

От образования к профессионализму через коммуникативные практики

From Education to Professionalism through Communicative Practices

DOI: 10.12737/2587-9103-2024-13-2-5-6



Л.М. Гончарова

Канд. филол. наук, доцент,
Государственный институт русского языка
имени А.С. Пушкина,
Россия, 17485, г. Москва, ул. Академика Волгина, 6;
зав. каф. сервиса и бизнес-коммуникаций,
Российский новый университет,
105005, Россия, Москва, ул. Радио, д. 22
e-mail: lmg2015@yandex.ru

L.M. Goncharova

Candidate of Philology, Associate Professor,
Pushkin State Russian Language Institute,
6, Academician Volgin St., Moscow, 17485, Russia;
Head of the Department of Service and Business
Communications,
Russian New University,
22, Radio St., Moscow, 105005, Russia,
e-mail: lmg2015@yandex.ru

Аннотация. В слове главного редактора обозначаются ключевые научные аспекты публикаций текущего номера, отмечается актуальность исследований коммуникативных практик, осуществляющихся в различных сферах человеческой деятельности.

Ключевые слова: речевая коммуникация, коммуникация и образование, профессиональная коммуникация, межкультурная коммуникация, политический дискурс, бизнес-коммуникация.

Abstract. The words of the editor-in-chief indicate the key scientific aspects of the publications in the current issue and note the relevance of research into communicative practices carried out in various spheres of human activity.

Keywords: speech communication, communication and education, professional communication, intercultural communication, political discourse, business communication.

Ведущие темы этого номера определила образовательная проблематика и созвучные с ней идеи коммуникации в профессиональной среде: в сфере переводоведения, бизнеса, политики и массмедиа. Действительно, подготовка кадров определяет развитие многих отраслей в будущем. Специалисты работают над совершенствованием образовательных технологий, создают новые программы и методики, делятся с коллегами собственными наработками. Молодые исследователи работают в русле воспитавших их научных школ, поддерживая своих Учителей и следуя традициям академической науки. Эта тенденция стала лейтмотивом данного номера.

В разделе «Межкультурная коммуникация: анализ, сопоставление, перевод» опубликована статья, посвященная аспектам специальной подготовки переводчиков к работе с текстами, содержащими культурологические компоненты, и также созданию на культурологической основе передовой методики конструирования культурно-переводческого продукта для адекватной передачи смысла лингвокультурологических единиц. Материалы исследования — это результаты работы деятельности клуба переводчиков на факультете международных отношений Белорусского государственного университета (Т.И. Макаревич).

В разделе «Коммуникативистика и образование» затрагиваются проблемы технологии, методологии и методики обучения. Это вопросы разработки тео-

рии и практики формирования коммуникативных компетенций, различные аспекты обучения языкам:

- разработка методики оценки коммуникативных компетенций взрослых носителей русского языка (Т.В. Романова, В.А. Куликова, М.А. Климова);
- практические возможности интеграции мультимедийных технологий в образовательную среду среднего профессионального образования и внедрения учебно-методических инноваций для интенсификации процессов профессиональной подготовки будущих специалистов (Н.М. Романенко, О.Н. Ряго);
- практика преподавания языков детям и использование мультфильмов в качестве цифрового образовательного ресурса (на примере обучения бурятскому языку) (О.А. Дареева);
- причины возникновения трудностей и ошибок у студентов из Хорватии в овладении лексическим строем инославянского языка, среди которых проблема подмены значений лексических единиц в русском языке словами родного языка, обусловленной межъязыковой или языковой паронимией (А. Залович).

В разделе «Профессиональная коммуникация» представлена необычная тема: это проблема внедрения в нашу человеческую коммуникацию искусственного интеллекта. В статье «Терминология цифрового мира в свете коммуникативистики» рассма-

триваются особенности функционирования языковой модели *ChatGPT*. Обученная человеком, данная модель способна общаться с пользователями, создавая впечатление полноценной коммуникации, наглядно демонстрируя, что обмен информацией может происходить не только между людьми, но и между человеком и машиной. Авторы рассуждают о радикальных изменениях, которые складываются в обществе, приводят к смене парадигм и формированию нового мышления и его воплощения в языке. В работе представлена терминосистема, раскрывающая сущность и функции языковой модели *ChatGPT* (А.П. Миньяр-Белоручева, П.И. Сергиенко).

В рубрике «Политическая коммуникация» читаем статьи на животрепещущие темы, посвященные современному мироустройству и актуальной политической ситуации. Представленные исследования отражают коммуникативную и политическую картину мира на основе анализа СМК. Как бы ни хотелось нам видеть окружающий нас мир гармоничным и спокойным, действительность вносит свои коррективы, которые мы не можем не замечать, а авторы фиксируют их на языковом уровне. Так, в статьях коллег изложены итоги проведенных (нередко многолетних) исследований:

- в результате пятилетнего изучения составлен пул продуктивных концептуальных метафор, используемых для создания образа Ирака в региональных СМИ Германии, на основе которого дан анализ характеристик, приносимых журналистами в создаваемый ими портрет страны (М. Аль-Хафаджи, Л.Н. Ребрина);
- рассмотрению коммуникативных особенностей и функций образных единиц в различных жанрах медиатизированного политического дискурса: политических ток-шоу, политических интервью и интернет-текстах политиков — посвящена статья китайской коллеги (Ц. Тань).

Рубрику «Имиджевая, рекламная и бизнес-коммуникация» составили работы, посвященные трансформации современных PR-текстов и выполняемым

ими функциям в современном социуме. В частности, речь идет о реализации концепции социально ответственной коммуникации, которая позволяет бизнесу увеличить материальные и нематериальные активы: укрепить публичный капитал, доверие государства и общества, улучшить имидж и репутацию, развивать бренд и увеличивать прибыль (Л.М. Семенова). Вторая статья этой рубрики рассматривает оценочность в PR-дискурсе, которую «лидеры мнений» различного социального статуса используют как типовую коммуникативную стратегию для формирования общественного мнения о персоналиях и связанных с ними компаниях (на материале жанра PR-биографий) (Ю.Б. Бондаренко, И.В. Ковтуненко).

Все представленные работы, напрямую связанные с вопросами обучения или позволяющие использовать исследования в преподавательской практике, как и всегда, отражают коммуникативные процессы, происходящие в современном социуме, фиксируют актуальные темы и создают пространство для обсуждения.

Желаю всем коллегам продуктивного прочтения и успешной работы! Надеемся, материалы, представленные в нашем журнале, помогут Вам в научно-исследовательской и практической деятельности!

С уважением,
главный редактор *Л.М. Гончарова*