаны между собой, так как средством их осуществления является устная речь, использование которой для общения подразумевает как ее порождение, так и ее понимание [1].

Вопросам обучения пониманию иноязычной речи и психолингвистическим особенностям обучения посвящены работы многих российских ученых, таких как Н.Д. Гальскова, Н.И. Гез, Н.В. Елухина, И.А. Зимняя, Е.И. Пассов, И.Н. Синицина, И.И. Халеева и другие [4, 7, 8, 15, 17, 21].

Так по мнению И.И. Халеевой «аудитивная база – это одно из условий улучшения навыков устной речи, и путь к накоплению сведений о неисчерпаемых возможностях языковой системы и способах ее речевой реализации» [21, с. 11].

О.М. Осиянова и Е.Г. Ксенофонтова считают, что «аудирование представляет собой сложный когнитивный процесс, вызывающий трудности в процессе формирования иноязычной коммуникативной компетенции будущего специалиста. Учет функционирования речедвигательного механизма, механизма осмысления информации и дробления речевого потока, памяти, вероятностного прогнозирования и опора на психолингвистические особенности восприятия информации

позволят облегчить процесс обучения иностранному языку и сделать его более эффективным» [14].

Аудирование представляет собой важный аспект обучения иностранному языку в вузе и для эффективного осуществления аудирования необходима адекватная и слаженная работа целого комплекса психологических механизмов [22]. Исследования психологических механизмов, используемых при обучении аудированию иностранного языка, имеют важное значение для разработки эффективных методик обучения и повышения качества образования. Рассмотрим некоторые аспекты, связанные с психологическими механизмами аудирования. Один из таких аспектов – это мотивация и эмоциональное состояние обучающегося при аудировании. Наблюдения показывают, что обучающиеся, которые испытывают положительные эмоции и имеют высокую мотивацию, лучше справляются с задачами по аудированию. Это связано с тем, что положительные эмоции и мотивация способствуют более активному вовлечению в процесс обучения, улучшают внимание и память, а также способствуют более глубокому пониманию и запоминанию материала. И.А. Сеницына рассматривает проблемы мотивации и некоторые способы ее преодоления на занятиях по английскому языку, делающие процесс изучения языка более увлекательным [16].

Другой важный аспект – это использование стратегий при аудировании. Обучающиеся, которые осознанно применяют различные стратегии, такие как предварительное планирование, прогнозирование содержания, активное слушание и мониторинг понимания, более успешно справляются с задачами по аудированию. Эти стратегии помогают обучающимся структурировать информацию, выделять ключевые моменты, улучшать понимание и запоминание материала.

Также важно учитывать индивидуальные особенности обучающихся при разработке методик обучения аудированию. Некоторые обучающиеся могут

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

быть более визуальными, другие – аудиальными, и это может влиять на их предпочтения и способы обработки информации. Поэтому важно предоставлять разнообразные материалы и задания, которые учитывают различные стили обучения и предпочтения.

Наконец, важно уделять внимание развитию навыков аудирования на разных уровнях сложности. Начиная с простых и понятных материалов, обучающиеся могут постепенно переходить к более сложным текстам и аудиозаписям. Это помогает развивать и укреплять психологические механизмы, необходимые для успешного аудирования на разных уровнях.

Аудирование является сложной психической деятельностью. Ее обслуживает целый ряд механизмов:

- механизм фонематического слуха;
- механизм кратковременной и долговременной памяти;
- механизм внутренней речи;
- механизмы осмысливания;
- механизмы внимания.

Дадим характеристику каждому из механизмов.

Обратимся к механизму фонематического слуха. Под этим механизмом понимается способность слушающего расчленить непрерывный речевой поток на звуки, различать на слух все звуки речи, относящихся к разным фонемам, правильно соотносить воспринимаемые звуки речи с фонемами данного языка. Сформировать фонематический слух у обучающихся – значит сформировать в их долговременной памяти систему эталонных зон, соотносимую с системой фонем данного языка. Таким образом, для формирования фонематического слуха обучающимся необходимо давать следующие задания:

- дифференциацию на слух контрастирующих фонем;
- на различение слов, разнящихся одной фонемой; на различение фраз, разнящихся одним словом;

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

– на опознавание целостного образа иностранного слова, т.е. необходимо формировать фонологическую компетенцию обучающихся.

Никакая дифференциация или опознание иностранных слов невозможны, если их следы не будут храниться в памяти обучающихся. Поэтому для такого вида речевой деятельности как аудирование требуется хорошо развитая кратковременная и долговременная память.

Немаловажным условием, влияющим на восприятие сообщения, является развитие слуховой речевой памяти. Последовательно поступающие сигналы могут быть восприняты слушающим как какое-либо сообщение только при условии активной работы непосредственной и оперативной памяти. Чтобы понять фразу, нужно до известного момента удержать в памяти все слова, ее составляющие. А чтобы понять все высказывание, т.е. произвести надфразовый синтез, нужно удержать в сознании смысл хотя бы основных составляющих это высказывание фраз. Психологи различают долговременную и кратковременную память [20]. От количества слов, которые хранятся в долговременной памяти, зависит умение ориентироваться в той области знания, к которой относится сообщение. Для успешной работы долговременной памяти важна семантическая близость запоминаемых элементов. Слова или речевые образцы, сгруппированные по определенным признакам, запоминаются значительно легче и прочнее, чем случайный материал. На кратковременную память влияет внешнее языковое сходство элементов.

Взаимосвязь кратковременной и долговременной памяти должна непременно учитываться в процессе обучения аудированию. Об объеме кратковременной памяти экспериментально известно, что он не может превышать 7 ± 2 единицы. Этот закон, известный в психологии под названием «магическое число семь плюс минус два», устанавливает предел для оперативной памяти в родном языке. Естественно, что в иностранном языке этот предел значительно меньше родного, и их несоответствие все более увеличивается при наличии контрастных грамматических и фонетических

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

элементов в родном и изучаемом языках. Следовательно, для целенаправленного увеличения объема оперативной памяти необходимо: проводить градацию аудиосообщений по длине и глубине составляющих их фраз, постепенно их увеличивая; использовать специально подобранную серию упражнений.

Психологическими исследованиями выявлено, что оперативная память участвует в запоминании содержательной стороны высказывания. В связи с этим лучше всего запоминаются фразы, несущие основную смысловую нагрузку, важные для содержания детали, в то время как место действия, название, даты, числа, степени, качества, сравнения запоминаются хуже всего. Учитывая избирательность оперативной памяти, необходимо проводить специальную методическую обработку текстов с целью разгрузки оперативной памяти:

- использовать зрительные опоры в виде цифр, дат, имён собственных, географических названий и т.д.
- экономить заранее с логической последовательностью сообщения через схемы, планы, рисунки.

Дальнейшая переработка и осмысливание речевого сообщения проходят с помощью долговременной памяти [13].

Аудирование на иностранном языке невозможно, если в отделах долговременной памяти не будут храниться следы слов и грамматических структур данного иностранного языка. Установлены некоторые важные закономерности долговременной памяти. При одном повторении человек может воспроизвести больше запоминаемого материала, если этот материал содержит меньше информации. Человек может воспроизвести больше символов, если одни символы появляются чаще, а другие гораздо реже. Успешность долговременной памяти зависит от характера запоминания, т.е. от его мнемосхемы.

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

Предварительная отработка аудиоматериала в виде ключевых слов, смысловых вех, компрессии помогает его лучшему запоминанию и сохранению. Привлечение данных по этимологии иностранных слов и грамматических структур, широкое использование синонимов, привлечение внимания обучающихся к редко встречающимся словам и явлениям помогает добиться хорошего усвоения этого материала.

Включение лексико-грамматического материала, подлежащего усвоению, через аудирование, в различное языковое окружение, его широкая иллюстрация будут способствовать более прочному запоминанию этого материала.

Проанализируем и такой важнейший механизм, как внутренняя речь. В ней осуществляется перевод языка на внутренний код. При осмыслении сообщения любые затруднения в понимании речи ведут к развернутой форме внутренней речи – внутреннему проговариванию. Это один ее «полюс». Второй «полюс» – это максимально свернутое внутреннее программирование. Именно так внимание распределяется при приеме информации на родном языке или при хорошем владении иностранным языком. При слабом владении иностранным языком во время приема аудиосообщения внимание обучающихся зачастую рассеивается. Причинами рассеянности внимания являются:

- неумение рационально распределять внимание внутри сообщения;
- поглощение внимания языковой формой и, как следствие, потеря смысла всего сообщения или значительные провалы в нем;
- неразвитость механизмов кратковременной памяти, ведущая к ухудшению и исчезновению внимания к данному виду деятельности;
- отсутствие интереса к этой деятельности.

Следовательно, для тренировки внимания при приеме иноязычных сообщений необходимо использовать аудиоматериалы, содержащие элементы занимательности, т.е. проблемные задания.

К аудиотекстам необходимо продумать задания на привлечение интеллекта обучающихся, широко использовать личностные задачи, ставя

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

перед обучаемыми установки на анализ и сопоставление фактов. При этом необходимо постоянно менять фокус внимания, рассматривая объект или явление аудиосообщения в разных ракурсах.

Отбирая аудиоматериал, необходимо учитывать его информативную и содержательную сторону, а также цель использования в учебном процессе. Аудиоматериал, используемый на практических занятиях по иностранному языку, должен быть актуальным, достоверным, носить образовательный и воспитательный характер, соответствовать уровню коммуникативной компетенции обучаемых [12].

Работа по формированию навыка аудирования всегда начинается с фрагментов небольшого объема профессионально-направленной информации, а также учитывается разноуровневый подход в обучении, позволяющий использовать аудиовизуальный материал различного уровня сложности [1].

Резюмируя сказанное, сделаем несколько выводов. Сложную и многоплановую деятельность аудирования обслуживает ряд психофизиологических механизмов:

- фонематического слуха, под которым понимается способность слушающего расчленить непрерывный речевой поток на звуки, различать на слух все звуки речи, относящиеся к разным фонемам, правильно соотносить воспринимаемые звуки речи с фонемами данного языка (т.е. фонологический компонент речи);

- памяти, в которой хранятся следы грамматических структур, и которая особенно необходима для дифференциации или опознания иностранных слов (фонологическая компетенция);

- внутренней речи, в которой осуществляется перевод звуковой системы на внутренний код;

- осмысливания, с помощью которого достигается определенная глубина понимания, проникновение во внутренний смысл информации, что

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

невозможно без смысловой группировки информации, выделения «смысловых точек» («вех»).

С их помощью осуществляется интеллектуальная (когнитивная) деятельность аудитора по первичному синтезу анализа и завершающему синтезу информации.

Чтобы деятельность аудирования формировалась и протекала наиболее успешно, у обучающихся недостаточно сформировать или настроить психологические механизмы процесса аудирования, необходимо также научить их совершать основные действия аудирования, т.е. обучить алгоритму аудиодейтельности, осуществляемой на основе восприятия и понимания речевого сообщения.

Более подробно остановимся на вопросе влияния звукового восприятия на понимание речи на иностранном языке. Звуковое восприятие играет важную роль в понимании речи на иностранном языке. Влияние звуков может быть двух типов: фонетическое и просодическое.

Фонетическое влияние связано с различиями в звуковых системах разных языков. Звуки, которые существуют в одном языке, могут быть отсутствовать или иметь другие варианты произношения в другом языке. Это может создавать трудности в распознавании и правильном произношении звуков иностранного языка.

Просодическое влияние связано с ритмом, интонацией, ударением и паузами в речи. Особенности просодии в разных языках могут отличаться, и неправильное восприятие или использование просодических элементов может привести к неправильному пониманию или неверной передаче смысла.

Однако, с опытом и практикой можно улучшить звуковое восприятие и понимание речи на иностранном языке. Слушание аудиоматериалов, общение с носителями языка и использование методик, направленных на тренировку фонетических и просодических навыков, могут помочь в совершенствовании восприятия и понимания иностранной речи.

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

Роль интонации, ритма и акцента в аудировании иноязычной речи является важным аспектом исследования психолингвистики. Интонация влияет на восприятие и понимание речи, поскольку она передаёт эмоциональную окраску, ударение и структуру высказывания. Слушатели могут использовать интонацию для определения эмоционального состояния говорящего, выделения ключевых слов и мелодической структуры предложений.

Ритмическая структура речи, связанная с акцентами и паузами между словами и фразами, может помочь слушателям определить структуру высказывания и выделить ключевые элементы. Ритм также может влиять на понимание фразовой и предложной структуры иноязычного текста.

Акцент в иноязычной речи относится к особенностям произношения, интонации и ритма, которые могут отличаться от нормы иностранного языка. Акцент может создавать трудности для слушателей при аудировании, особенно если он сильно отличается от их собственного языка. Однако, при достаточном опыте и практике слушатели могут приспосабливаться к различным акцентам и лучше понимать иноязычную речь.

Исследования показывают, что интонация, ритм и акцент оказывают влияние на понимание иноязычной речи. Они могут помочь слушателям в выделении ключевой информации, интерпретации смысла и понимании намерений говорящего. Однако они также могут представлять вызовы, особенно для начинающих изучать иностранный язык.

Далее остановимся подробнее на том, что же понимают под аудированием как видом речевой деятельности. В работах И.А. Зимней и А.А. Леонтьева отмечается, что аудирование как вид речевой деятельности характеризуется трехфазностью [8, 10]. Первая фаза – побудительно-мотивационная, в которой интеллектуально-познавательный мотив играет главенствующую роль. Целью аудирования становится выявление смысловых связей, осмысление услышанного. Вторая фаза – аналитико-синтетическая. По мнению исследователей, в процессе аудирования происходит несколько этапов

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

аналитико-синтетической обработки поступающего на слух речевого сообщения. Эта обработка начинается с первичного синтеза, проходит этап анализа, и завершается вторичным или полным синтезом. Анализируя аудирование как вид речевой деятельности, необходимо отметить взаимосвязь анализа и синтеза и выделение аналитико-синтетической части в аудировании.

Аналитико-синтетический уровень аудиодетальности может быть представлен алгоритмом аудиодетальности. Деятельность аудирования на уровне текста обслуживают три действия:

- действие первичной антиципации (или вероятностное прогнозирование содержания и языкового оформления аудиосообщения);
- действие информативного анализа (т.е. с целью выявления основных информативных единиц сообщения);
- завершающий синтез принятой информации, дающий законченный образ восприятия.

Остановимся несколько подробнее на каждом из перечисленных когнитивных действий аудитора.

С помощью первичной антиципации или, иными словами, вероятностного прогнозирования достигается:

- а) смысловое предугадывание хода событий и смысла текста;
- б) языковое предугадывание (языковое оформление сообщения).

Основным является смысловое предугадывание, которое заключается в том, что в процессе слушания человек, приняв первое слово фразы, уже может предположить, какое слово может с наибольшей вероятностью следовать за ним. Если выступающий, например, начинает фразу со слов: «Весь мир внимательно следит за ходом переговоров...», то слушатели в силу своего прошлого опыта и общего контекста высказывания предугадывают возможное окончание фразы «...о разоружении». Процесс прогнозирования наиболее вероятного завершения фразы, абзаца и текста в целом в значительной мере определяет скорость осмысления воспринимаемого сообщения. Очевидно, что,

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

воспринимая фразу, обучаемый основную информацию получает уже в ее начале. Так, обучающиеся, например, определяют содержание текста по заглавию, либо прослушав начало текста в компрессированном варианте, догадываются о дальнейшем содержании аудиосообщения. Преподаватель задаёт учебной группе компрессированный вариант начала текста, а затем спрашивает учащихся: «Что могло произойти дальше? Так осуществляется смысловая антиципация хода событий.

Итак, для более успешного развития и функционирования деятельности аудирования у обучающихся необходимо целенаправленно развивать умение вероятностного прогнозирования. В этом случае, для обучения действию первичной антиципации может применяться, например, такое упражнение, как «Определите содержание рассказа по заглавию».

Однако в ряде случаев прогнозирование содержания текста только по заглавию может быть неточным, а иногда и абсолютно невозможным. В таком случае преподаватель может предъявить аудиторам компрессированный вариант текста. Например: «Прослушайте текст об одной семье, которая решила купить новый красивый дом. Дом стоил очень дорого, но они думали, что смогут выплатить его стоимость по частям. Они были очень счастливы. Но вскоре поняли, что ... Продолжите рассказ». Упражнения такого типа учат смысловой антиципации. Что же касается языковой антиципации, то это могут быть задания типа: «Какие слова и выражения мог использовать автор в рассказе на данную тему?»

После первичной антиципации выступает этап информативного анализа, который является основным в деятельности аудирования. В процессе понимания текста идет воссоздание смысловых связей высказывания. Это могут быть связи и внутри предложения, и между предложениями; связи целого и части, соподчинения и подчинения, доминирования и второстепенности. Посредством анализа осуществляется смысловая организация воспринимаемого сообщения от межпонятийных связей к общему смыслу. Внутренним

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

механизмом такой организации является перекодировка за счет объединения, группировки, расчленения, выделения главного и т.д.

Исследования А.А. Смирнова, А.Н. Соколова показали, что осмысление поступающей информации всегда осуществляется за счет объединения, группировки, расчленения, выделения главного, установления эквивалентных замен. В последнем случае воспринимаемые на слух слова и словосочетания заменяются простым сигналом или наглядным образом, которые позволяют удерживать часть текста. При восстановлении текста они опять декодируются в слова-эквиваленты, сохраняющие общий смысл этой части текста. Отображенный простой сигнал или наглядный образ позволяют удержать часть текста. Вследствие этого весь текст сокращается и фиксируется, как по вехам, в этих простых сигналах. Следуя по этим фиксированным сигналам, можно заново восстановить текст. Однако, его восстановление происходит не в тех полных словах, которые были восприняты, а в эквивалентных, т.е. сохраняющих общий смысл текста. В этом и заключается понимание текста [18, 19].

По мнению В.А. Артемова наибольшая трудность в понимании текста на иностранном языке заключается в том, что испытуемому кажется, будто текст состоит из предложений: где подлежащее указывает на предмет мысли («субъект суждения»), а сказуемое сообщает об этом предмете что-то новое, указывает какой-то его существенный признак («предмет суждения»). Другая трудность состоит в ложной мысли о том, что языковой анализ текста может непосредственно привести к правильному и исчерпывающему его пониманию [2].

Понимание же текста заключается в адекватном раскрытии его смыслового содержания на основе анализа контекста произведения, контекста эпохи и подтекста и может быть представлено четырьмя уровнями.

На первом уровне слушатель понимает только то, о чем говорится в тексте, т.е. уясняет основную мысль высказывания. Это самое общее и

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

поверхностное понимание речевого сообщения. Находящийся на этом уровне понимания текста слушатель имеет самое общее представление о том, что говорится в сообщении. Он может ответить только на вопрос, о чем было сообщение. Слушатель, характеризующийся этим уровнем понимания, устанавливает в процессе восприятия, речевого сообщения только основные смысловые связи.

Второй уровень понимания характеризуется умением слушать не только то, о чем говорится в данном высказывании. Естественно, что такой слушатель строже следит за логической последовательностью сообщения, за системой аргументации, ибо он уже располагает предварительным знанием общих свойств, характеристик, соотношения событий, рассматриваемых в речевом сообщении. В процессе восприятия речевого сообщения, слушатель сопоставляет, анализирует полученную информацию, устанавливает все больше смысловых связей между тем, что он знает, что слышит в данный момент, вынося решение о том, что нового сказано в сравнении с уже ему известным [18].

Третий уровень понимания речевого сообщения характерен для человека, обладающего глубокими профессиональными знаниями в той области, которой посвящено речевое сообщение, широким кругозором и богатым жизненным опытом. Такой слушатель проникает в самую суть изложения и в определённой мере опережает ход развития мысли говорящего. На основе глубокого знания темы он оценивает во время слушания не только то, что раскрывается в изложении, но и то, как, какими средствами это достигается говорящим.

Четвёртый – высший уровень понимания характеризуется пониманием слушателем не только того, о чем, что и как сказано говорящим, но, прежде всего, пониманием основной смысл высказывания, его главную, ведущую мысль, вне зависимости от того, сформулирована она говорящим или дана в

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

подтексте. Проникновение в подтекст высказывания, понимание того, зачем, для чего это говорится, и определяет четвертый уровень высказывания.

Рассмотрев уровни понимания, перейдем к описанию основных операций информативного анализа на уровне развернутого речевого сообщения текста:

- определение абзацев, передающих основное развитие и кульминационный момент действия;
- предугадывание основного смысла;
- уточнение главной идеи аудиотекста.

Нельзя не отметить, что успешность аудиодейтельности в значительной мере зависит от некоторых лингвистических характеристик текста. Таким примером может послужить так называемые смысловые, опорные пункты текста, которые могут быть соотнесены с понятием «фактологической» цепочки слов, несущих информацию текста и выявляющих предикативные связи на уровнях микро и макропредикации. Проведенное Т.М. Дридзе исследование показало, что такая «фактологическая цепочка образует по существу тот каркас, на который как бы нанизывается текст и, который интуитивно выхватывается читателем из текста при беглом чтении». Это может быть всецело отнесено и к процессу слушания [5].

Можно сказать, что раскрытие смысловых связей, обозначаемых смысловыми пунктами или в целом фактологической цепочкой, и выявление всей предикативной структуры является основной задачей слушающего. Отсюда можно сделать вывод: если восприятие протекает по смысловым вехам, то и сами тексты, обучающие аудиодейтельности, должны максимально содействовать этому. Такой текст должен быть организован как стройное единство четко выраженных связанных между собой развернутых положений, каждое из которых является смысловым пунктом.

Другой из важнейших особенностей речевого восприятия является также более четкое и ясное удержание в сознании слушателей информации, подаваемой в начале и в конце сообщения. Многочисленные эксперименты,

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

проводимые психологами по исследованию восприятия и удержания в памяти последовательности слов и целого текста в, представляющего цепочку излагаемых фактов, показали, что и в том, и в другом случае лучше запоминаются начало и конец предъявляемого речевого материала. Слушая, например, текст, человек наиболее точно и полно воспринимает и запоминает те суждения, которое раскрывались в начале и конце текста. Такая особенность аудиодейтельности объясняется действием известного в психологии «Закона первого и последнего места», или «фактора, эффекта края» [19].

В том случае, когда главная мысль высказывания должна быть понятна из всего контекста сообщения, слушатели могут воспринять ее только в результате целенаправленного дополнительного осмысления всего того, что было ими прослушано. Это явление может быть объяснено следующим образом. Слушая высказывание, человек следит за «сцеплением» основных положений, за развитием основных событий, определяющим содержание сообщения. Для того чтобы вывести основную идею, слушателю нужно «приложить дополнительные усилия», провести вторичную обработку того, что непосредственно воспринимается. Этот процесс, естественно, требует времени и специальной установки.

Следовательно, для того чтобы облегчить слушающему выявление основного смысла, главной мысли речевого высказывания, необходимо или четко сформулировать эту мысль в самом тексте, либо выразить явно подтекстом.

Место предикации также существенно влияет на восприятие и понимание речевого высказывания. Самым высоким процентом (80%) характеризуется воспроизведение смысловой информации, переданной в начале сообщения. Соответственно, учитывая особенности воспроизведения уже сформулированной главной мысли сообщения, необходимо четко обозначить эту мысль в начале сообщения, а затем, делая заключение, еще раз обратить внимание аудиторов на те положения, при помощи которых преподаватель,

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

раскрывая, описывая, доказывая эту основную мысль. Следует еще раз подчеркнуть, что необходимым условием полноты протекания действия завершающего синтеза речевого сообщения, глубины его понимания является активная мыслительная деятельность слушающего. Сама же активная мыслительная деятельность может быть вызвана правильной постановкой проблемы обсуждения, организацией текста, манерой его преподнесения, умением сочетания индуктивного и дедуктивного способов изложения и оправдано необходимым применением наглядности.

Итак, мы рассмотрели основные операции действия информативного анализа, которые обуславливают успешность данного вида речевой деятельности и определяют его эффективность.

Выделение основной мысли речевого сообщения, умение следовать за содержанием текста по «смысловым вехам», не существует само по себе, умение оперировать перечисленными действиями должно целенаправленно развиваться у обучающихся.

Основные операции информативного анализа способствуют более успешному протеканию аудиодейтельности, поэтому обучающихся необходимо целенаправленно обучать данным действиям. Это можно сделать с помощью следующих заданий:

- определите общую тему сообщения;
- назовите абзац, передающие основное развитие действий;
- назовите основную идею аудиосообщения;
- назовите факты, подтверждающие эту идею;
- назовите детали, которые помогают раскрыть идею текста.

Завершается аудирование текста действием синтеза принятой информации. Процесс синтеза воспринимаемой информации состоит из трех операций.

Прежде всего, это компрессия, в результате которой текст воспринимается как бы по основным вехам, которые возникают в результате

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

ликвидации избыточной информации и восприятия лишь обусловленной по смыслу значимой информации. «Мы воспринимаем ... то, что запоминается нами в его полном, развёрнутом содержании и в то же время «сжимаем» его, делаем более кратким, чем оно есть на самом деле» [18, с. 116].

Таким образом, осмысление, объединение различного материала в единое смысловое целое, в смысловой кусок, с целью уменьшения количества воспринимаемых единиц с целью большей информативности информации – вот тот путь, который проходит восприятие и понимание речевого сообщения.

Важна также и передача текста собственными словами или путем интерпретации, в процессе которой работает внутренний механизм укрупнения. Результатом его является перекодировка, т.е. перевод в процессе осмысления с менее крупных на более крупные смысловые единицы. Рассматривая механизм интерпретации в связи с дискретностью смыслового восприятия, необходимо отметить, что в основе интерпретации лежит группировка, смысловая организация воспринимаемого на слух речевого сообщения. В зависимости от этого меняется «порция», «квант» обрабатываемого речевого сообщения или «шаг» смыслового восприятия. Следует также отметить, что обучающийся может и сам регулировать скорость и характер обработки смысловой информации, но при этом он должен пройти предварительную тренировку в слушании текстов разной логической и смысловой структуры.

Завершается синтез сопоставлением услышанного со своим личным опытом (интерпретацией сообщения). Процесс сопоставления воспринятого речевого сообщения со своим опытом проявляется в аудиодеятельности достаточно четко. Это происходит в силу того, что восприятие речевого сообщения, обуславливается множеством факторов: знанием языка, предмета или понятия, о котором идет речь; практикой слушания, не говоря уже об общем уровне культуры, образовании, возрасте слушающего. Все эти факторы влияют на восприятие, направляют и определяют аудиодеятельность. Так, в работе И.А. Зимней приводятся примеры, показывающие как под влиянием

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

личного опыта, люди, слыша в одно и то же время высказывание, определяют его совершенно по-разному. Эта особенность наиболее очевидно проявляется в таких случаях, когда звуковая форма почти аналогична. Например, фразы «Расскажи мне /об/ аварии», «Смотри, /тяни/ же» могут зависимости от личного опыта собеседника быть поняты или «Расскажи мне о /Баварии» и «Смотрите/ ниже». Естественно, что для того, чтобы преподаватель был правильно и точно понят обучающимися, ему необходимо точно представлять, каким может быть влияние их личного опыта на воспринимаемое речевое сообщение [8, с. 92].

От обучающегося требуется не традиционный пересказ услышанного, а определённое выстраивание собственного сообщения в подтверждение понятой главной мысли; помимо этого, пересказ не должен быть бесстрастной констатацией событий, а в обязательном порядке включать оценочный элемент услышанных событий [22].

Итак, среди рассмотренных нами операций синтеза принятой информации наиболее важным является компрессия, или сжатие аудиосообщения, смысловая группировка материала, составление плана аудиотекста. Затем слушающий соотносит новый материал с имеющимися предыдущими знаниями в этой области, со своим личным опытом, определяет свое личное отношение к услышанному, т.е. проводит интерпретацию понятой информации.

Таким образом, нами были проанализированы основные операции завершающего синтеза аудиодетальности.

Для обучения завершающему синтезу принятой информации адекватны следующие задания:

- передайте в трех-пяти фразах основное содержание текста;
- скажите, какие чувства возникали у вас при прослушивании рассказа;
- найдите в прослушанном тексте данные, свидетельствующие об отношении автора к героям;

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

- приведите аналогичные примеры из жизни или других литературных произведений;
- из числа предложенных учителем заглавий выберите лучшее, обоснуйте свой выбор.

Разумеется, выполнение заданий такого типа доступно тем обучающимся, у которых уже в достаточной степени сформированы требуемые аудиоумения и навыки. Начинать же целесообразно с самых простых и близких обучаемых описательных текстов, тематически связанных с пройденной темой. Затем можно перейти к описательным текстам, связанным с жизнью обучающихся. Описательные тексты всегда композиционно просты и лишены подтекста.

Когда же обучающиеся приобретают некоторый опыт в восприятии текста на слух, следует переходить к текстам с новой темой и новым содержанием. Объем текста увеличивается. Постепенно от описательных текстов преподаватель переходит к аудиотекстам с глубокой идеей и подтекстом. Работа с такими аудиотекстами способствует успешному решению коммуникативных, воспитательных и образовательных задач, способствует успешному решению задач аудирования.

А.В. Щеголева и Э.П. Шпальченко отмечают, что при подборе текстового и аудиоматериалов для отработки навыков чтения и понимания иноязычной речи на слух, а также при разработке устно-речевых упражнений особое внимание уделяется содержательной стороне дидактических материалов с целью отработки всей активной лексики. Разрабатываемые задания носят контекстно-ориентированный, коммуникативный характер, а упражнения развивают умения решать проблемы, что достигается при использовании технологии «погружения» в речевые ситуации, типичные для развития языковой, речевой и учебно-познавательной компетенций [23].

Современные методики преподавания, высокая информативность учебного материала и технические возможности обучения обеспечивают

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

необходимый уровень познавательной активности обучающихся. При этом, не все из них способны к самоорганизации собственной деятельности, осознанному и целенаправленному получению языковых знаний и умений. Обучающиеся с повышенной требовательностью к качеству своих знаний обладают достаточными стимулами к дальнейшему совершенствованию владения иностранным языком и готовы использовать полученные языковые знания в практической деятельности. Обучающиеся с низким уровнем мотивации в обучении чаще всего испытывают трудности в изучении иностранного языка, их познавательная активность не связана с интересом к иностранному языку для профессиональной направленности, а его использование ограничено необходимостью сдачи зачета или экзамена. Следовательно, при отборе профессионально-ориентированной иноязычной информации, а в дальнейшем при подаче учебного материала, необходимо учитывать интересы, индивидуальные особенности и уровень знаний каждого обучающегося и группы в целом, что, является одной из стратегией персонифицированного подхода в обучении [9].

Важность психологических особенностей раскрывает Е.С. Манченко, которая утверждает, что «на основании представления политико-

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

психологического или идеологического портрета, создаётся разносторонний образ личности, который складывается из фактов, явлений или событий из жизни..., отношения окружающих к убеждениям и взглядам...» [11].

Заключение

Итак, мы проанализировали основные психолингвистические особенности аудирования как вида речевой деятельности. На уровне развёрнутого аудиосообщения были выделены следующие основные действия аудирования: первичная антиципация, информативный анализ и завершающий синтез принятой информации. Каждое действие было разложено на составляющие его операции. Так, действие первичной антиципации состоит из операций языкового и смыслового прогнозирования (при ведущей роли смыслового). Второе действие – информативный анализ – является наиболее сложным и состоит из операций по: выявлению абзацев, передающих основное развитие и кульминационный момент действия; предугадыванию основного смысла; уточнению главной идеи аудиосообщения [3].

Список использованных источников

1. Анисимова, Е. С. Особенности формирования навыков аудирования при обучении иностранному языку в неязыковом вузе / Е. С. Анисимова, Л. В. Воробец // Интеграция науки и образования в системе подготовки военных специалистов: Сборник научных трудов по материалам III Всероссийской научно-практической конференции, Воронеж, 21 октября 2022 года / Отв. редактор Т.В. Ларина. Воронеж: Издательско-полиграфический центр "Научная книга". – 2022. – С. 267-272. – EDN SGQODT. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=49935198> (дата обращения 25.08.2023).
2. Артемов, В. А. Психология обучения иностранным языкам. М., 1969. – 279 с.
3. Вайсбурд, М. Л. Обучение пониманию иностранной речи на слух / М.Л. Вайсбурд. Москва: Просвещение, 2003. – 115 с.
4. Гальскова, Н. Д. Теория обучения иностранным языкам. Лингводидактика и методика учеб. пособие для студентов лингв. Ун-тов и фак. Ин. Яз. Высш. Пед. Учеб. заведения / Н. Д. Гальскова, Н. И. Гез // 3-е изд., стер. – М.: Издательский центр «Академия», 2006. – 336.
5. Дридзе, Т. М. Экспериментальное изучение проблемы информативности публицистического текста. Волгоград: Перемена, 2002. – 477 с.
6. Дудина М. Г. Аудирование как один из видов речевой деятельности в обучении английскому языку / М. Г. Дудина // Современная парадигма гуманитарных исследований: проблемы филологии и культурологии: Сборник материалов Международной научно-практической конференции, Москва, 12–13 марта 2017 года / Под общей редакцией С.Г.

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

Григоренко. – Москва: Издательство "Перо", 2018. – С. 121-123. – EDN YLYSRN. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=36326776> (дата обращения 23.09.2023).

7. Елухина, Н. В. Основные трудности аудирования и пути их преодоления // Общая методика обучения иностранным языкам. Хрестоматия. М.: Русский язык, 1991. – 358 с.

8. Зимняя, И. А. Психология обучения иностранным языкам в школе. М., 1991. – 222 с.

9. Левандровская, Н. В. Персонифицированные стратегии в обучении профессионально ориентированному иностранному языку в военном вузе / Н. В. Левандровская, Л. А. Хамула // Научное мнение. – 2019. – № 7-8. – С. 66-73. DOI 10.25807/PBH.22224378.2019.7-8.66.73. – EDN CXESXP. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=41233335> (дата обращения 30.08.2023).

10. Леонтьев, А. А. Психология общения. 2-е изд., М.: Смысл, 1997. – С. 47-59.

11. Манченко, Е. С. Портретизация американских политиков через прозвищные именованья / Е. С. Манченко / Вестник ЧГПУ. 2015. – №9. – С. 151-155. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=25378479> (дата обращения 27.08.2023).

12. Науменко, Н. П. Требования к отбору аудиоматериала и этапы работы с ним / Н. П. Науменко, С. Н. Чижикова // Теоретический и практический потенциал современной науки: сборник научных статей. Том Часть V. – Москва: Издательство "Перо", 2019. – С. 171-175. – EDN EFCIAB. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=42856790> (дата обращения 15.09.2023).

13. Невельский, П. Б. Объем памяти и количество информации / Кратковременная и долговременная память. М., 1997. – С. 19-118.

14. Осиянова, О. М. Психолингвистические особенности аудирования и их учет в формировании иноязычной коммуникативной компетенции будущего специалиста / О. М. Осиянова, Е. Г. Ксенофонтова // Мировые языки в экономике будущего: Сборник научных трудов. – Оренбург: Оренбургский государственный университет, 2021. – С. 158-162. – EDN SSWUBK. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=48085722> (дата обращения 24.09.2023).

15. Пассов, Е. И. Коммуникативный метод обучения иностранному языку. М.: Просвещение, 1991. – 223 с.

16. Синицына, И. А. Проблема мотивации учения и некоторые способы ее преодоления на занятиях по английскому языку в высших учебных заведениях / И. А. Синицына // Научные исследования и разработки. Социально-гуманитарные исследования и технологии. – 2015. – Т. 4, № 1. – С. 44-47. – DOI 10.12737/10325. – EDN TPQBMV. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=23288301> (дата обращения 27.08.2023).

17. Синицына, И. А. Психологические основы процесса изучения иностранного языка и реализация принципа индивидуального подхода / И. А. Синицына // Педагогические науки. – 2015. – № 3(72). – С. 35-36. – EDN UCMSAR. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=23876457> (дата обращения 18.08.2023).

18. Смирнов, А. А. Проблема психологии памяти. М., 1996. – 423 с.

19. Соколов, А. Н. Внутренняя речь и мышление / Автореф. докт. дис. М., 1967. – 36 с.

20. Талызина, Н. Ф. Педагогическая психология. М.: Academia, 1999. – С. 94-99.

21. Халеева, И. И. Основы теории обучения пониманию иноязычной речи: Подготовка переводчиков: диссертация ... доктора педагогических наук: 13.00.02 / Воен. ин-т. Москва: Высшая школа, 1990. – 239 с.

22. Чижикова, С. Н. Психолингвистические аспекты аудирования иноязычной речи при обучении иностранному языку / С. Н. Чижикова // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Гуманитарные науки. – 2023. – № 4-2. – С. 187-189.

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

DOI 10.37882/2223-2982.2023.4-2.37. – EDN KVVYJKB. – URL:
<https://elibrary.ru/item.asp?id=54151393> (дата обращения 28.08.2023).

23. Щеголева, А. В. Оптимизация формирования профессионально-коммуникативной компетенции при обучении авиационному английскому языку / А. В. Щеголева, Э. П. Шпальченко // Современные проблемы науки и образования. – 2021. – № 3. – С. 74. DOI 10.17513/spno.30911. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=46511512> (дата обращения 14.09.2023).

4.3. Сравнение родного и иностранного языков в контексте лингвистической подготовки русскоязычных студентов сельскохозяйственного вуза

*Уланова Ольга Борисовна,
канд. психол. наук, доцент, старший преподаватель кафедры
иностраных и русского языков, ФГБОУ ВО «Российский
государственный аграрный университет – МСХА имени К.А. Тимирязева»*

*Сергеева Наталья Анатольевна,
старший преподаватель кафедры иностранных и русского
языков, ФГБОУ ВО «Российский государственный аграрный
университет – МСХА имени К.А. Тимирязева»*

Введение

Актуальность темы обосновывается, исходя из нескольких базовых причин. Во-первых, язык может изучаться как многоаспектное явление. Мы проанализировали ряд научных статей, рассматривающих проблемы языка, в целом. Большой вклад в исследование внесла работа Юдановой В.Н. и Бармашовой Т.И., в которой язык понимается как средство и устного, и письменного общения [29]. Например, в изученной статье Юдановой В.Н. и Бармашовой Т.И. язык понимается как средство и устного, и письменного общения [29]. В свою очередь, анализ работы Даниловой М. А. и Истоминой В.В. позволил охарактеризовать общение как «многоплановый процесс» по налаживанию контактов между людьми [10, с.740]. В продолжение этой мысли мы приведём данные работы Даниловой М.А. и Истоминой В.В., в которой на основе анализа различных подходов к общению сделан вывод о том, что оно представляет собой «многоплановый процесс» по налаживанию контактов между людьми [10, с.740]. Термин «многоплановость» свидетельствует о том, что общение осуществляется во всех жизненных ситуациях, включая профессиональную деятельность, научные контакты, отдых, увлечения и общекультурное развитие.

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

В изученной работе Черняковой Н.С. язык, в общем, рассматривается в качестве материального средства выражения, хранения и передачи мыслей [26, с.161]. Актуально изучать любое явление в его взаимосвязях с другими явлениями, понятиями, концепциями и процессами. Приведённые выше определения языка позволяют осознать существующие взаимоотношения между коммуникативными и мыслительными процессами, так как выражение и передача мыслей осуществляется в речевой форме. Далее мы изучили ряд работ о мышлении (в том числе и статью Корниенко А.Ф.). Будучи наиболее сложным психическим процессом, мышление определяется в вышеуказанной статье как процесс отражения в психике человека взаимосвязей между объектами и явлениями действительности [13, с.50]. Иными словами, сложный характер мышления, с нашей точки зрения, происходит от того, что сущность данного психического процесса связана с субъективным пониманием и оценкой предметов и явлений окружающей жизни.

Большое значение для настоящего исследования имеет и работа Крюкова В.В., посвящённая характеристике языка как системы знаков, понимаемых как «репрезентанты вещей» [14, с.79]. То есть, согласно этой теории, знаками языка могут служить морфемы, слова, словосочетания, предложения и текст. При этом, согласно так называемому конструктивному подходу к языку, каждый из этих знаков может восприниматься и как конечный продукт языка, и как своеобразный строительный материал для создания более сложного продукта. Так, слово, позволяющее создать в нашем сознании образ предмета или явления, может использоваться в качестве знака для построения словосочетания. Иными словами, языковая знаковая система строится по принципу усложнения её компонентов. С целью более углублённого анализа проблематики мы изучили статью Тихомировой Н.Ф., в которой любая система понимается как совокупность взаимосвязанных элементов [23].

Системный подход к языку позволяет сделать его изучение средством развития системно-логического мышления. Для более углублённого понимания

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

этого типа мышления нами проанализирована статья Шаршова И.А. и Кузякиной А.С. По мнению авторов, системно-логическое мышление представляет собой понимается вид мышления, оперирующий понятиями, суждениями и умозаключениями с применением принципов системного анализа и законов логики [27, с.36].

Таким образом, разнообразные представления о языке служат свидетельством наличия у лингвистических дисциплин большого развивающего потенциала. То есть, исходя из разных определений понятия «язык», его можно использовать как средство речевого, коммуникативного и мыслительного развития личности.

Во-вторых, для более чёткого понимания термина «иностранный язык» мы изучили статью Вишневской Л.П. и Тимченко М.В. С точки зрения данных авторов, под иностранным языком понимается средство проникновения в «менталитет, жизнь и дух другого народа» с целью обеспечения понимания народами друг друга. [3, с.224]. В свою очередь, понимание является важным условием национальной безопасности, а также обогащения опыта между странами, развития мировой торговли в рамках международного разделения труда. Также огромное значение для нашей статьи имеет работа Эмировой А.М., посвящённая анализу разных подходов к идее родного языка. С позиций психологии автор понимает родной язык как язык, на котором личность осуществляет мыслительный процесс [28, с.116]. С точки зрения культурологии, родной язык является средством «самоидентификации с этносом» [28, с.117]. В свете прагматической лингвистики родной язык характеризуется как «функционально первый» язык [28, с.117]. В связи с этим сопоставление структуры иностранного и родного языков во многих отношениях может принести огромную пользу при овладении последним упомянутым. Кроме того, при такой организации обучения овладение иностранным языком может внести вклад и в более глубокое усвоение родного языка.

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

В-третьих, нами проанализирован ряд статей, например, работа Малых Л.М о сравнении как логической мыслительной операции, дающей возможность установить черты сходства и различия разных предметов, явлений или понятий [16, с.6]. Следовательно, сравнение позволяет решать различные задачи обучения. Первая группа задач относится к дидактическим задачам (то есть позволяющим более эффективно осуществлять процесс обучения). Сравнение нескольких объектов позволяет осуществлять их одновременное изучение, сокращая учебное время, а также глубже понять сущность каждого из них, рассматривая их не изолированно, а в тесной взаимосвязи. Вторая задача относится к развивающим задачам, то есть сравнение позволяет развивать логическое мышление студентов средствами данной учебной дисциплины.

В-четвёртых, мы приведём причины выбора русскоязычных студентов в качестве исследуемого контингента. В изученной нами статье Ковтун Л.П. приводятся разные подходы к понятию «русский язык». Так, с политической точки зрения русский язык характеризуется как язык, имеющий много официальных статусов, например, родной язык в России и Белоруссии, официальный язык в Киргизии и Казахстане, язык межнационального общения в Таджикистане [12]. С исторической точки зрения, русский язык относится к восточной группе славянских языков и индоевропейской языковой семье. То есть, сравнение системы английского языка именно с русским языком объясняется важной ролью последнего упомянутого, а также возможностью рассмотрения понятия «русский язык» с нескольких точек зрения.

Выдвинутые нами гипотезы исследования относятся к разным областям знаний. Так, *первая гипотеза* проистекает из знания и лингвистики, и культурологии. Она заключается том, что различия в системах русского и английского языков обусловлены особенностями менталитета народа, говорящего на данном языке как на родном языке. *Вторая гипотеза* нашего исследования, связанная сугубо с лингвистикой, состоит в возможности

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

повышения уровня овладения русским языком в ходе занятий по английскому языку при правильном сопоставлении систем обоих языков.

Выбор для изучения именно студентами связан с особенностями возраста. Эти особенности, выделенные в статье Донцова Д.А. и Донцовой М.В., включают в себя «глубокую рефлексия», развитое осознание собственной индивидуальности, формирование жизненных планов, «готовность к самоопределению в профессии» [7, с.38]. Данные свойства обуславливают роль студенчества как потенциала для развития общества, а также возможности этой социальной группы для овладения учебных дисциплин путём активизации их умственной деятельности.

Выбор сельского хозяйства как главного рода занятий, содержанием и методами которого овладевают исследуемые нами студенты, обусловлен несколькими причинами. Эти причины указаны в статье Давыдовой Ю.В., также проанализированной нами. Первая причина состоит в том, что, несмотря на экономические риски, с которыми сталкивается сельское хозяйство (сезонность, зависимость от погодных условий, длительность процесса производства), сельское хозяйство характеризуется низкой эластичностью спроса, так как направлено на удовлетворение потребностей населения в продуктах первой необходимости [6, с. 27]. Вторая причина заключается в том, что сельскохозяйственный сектор экономики характеризуются разнообразием, то есть, включает в себя растениеводство, животноводство, механизацию, почвоведение и т. д. Третья причина состоит в том, что сельскохозяйственные виды деятельности приводят к получению наиболее осязаемого и наглядно выраженного результата. По этим причинам, примеры конструкций английского языка, наполненные лексическими единицами сельскохозяйственной направленности, становятся наиболее понятными для студентов даже при выполнении сложных языковых заданий. Таким образом, сельское хозяйство может рассматриваться с нескольких точек зрения, как вид занятий и как сектор экономики.

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

В-пятых, с одной стороны, для нашей статьи мы выбрали термин «лингвистическая», а не просто «языковая» подготовка. Мы исходили из того, что под лингвистикой следует понимать специальную науку о языке [17]. Далее мы опирались на критерии понятия «наука», в понимание которых неоценимый вклад внесла работа Черняковой И.В. Так, наука рассматривается как «теоретическое знание об объекте», «рациональный способ познания мира, основанный на «эмпирической проверке» или доказательствах [26, с.91].

С другой стороны, в качестве одного из базовых терминов мы выдвинули понятие «подготовка», а не «образование». В статье Булкина А.П. подготовка понимается «как процесс обучения и воспитания, направленный на «выполнение человеком определённого вида деятельности» [2, с.76]. Иными словами, термин «подготовка» более практико-ориентированный и направлен на овладение умениями и навыками. Это важно в свете применения в качестве выборки нашего исследования студентов нелингвистического вуза, для которых иностранный язык служит не базовой дисциплиной, а средством решения других сугубо профессиональных задач.

В данной связи возникает *третья гипотеза* нашего исследования, согласно которой иностранный язык может являться более эффективным средством развития умений в другой нелингвистической деятельности, если овладение им будет основано на получении системных научных знаний.

Цель исследования заключается в том, чтобы сравнить системы родного (русского) и иностранного (английского) языков в контексте лингвистической подготовки студентов сельскохозяйственного вуза. Согласно формулировке темы, в качестве объекта исследования мы выделяем системы иностранного и родного языков в контексте овладения ими. Предметом же для изучения является сопоставительный анализ английского и русского языков.

В ходе нашего исследования мы решаем следующие *задачи*: уточнить определение понятий «родной» и «иностранной» язык и найти черты сходства и различия между ними; выделить аспекты для сопоставления систем

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

английского и русского языков и обосновать отбор этих аспектов; рассмотреть черты сходства и различия в языковых системах английского и русского языков по каждому аспекту; аргументировать наличие отличий в языковых системах; разработать методику обучения студентов иностранному языку путём его сопоставления с русским языком; отобрать примеры языкового материала для демонстрации черт сходства и различия в языковых системах; описать уровни развития умений сравнения систем английского и русского языков, диагностируемые на занятиях первым упомянутым языком.

Проблема нашего исследования такова: различие в системах английского и русского языков могут привести к сложностям в овладении первым упомянутым языком.

Мы разделили применяемые нами методы исследования согласно дисциплинам, в которых они используются. В рамках лингвистического анализа мы применили несколько методов. Первый метод *сравнительно-сопоставительный* – позволил нам проанализировать структуру английского и русского языков по нескольким выделенным нами аспектам. В тесной связи со сравнительно-сопоставительным методом нами был применён *метод компонентного анализа*, позволивший обнаружить признаки родства в английском и русском языках (в частности, в научной терминологии, заимствованной одним языком из другого языка).

Второй метод – метод *структурного анализа* – позволил рассмотреть английский и русский языки как системы компонентов, что позволило реализовать на практике принципы системности и целостности.

В рамках лингводидактики нами был использован метод логико-смыслового моделирования, создавший условия, с одной стороны, для разложения языковой структуры на отдельные компоненты, а, с другой стороны, для рассмотрения взаимосвязей между ними в рамках языковой системы.

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

В контексте культурологии нами были использованы элементы *культурологического анализа*, позволившего сделать некоторые заключения по поводу влияния особенностей менталитета россиян и британцев на закономерности языка как системы.

В свете лингводидактики мы применили метод *формирующего эксперимента*.

В ходе выполнения психологической части нашего исследования мы использовали метод *количественного анализа* для сопоставления подгрупп с разным уровнем овладения английским и русским языками. При этом, количественные отношения выражались и в численных, и в процентных соотношениях подгрупп внутри контрольной и экспериментальной групп, что позволило реализовать принцип объективности полученных результатов.

Таким образом, указанные методы исследования применялись нами в тесной взаимосвязи друг с другом.

Описание экспериментальной методики

В ходе применения экспериментальной методики студентам предлагалось сравнить сходные языковые явления в английские и русские языки. При этом, сопоставление происходило на одном и том же языковом материале. После осуществления сопоставления студентам экспериментальной группы предлагалось превратиться в участников игровой ситуации, представив себя в роли иностранцев, усваивающих русский язык и анализирующих его трудности. Далее выделялись аспекты языка, которые оказались в английском языке проще для усвоения, чем в русском языке. Анализируя различия в компонентах русского и английского языков, проявляемые в процессе выполнения перевода с одного на другой язык, студентам предлагалось вообразить себя в роли переводчиков или авторов научной статьи. При этом, или преподаватель, или студент с высоким языковым уровнем в игре становился «редактором», предъявляющим высокие требования к качеству языка.

Грамматика как аспект сопоставительного анализа

С целью выделения наиболее ярких примеров для сопоставительного анализа нами проанализирована статья Гусевой А.А., посвящённая понятию «грамматика». Согласно мнению данного исследователя, под грамматикой понимается «устройство языка» [5, с.2].

В качестве первого компонента этого «устройства» мы выделили словоформу. Изучив работу Ткаченко С.А. и Аликаевой Л.С., мы опирались в нашем исследовании на их понимание словоформы как «различий в структуре и функциях слов» [22, с.128]. В качестве примера студентам приводились 12 словоформ русского языка, включая шесть падежей единственного и множественного числа. В качестве примера приведём изменение слова «сенокосилка» по падежам и числам. При этом, подчёркивается, что для русского языка характерно изменение окончаний – числа: единственного (*сенокосилка*) и множественного (*сенокосилки*); падежей: родительного (*сенокосилки*, *сенокосилок*), дательного (*сенокосилке*, *сенокосилкам*). В данном случае продемонстрированная студентам особенность русского языка может быть охарактеризована как *многообразие*.

В свою очередь, английскому языку свойственно гораздо меньшее количество окончаний. Единственное окончание – это окончание *-s* имени существительного, употребляемого во множественном числе независимо от падежа и рода существительного. При работе со студентами экспериментальной группы преподаватель ссылается на данное свойство английского языка, как на *обобщённость*, выражаемую в употреблении одного и того же окончания во множественном числе независимо от других факторов (например, рода существительных). Студентам также сообщается, что аналогами падежных окончаний русского языка служат предлоги английского языка, особенно неперебиваемые на русский язык. Приведём примеры в английском языке, соответствующие разным падежам русского языка: родительного: *the frame of the mower* – рама сенокосилки; *the cutting units of the*

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

towers –режущие аппараты сенокосилок; дательного: *to provide repairs to the tower (towers)* – обеспечить ремонт сенокосилке (сенокосилкам). Очевидно, что проведение соответствий между эквивалентами одно и того же словосочетания в двух языках позволяет более эффективно понять и запомнить необходимость употребления в английском языке соответствующих предлогов. Кроме того, падежные окончания русского языка служат наглядной опорой (как звуковой, так и графической) для овладения предлогами английского языка.

Мы предположили, что наличие большого количества окончаний в русском языке может быть связано с такой особенностью русского менталитета, как широта натуры. В свою очередь, меньшее количество словоформ в английском языке может быть обусловлено такой чертой английского менталитета, как сдержанность.

Исходя из анализа, представленного в работе Фоменко Ю.В., словосочетание представляет собой «свободную комбинацию слов» [24, с.278]. В качестве примера приведём словосочетания, состоящие из определений и существительных, согласованных друг с другом в разном падеже и роде (см. табл. 1).

Таблица 1. Особенности построения словосочетания в английском и русском языках

Язык					
Русский			Английский		
Род	Падеж	Пример	Род	Соответствие падежу	Пример
Муж.	Именительный	Эклектический двигатель	Муж.	Именительному	An electric motor
	Предложный	Об электрическом двигател <u>е</u>		Предложному	About an electric motor.
Жен.	Именительный	Сельскохозяйственная техника <u>а</u>	Жен.	Именительному	Farm machinery
	Винительный	(покупать) сельскохозяйственную технику <u>у</u>		Винительному	(to buy) farm machinery

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

Согласно таблице 1, в отличие от русского языка, в английском языке у прилагательных, употребляемых в роли определений к существительным, окончания не меняются ни в зависимости от падежа, ни в зависимости от рода определяемых слов. Мы намеренно выбрали в качестве определений прилагательные, а не причастия, которые в английском языке характеризуются наличием окончаний: *-ing* у активного причастия и *-ed* у пассивного причастия, образованного от правильных глаголов. Данный пример служит доказательством большей степени простоты английского языка по сравнению с русским языком. Кроме того, свойство языка, продемонстрированное в таблице 1, мы условно назвали для студентов *точностью*. Так, мы знаем, что некоторые характеристики свойственны существительному (наличие падежей, связь с предлогом). По этой причине, наличие ряда предлогов в английском словосочетании соответствует при переводе на русский язык падежным окончаниям. При этом, в отличие от русского языка, в английском языке не происходит каких-либо изменений у прилагательных, возникающих по причине их сочетаемости с существительными в разных падежах.

Согласно традиционной теории, упомянутой в работе Морозовой И. С., под предложением понимается «соединение слов», выражающих «законченную мысль» [18, с.188]. В качестве наиболее характерной темы, связанной с построением предложений, следует считать, порядок слов. Так, студентам демонстрируется то, что английское предложение, особенно построенное по правилам научного стиля речи, предполагает определённую последовательность слов (см. табл. 2).

Таблица 2. Порядок слов английского предложения

Члены предложения:					
Главные		Второстепенные			
Подлежащее	Сказуемое	Дополнение	Обстоятельство		
			Как?	Где?	Когда?
Grain crops	had been harvested	by a new combine-harvester		from 36.5 million-hectare area	by September the 15 th

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

Один из применяемых приёмов состоит в том, что в наглядной табличной форме студентам разъясняется логика построения английского предложения, согласно которой главные члены предшествуют второстепенным членам. Мы также предположили, что такой исторически сложившийся порядок слов предложения обусловлен особенностью британского менталитета – склонностью англичан к порядку во всём.

В свою очередь, мы демонстрировали студентам экспериментальной группы, что русское предложение характеризуется вольным порядком слов. Несмотря на большую свободу выбора при построении предложения, данный аспект русского языка может представлять сложность для британских студентов в связи с различием менталитетов британца и россиянина. Мы также сообщили студентам, что порядок слов русского предложения может зависеть от его эмоционального контекста. Приведём пример из русского языка: *«Зерновые культуры убраны с площади 36, 5 миллионов гектаров новым комбайном к 15 сентября»*. Так, если у нас наибольший интерес представляет время уборки урожая, мы выносим обстоятельство времени на первое место: *«На 15 сентября зерновые культуры убраны новым комбайном с площади 36, 5 миллионов гектаров»*. В целях более полноценного понимания ситуации студентам предлагается подумать о причинах интереса к времени (например, *сегодня 12 сентября, а 15 сентября уже скоро- как можно успеть сделать столько работы?*).

В случае, когда нас поразило количество площади уборки урожая, мы выносим обстоятельство времени вперёд предложения: *«С площади 36, 5 миллионов гектаров убраны новым комбайном зерновые культуры к 15 сентября»*. Если нас интересует дополнение и определение к нему в наибольшей степени, их также можно поставить на первое место: *«Новым комбайном убраны зерновые культуры с площади 36, 5 миллионов гектаров на 15 сентября»*. Студентам экспериментальной группы также предлагалось подумать о возможных

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

причинах интереса к определению перед дополнением. Вот пример: 1) *Новый комбайн использовался первый раз, и уже показал высокую эффективность;* 2) *Новая модель комбайна до этого пока нами не использовалась;* 3) *Это экспериментальная модель комбайна.* Таким образом, мы предположили, что вольная последовательность слов русского предложения обусловлена такой чертой менталитета как эмоциональность.

Одним из приёмов, использованных нами в ходе обучения студентов экспериментальной группы, стала дискуссия по содержанию предложения, в ходе которой один студент выступал в роли защитника контента данного предложения, а другой – противоположной точки зрения, например, 1) *С площади 36, 5 или 30 миллионов гектаров убраны зерновые культуры?* 2) *К 15 или к 31 сентября они убраны?* 3) *Новый или старый комбайн достиг таких высоких результатов?* Такой приём позволил не только лучше понять причины вариативности порядка слов предложения в русском языке, но и практические аспекты такой вариативности.

Однако мы выделили и некоторые черты сходства в порядке слов в английском и русском предложении и словосочетании. В качестве примера приведём правила построения словосочетаний, в которых однородные члены предложения соединяются парными союзами сходства. Студенты учились сопоставлять русское и английское предложения для дальнейшей перестройки конструкции с одним парным союзом, употребляемым в значении сходства, на другой парный союз. Вот пример: *Tractors are subdivided into **both** wheeled **and** tracked* – *Тракторы подразделяются **как** на колёсные, **так и** на гусеничные.* Проанализировав английское предложение и его перевод на русский язык, студенты выделяли идентичность порядка расположения однородных членов предложения относительно парных союзов. Далее они получали задание переделать предложение с парным союзом *both... and...* – *как..., так и ...* на предложение с другим парным союзом... *as well as...* – *...так же, как и...* При этом, постановка троеточий в эквивалентах конструкций обоих языков

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

символизировала метаположение однородных членов относительно парных союзов. Троекочия служили студентам наглядной опорой для построения своих собственных предложений. В этом случае предложение строилось в обратном порядке— сначала на русском, потом на английском языке: *«Тракторы подразделяются на колёсные, так же, как и гусеничные» – “Tractors are subdivided into wheeled as well as tracked”*.

Задания, направленные на перестройку предложения в английском и русском языках, а также на варьирование употребления компонентов в рамках одного и того же материала позволили нам реализовать принцип динамизма.

Фразеология как раздел грамматики в контексте сопоставительного анализа английского и русского языков

Неоценимый вклад в понимание особенностей фразеологии внесли статьи Рахматуллиной Л.А. и Кирсановой М.М., изученные нами как теоретическая основа исследования. Автор понимает фразеологию как устойчивых сочетаний языка [20]. В качестве яркого примера таких сочетаний можно привести поговорки, роль которых в языке изучена нами, исходя из материала статьи Потаповой Н.А. Данный исследователь рассматривает поговорки как «устойчивые выражения, не эквивалентные суждению» и отличающиеся «недосказанностью или незавершённой, наличием только прямого смысла» [19, с. 361].

Каждый из этих фразеологизмов английского языка находит свой эквивалент в русском языке. Студентам давалось задание найти этот эквивалент. Данное задание нельзя расценивать как работу, направленную на развитие умений перевода с английского языка на русский язык. Прямой перевод с одного языка на другой язык ведёт к потере смысла пословицы. От студентов требуется найти русский аналог, чем-то похожий на английский эквивалент, а чем-то отличающийся от него.

Одно из основных качеств, развиваемых у студентов при выполнении данного вида работы, следует считать *эрудицию*. Под эрудицией понимается

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

наличие у личности разносторонних знаний и глубокой осведомлённости в различных областях. Так, являясь будущими инженерами-механиками, некоторые студенты демонстрируют знания в области культурологии- науки, изучающей культуру как социального опыта людей (в данном случае, на примере народов). Другое проявляемое в данном виде работы качество – *смекалка* – представляет собой умение быстро понять суть какого-либо предмета, фразы или явления.

Основным психическим процессом, развиваемым в данном виде работы, является *логическое мышление*. Сравнение служит важнейшей используемой в ходе выполнения данного задания логической операцией. Технология выполнения работы заключается в том, что студенты сопоставляют английский и русский вариант одной и той же поговорки, находя в них как общие слова и мысли, так и различия. Вот пример английской поговорки “*to save for a rainy day*”. Сопоставим её с возможным аналогом из русского языка: «*Копить на чёрный день*». В качестве общих слов можно выделить: *to save*– *копить*; *day*– *день*. Различие же заключается в употреблении прилагательного - определения, к слову, *day* – день. В английском языке это прилагательное “*rainy*”, а в русском языке – «*чёрный*».

Достаточно эффективным приёмом следует считать обсуждение со студентами возможных языковых различий фразеологизмов на английском языке. Вот пример проблемы для обсуждения, сформулированной в общем виде: “*Why are the attributes to the word day different in two language? Is it connected with the Russian and British people`s differences in mentality, geography, political systems, traditions of two countries?*”

Проблему можно конкретизировать вспомогательными вопросами, например, “*What kind of weather predominates in Great Britain? Where is the weather more changeable- in Great Britain or Russia? Where does it rain more often? Is it always good when it often rains? Is it good when it rains suddenly? Why do the British people often speak about weather? Do the changes in weather disturb*

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

the British people? Студенты делают вывод, отвечая на следующий вопрос: “*Why do English proverbs reflect weather problems?*”

В свою очередь, среди особенностей менталитета россиянина выделяется *эмоциональность*. Можно предположить, что прилагательное «чёрный» в отношении к дню является признаком восприятия мира в красках, с которыми могут ассоциироваться разные эмоции, такие как радость, грусть и т.д.

Мы предполагаем, что работа на сопоставление пословиц и поговорок в двух языках должна начинаться с анализа соответствующих английских и русских эквивалентов преподавателем. Далее задание выполняется студентами самостоятельно. В ходе работы поднимается проблема потребности в выполнении разных видов перевода – дословного или литературного.

**Лексикология в контексте сопоставительного анализа английского и
русского языков**

Для полноценного понимания термина «лексикология» нами изучена статья Егоровой А.А., рассматривающей лексику как совокупность слов языка и его словарный запас [8]. Мы посчитали рациональным демонстрировать студентам экспериментальной группы черты сходства и различия в употреблении лексики английского и русского языков.

С одной стороны, в качестве примера тенденции сходства приведём пример термина «*движок*», образованный от глагола «*двигаться*». Аналогичная тенденция выявляется и в английском языке, где существительное “*a mover*” произошло от глагола “*to move*”.

С другой стороны, студентам наглядно демонстрируются и различия лексических тенденций, некоторые из которых представляют собой парадоксы английского языка. Один из таких парадоксов касается различий в употреблении слова и словосочетания в двух языках. Например, в английском языке есть глагол *to harvest*, переводимый на русский язык словосочетанием из двух слов «*собирать урожай*». Хотя в английском языке присутствует существительное *yields*, переводимое на русский язык «*урожай*», оно не

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

сочетается с глаголом *to harvest*, так как обозначает не совокупность собираемых или собранных плодов, а количественную характеристику, применяемую исключительно в документации. Однако и глагол *to harvest* в английском языке требует дополнения. Примером может послужить словосочетание *to harvest crops*, переводимое на русский язык «*собирать урожай*». При этом, слово “*crops*” в своём дословном употреблении переводится на русский язык «*культурные растения*».

Таким образом, мы вносим вклад в развитие парадоксального мышления студента средствами иностранного языка. Из статьи Зильберман Т. В. мы делаем заключение о том, что парадоксальное мышление представляет собой процесс осознания противоположных свойств, предметов или явлений как «единой сущности» [9, с.10].

Указанные примеры могут быть использованы и в заданиях на подбор лексических единиц друг к другу, и в заданиях на перевод с одного языка на другой. Качественный перевод требует от студента высокого уровня развития языкового чутья.

Лексикология и фонетики в контексте сопоставления их проблематики и взаимосвязи явлений английского и русского языков

В целях изучения термина «фонетика» мы посчитали полезным обратиться к учебному пособию Беляевой М.Ю., в котором приводятся разные определения этого понятия [1]. Так, фонетикой можно назвать науку о «звуковой материи языка» [1, с.3]. Кроме того, под фонетикой можно понимать и науку об использовании «звуковой материи языка» в значащих единицах языка и речи. Второе упомянутое определение создаёт условия для установления взаимосвязей между проблематикой фонетики и лексикологии. Наличие взаимосвязей между лексикологией и фонетикой обусловлено тем, что слово имеет и лексическое значение, и особенности произношения.

В качестве важнейшей проблемы языкознания, существующей в данном аспекте, мы рассмотрели усвоение студентами экспериментальной группы

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

заимствованной лексики. Под заимствованной лексикой мы понимаем слова, перешедшие из одного языка в другой язык.

Наличие заимствованных слов может представлять собой как преимущество, так и недостаток для овладения языком. С одной стороны, мы предположили, что в плане изучения лексических значений заимствования позволяют сократить время на объяснения и пользование словарём, поскольку смысл слов понятен без дополнительных усилий. Вот пример такой лексики: *a tractor* – трактор, *a battery* – батарея, аккумулятор, *transmission* – трансмиссия. По своей фонетической природе слова английского языка могут быть похожи на соответствующие русские эквиваленты в разной степени: большей (*a tractor* – трактор) или меньшей (*a combine-harvester* – зерноуборочный комбайн). Даже при меньшей степени сходства студент быстро догадывается о значении слова, проявляя некоторую долю смекалки.

В современном дискурсе наблюдается тенденция к всё большему количеству заимствованных слов. Мы предположили, что достаточный объём такой лексики помогает студентам лучше понимать содержание английского научного или технического текста, сокращая языковой барьер между языками.

С другой стороны, произношение любого заимствованного слова адаптируется согласно правилам языка, в который оно перешло из другого языка. Это может затруднить овладение фонетикой. В качестве примера мы приведём слово *mechanics*, произносимое как [mɪ'kæniks] в английском языке, которое в русском языке произносится «механика». В данном случае, студенты часто путают звук [x] русского слова со звуком [k] английского слова. Причиной здесь служит интерференция языков, под которой понимаются негативные последствия влияния одного языка на овладение другим языком (в данном случае русского языка на английский язык). С целью решения проблемы мы предлагали студентам выписывать заимствованные слова в словарь в столбики с транскрипцией для многократной отработки произношения их вслух отдельно от всего текста. В начале студент повторяет

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

заимствованные слова, глядя на транскрипцию. Далее, закрыв транскрипцию, слово многократно произносится наизусть. После этого может обнаружиться тенденция того, что, запомнив произношение слова отдельно от текста, студент не способен правильно идентифицировать его в самом тексте и произнести. С целью решения проблемы мы предлагаем студентам подчёркивать данные слова в тексте для того, чтобы при чтении вслух, делать паузы перед заимствованными словами. Это позволяет, сконцентрировав внимание, произнести заимствованные слова правильно. Вот пример текста с подчёркиванием термина: “*Mechanics* is known as the prime and original discipline of physics”.

Другая отрицательная тенденция- засорение родного языка словами из иностранных языков. Она в большой степени наблюдалась в ходе выполнения студентами перевода с английского языка на русский язык. Студентам экспериментальной группы давались задания на подбор русскоязычных вариантов литературного перевода к терминам. Например, слово “*a device*” можно перевести на русский язык как «*прибор, устройство*», а “*hardware*” – как «*аппаратное обеспечение*». Студентам сообщается о том, что по правилам научного перевода текста в начале работы требуется раскрыть смысл термина на языке перевода, а уже потом употреблять принятый в науке англицизм. Например, термин *separation*, с лёгкостью понимаемый как «*сепарация*», на самом деле имеет смысл «*отделение*». В противном случае, студенты могут употреблять англицизмы в качестве терминов, не понимая их смысла.

Употребление англицизмов типа «*компьютер*», «*инженерия*», «*трактор*» требуется в тех случаях, когда более русскоязычный термин: 1) слишком объёмен и некомпактен для восприятия; 2) хуже отражает отличительные признаки понятия, чем англицизм; 3) устарел и не употребляется.

Орфография как аспект сопоставительного анализа в её взаимосвязях с фонетикой

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

С позиций Кузнецовой О.Г., под орфографией можно понимать науку, анализирующую правила «единообразного написания морфем» [15, с.4]. Нами выбрано данное определение, так как оно предоставляет возможность сравнения закономерностей (в том числе и межъязыковых).

На ранней ступени обучения языку студент овладевает алфавитом. При этом, рационально сравнивать буквы английского и русского языков. В результате такого сопоставления мы разделили буквы на несколько групп: 1) буквы со сходным наименованием и написанием (*C* [si:], *K* [keI], *O* [əU]); 2) буквы с полностью идентичным наименованием и написанием (*M* [əm]); 3) буквы с идентичным наименованием, но разным написанием (*I*- *E* [i:], *Φ*-*F* [əf]); 4) буквы английского алфавита, похожие на буквы русского алфавита, но имеющие другие наименования в английском языке (например, *B* [bi:], *E* [i:]).

Обучая студентов распознаванию букв, рационально сравнивать их с русским языком. При этом, черты полного сходства полезны для сопоставления букв и соответствующих звуков в словах. Например, слово *mower* произносится [ˈməʊə], а слово *hopper* [ˈhɒpə]. При этом, сходные по написанию и звукопроизношению буквы следует выделять с помощью подчёркивания.

Черты, как сходства, так и различия букв в написании и произношении соответствующих звуков также обсуждались со студентами экспериментальной группы на английском языке. Вот пример фрагмента такой беседы: “*Does English letter “A” look the same as Russian letter «А»?*”

Сопоставление звуковой структуры английского и русского языков предполагало выявление звуков, отсутствующих в русском языке, однако, имеющих некоторые черты сходства с русскими звуками. В качестве примера приведём межзубные звуки английского языка – [θ] и [ð]. При этом, по просьбе преподавателя студенты сопоставляю их с соответствующими звуками русского языка [з] и [с]. Выполнение такого задания помогает обратить

Профессиональная коммуникация в полиязычном пространстве: междисциплинарный подход

внимание на проблемные аспекты звукопроизношения, чтобы избежать ошибок.

Анализ исследования

В нашем исследовании, проведённом на базе института механики и энергетики имени В.П. Горячкина, приняли участие две группы: ДМ №116 как экспериментальная группа и ДМ № 115 как контрольная группа. Занятия в группе ДМ № 115 проводились по разработанной нами экспериментальной методике, в рамках которой мы организовали обучение иностранному (английскому) языку путём сопоставления его с родным (русским) языком.

Студенты группы ДМ № 116 проходили обучение на занятиях английским языком по разработанной нами экспериментальной методике, в ходе которой черты сходства и различия между двумя языками – русским и английским - наглядно демонстрировал сам преподаватель. После этого преподаватель делал выводы о большей или меньшей сложности того или иного материала одного языка по сравнению с другим языком.

Далее сами студенты экспериментальной группы осуществляли сравнительный анализ, на основе которого делались самостоятельные выводы [27]. Работа шла по всем основным языковым аспектам. При этом, некоторые темы относились исключительно к одному аспекту работы. Так, например, сопоставление порядка слов английского и русского предложений относится к грамматике. Другие вопросы для сравнения имели комплексный характер. Например, сравнительный анализ букв и звуков двух языков способствовал овладению и орфографией, и фонетикой. Последний упомянутый аспект касается сопоставления написания букв и звукопроизношения.

Занятия же в группе ДМ № 115 проводились по традиционной методике. Студенты осуществляли перевод текстового материала с русского на английский язык, а также с английского на русский язык без какого-либо специального сопоставления языковых явлений.

Результаты исследования

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

Для более эффективной интерпретации результатов исследования нами были выделены уровни развития у студентов умений сравнительного анализа английского и русского языков. Студенты, находящиеся на *высоком* уровне, успешно осуществляли сопоставление по всем выделяемым аспектам- и по просьбе преподавателя, и самостоятельно. При этом, студенты обнаруживали взаимосвязи между несколькими аспектами во всех рассматриваемых случаях. Выделяемые черты различия и сходства между системами обоих языков во всех случаях вносили существенный вклад в овладение каждой из них. Студенты на *хорошем* уровне сопоставляли языки почти по всем выделяемым аспектам по просьбе преподавателя. Возможные взаимосвязи между аспектами обнаруживались в большинстве случаев. Выделяемые черты различия и сходства между системами обоих языков почти всегда вносили вклад в усвоение каждого из них. Студенты на *удовлетворительном* уровне в некоторых случаях осуществляли сопоставление систем английского и русского языков только по просьбе преподавателя. Они оказывались неспособными к обнаружению взаимосвязей между несколькими языковыми аспектами обоих языков. Особенности сходства и различия языков выделялись только теоретически, что мало влияло на практическое овладение обоими языками. Студенты, находящиеся на *неудовлетворительном* уровне, оказались неспособными к какому- либо сопоставлению систем английского и русского языков.

Полученные результаты исследования представлены в таблице 3. По причине различия общего количества студентов в группах ДМ № 115 и ДМ № 116 мы представили данные, выраженные и в количестве студентов, и в процентных соотношениях. При этом, погрешность в подсчётах составила 0,01 % для группы ДМ № 115.

Таблица 3. Результаты исследования

Группа	Общее количество студентов	Уровни (количество человек):			
		Выс.	Хор.	Удовлетв.	Неудовлетв.

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

ДМ № 116	18	14	3	1	-
		Уровни (процентные соотношения студентов)			
		77, 77	16, 67	5, 55	-
ДМ № 115	12	Уровни (количество человек):			
		-	2	7	3
		Уровни (процентные соотношения студентов)			
-	16, 66	58, 33	25		

Заключение

Отметим, что результаты исследования позволяют дать обоснование возможности овладения иностранным и родным языком одновременно в их взаимном обогащении по всем основным лингвистическим аспектам, что в свою очередь позволило сформулировать название дисциплины как «лингвистическая подготовка», а не «иностраный язык». В работе также приведены рекомендации по организации занятий, направленных на овладение иностранным и родным языками при осуществлении их сравнительного анализа, что безусловно может указывать на практический характер применения результатов проведенного исследования.

Список использованных источников

1. Беляева, М. Ю. Фонетика : учебное пособие для студентов бакалавриата, обучающихся по направлению 44.03.01 Педагогическое образование (профиль подготовки – Филологическое образование) очной формы обучения / М. Ю. Беляева ; Филиал ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет» в г. Славянске-на-Кубани. – Краснодар: Экоинвест, 2019. – 108 с. – ISBN 978-5-94215-491-2. – EDN AESOQZ. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=41657662> (дата обращения: 05.11.2023).
2. Булкин, А. П. Вопросы жизни, или образование и подготовка (от статьи Н.И.Пирогова до Закона РФ "Об образовании") / А. П. Булкин // Педагогика. – 2013. – № 10. – С. 14-25. – EDN RUXNOH. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=21153632> (дата обращения: 12.11.2023).
3. Вишневская, Л. П. Иностраный язык как феномен национальной культуры и путь к межкультурному пониманию / Л. П. Вишневская, М. В. Тимченко // Мир науки, культуры, образования. – 2019. – № 1(74). – С. 223-225. – EDN ZCBTMT. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=37247388> (дата обращения: 18.10.2023).
4. Гнездилова, Е. В. Методика преподавания истории зарубежной литературы в вузе: проблемы и решения / Е. В. Гнездилова, А. А. Зайцев // Гуманитарные науки и образование. – 2019. – Т. 10, № 1(37). – С. 43-48. – EDN ZDXXRZ. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=37353199> (дата обращения: 19.09.2023).

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

5. Гусева, А. А. Что такое грамматика? (Грамматика как философская проблема) / А. А. Гусева // *Вох. Философский журнал*. – 2014. – № 16. – С. 185-195. – EDN TАСЕМН. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=22578432> (дата обращения: 04.09.2023).
6. Давыдова, Ю.В. Особенности сельского хозяйства, влияющие на эффективность сельскохозяйственного производства/ Ю.В. Давыдова // *Международный научно-исследовательский журнал*. – 2016. – № 6 (48). – DOI: 10.18454/IRL.2016.48.041. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=26182313> (дата обращения: 19.08.2023).
7. Донцов, Д. А. Психологические особенности юношеского (студенческого) возраста / Д. А. Донцов, М. В. Донцова // *Образовательные технологии (г. Москва)*. – 2013. – № 2. – С. 34-42. – EDN QCRVAX. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=19132898> (дата обращения: 01.09.2023).
8. Егорова, А. А. К вопросу определения лексики и стилистики / А. А. Егорова // *Сервис plus*. – 2021. – Т. 15, № 2. – С. 62-72. – DOI 10.24412/2413-693X-2021-2-62-72. – EDN NMEPJF. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=45714137> (дата обращения: 04.10.2023).
9. Зильберман, Т. В. Роль парадоксального стиля мышления в формировании пост-неклассической стратегии исследования / Т. В. Зильберман // *Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета*. – 2014. – № 97. – С. 1174-1185. – EDN SDCEGL. URL : <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=21527372> (дата обращения: 28.09.2023).
10. Истомина, В. В. Сущность понятия «общение» в психолого-педагогической литературе / В. В. Истомина, М. А. Данилова. Сущность понятия «общение» в психолого-педагогической литературе. // *Форум молодых учёных*. – 2016. – № 2 (30). – С. 738 – 744. URL: <https://sciup.org/140285850> (дата обращения: 28.08.2023).
11. Кирсанова, М. М. Прагматическая интерпретация игры со словами в устойчивых сочетаниях (на материале современных французских публицистических текстов) / М. М. Кирсанова // *Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика*. – 2021. – № 1. – С. 49-57. – DOI 10.18384/2310-712X-2021-1-49-57. – EDN YMVKCM. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=44884124> (дата обращения: 02.10.2023).
12. Ковтун, Л. В. Русский язык в мировом языковом пространстве / Л. В. Ковтун // *Вестник славянских культур*. – 2016. – № 2(40). – С. 144-153. – EDN WAGMWR. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?edn=wagmwr> (дата обращения: 04.10.2023).
13. Корниенко, А. Ф. Сущность процессов мышления и мыслительной деятельности / А. Ф. Корниенко // *Научный диалог*. – 2013. – № 4(16). – С. 49-62. – EDN QAZXUF. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=19055749> (дата обращения: 04.10.2023).
14. Крюков, В. В. Язык как знаковая система и ценность общения / В. В. Крюков // *Идеи и идеалы*. – 2016. – Т. 1, № 4(30). – С. 78-85. – DOI 10.17212/2075-0862-2016-4.1-78-85. – EDN XENSXN. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=27534082> (дата обращения 01.10.2023).
15. Кузнецова, О. Г. Принцип орфографии и типы написаний [Электронный ресурс] / О. Г. Кузнецова // *Лингвистическая теория русской орфографии и методика её преподавания: сборник научных статей / под ред. В. М. Бельдяна; Омск. гос. пед. ун-т*. – Омск, 2000. – С. 118-129. URL: <https://repo.nspu.ru/handle/nspu/3065> (дата обращения 06.10.2023).
16. Малых, Л. М. Сравнение как логическая основа обыденного и научного познания / Л. М. Малых // *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика*. – 2014. – № 2. – С. 5-14. – EDN SCEPCD. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=21485922> (дата обращения 30 .09.2023).
17. Мингулова, Н. Б. Что такое лингвистика / Н. Б. Мингулова // *Экономика и социум*. – 2019. – № 4(59). – С. 510-512. – EDN OYEQQI. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?edn=oyeqqi> (дата обращения 08 .08.2023).

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

18. Морозова, И. С. Высказывания о предложении (или предложения по высказыванию) / И. С. Морозова // Историческая и социально-образовательная мысль. – 2013. – № 2. – С. 188-195. – EDN QAQXNL. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=19039913> (дата обращения 08.08.2023).
19. Потапова, Н. А. Анализ понятий «пословица» и «поговорка» в современной лингвистике/ Н. А. Потапова // Мир науки, культуры, образования – 2016. – № 6 (61) – С.358– 361. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=27652389> (дата обращения 01.09.2023).
20. Рахматуллина, Л. А. Фразеологизм как основная единица фразеологии / Л. А. Рахматуллина // Цифровая наука. – 2020. – № 11. – С. 57-68. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/frazeologizm-kak-osnovnaya-edinitsa-frazeologii> (дата обращения 04.10.2023).
21. Сергеева, Н. А. Балльно-рейтинговая система оценивания как средство стимулирования самостоятельной работы магистрантов / Н. А. Сергеева, Н. А. Яковлева // Электротехнологии и электрооборудование в АПК. – 2019. – № 2(35). – С. 125-130. – EDN TMAZVQ. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=39134860> (дата обращения 05.10.2023).
22. Ткаченко, С. А. "Словоформа" в лингвистике и в трудах Российских и зарубежных лингвистов / С. А. Ткаченко, Л. С. Аликаева // Балтийский гуманитарный журнал. – 2018. – Т. 7, № 4(25). – С. 127-130. – EDN YTHOEX. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=36746024> (дата обращения 15.09.2023).
23. Тихомирова, Н. Ф. Системный подход: сущность, становление и развитие / Н. Ф. Тихомирова // Вестник Донецкого национального университета. Серия Б: Гуманитарные науки. – 2019. – № 4. – С. 147-152. – EDN OISQIV. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42615221> (дата обращения 06.10.2023).
24. Фоменко, Ю. В. Словосочетания или правила сочетания слов? / Ю. В. Фоменко // Вестник Омского университета. – 2012. – № 3(65). – С. 277-282. – EDN PGKTIV. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=18115133> (дата обращения 06.10.2023).
25. Черникова, И. В. Природа науки и критерии научности / И. В. Черникова // Гуманитарный вектор. – 2012. – № 3(31). – С. 89-97. – EDN OZPOGP. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=17803694> (дата обращения 06.10.2023).
26. Чернякова, Н. С. Язык как форма мышления и феномен культуры / Н. С. Чернякова // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2016. – № 8-2. – С. 161-163. – EDN WILPEJ. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=26524967> (дата обращения 06.10.2023).
27. Шаршов, И. А. Сущность системно-логического мышления в условиях профильного обучения / И. А. Шаршов, А. С. Кузякина // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2018. – Т. 23, № 174. – С. 35-41. – DOI 10.20310/1810-0201-2018-23-174-35-41. – EDN XSDDSH. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=35194056> (дата обращения 06.10.2023).
28. Эмирова, А. М. Родной язык как базовая категория «Концепции преподавания родных языков народов РФ» / А. М. Эмирова // Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Филологические науки. – 2023. – Т. 9, № 1. – С. 114-121. – EDN ELUIUQ. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=50768972> (дата обращения 04.09.2023).
29. Юрданова, В. Н. Коммуникативная роль языка в пространстве бытия человека / В. Н. Юрданова, Т. И. Бармашова // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2013. – № 2. – С. 24-29. – EDN PJFACV. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=20269042> (дата обращения 04.09.2023).
30. Alipichev, A. Y. Independent research activity of MSc and PhD students: Case-study of the development of academic skills in FFL classes / A. Y. Alipichev, O. V. Takanova // XLinguae.

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

– 2020. – Vol. 13, No. 1. – P. 237-252. – DOI 10.18355/XL.2020.13.01.18. – EDN GWWWHF.
URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=43243325> (дата обращения 08. 09.2023).

Научное электронное издание

Коллектив авторов

**ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ
В ПОЛИЯЗЫЧНОМ ПРОСТРАНСТВЕ:
МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЙ ПОДХОД**

Монография

Под общей редакцией А.А. Зайцева

Редакторы – Р.В. Агаджанян, Е.С. Манченко, Н.А. Сергеева, С.Н. Чижикова,

Компьютерная верстка – Н.А. Сергеева

ФГБОУ ВО «Российский государственный аграрный университет –

МСХА имени К.А. Тимирязева»

Редакционно-издательский центр

127434, г. Москва, ул. Тимирязевская, 49