

ЗНАЧЕНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ТЕЗАУРУСА ПРИ ОБУЧЕНИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ РЕЧИ БАКАЛАВРОВ В ОБЛАСТИ РЕКЛАМЫ И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Обосновывается необходимость формирования грамотной и профессиональной коммуникации для студентов направления подготовки «Реклама и связи с общественностью». Отмечается, что формирование коммуникативных способностей студентов должно опираться на научный стиль речи с использованием специальной научной терминологии. Рассматривается роль профессионального тезауруса как одного из основных компонентов образования, его значение при формировании профессиональной языковой картины мира будущего специалиста в области массовой коммуникации.

Ключевые слова: *тезаурус, реклама, связи с общественностью, профессиональная речь, коммуникация.*

Направление подготовки «Реклама и связи с общественностью» является относительно новым в системе российского образования. Хорошие специалисты в данной области в первую очередь должны владеть коммуникативными навыками, умением взаимодействовать с людьми, представляющими различные группы интересов. В связи с этим представляется необходимым при обучении студентов особое внимание уделять формированию коммуникативных навыков, где значительную роль будет играть профессиональный тезаурус как основа профессиональной речи. Специфика профессиональной деятельности специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью заключается в постоянном деятельном контакте с другими людьми, определяется знаниями и умениями коммуникативного характера, связанными с организацией и осуществлением делового и межличностного общения, поэтому профессиональная речевая культура является для него одним из важнейших элементов общей профессиональной компетентности.

Цель работы – выявить особенности профессионального тезауруса как фактора профессиональной компетентности бакалавра в области рекламы и связи с общественностью.

Согласно требованиям государственного образовательного стандарта, в языковую компетенцию студента входит общее владение языком и владение лексико-грамматическим материалом, актуальным для профессионально ориентированной речевой деятельности каждого конкретного обучающегося. Существенным является также владение стратегией и тактикой выбора лексического материала (тематические группы, родовидовые отношения, концепты, инсайты, фреймы, прототипы, специфические выражения рекламистов), используемого в учебной, учебно-научной и профессиональной деятельности.

По мнению А. П. Бабушкина, отражение мыслительных процессов (понятийный тезаурус) и их особенностей вербализуется в языке, что, по сути,

обозначает языковой тезаурус. В рамках тематической группы языкового тезауруса выделяют разные типы семантической связи. Важнейшей из них является иерархическая связь по линии род–вид между обозначениями родового и видового понятий [1].

Иерархическая связь родовидовых отношений фактически отражает иерархию представления знаний по принципу включения одного понятия в более широкое. В родовидовых отношениях языкового тезауруса и его тематических рядах отражается иерархичность человеческого знания – понятийный тезаурус. Таким образом степень сформированности профессиональной картины мира у обучающегося зависит от взаимообусловленности иерархий языкового и понятийного тезаурусов.

Ранее уже отмечалось значение тезауруса как одного из основных компонентов образования бакалавров в области массовых коммуникаций. Под тезаурусом мы будем понимать профессиональный лексический словарь, в котором представлены семантические отношения между языковыми единицами, где структурной основой служит иерархическая система понятий, обеспечивающая поиск смыслов к языковым единицам [2].

В сфере профессиональной деятельности, рекламы и связи с общественностью компетентным специалистам необходимо свободное владение профессиональными специфическими терминами и понятиями, что является необходимым условием эффективной коммуникации как в индивидуальном общении, так и с целевой аудиторией, а также при проведении различных исследований [3].

Следовательно, в процессе обучения необходимо акцентировать внимание студентов на овладение специфическими языковыми средствами, обслуживающими язык науки, кодировать свою и декодировать коммуникативную программу автора информации, уметь извлечь ее, интерпретировать и выразить в устной или письменной форме. Методическую работу с базовым учебным текстом с соответствующим набором языковых единиц и одно-

типных синтаксических конструкций рассматривать как условие осмысления студентом структуры научного текста. Предпосылками отбора учебных текстов, типовых и творческих заданий, соответствующих принципам социального заказа, дидактическим принципам обучения профессиональной речи является учет квалификационных характеристик будущего выпускника данного информативно-образовательного поля обучения.

Таким образом, гипертекст направления подготовки бакалавров в области рекламы и связи с общественностью определяется посредством информативно-образовательной среды, что непосредственно влияет на информативное базовое речевое поле, тезаурусную основу речевой подготовки бакалавров в процессе обучения.

Реализуя язык в речи, говорящий не просто производит высказывания, а выражает соответствующее понятие и выполняет определенные коммуникативные функции.

Профессиональный тезаурус в виде минимального лексического материала для обучения, представленный в виде ассоциативных рядов коммуникативно значимых единиц, а также в виде лингвистической характеристики, приближает моделируемую ситуацию к реальной деятельности обучаемых, способствует повышению коммуникативной мотивации. Осознавая свою принадлежность к профессиональному сообществу, в т. ч. благодаря использованию специальной терминологии, у студентов появляется потребность в улучшении собственных коммуникативных навыков и, соответственно, повышается общая мотивация к обучению.

Сложности овладения профессиональной речью объясняются наличием системных связей всех языковых уровней (фонетического, интонационного, грамматического) в профессиональном слове, а также характеристиками неязыкового, когнитивного характера, единицами которого являются понятия, идеи, концепты, складывающиеся у каждой языковой личности в упорядоченную систематизированную «картину мира», что предполагает расширение значения и переход к знаниям, а значит, охватывает когнитивную сферу личности через уровни языка, через процессы речевой деятельности – процессы говорения и понимания [4, 5].

Исходя из вышесказанного, профессиональную модель тезауруса можно рассматривать в трех аспектах, а именно: тезаурус – одноязычный словарь (профессионально организованная система слов и выражений); тезаурус – информационно-поисковый язык (это связи между профессиональными лексическими единицами, родовидовые отношения, т. е. тематические ряды); тезаурус рассматривается как система представлений, знаний человека о профессиональной картине мира.

Безусловно, сформировать профессиональный тезаурус как элемент речевой коммуникации достаточно сложно, так как его основной смысл базируется не на знании определенных терминов и выражений, а в данном случае на формировании умений выделять мотивы и установки личности, представляющей определенное профессиональное общество. Для выхода на когнитивный уровень профессиональной языковой личности необходимо освоить практически весь набор профессиональных знаний о профессиональной картине мира [4, 6].

Умение грамотно выстраивать коммуникацию для специалиста в области рекламы является одним из наиболее значимых качеств. Для реализации данного умения необходима четкая опора на профессиональную картину мира, поэтому при подготовке будущего члена сообщества рекламистов, способного активно участвовать в профессиональной коммуникации, нужно обеспечить взаимосвязь между формируемым тезаурусом и профессиональной языковой картиной мира.

В качестве примера приведем данные контент-анализа одного из базовых учебников в области теории и практики связи с общественностью С. М. Емельянова на выявление частоты встречаемости базового термина «связи с общественностью» [7]. Было установлено, что данный термин встречается в учебнике 1081 раз в различных вариантах, что подтверждает интенсивную насыщенность текста учебника специальными терминами, выражающими понятия (табл.).

Таблица

Частота встречаемости термина в учебнике С. М. Емельянова «Теория и практика связи с общественностью. Вводный курс»

| Термин, понятие | Кол-во слов в тексте | Кол-во стр. в источнике | Частота термина (на стр. текста) |
|-------------------------|----------------------|-------------------------|----------------------------------|
| Связи с общественностью | 229 | 240 | 0,90 |
| Паблик рилейшнз | 318 | 240 | 1,30 |
| Public relations | 19 | 240 | 0,08 |
| PR | 515 | 240 | 2,10 |
| Общее | 1 081 | 240 | 4,50 |

Таким образом, частота встречаемости данного термина в учебнике, а также наличие разночтений – большого количества дефиниций (по оценке отечественных исследователей, существует более 1 000 определений понятия «связи с общественностью») создает предпосылки сложности усвоения базовых терминов в области рекламы и связи с общественностью.

Профессиональная языковая картина мира должна непосредственно взаимодействовать с профессиональным тезаурусом человека, что предопределяет

уровень организации его профессиональных знаний и степень его компетентности. Все это означает, что для понимания той или иной фразы или текста человек должен соотнести свой профессиональный тезаурус со своими профессиональными знаниями, что в совокупности соответствует содержанию его профессиональной картины мира. Условием успешности процесса понимания является знание терминологического аппарата и примерное знание семантики слов (лексических единиц) при дальнейшем их соотнесении с нужными элементами профессионального тезауруса.

Отсюда очевидна необходимость дифференциации понятий «уровень усвоения профессионального кода» и «уровень развития прежде всего через категории профессионального языкового сознания профессиональной речевой деятельности», направленного на проникновение в концептуальные системы носителей профессионального языка [8].

От студентов-выпускников направления подготовки «Реклама и связи с общественностью» требуется реализация профессионального тезауруса как языковой системы в речемыслительной деятельности, предполагающей все виды преобразований – языковые, грамматические, когнитивные, которые соответствуют коммуникативным качествам культуры речи: правильности (соблюдение норм орфоэпии, орфографии, грамматики), точности, логичности, доступности, богатству и разнообразию, реализующимся на прагматическом уровне структуры языковой личности.

Анализ и обобщение вышесказанного позволили составить структуру профессионального тезауруса (рис.).

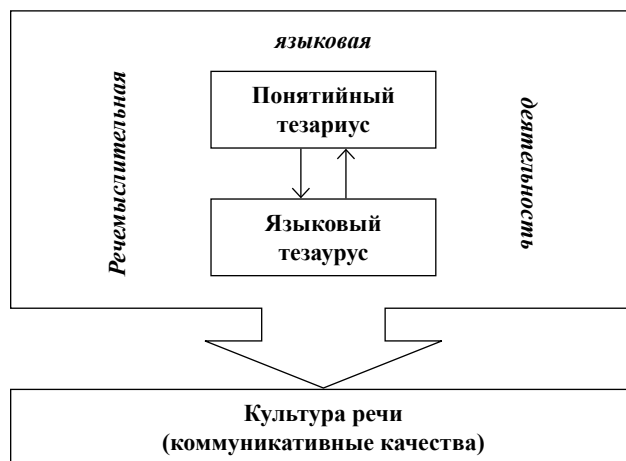


Рис. Структура профессионального тезауруса

Таким образом, для более успешного формирования профессионального тезауруса у студентов такого направления подготовки, как «Реклама и связи с общественностью», необходимо обратить внимание на формирование межпредметных связей в рамках организации учебного процесса по предмету «Русский язык и культура речи» и предметов специализации («Теория и практика рекламы», «Теория и практика связи с общественностью», «Основы теории коммуникации» и др.). Использование межпредметных связей позволит студенту накопить определенный языковой материал, более полно сформировать собственный профессиональный тезаурус и обеспечить переход к реализации профессионального тезауруса посредством коммуникативных качеств культуры речи в рамках будущей профессиональной коммуникации.

Список литературы

1. Бабушкин А. П. Типы концептов в лексико-фразеологической семантике языка. Воронеж, 1996. 104 с.
2. Ушакова Т. Н. Понятие языкового сознания и структура рече-мысле-языковой системы // Языковое сознание: теоретические и прикладные аспекты: сб. под редакцией Н. В. Уфимцевой. М.–Барнаул: Изд-во Алтайского ун-та, 2004. С. 6–17.
3. Паутов А. Д., Валитова Н. Р. Современный уровень разработанности профессионального тезауруса в сфере связей с общественностью в физкультурно-спортивной отрасли // Физкультурное образование Сибири: научно-метод. журнал. 2014. № 2. С. 28–30.
4. Саяхова Л. Г. Языковая картина мира и проблема систематизации лексики в современной словарной форме // Российский гуманитарный журнал. 2013. Т. 2. № 4. С. 368–374.
5. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. М., ЛКИ, УРСС Эдиториал, 2010. 264 с.
6. Колшанский Г. В. Объективная картина мира в познании и языке. М., 2010. 128 с.
7. Емельянов С. М. Теория и практика связей с общественностью. Вводный курс. СПб., 2005. 240 с.
8. Валитова Н. Р. Воспитание профессиональной языковой личности на основе формирования профессионального тезауруса специалиста в области физической культуры и спорта // Теория и практика физической культуры. 2007. № 8. С. 51–54.

Валитова Н. Р., кандидат педагогических наук, доцент.

Сибирский государственный университет физической культуры и спорта.

Ул. Масленникова, 144, Омск, Россия, 644009.

E-mail: Lg@inbox.ru

Паутов А. Д., кандидат исторических наук, доцент.

Сибирский государственный университет физической культуры и спорта.

Ул. Масленникова, 144, Омск, Россия, 644009.

E-mail: alexiy9000@rambler.ru

Материал поступил в редакцию 18.02.2016.

N. R. Valitova, A. D. Pautov

IMPORTANCE OF PROFESSIONAL THESAURUS WHILE ADS AND PR BACHELORS' TRAINING

The article presents the grounding for the necessity of competent and professional communication for students of the training areas "Advertising and public relations". It is noted that the formation of students' communicative abilities should be based on the scientific style of speech using special scientific terminology. The role of the professional thesaurus as a major educational component, its importance in the formation of a professional linguistic world of the future expert in the field of mass communication is considered. Professional language picture of the world is to interact with the professional student's thesaurus. It predetermines the level of his professional knowledge and the extent of his competence. All this means that to understand this or that phrase or text, a person must put it through his professional thesaurus, relate to his professional knowledge and find an appropriate place of its contents in a professional picture of the world.

Key words: *thesaurus, advertising, public relations, professional speech communication.*

References

1. Babushkin A. P. *Tipy kontseptov v leksiko-frazeologicheskoy semantike yazyka* [Types of concepts in lexical-phraseological semantics of the language]. Voronezh, 1996. 104 p. (in Russian).
2. Ushakova T. N. Ponyatiye yazykovogo soznaniya i struktura reche-mysle-yazykovoy sistemy [The concept and structure of the language consciousness speech-thought-language system]. *Yazykovoye soznaniye: teoreticheskiye i prikladnye aspekty. Sb. pod redaktsiey N. V. Ufimtsevoy* [Language consciousness: theoretical and applied aspects: collection edited by N. V. Ufimtseva]. Moscow – Barnaul: Izd-vo Alt. Un-ta Publ., 2004. Pp. 6–17 (in Russian).
3. Pautov A. D., Valitova N. R. Sovremennyy uroven' razrabotannosti professional'nogo tezaurusa v sfere svyazey s obshchestvennost'yu v fizkul'turno-sportivnoy otrasli [The present level of elaboration of the professional thesaurus in the field of public relations in sports and sports industry]. *Fizkul'turnoye obrazovaniye Sibiri: nauchno-metodicheskiy zhurnal – Sports Education in Siberia: Scientific Methodical Journal*, 2014, no. 2, pp. 28–30 (in Russian).
4. Sayakhova L. G. Yazykovaya kartina mira i problema sistematzatsii leksiki v sovremennoy slovarnoy forme [Linguistic picture of the world and the problem of systematization of vocabulary in modern dictionary form]. *Rossiyskiy gumanitarnyy zhurnal – Russian Humane Journal*, 2013, vol. 2, no. 4, pp. 368–374 (in Russian).
5. Karaulov Y. N. *Russkiy yazyk i yazykovaya lichnost'* [Russian language and linguistic identity]. Moscow, LKI, Editorial URSS Publ., 2010. 264 p. (in Russian).
6. Kolshansky G. V. *Ob'ektivnaya kartina mira v poznanii i yazyke* [An objective picture of the world in knowledge and language]. Moscow, 2010. 128 p. (in Russian).
7. Emel'yanov S. M. *Teoriya i praktika svyazey s obshchestvennost'yu. Vvodnyy kurs* [Theory and practice of public relations. Introductory course]. SPb., 2005. 240 p. (in Russian).
8. Valitova N. R. Vospitaniye professional'noy yazykovoy lichnosti na osnove formirovaniya professional'nogo tezaurusa spetsialista v oblasti fizicheskoy kul'tury i sporta [Education of professional language person on the basis of formation of professional thesaurus expert in the field of physical culture and sport]. *Teoriya i praktika fizicheskoy kul'tury* [Theory and practice of physical culture]. Moscow, 2007, no. 8. pp.51–54 (in Russian).

Valitova N. R.

Siberian State University of Physical Culture and Sports.

Ul. Maslennikova, 144, Omsk, Russia, 644009.

E-mail: Lg@inbox.ru

Pautov A. D.

Siberian State University of Physical Culture and Sports.

Ul. Maslennikova, 144, Omsk, Russia, 644009.

E-mail: alexiy9000@rambler.ru