



УДК 159.9.:811

© В. М. Давыдов, Т. Ю. Якуба, 2007

ПРОЦЕСС ФОРМИРОВАНИЯ ГЛОССАРИЯ У БУДУЩИХ СПЕЦИАЛИСТОВ

Давыдов В. М. – д-р техн. наук, проф., завкафедрой «Технологическая информатика и информационные системы»; *Якуба Т. Ю.* – замдиректора научной библиотеки (ТОГУ)

В рамках информационного образовательного пространства стоит задача социализации будущего специалиста через изучение и осмысление профессиональных терминов, которые являются вербализованным результатом профессионального мышления, средством ориентации в профессиональной сфере и важнейшим элементом профессиональной коммуникации и адаптации.

Within the framework of informational educational space there is a problem of socializing future specialists through learning and comprehending the professional terms that are the verbal result of professional thought, means of orientation in the professional field and the major element of professional communication and adaptation.

В рамках социального института образования стоит задача формирования профессионального глоссария у будущего специалиста. Профессиональное языковое образование становится основой интеллектуального развития и саморазвития личности ее готовности к продуктивной деятельности в обществе, так как вооружает личность инструментом для получения знаний и самореализации в социуме. Сегодня российское общество столкнулось с проблемой нахлынувшего потока иноязычной терминологии. Освоение которой, как и классификацией и толкованием, занялись специалисты на уровне государственных программ. Ставится задача по внедрению этих программ и в образовательное пространство.

Профессиональный язык рассматривается как «когнитивный процесс, осуществляемый в коммуникативной деятельности и обеспечиваемый особыми когнитивными структурами и механизмами в человеческом мозгу. В профессиональном языке объективируются результа-

ты познавательной деятельности людей. Познавательная деятельность отдельного человека, осуществляемые им процессы восприятия, категоризации и концептуализации объектов находятся в тесной зависимости от накопленного индивидуумом опыта и во многом определяются им. Обнаруживается зависимость значения от восприятия и восприятия от категоризации, а также влияние опыта на узнавание объектов и их категоризацию. Различия в опыте ведут к различиям в знании, а через них – к разным картинам мира. Совокупности профессиональных терминов рассматриваются с точки зрения теории познания как результат когнитивной деятельности специалиста. Сфера профессиональной деятельности обслуживается специальным языком – языком профессиональной коммуникации. Терминология составляет ядро языка профессиональной коммуникации. Термин как когнитивно-коммуникативная единица знаковой природы «задает программу деятельности и поведения» участникам профессиональной коммуникации. Специфика профессиональных терминов как номинативных знаков заключается в том, что они создаются для обозначения предметов, явлений, отношений, коммуникативно и когнитивно значимых лишь в особом пространстве – пространстве той или иной профессиональной деятельности» [1]. Социальный институт образования – важный момент в процессе формирования и функционирования языка профессиональной коммуникации. Способ общения не только отражает мир идентичности и социальные взаимоотношения, но, напротив, играет активную роль в его создании и изменении.

Поскольку в ядро лексикона человека входят имена существительные, преобладающее большинство отобранных для эксперимента категорий (терминов) – имена существительные, в меньшей степени представлены имена прилагательные и глаголы, а также словосочетания, которые составляют 31% от всего объема отобранного материала (всего 71 единица). Таким образом, объем представленных в исследовании терминов составил 49 единиц. Словосочетаний – 22. Методика проведения обследования представлена следующими этапами:

1. Формирование основной задачи статистического обследования.
2. Сбор информации по специальностям университета.
 - 2.1. Анализ отчетной документации, компьютерных баз данных.
 - 2.2. Анализ и синтез полученной информации.
 - 2.3. Неформальные беседы со специалистами и студентами разных специальностей.
3. Анализ внешней информации.
 - 3.1. Сбор информации из следующих источников:
 - периодических изданий государственных, отраслевых и коммерческих структур;



- компьютерных баз данных;
- рекламно-информационных сборников;
- материалов, конференций и симпозиумов.
- 3.2. Проверка достоверности полученной информации за счет непосредственных контактов со студентами.
- 3.3. Подготовка и апробация анкеты (разработка анкет, подбор специальностей и групп и т. п.).
- 4. Получение первичной информации.
 - 4.1. Выбор методов сбора информации и формирование механизма постоянного обновления информации.
 - 4.2. Сбор информации с помощью анкетирования.
- 5. Анализ и систематизация собираемой информации.
 - 5.1. Анализ полученных данных.
 - 5.2. Поиск основных закономерностей.
 - 5.3. Разработка рекомендаций по совершенствованию организации учебного процесса с целью повышения качества подготовки специалистов по инновационно-экономической деятельности.

В работе объектом исследования явились студенты технико-экономических специальностей с 1-го по 5-й курс Тихоокеанского государственного университета трех институтов: информационных технологий, экономики и управления, дальневосточного автодорожного института. Все информанты подбирались по следующим трем критериям:

- 1) русский язык является для них родным;
- 2) они имеют среднее образование, полученное в учебных заведениях с преподаванием всех предметов на русском языке;
- 3) они являются жителями России.

Исследуя лингвистически-коммуникативную компетентность будущих специалистов в области инноватики и экономики, были отобраны информанты с учетом следующих факторов: возраста, специальности, курса обучения, пола, места проживания до поступления в вуз, поскольку именно эти характеристики накладывают отпечаток на языковое поведение человека. С учетом особенностей обучающихся в университете (ТОГУ), испытуемые были разбиты на три группы: 1-я группа – 1–2-е курсы (17–18 лет); 2-я группа – 3–4 курсы (19–20 лет); 3-я группа – 5-й курс (21–23 года).

Число испытуемых по группам: 1-я – 150 человек; 2-я – 135 человек; 3-я – 126 человек. Изучению были подвергнуты 29 181 реакция, полученная в ходе эксперимента.

Материалом исследования послужила группа заимствованных терминов, активно используемых в профессиональном языке совре-



менных специалистов в таких сферах, как экономика, производство, новые технологии. Иноязычные категории отбирались из толковых словарей различной тематики методом случайной выборки [1–5]. Каждый из испытуемых должен был объяснить значение 71 предложенного термина: 1 – аудитор; 2 – базисные инновации; 3 – банкомат; 4 – бартер; 5 – бенчмаркинг; 6 – бизнес-план; 7 – брифинг; 8 – брокерский; 9 – венчурные фонды; 10 – грант; 11 – девальвация; 12 – демографические факторы; 13 – деноминация; 14 – детерминанта; 15 – дефолт; 16 – диверсификация инновационной деятельности; 17 – дилер; 18 – дисконт; 19 – импичмент; 20 – индифферентный; 21 – инжиниринг; 22 – инноватика; 23 – инноватор; 24 – инновационная деятельность; 25 – инновационная сфера; 26 – инновационный менеджмент; 27 – инновационный процесс; 28 – инновация; 29 – интеллектуальная собственность; 30 – интрапренер; 31 – кластер; 32 – консалтинг; 33 – консолидация; 34 – консорциум; 35 – копирайт; 36 – лизинг; 37 – ликвидный; 38 – лицензия; 39 – лоббировать; 40 – маркетинг новых продуктов; 41 – менеджмент инновационным процессом; 42 – новация; 43 – ноу-хау; 44 – оффшорный; 45 – паблик-релейшнз; 46 – партисипативная инновационная организация; 47 – патент; 48 – позиционирование; 49 – презентация; 50 – прецедентный; 51 – приоритет; 52 – прогноз; 53 – реинжиниринг бизнеса; 54 – ресурсы; 55 – сертификат; 56 – телеологический подход; 57 – технология; 58 – технополис; 59 – трансферт риска; 60 – трансферт технологий; 61 – феноменологическая модель; 62 – фрустрация; 63 – футурозоны; 64 – холдинг; 65 – чартер; 66 – штандорт; 67 – эдхократическая инновационная организация; 68 – экспертиза научно-технических и инновационных программ; 69 – электорат; 70 – эмерджентный; 71 – японская модель инновационного процесса.

Количество реакций, полученных на данную выборку слов, можно считать достаточным для достоверных выводов.

Целью исследования является определение специфики употребления и выявления стратегий процесса идентификации и адаптации значения инновационных и экономических терминов информантами в зависимости от социально-психологических характеристик.

Для достижения поставленной цели были решены следующие задачи:

- 1) выделены способы объяснения иноязычных инновационных и экономических терминов с учетом их стереотипного и профессионального использования людьми, объединенными в определенные социальные и биологические общности;
- 2) вычленены минимальные единицы плана содержания в объяснении иноязычных категорий, предъявленных испытуемым;



- 3) сопоставлены и выявлены степень «знания» и «употребления иноязычных терминов» различными группами информантов;
- 4) проведен анализ различных факторов, влияющих на владения иноязычными терминами различными группами информантов.

На рис. 1–3 представлен уровень знаний иноязычных терминов студентами 1-3 групп. Число правильных ответов составляет: 1-я группа – 58,9 %; 2-я группа – 68,0 %; 3-я группа – 74,3 %; всего – 66,6 %. При этом число с правильными ответами более 80,0 % составляет: 1-я группа – 12; 2-я группа – 20; 3-я группа – 35; всего – 17. Число слов с правильными ответами менее 50,0 % составляет: 1-я группа – 22; 2-я группа – 11; 3-я группа – 12; всего – 13.

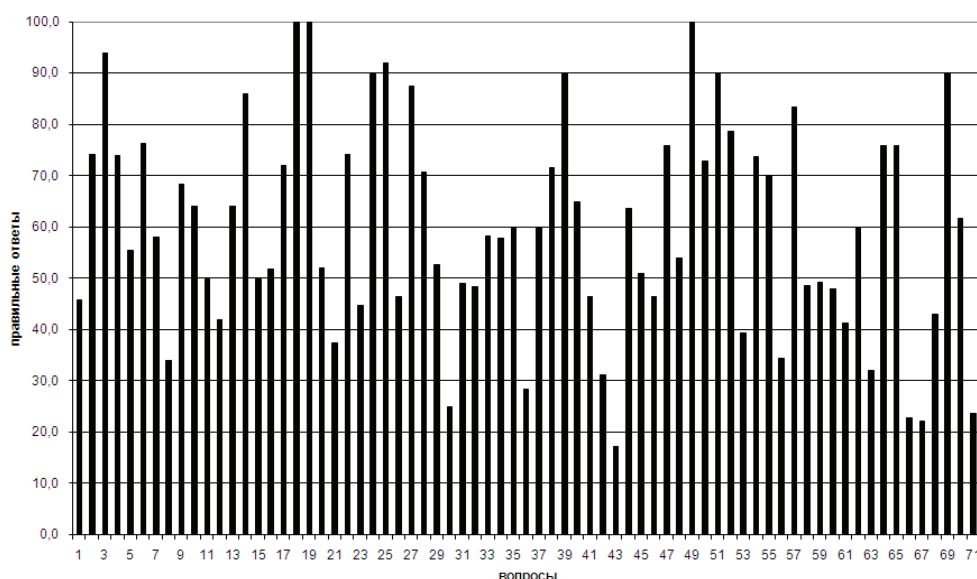


Рис. 1. Уровень знаний инновационно-экономических терминов студентами 1-й группы

Наблюдается отчетливая тенденция – число правильных ответов увеличивается с возрастом информантов и их курса обучения в вузе. На рис. 1 представлен уровень знаний иноязычных терминов студентами 1-й группы. Из рисунка видно, что меньше 30,0 % правильных ответов получено на слова: интрапренер (25,0 %), лизинг (28,3 %), ноухау (17,2 %), штандорт (22,8 %), эдохократическая инновационная организация (22,2 %), японская модель инновационного процесса (23,7 %).

Студенты первого курса, приехавшие в Хабаровск из других районов, имеют число правильных ответы меньше, чем их сверстники из Хабаровска. Эти различия на старших курсах стираются.

На рис. 2 представлен уровень знаний иноязычных терминов студентами 2-й группы. Как видно из рисунка, меньше 30,0 % правильных ответов получено на одно слово инноватор (22,2 %).

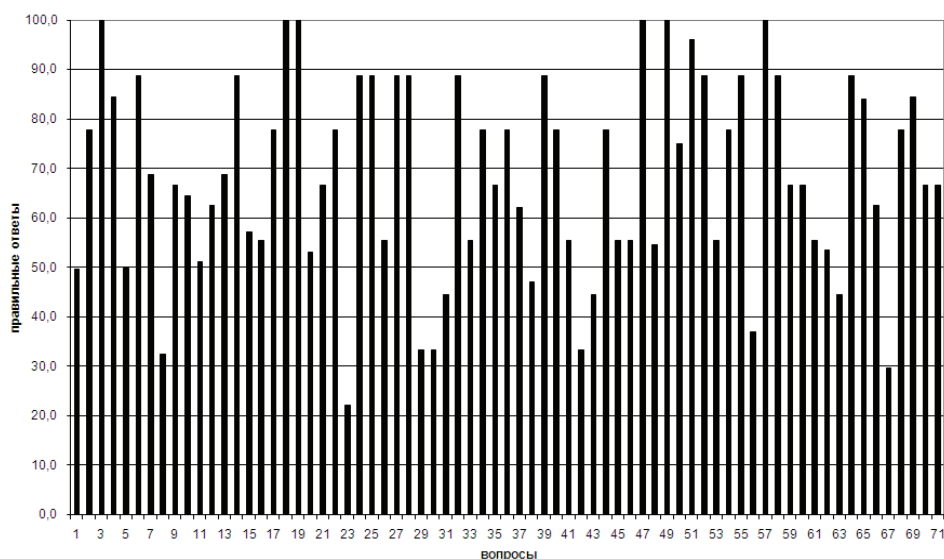


Рис. 2. Уровень знаний инновационно-экономических терминов студентами 2-й группы

На рис. 3 представлен уровень знаний студентами 3-й группы. Как видно из рисунка, меньше 30,0 % правильных ответов нет.

Большой интерес представляет срез знаний по экономике и инноватике. Как известно, выпуск специалистов по инноватике начат меньше 10 лет назад. Новые термины прочно входят в практику. Поэтому весьма интересно сравнить уровень знаний студентов первых лет подготовки и следующих после них.

Число правильных ответов по всем иноязычным инновационным терминам оставляет: 1-я группа – 51,6 %; 2-я группа – 60,7 %; 3-я группа – 67,6 %; всего – 59,5 %. При этом число слов с правильными ответами более 80,0 % составляет: 1-я группа – 4; 2-я группа – 6; 3-я группа – 10; всего – 5. Число слов с правильными ответами менее 50,0 % составляет: 1-я группа – 17; 2-я группа – 10; 3-я группа – 9; всего – 11.

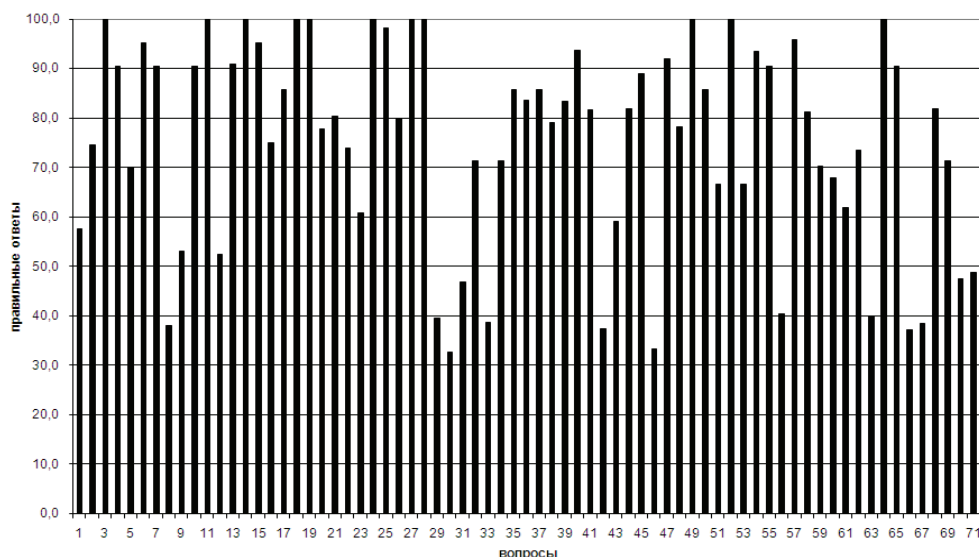


Рис. 3. Уровень знаний инновационно-экономических терминов студентами 3-й группы

Наблюдается отчетливая тенденция, что число правильных ответов увеличивается с возрастом информантов и их курса обучения в вузе. Наибольшее затруднение вызвали у информантов следующие иноязычные термины: инноватор (43,5 %), интеллектуальная собственность (42,6 %), интрапренер (30,3 %), кластер (47,0 %), новация (33,8%), ноу-хау (38,8 %), партисипативная инновационная организация (44,8 %), телеологический подход (37,1 %), футурозоны (38,4 %), эдхократическая инновационная организация (30,0 %), японская модель инновационного процесса (44,4 %).

Число правильных ответов по всем иноязычным экономическим терминам составляет: 1-я группа – 62,3 %; 2-я группа – 72,1 %; 3-я группа – 79,4 %; всего – 70,7 %. При этом число слов с правильными ответами более 80,0 % составляет: 1-я группа – 4; 2-я группа – 12; 3-я группа – 20; всего – 11. Число слов с правильными ответами менее 50,0 % составляет: 1-я группа – 8; 2-я группа – 2; 3-я группа – 3; всего – 2. Наибольшее затруднение вызвали у информантов следующие иноязычные категории: брокерский (34,8 %), штандорт (38,5 %).

Как видно из приведенных данных, с новыми терминами в области инноватики студенты знакомы гораздо меньше, чем в области техники и экономики. Это объясняется тем, что технико-экономические термины чаще встречаются в СМИ, популярной литературе. Поэтому информированность респондентов вполне закономерна.



Необходимо отметить, что в анкетах некоторые иноязычные термины имеют от 1 до 3 предложенных правильных ответов, но очень редко в ответах респондентов можно встретить 2 или 3 правильных ответа, что свидетельствует о стереотипности мышления информантов.

Анализ экспериментального материала позволил подойти к решению таких проблем, как проблема усвоения иноязычных категорий, синергетических принципов формирования словарного запаса будущих специалистов с высшим образованием, понимания и использования иноязычных категорий будущими специалистами, профессионального языка будущего специалиста как инструмента социализации и адаптации молодого специалиста на производстве.

При рассмотрении языковой системы с помощью моделирования можно делать выводы о социально-психологических параметрах личности и наоборот. Кроме того, результаты могут быть использованы на семинарских занятиях по экономике, менеджменту, инноватике, технологиям, современным производствам для студентов различных специальностей университета.

Результаты исследования позволяют вести целенаправленную работу по формированию программ и методик обучения для определенных групп.

Итак, профессиональная адаптация учащихся проходит ряд ступеней. Одна из них – овладение профессиональной терминологией, правильным техническим языком, что «укрепляет интерес к профессии и способствует в дальнейшем самообразованию. Совокупности профессиональных терминов рассматриваются с точки зрения теории познания, как результат когнитивной деятельности специалиста. Теоретической основой данного подхода является положение о деятельности, социализирующей природе языка, в соответствии с которым язык рассматривается как когнитивный процесс, осуществляемый в коммуникативной деятельности и обеспечиваемый особыми когнитивными структурами и механизмами в человеческом мозгу. Как известно, в языке объективируются результаты познавательной деятельности людей. Познавательная деятельность отдельного человека, осуществляемые им процессы восприятия, категоризации и концептуализации объектов находятся в тесной зависимости от накопленного индивидуумом (или шире – социальной группой, в состав которой он входит) опыта и во многом определяются им. В частности, обнаруживается зависимость значения от восприятия и восприятия от категоризации, а также влияние опыта на узнавание объектов и их категоризацию. Различия в опыте ведут к различиям в знании, а через них – к разным картинам мира» [1]. В данном эксперименте мы показали, какого рода опыт закреплён в профессиональном термине: «если в основе информации,



объективированной средствами общеупотребительного языка, лежит разнообразный опыт взаимодействия людей друг с другом и со средой, не замкнутый рамками одной профессии или полученный вне профессии, то термины в первую очередь являются оязыковленной информацией, полученной в результате опыта взаимодействия человека с предметным и виртуальным миром в процессе конкретной профессиональной деятельности. Специфика профессиональных терминов как номинативных знаков заключается в том, что они создаются для обозначения предметов, явлений, отношений, коммуникативно и когнитивно значимых лишь в особом пространстве – пространстве той или иной профессиональной деятельности. В широком смысле сфера профессиональной деятельности обслуживается специальным языком – языком профессиональной коммуникации. Терминология составляет ядро языка профессиональной коммуникации. Социальный институт образования – важный момент в процессе формирования и функционирования языка профессиональной коммуникации. Важнейшее условие овладения профессией – усвоение определенного количества информации о присущих данной области предметах, процессах и отношениях. Значимость термина при этом чрезвычайно велика, ибо термин как когнитивно-коммуникативная единица знаковой природы «задает программу деятельности и поведения» участникам профессиональной коммуникации. Таким образом, в термине органично воплощена связь с профессиональным знанием и профессиональной деятельностью» [1].

Проведенные исследования позволяют сделать следующие обобщения:

- выбор того или иного языкового варианта толкований инновационных и технико-экономических терминов, заимствованных из иностранных слов, зависит от следующих социальных признаков говорящих: возраста, уровня образования, социального положения, места, где прошло детство, места наиболее длительного жительства и др.;

- расхождение в ответах среди лиц мужского и женского пола незначительно. В некоторых случаях женщины отвечают чаще на поставленные вопросы «не знаю», в то же время лица мужского пола пытаются выбрать вариант методом случайной выборки. Отчетливо наблюдаются возрастные и образовательные отличия в степени владения иноязычными категориями;

- частота употребления иноязычных терминов связана с местом проживания учащихся. Особенно это видно на первом курсе. К пятому курсу эти различия выравниваются. Анализ результатов исследования показал, что способы объяснения иноязычных категорий отражают социальные, психологические и биологические особенности характеристик носителей языка;



- к последнему курсу обучения в вузе ситуация меняется. Наблюдается тенденция к спаду уровня знаний в области иноязычных терминов. Студенты заканчивая освоение общеобразовательных дисциплин, фундаментальных наук и переходят к освоению знаний по специальности. По многим объективным причинам студенты не могут обновлять терминологический аппарат с той скоростью, с какой это происходит в постоянно меняющемся информационном мире и в экономическом пространстве в эпоху глобализации и интеграции. Производственная практика решает эту проблему лишь частично, сталкиваясь в реальности со слабой подготовкой студентов в изучаемой нами области;

- предложенная методика объяснения иноязычных терминов позволяет своевременно корректировать различного вида занятия с целью подготовки высококвалифицированных и конкурентоспособных специалистов для современного рынка труда;

- анализ рынка труда показал, что работодатели формируют из молодых специалистов высоко профессиональных работников на своем предприятии от 6 месяцев до 1,5 лет. «Социализировать, будущих специалистов, – высказывают работодатели свою точку зрения, – задача вузов».

Библиографические ссылки

1. Голованова Е. И. Лингвистическая интерпритация термина: когнитивно-коммуникативный подход // Известия Урал. гос. ун-та. – 2004. № 33.
2. *Большой энциклопедический словарь* / гл. ред. А. М. Прохоров. 2-е изд.; перераб. и доп. М.; СПб., 1999.
3. Крысин Л. П. Толковый словарь иноязычных слов. М., 1998.
4. Мокиенко В.М., Никитина Т. Г. Толковый словарь Совдепии. М., 2005.
5. *Современный словарь иностранных слов*. М., 2000.
6. Уэбстер Ф. Теории информационного общества / М., 2004.