

КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИЯ ПОНЯТИЯ «БИЗНЕС» В ПРОЦЕССЕ ПРЕПОДАВАНИЯ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА В НЕЯЗЫКОВОМ ВУЗЕ

А.Л. Морозова¹, Т.А. Костюкова²

*¹Московский государственный институт международных отношений
(университет)*

*МИД Российской Федерации, Одинцовский филиал
Российская Федерация, 143007, Московская обл., г. Одинцово,
ул. Ново-Спортивная, 3
E-mail: ilg04@yandex.ru*

*²Национальный исследовательский Томский государственный университет
Российская Федерация, 634050, г. Томск, пр. Ленина, 36
E-mail: kostyкова@inbox.ru*

Аннотация

Рассматривается проблема концептуализации лексемы «бизнес» в процессе преподавания иностранного языка на примере МГИМО, Одинцовский филиал (Московская область). Изучаются вопросы концептуализации содержания образования в процессе изучения неродного языка обучающимися неязыковых направлений подготовки в условиях реализации текущего Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования 3++ (уровень бакалавриата, магистратуры), реализуемых в образовательном процессе образовательных организаций, подведомственных Министерству иностранных дел Российской Федерации. Описываются способы работы с концептом и разрабатывается алгоритм работы, который был успешно апробирован на базе института. Анализируются материалы предлагаемого исследования, которыми выступили национальный корпус английского языка, аутентичные учебники и учебные сайты. Данные материалы позволяют обучающимся всесторонне и многопланово изучить концепт «бизнес», а преподавателям – актуализировать содержание образования. Коммуникативная направленность процесса изучения неродного языка способствует проведению всестороннего анализа данного концепта с точки зрения родной культуры и культуры изучаемого языка. Предложены принципы конструирования образовательного процесса по предмету: 1) изучение с первого семестра практико-ориентированных устных тем с учетом специфики исследуемого концепта; 2) диалогизация процесса практико-ориентированного общения на неродном языке в ходе изучения кон-

¹ Морозова Анна Леонидовна, кандидат педагогических наук, доцент кафедры «Английский язык».

² Костюкова Татьяна Анатольевна, доктор педагогических наук, профессор кафедры «Общая и педагогическая психология».

цепта; 3) реализация научно-исследовательской работы обучающихся на основе применения оригинальной специализированной литературы. Разработанный алгоритм предполагает использование различных форм активной работы обучающихся по освоению концепта: индивидуальной, парной и групповой. Алгоритм включает три этапа работы: конструирование ассоциограмм, фиксирование пространства концепта и сравнение. Установлено, что предложенная форма работы с концептом нацелена не только на развитие учебной мотивации обучающихся, но и на совершенствование уровня владения иностранным языком обучающихся и иноязычной коммуникативной компетенции.

Ключевые слова: преподавание иностранного языка, концепт, бизнес, иностранный язык, корпус английского языка, неязыковой вуз.

Благодарности: Авторы статьи выражают благодарность всему педагогическому коллективу МГИМО (г. Москва и г. Одинцово) и ТГУ (г. Томск), а также анонимным рецензентам данной статьи за проделанную работу.

Введение

Очевидная интеграция Российской Федерации в международное пространство и перманентное развитие сотрудничества с зарубежными странами, в том числе в сфере труда, образования и науки, существенно расширили функции иностранного языка за счет увеличения возможностей потенциальных деловых и личных контактов. Сегодня имеются реальные возможности получения высшего образования с последующим трудоустройством за границей, более того, появился шанс работать в зарубежных компаниях в пределах нашего отечества или продвигать российские товары и услуги на международный рынок. Подобные изменения повлекли за собой качественную смену роли иностранного языка в нашем социуме. Иностранный язык сегодня справедливо признается не только базовым элементом всей системы высшего образования, но и средством профессионально-личностной реализации современного человека. Отметим, что во внедряемом Федеральном государственном образовательном стандарте высшего образования третьего поколения (ФГОС ВО 3++) роль иностранного языка в подготовке современного специалиста возрастает, так как вводится еще дисциплина «Иностранный язык (профессиональный)». Более того, во ФГОС ВО 3++ достаточно четко отражены текущие трудовые реалии, так как он опирается на профессиональный стандарт и вводит обобщенные трудовые функции, что находит свое отражение в содержательной части дисциплин. Анализ требований, предъявляемых работодателями к выпускникам вузов, также свидетельствует, что наш рынок труда весьма заинтересован в молодых специалистах, владеющих иностранным языком на достаточно высоком уровне. Вышеперечисленное актуализирует новый контекст преподавания дисциплины «Иностранный язык», когда содержание образования пересматривается с точки зрения концептуализации

понятий, имеющих отношение к ожидаемой профессиональной деятельности студентов как к способу познания и осмысления поступающей иноязычной информации.

Целью нашего исследования выступает концептуализация содержания образования по дисциплинам «Иностранный язык» и «Иностранный язык (профессиональный)», реализуемым в учебном процессе образовательной организации, подведомственной Министерству иностранных дел Российской Федерации (на примере концепта «бизнес», уровни бакалавриата и магистратуры).

1. Обзор литературы

Анализ методических работ показал определенный интерес у ученых-педагогов (Н.В. Володина, А. Гуиора, С.К. Гураль, Б.А. Жигалев, Л.Ю. Минакова, О.А. Обдалова, Е.И. Пассов, Е.П. Савруцкая, А.В. Соболева, С.В. Устинкин и пр.) к исследованиям концепта и концептосферы [1–6]. Указанные ученые, чьи труды составили методологическую и теоретическую базу данного исследования, полагают, что работа с неродным языком на уровне концепта способствует достижению заявленных в рабочей программе учебной дисциплины результатов обучения, совершенствованию уровня владения языком, преодолению межкультурного барьера, наконец, знакомству с особенностями различных аспектов исследуемого концепта, что в итоге способствует совершенствованию иноязычной компетенции студентов.

Научные труды зарубежных и отечественных ученых в области когнитивной лингвистики, лингвокультурологии, семантики, а также логического анализа языка составили методологическую и теоретическую базу предлагаемого нами исследования. В научных трудах Н.В. Володиной, С.В. Володиной, А. Гуиора, В.З. Демьянкова, Е.С. Кубряковой, Г.Г. Слышкина, М.А. Толстовой затрагиваются ключевые вопросы критического мышления и ценностно-смыслового пространства языка в поле лингвокультурологии, а также рассматриваются основные истоки синергетического кодирования текущего культурно-исторического опыта системой языка, что бесспорно является важным при изучении различных общих и частных вопросов в области концептосферы [3, 5, 7]. Более предметное изучение лингвокультурных концептов и метаконцептов, а также возможностей применения современных корпусных технологий в рамках лингвоэкспертологии проведено в работах Э.Ю. Гусевой, Л.Г. Гынгазовой, Т.А. Демешкиной, В.И. Карасика, К.С. Кочергиной, Г.Г. Слышкина, Ю.С. Степанова [7–15]. В приведенных источниках описываются языковой круг и ценностная картина мира диалектоносителя, а также фрагментарно рассматривается специфика представлений о бизнесе в отечественной и американской лингвокультурах, что рассмотрено нами с точки зрения лингводидактики. Однако вышеуказанные ученые не уделяли должного внимания изучению искомого концепта «бизнес» на при-

мере британской лингвокультуры в процессе преподавания английского языка в неязыковых вузах (уровни бакалавриата и магистратуры).

В данном исследовании мы опираемся на положения профессиональной подготовки обучающихся, представленные Е.А. Алилуйко, Л.П. Ереминой, И.А. Зимней, В.Е. Ключко, Т.А. Костюковой, А.Л. Морозовой, В.В. Охотниковой, Е.И. Пассовым, Г.И. Петровой и др. Авторы исследуют актуальные тенденции развития системы высшего профессионального образования [1, 2, 6]. Мы также учли опыт зарубежных коллег, таких как Х. Барар, Х. Тимперли, К. Крамш, С. Савингтон, А.Уилсон, Фанг И. и пр., по этой проблеме [16–26].

2. Материалы и методы

Материалом исследования выступают тексты национального корпуса английского языка (British national corpus), учебников The Business (Macmillan, уровень intermediate, upper-intermediate) и Market leader (Pearson, уровень intermediate, upper-intermediate) и др., а также тексты сайта <https://www.bbc.com>, что позволяет получить исчерпывающее представление о концептуализации содержания образования по дисциплинам «Иностранный язык» и «Иностранный язык (профессиональный)».

В ходе проведения исследования нами были использованы следующие методы: анализ теоретических источников по проблеме; изучение и обобщение накопленного собственного педагогического опыта; анализ образовательных программ по учебным дисциплинам «Иностранный язык» и «Иностранный язык (профессиональный)» направлений подготовки 38.03.01 «Экономика», 40.03.01 «Юриспруденция», 45.03.02 «Лингвистика», 38.03.04 «Государственное муниципальное управление» (уровень бакалавриата) и 38.04.01 «Экономика» (уровень магистратуры); анализ текстов национального корпуса английского языка, учебных пособий и сайтов, используемых в процессе преподавания иностранного языка, а также наблюдение и беседа.

3. Результаты исследования

Напомним, что любой концепт выступает в качестве некой единицы сознания и репрезентируется языковыми средствами, в то время как изучение отдельно взятых концептов позволяет ученым выявлять особенности и специфику конкретной культуры отдельного народа. Мы разделяем позицию Ю.С. Степанова, который сравнивает концепт с неким сгустком культуры в сознании человека, посредством которого он не только входит в саму культуру, но и в некоторых случаях может влиять на нее [10].

В данном исследовании нас интересует прежде всего реализация концепта в образовательном процессе вуза на неязыковых направлениях подготовки (уровни магистратуры и бакалавриата). Согласно текущему ФГОС ВО 3++,

главной целью изучения иностранного языка сегодня признается развитие и совершенствование коммуникативной, в частности иноязычной, коммуникативной компетенции, необходимой для реализации студентами и магистрантами коммуникативного намерения, и прежде всего в профессиональной сфере. Добавим, что обучение английскому языку в МГИМО (Одинцовский филиал) непрерывно реализуется в течение всего образовательного процесса и изначально опирается на уровень владения английским языком, полученный в ходе школьного курса. Укажем, что в соответствии с образовательной программой кафедра английского языка реализует обучение как общему (General English), так и профессионально ориентированному языку (English for specific purposes). Важно уточнить, что в этом исследовании мы опираемся на образовательные программы по учебным дисциплинам «Иностранный язык», «Иностранный язык (профессиональный)», реализуемые в образовательном процессе МГИМО (Россия, Московская область, г. Одинцово), основываясь на действующем ФГОС ВО с точки зрения реализации концепта «бизнес» в процессе изучения иностранного языка.

При этом мы разделяем позицию С.Г. Тер-Минасовой, заключающуюся в том, что преподаванию неродного языка свойственен пропедевтический характер. Это можно объяснить тем, что заявленная дисциплина включена в соответствии с Федеральным образовательным стандартом высшего образования в базовый блок обязательных для изучения предметов. Данный блок дисциплин подлежит обязательному усвоению на первоначальном этапе освоения избранной профессии. Присутствующая в содержательном блоке данных дисциплин профильно-ориентированная информация в основном направлена на наиболее общие аспекты будущей профессии обучающихся.

Логика исследования базируется на следующей последовательности действий:

- рассмотрение ключевых характеристик концепта «бизнес» и способов работы с ним в образовательном процессе;
- изучение алгоритма работы с концептом;
- анализ материалов данного исследования: 1) национального корпуса английского языка (British national corpus); 2) учебников The Business (Macmillan, уровень intermediate, upper-intermediate) и Market leader (Pearson, уровень intermediate, upper-intermediate); 3) текстов учебного сайта <https://www.bbc.com>.

Обратимся к рассмотрению ключевых характеристик концепта «бизнес» и способов работы с ним в образовательном процессе. Концепт «бизнес», изучаемый студентами и магистрантами МГИМО в процессе освоения иностранного языка, выступает в качестве своеобразного первоисточника профессионально ориентированного иноязычного общения. Отметим, что данный концепт является достаточно широким и разноструктурным, ему свойственен очевидный междисциплинарный характер, поэтому он изучается тем или иным образом в рамках различных учебных дисциплин.

Если мы обратимся к современным лингвокультурологическим исследованиям, то сможем трактовать искомое понятие «бизнес» с точки зрения концепта, поскольку оно, во-первых, может быть реконструировано отдельно взятым человеком (В.З. Демьянков); во-вторых, позволяет комплексно и всесторонне изучать английский язык, а также сознание и культуру носителей языка (Г.Г. Слышкин); в-третьих, выступает оперативной единицей (лексической) ментального процесса (Е.С. Кубрякова).

Концепт «бизнес» является синкретичным и функционирует на следующих уровнях: 1) коллективный – существует в сознании носителей английского языка с присущими концепту «бизнес» типичными характеристиками. Изучение концепта на данном уровне направлено на получение общего представления обучающимися о его сущности и специфике употребления; 2) индивидуальный – предполагает восприятие исследуемого концепта отдельно взятым человеком / обучающимся, что способствует принятию изучаемой информации каждым студентом / магистрантом и усилению учебной мотивации. Исследуя концепт «бизнес», мы разделяем мнение Т.А. Демешкиной, Е.Ю. Ершовой, А.Ш. Кунбуттаевой, З.И. Резановой и утверждаем, что концепт перманентно развивается и беспрестанно пополняется новым содержанием, значением, семантикой и соответственно обладает богатым потенциалом в плане конструирования и актуализирования содержания образования и развития иноязычной компетенции обучающихся [13]. Укажем, что концепт «бизнес» репрезентируется английским словом *business* и имеет культурно-специфическое значение в английской лингвокультуре. Концепт «бизнес» определяется нами в предлагаемом исследовании как ключевое слово к пониманию чужой культуры, ибо позволяет обучающимся познакомиться с глубинными слоями культуры и играет важную роль в процессе развития межкультурной коммуникации [13–15].

В практике преподавания английского языка в Одинцовском филиале МГИМО концепт «бизнес» изучается достаточно детально посредством создания и анализа ряда ассоциограмм. Создание подобных ассоциограмм позволяет преподавателям выстраивать и развивать новые (для обучающихся) содержательные линии самого концепта, которые раскрывают: 1) универсальный, то есть нравственно-этический аспект выбранной студентами профессии; 2) гуманистический и общепhilosophический аспекты исследуемого концепта; 3) лингвокультурологическое и историческое содержание концепта «бизнес».

Таким образом, изучение студентами и магистрами МГИМО (Одинцовский филиал) неродного языка позволяет преподавателям связать ключевые характеристики исследуемого концепта, раскрыть, расширить, уточнить и всесторонне изучить феномен и роль бизнеса в современном отечественном и зарубежном социуме.

Мы считаем возможным утверждать, что концептуализация понятия «бизнес» может быть достаточно успешно реализована на занятиях по английскому языку в рамках высшей профессиональной школы. Прежде всего стоит упомянуть, что коммуникативная направленность процесса изучения неродного языка способствует проведению всестороннего анализа данного концепта с точки зрения родной культуры и культуры изучаемого языка, а это, в свою очередь, приведет к установлению и вычленению не только ряда отличительных характеристик, но и универсалий исследуемого концепта. Представляется важным упомянуть, что изучение языка подразумевает регулярное проведение обучающимися (под руководством преподавателя) лингвокультурологических мини-исследований самой словоформы «бизнес» и, наконец, конструирование ассоциативной «словесной паутины», о чем речь пойдет далее. Это позволяет обучающимся получить более детальное представление о данной категории, а также совершенствовать целый комплекс профессиональных и прочих компетенций, заявленных в Федеральном государственном образовательном стандарте высшего образования [12, с. 7–10].

Обратимся к накопленному педагогическому опыту преподавания учебной дисциплины «Иностранный язык» на примере неязыкового института. Практика показывает, что осмысление исследуемого концепта «бизнес» может быть реализовано на любом этапе изучения этой дисциплины в ходе организации как контактной, так внеаудиторной и научной работы. Отметим, что целевая составляющая учебных действий может варьироваться в зависимости от этапа и цели, задач работы с концептом. Представляется важным указать, что в ходе отбора и конструирования содержания образования по учебной дисциплине «Иностранный язык» в МГИМО (Одинцовский филиал) в него были внесены определенные коррективы, соответствующие реализуемому в данный момент ФГОС ВО и конкретному направлению подготовки бакалавров / магистров: 1) изучение практико-ориентированных коммуникативных тем (в рамках искомого концепта); 2) приоритет диалоговой формы коммуникации на языке в рамках концепта; 3) использование аутентичной научной литературы при выполнении разнообразных научно-исследовательских работ. Данные коррективы нацелены на всестороннее развитие иноязычной коммуникативной компетенции обучающихся МГИМО в ходе овладения ими английским языком для профессиональных целей и в процессе всестороннего раскрытия исследуемого нами концепта «бизнес» [6, 12, 13, 16, 18, 22, 25, 26].

Таким образом, концептуализация исследуемого понятия «бизнес» в условиях образовательного пространства отечественной высшей школы может быть реализована сегодня в том числе и на занятиях по иностранному (английскому) языку. Провести анализ и рефлекссию особенностей не только изучения, но и восприятия исследуемого нами концепта «бизнес», а также

установить его универсалии позволяет коммуникативная основа всего процесса изучения неродного языка. Помимо этого, изучение данной дисциплины предполагает проведение студентами МГИМО не только лингвистических, но и культурологических (мини) исследований указанной словоформы с последующим конструированием ассоциативной «словесной паутины». Организация образовательного процесса по учебной дисциплине «Иностранный язык» в данном ключе способствует формированию у студентов представления об исследуемой категории, о его природе и нацелено на развитие компетенций в соответствии с требованиями рабочей программы. Добавим, что работу по изучению студентами искомого концепта «бизнес» в рамках неязыковых институтов возможно реализовывать начиная с 1-го семестра, а также в ходе планирования и организации внеаудиторной и научно-исследовательской работы.

Добавим, что отдельным составляющим учебных действий обучающихся могут быть свойственны определенные особенности на различных этапах работы с концептом «бизнес» с учетом фактического уровня владения языком студентами/магистрантами.

Реализация в образовательном процессе неязыковых вузов соответствующей образовательной программы по учебной дисциплине «Иностранный язык» обуславливает и актуализирует внесение ряда изменений в принципы конструирования образовательного процесса по иностранному языку, а именно: 1) изучение с первого семестра практико-ориентированных устных тем с учетом специфики исследуемого концепта; 2) диалогизацию процесса практико-ориентированного общения на неродном языке в ходе изучения концепта; 3) реализацию научно-исследовательской работы обучающихся на основе применения оригинальной специализированной литературы, что в свою очередь способствует всестороннему развитию иноязычной коммуникативной компетенции в процессе овладения языком на более высоком уровне за счет раскрытия, анализа, изучения концепта «бизнес».

Начальный этап работы в области концептуализации понятия «бизнес» на примере Одинцовского филиала МГИМО направлен прежде всего на формирование у обучающихся представления об информационном поле данного концепта с последующим его расширением. Подобное расширение достигается за счет перманентного включения обучающихся в активную профессионально ориентированную коммуникативную деятельность, отражающую в том числе культурно-ценностные компоненты делового общения. Таким образом, проблема самоидентификации обучающегося в культурном, образовательном и ожидаемом профессиональном пространствах решается за счет его вовлечения в профессионально ориентированную коммуникативную деятельность на различных уровнях (макро- и микроуровни). Помимо этого расширение информационного поля концепта «бизнес» направлено:

- на изучение обучающимися отдельно взятых характеристик исследуемого концепта;
- на знакомство с природой и законами бизнеса как в нашей стране, так и за рубежом (прежде всего в странах изучаемого языка) с последующим их принятием;
- на осознание роли и места бизнеса в развитии/становлении современного общества;
- на приобретение определенного опыта в области профессионального видения современного социума.

Заключительный этап изучения неродного языка предполагает, с одной стороны, подведение итогов по работе с искомым концептом «бизнес», с другой стороны, организацию рефлексии в рамках успешного освоения изученного учебного материала, а также достигнутого языкового опыта. Практика показывает, что оптимальным становится сочетание работы с этим концептом на начальном и заключительном этапах освоения дисциплины, что позволяет обеспечить цикличность и эффективность рефлексивной деятельности студентов, когда у них появляется внутренняя потребность нравственного и культурологического анализа событий реальной (профессиональной) действительности, а также укрепляется и совершенствуется аксиологическая система.

Установлено, что в период первоначальной концептуализации понятия «бизнес», что совпадает с этапом адаптации студента 1-го курса к условиям обучения, происходит первоначальное знакомство с исследуемым концептом, не предполагающее детального его изучения и описания. Это обусловлено тем, что в силу возрастных особенностей у студента нет полного и глубокого понимания искомого концепта, так же как нет и реального опыта проведения культурологического и филологического анализа жизненных реалий.

Вышеизложенное позволило нам разработать алгоритм первичной презентации исследуемого концепта «бизнес» (см. таблицу).

Алгоритм, представленный в таблице, предполагает использование различных форм активной работы обучающихся по освоению концепта: индивидуальной, парной и групповой. Выбор формы работы в аудитории зависит от конкретных условий и задач процесса обучения и особенностей учебной группы. При создании данного алгоритма нами были учтены современные методические приемы работы, применяемые педагогами в процессе обучения языку, нацеленные на развитие критического мышления студентов и совершенствование их межкультурной коммуникации [4, 16]. Наблюдения убедительно показывают, что применение предложенного нами алгоритма работы с концептом «бизнес» начиная с первого года изучения языка в вузе позволит обучающимся получить представление не только о языке и его структуре, но и о межкультурных реалиях, что актуализируется в условиях развития межкультурной коммуникации.

Алгоритм работы с концептом «бизнес»

Этап и его цель	Прием и его задачи	Планируемый результат
1. Конструирование ассоциограмм. Цель: актуализация концепта (конкорданс)	<i>Конструирование «словесной паутины»</i> 1. Выявить ассоциации со словом «бизнес». 2. Указать универсальные ассоциации к данному концепту. 3. Определить и описать основные ассоциации.	1. Составление «словесной паутины». 2. Вычленение идентичных реакций. 3. Составление новой «словесной паутины» с учетом полученных данных.
2. Фиксирование пространства концепта. Цель: установление содержания концепта «бизнес»	<i>Прием «рыбная кость»</i> 1. Определить значение термина «бизнес». 2. Изучить/проанализировать словарные статьи термина «бизнес».	1. Поэтапное заполнение «скелета рыбы» с последующим анализом, обсуждением и рефлексией. 2. Составление, обсуждение конкорданса.
3. Сравнение. Цель: выявление особенностей восприятия данного концепта с точки зрения носителей языка	1. Проанализировать (словарную) статью по бизнесу на английском языке и составить краткие заметки. 2. Составить таблицу с результатами поиска (колонка 1 – формулировка в русскоязычном словаре; 2 – иноязычный словарь; 3 – различия). 3. Обсудить результаты. Подвести итоги.	1. Чтение/анализ текста, составление кратких записей толкования. 2. Сравнение записей и формулирование краткого собственного объяснения. 3. Установление межкультурных различий в понимании концепта.

Как указано выше, материалами предлагаемого исследования выступили следующие тексты: 1) национального корпуса английского языка (British national corpus); 2) учебников The Business (Macmillan, уровень intermediate, upper-intermediate) и Market leader (Pearson, уровень intermediate, upper-intermediate); 3) тексты сайта <https://www.bbc.com>. Данные материалы были использованы при концептуализации содержания образования по исследуемой учебной дисциплине и при работе с концептом «бизнес» по разработанному нами алгоритму (см. таблицу). Дадим краткую характеристику материалов.

1. Обратимся к материалам национального корпуса английского языка (British national corpus). Напомним, что данный корпус признается синхроническим одноязычным и содержит образцы только британского варианта английского языка конца XX века. Опираясь на исследовательскую позицию Э.Ю. Гусевой, можно констатировать, что представленным в корпусе английского языка когнитивным системам свойственен индивидуальный характер [12].

Анализ материалов корпуса английского языка с целью изучения фрейма «бизнес» позволил нам (и обучающимся) понять его как некую предпринимательскую деятельность человека в самом широком смысле. Помимо этого понимание фрейма «бизнес», согласно данному корпусу, возможно сузить до

рамок следующих слотов: вложение, управление, товар, старт-ап, менеджмент, производство, маркетинг и пр. За счет многослойности вышеприведенных слотов у искомого фрейма возможно осуществить «приближение» или «отдаление» любого его исследуемого аспекта. Подобное детальное изучение концепта, как показывает накопленный педагогический опыт, всегда вызывает живой интерес у обучающихся, так как носит очевидный прикладной и практико/профессионально ориентированный характер.

Добавим, что разработчики корпуса английского языка признают два ключевых способа его использования в обучении языку: создание учебно-методических материалов и обучение непосредственно анализу. Практика показывает, что в случае анализа текстов из числа корпуса языка обучающиеся имеют прекрасную возможность самостоятельно и без помощи преподавателя классифицировать языковые единицы корпуса, а следовательно, формировать и совершенствовать посредством данной классификации представление о шаблонах, фреймах, сценариях и возможностях английского языка. Использование материалов корпуса в обучении английскому языку на базе Одинцовского филиала МГИМО направлено прежде всего на получение обобщенного представления об исследуемом концепте.

Известно, что с точки зрения структуры концепты бывают застывшими и развивающимися. Работа с корпусом английского языка по заданному алгоритму позволяет обучающимся самостоятельно прийти к выводу, что изучаемый нами концепт «бизнес» относится к активно развивающимся. Он достаточно часто имплицитно включается в британской национальной концептосфере, что объясняет его перманентное расширение и развитие за счет появления в нем новых или семантически обновленных слотов, признаков, связей и пр. Работая по предложенному алгоритму, обучающиеся МГИМО смогли установить, что в английском языке появились новые словосочетания и выражения: *business angels*, *business collection*, *business building*, *socially-responsible business*, *slow business*, *mission-driven business* и пр. Знакомство со слотами и их освоение представляются достаточно интересными для обучающихся и способствуют развитию их учебной мотивации.

Таким образом, материалы корпуса английского языка способствуют более детальному и глубокому изучению исследуемого концепта студентами и магистрантами, что, бесспорно, позволяет им успешно достигать заявленных во ФГОС ВО результатов обучения.

2. Далее следует остановиться на кратком анализе учебного материала, представленного в учебниках *The Business* (Macmillan, уровень *intermediate*, *upper-intermediate*) и *Market leader* (Pearson, уровень *intermediate*, *upper-intermediate*), которые активно используются в нашем вузе и позволяют раскрыть искомый концепт в процессе изучения английского языка.

С целью установления скрытых, потенциальных смыслов и исследования непосредственно самого концепта «бизнес» со всеми его образными состав-

ляющими авторы вышеприведенных аутентичных учебных пособий предлагают читателям (обучающимся и преподавателям) метафорическое осмысление этого концепта. Так как концепт «бизнес» достаточно детально и всесторонне анализируется авторами в приведенных учебных пособиях, обучающиеся имеют возможность ознакомиться с разнообразными способами и путями персонификации данного концепта, изучить / рассмотреть / проанализировать его. Добавим, что у них есть шанс реализовать экспликацию гештальтных структур искомого концепта и в результате определить не только ядерные, но и периферийные его компоненты [8]. Проведение подобной работы позволило обучающимся зафиксировать пересечение исследуемого концепта «бизнес» со следующими семантически близкими ему концептами: job (работа), money (деньги), staff (персонал), organization (организация), advertising (реклама), market (рынок), corporate culture (корпоративная культура). Около 75 % обучающихся отметили, что подобного рода лингвистические «открытия» стимулируют их к дальнейшему изучению языка, открывают им новые грани выбранной профессии и повышают их языковой уровень.

3. Помимо этого, в процессе преподавания иностранного языка в Одинцовском филиале МГИМО активно используются тексты и материалы учебного сайта <https://www.bbc.com>, что нацелено на получение обучающимися детального представления об изучаемом концепте. Укажем, что вербализация концепта «бизнес» в предлагаемом нами исследовании рассматривается в основном только на лексическом уровне. Оговорим, что преподаватели используют материалы и других медиаресурсов, однако данный сайт признается нами в качестве некоего образца, эталона современного британского варианта английского языка.

Анализ текстов и материалов сайта <https://www.bbc.com> в рамках образовательного пространства позволяет рассматривать концепт «бизнес» в группе следующих концептов: job (работа), money (деньги), staff (персонал), organization (организация), advertising (реклама), market (рынок), corporate culture (корпоративная культура) и др. Использование материалов данного сайта позволило нам не только выявить динамически и перманентно развивающуюся структуру искомого имени, но и раскрыть образовательный потенциал конструирования фреймовой модели исследуемого концепта business в процессе изучения неродного языка. Использование фреймовой модели концепта business позволяет не только проводить различные деловые игры, но и конструировать практико-ориентированные диалоги, решать кейсы, организовывать дебаты и использовать прочие приемы и методы обучения иностранному языку.

Обсуждение и заключение

Таким образом, концептуализация содержания образования по иностранному языку нацелена на достижение результатов обучения в соответствии с рабочей программой, на совершенствование фактического уровня владения неродным языком, наконец, на знакомство с культурой страны изучаемого

языка и особенностями изучаемого концепта, что в итоге обеспечивает совершенствование иноязычной коммуникативной компетенции обучающихся.

Ключевой целью изучения иностранного языка сегодня справедливо признается развитие и совершенствование иноязычной коммуникативной компетенции, необходимой для реализации студентами и магистрантами коммуникативного намерения в профессиональной сфере, что актуализировало концептуализацию содержания образования в соответствии с направлением подготовки. Установлено, что концептуализация понятия «бизнес» в процессе преподавания иностранного языка в неязыковом вузе позволяет рассматривать его в группе следующих концептов: job (работа), money (деньги), staff (персонал), organization (организация), advertising (реклама), market (рынок), corporate culture (корпоративная культура) и пр. Это способствует не только всестороннему изучению самого концепта, но и получению более четкого и разностороннего представления о будущей профессии в ходе изучения материалов указанного корпуса, аутентичных учебников и учебных сайтов с использованием различных инновационных методов (кейс, деловые игры, дебаты и т. д.).

Более того, создание ассоциограмм предполагает развитие новых (для обучающихся) содержательных линий искомого концепта, а использование предложенного алгоритма работы и трехуровневой фреймовой модели в области концептуализации понятия «бизнес» на регулярной основе с самого начала изучения курса позволило нам зафиксировать увеличение интереса студентов к изучению языка (с 45 до 65,5 %) с одновременным развитием их учебной мотивации в целом до 85,5 % к концу изучения учебной дисциплины. Помимо этого, большинство обучающихся (78 %) указали, что изучение языка в предложенном профессиональном ключе способствовало их знакомству со спецификой ведения бизнеса за рубежом. Итак, все вышеизложенное свидетельствует об успешности и эффективности концептуализации понятия «бизнес» в процессе преподавания иностранного языка в неязыковом вузе в области концептуализации содержания образования по предмету.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Обдалова О.А., Гураль С.К. Концептуальные основы разработки образовательной среды для обучения межкультурной коммуникации // Язык и культура. – 2012. – № 4 (20). – С. 83–96.
2. Володина Н.В. Концепты, универсалии, стереотипы в сфере литературоведения. 2-е изд. – М.: ФЛИНТА: Наука, 2014. – 256 с.
3. Guiora A.Z. Language and concept formation: A cross-lingual analysis. Behavior Science Research. 1983. 228–256 pp.
4. Жигалев Б.А., Савруцкая Е.П., Устинкин С.В. Образование в системе факторов влияния на ценностные ориентации молодежи // Вестник Нижегородского государственного лингвистического университета им. Н.А. Добролюбова. – 2015. – № 32. – С. 148–159.

5. Волошина С.В., Толстова М.А. Концепт «Работа» в женских автобиографических рассказах сибирских старожилов: константы и трансформация // Вестник Томского государственного университета. – 2017. – № 425. – С. 12–18.
6. Пассов Е.И. Основы коммуникативной методики обучения иноязычному общению. – М.: Русский язык, 1989. – 276 с.
7. Слышкин Г.Г. Лингвокультурные концепты и метаконцепты: дис. ... докт. филол. наук. – Волгоград, 2004. – 323 с.
8. Гынгазова Л.Г. Ценностная картина мира диалектоносителя: к проблеме лакунарности // Лакунарность в языке, картине мира, словаре и тексте. – Новосибирск, 2009. – С. 115–122.
9. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. – Волгоград: Перемена, 2002. – 477 с.
10. Степанов Ю.С. Константы: Словарь русской культуры. 3-е изд. – М.: Академический проект, 2004. – С. 42–67.
11. Кочергина К.С., Демешкина Т.А. Возможности применения корпусных технологий в лингвоэкспертологии // МНСК-2017: Прикладная лингвистика: Материалы 55-й Международной научной студенческой конференции. – 2017. – С. 1617.
12. Гусева Э.Ю. Языковая репрезентация концепта «бизнес» в американской лингвокультуре: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Самара, 2011. – 26 с.
13. Демешкина Т.А. «Ссылка» как феномен сибирской лингвокультуры // Вестник Томского государственного университета. Филология. – 2018. – № 56. – С. 34–46.
14. Кунбуттаева А.Ш. Способы вербализации концепта «богатство» во фразеологических и паремиологических единицах лакского языка // Вестник Костромского государственного университета им. Н.А. Некрасова. – 2013. – Т. 19. – № 6. – С. 114–116.
15. Резанова З.И., Ершова Е.Ю. Влияние грамматического рода на концептуализацию объектов (экспериментальное исследование) // Вестник Томского государственного университета. Филология. – 2017. – № 50. – С. 104–124.
16. Guiora A.Z., Sagi A. A cross-cultural study of symbolic meaning – developmental aspects. *Language Learning*, 1978. Vol. 28. No. 2. 381–386 pp.
17. Hawkins E.W. Modern languages in the curriculum. Cambridge, CUP, 2007. 353 p.
18. Hutmacher W. Key competencies for Europe. *Report of the Symposium Berne, Switzezland*. Berlin, Council for Cultural Co-operation, 1997. 43–57 pp.
19. Kramsch C. Context and Culture in Language Teaching. Oxford, OUP, 1993. 241 p.
20. Krashen S.D., Terrell T.D. The natural approach: language acquisition in the classroom. Oxford, Pergamon, 2003. 542 p.
21. Little D., Devitt S., Singleton D. Authentic texts in foreign language teaching: theory and practice. Dublin, Authentik, 1998. 384 p.
22. MacKay W.F. Language teaching analysis. London, Longman, 2005. 531 p.
23. Savignon S.J. Communicative Competence: Theory and Classroom Practice. Reading (Mass.), London, Longman, 1983. 142 p.
24. Gardner R.C. A student's contribution to second language learning. Language teaching. London, McMillan, 2002. 36–53 pp.
25. Teaching reading in Europe: Contexts, Policies and Practices. *Education, Audiovisual and Culture Executive Agency*: 2011, 224 p. http://eacea.ec.europa.eu/education/Eurydice/documents/thematic_reports/130EN.pdf (accessed September 21, 2019).

26. Timperley H., Wilson A., Barrar H., Fung I. Teacher Professional Learning and Development. New Zealand, Ministry of education, 2007, 344 p. <http://www.oecd.org/education/school/48727127.pdf> (accessed September 21, 2019).

Поступила в редакцию 15.01.2020
В окончательном варианте 14.02.2020

UDC 37.043, 37.017, 37.02, 37.011.33

CONCEPTUALIZATION OF THE CONCEPT OF "BUSINESS" IN THE PROCESS OF TEACHING A FOREIGN LANGUAGE IN A NON-LINGUISTIC UNIVERSITY

A.L. Morozova¹, T.A. Kostyukova²

¹MGIMO (University), Odintsovo brunch

3, Novo-Sportivnaja st., Odintsovo, Moscow region, 143007, Russian Federation

E-mail: llg04@yandex.ru

²Tomsk State University

36, Lenin av., Tomsk, 634050, Russian Federation

E-mail: kostyukova@inbox.ru

Abstract

The problem of conceptualization of the lexeme "business" in the process of teaching a foreign language is considered on the example of MGIMO Odintsovo branch (Moscow region). Authors present a study of the conceptualization of the content of education in the process of learning foreign language by students of nonlinguistic training directions in the conditions of implementation of the current Federal state educational standard of higher education 3++ (bachelor's and master's levels) implemented in the educational process of educational institutions of the Ministry of foreign Affairs of the Russian Federation. The methods of working with the concept are described and the algorithm of work is developed, which was successfully tested on the basis of the Institute. The materials of the proposed study, which were made by the national corpus of the English language, authentic textbooks and educational sites, are analyzed. These materials allow students to comprehensively and comprehensively study the concept of "business", and teachers to update the content of education. The communicative orientation of the process of learning a non native language contributes to a comprehensive analysis of this concept from the point of view of the native culture and the culture of the studied language. Proposed basic principles of designing of educational process of the subject: 1) study of the first semester of practice-oriented interpretation in order to fit the specifics of the concept; 2) dialogical process of practice-based communication in a second language in the study of the concept; 3) implementation of scientific-research work of students based on the application of the original literature.

¹ Anna L. Morozova, Cand. Ped. Sci., Associate Professor of English Language Department.

² Tat'yana A. Kostyukova, Dr. Ped. Sci., Professor of General and Pedagogical Psychology Department.

The developed algorithm involves the use of various forms of active work of students on the development of the concept: individual, pair and group. The algorithm includes three stages of work: construction of associograms, fixing the concept space and comparison. It is established that the proposed form of work with the concept is aimed not only at the development of educational motivation of students, but also to improve the level of foreign language proficiency of students and foreign language communicative competence.

Keywords: *teaching a foreign language, concept, business, foreign language, English corpus, non-linguistic University.*

Acknowledgements: *to the entire teaching staff of MGIMO and TSU, as well as to the anonymous reviewer of this article for the work done.*

REFERENCES

1. *Obdalova O.A., Gural' S.K.* Kontseptual'nyye osnovy razrabotki obrazovatel'noy sredy dlya obucheniya mezhhkul'turnoy kommunikatsii [Conceptual framework for developing an educational environment for teaching intercultural communication]. *Iazyk i kul'tura*, 2012. No. 4 (20). 83–96 pp.
2. *Volodina N.V.* Concept, universalii, stereotipi v sfere literaturavedeniya [Concepts, universals, stereotypes in the field of literary criticism]. 2-nd ed. Moscow, FLINTA: Nauka Publ., 2014. 256 p.
3. *Guiora A.Z.* Language and concept formation: A cross-lingual analysis. *Behavior Science Research*. 1983. 228–256 pp.
4. *Zhigalev B.A., Savruckaja E.P., Ustinkin S.V.* Obrazovanie v sisteme faktorov vliyanija na tsennostnye orientatsii molodezhi [Education in system of factors influencing value orientations of young people]. *Vestnik of Nizhegorodsk State University in the name of N.A. Dobroljubov*, 2015. No. 32. 148–159 pp.
5. *Voloshina S.V., Tolstova M.A.* Koncept «rabota» v zhenskikh avtobiograficheskikh rasskazakh sibirskikh starokhilov: kontrasti i transformatsiya [Concept "Work" in women's autobiographical stories of Siberian old-timers: constants and transformation]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta*, 2017. No. 425. 12–18 pp.
6. *Passov E.I.* Osnovy kommunikativnoy metodiki obucheniya inoyazychnomu obshcheniyu [Fundamentals of a communicative methodology of teaching foreign language communication]. Moscow, Russkiy yazyk Publ., 1989. 276 p.
7. *Slishkin G.G.* Lingvokulturnie koncepti i metakoncepti: dis. dokt. filol. nauk [Linguocultural concepts and metaconcepts: dis. doc. filol. sciences]. Volgograd, 2004. 323 p.
8. *Gingazova L.G.* Chennostnaya karyina mira dialektonositelya: k probleme lukarnosti [Value picture of the dialect carrier world: to the problem of lacunarity]. *Lukanarnost v yazyke, kartine mira, slovare i tekste*. Novosibirsk, 2009. 115–122 pp.
9. *Karasik V.I.* Yazikovoi krug: lichnost, koncepti, diskurs [Language circle: personality, concepts, discourse]. Volgograd: Peremena Publ., 2002. 477 p.
10. *Stepanov U.S.* Konstanti: Slovar russkoi kulturi [Constants: Dictionary of Russian culture]. 3-d ed. Moscow, Akademicheskii proekt Publ., 2004. 42–67 pp.

11. Kochergina K.S., Demeshkina T.A. Vozmozhnosti primeneniya korpusnih tehnologii v lingvoekspertologii [Possibilities of application of case technologies in linguotextology]. *MNSK-2017: Prikladnaya lingvistika: Mat-ly 55-y Mezhdunarodnoy nauchnoy studencheskoy konferentsii*, 2017. 16–17 pp.
12. Guseva E.U. Yazikovaya reprezentatsiya koncepta biznes v amerikanskoi lingvokulture: Avtoref. dis. kand. philol. nauk [Language representation of the concept business in American culture. Abstract of thesis cand. of philol. sci.]. Samara, 2011. 26 p.
13. Demeshkina T.A. «SSilka» kak fenomen sibirskoi lingvokulturi ["Exile" as a phenomenon of the Siberian linguistic culture]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologia*, 2018. No. 56. 34–46 pp.
14. Kunbuttaeva A.Sh. Sposobi verbalizatsii concept bogatstvo vo frazeologicheskikh i paremiologicheskikh edinichah laskogo yazika [Ways of verbalization of the concept "wealth" in phraseological and paremiological units of the Lak language]. *Vestnik Kostromskogo gos. Universiteta im. N.A. Nekrasova*, 2013. Vol. 19. No. 6. 114–116 pp.
15. Rezanova Z.I., Ershova E.U. Vliyaniye grammaticheskogo roda na kontseptualizatsiyu ob'yektov (eksperimental'noye issledovaniye) [The influence of grammatical gender on the conceptualization of objects (experimental study)]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya*, 2017. No. 50. 104–124 pp.
16. Guiora A.Z., Sagi A. A cross-cultural study of symbolic meaning – developmental aspects. *Language Learning*, 1978. Vol. 28. No. 2. 381–386 pp.
17. Hawkins E.W. Modern languages in the curriculum. Cambridge, CUP, 2007. 353 p.
18. Hutmacher W. Key competencies for Europe. *Report of the Symposium Berne, Switzerland*. Berlin, Council for Cultural Co-operation, 1997. 43–57 pp.
19. Kramsch C. Context and Culture in Language Teaching. Oxford, OUP, 1993. 241 p.
20. Krashen S.D., Terrell T.D. The natural approach: language acquisition in the classroom. Oxford, Pergamon, 2003. 542 p.
21. Little D., Devitt S., Singleton D. Authentic texts in foreign language teaching: theory and practice. Dublin, Authentik, 1998. 384 p.
22. MacKay W.F. Language teaching analysis. London, Longman, 2005. 531 p.
23. Savignon S.J. Communicative Competence: Theory and Classroom Practice. Reading (Mass.). London, Longman, 1983. 142 p.
24. Gardner R.C. A student's contribution to second language learning. Language teaching. London, McMillan, 2002. 36–53 pp.
25. Teaching reading in Europe: Contexts, Policies and Practices. *Education, Audiovisual and Culture Executive Agency*, 2011. 224 p. http://eacea.ec.europa.eu/education/Eurydice/documents/thematic_reports/130EN.pdf (accessed September 21, 2019).
26. Timperley H., Wilson A., Barrar H., Fung I. Teacher Professional Learning and Development. New Zealand: Ministry of education, 2007. 344 p. <http://www.oecd.org/education/school/48727127.pdf> (accessed September 21, 2019).

Original article submitted 15.01.2020

Revision submitted 14.02.2020