

Малюгина Анна Владимировна, Живокина Майя Александровна

**ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ НА СОБРАНИЯХ (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА)**

В статье исследуются фразеологизмы, потенциально способные к употреблению на деловом собрании. Основное внимание акцентируется на целесообразности учета в процессе обучения использованию фразеологизмов на собраниях не только тематической составляющей, но и функционального компонента. Рассмотрены примеры фразеологизмов, связанных с различными универсальными компонентами собрания, такими как: организационные моменты, информирование о начале или завершении чего-то, обмен мнениями участников, выражение согласия или несогласия, объяснение позиции, информированность, осведомленность участников собрания в каких-то вопросах, расстановка приоритетов, принятие решений, выбор стратегии поведения и т.д.

Адрес статьи: [www.gramota.net/materials/2/2015/11-2/30.html](http://www.gramota.net/materials/2/2015/11-2/30.html)

Источник

**Филологические науки. Вопросы теории и практики**

Тамбов: Грамота, 2015. № 11(53): в 3-х ч. Ч. II. С. 119-123. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: [www.gramota.net/editions/2.html](http://www.gramota.net/editions/2.html)

Содержание данного номера журнала: [www.gramota.net/materials/2/2015/11-2/](http://www.gramota.net/materials/2/2015/11-2/)

**© Издательство "Грамота"**

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: [www.gramota.net](http://www.gramota.net)  
Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: [phil@gramota.net](mailto:phil@gramota.net)

**THE INDIVIDUAL AUTHOR'S REPRESENTATION  
OF THE CONCEPT "CHOICE" IN GAYLE FORMAN'S NOVEL "IF I STAY"**

**Lyashenko Natal'ya Aleksandrovna**, Ph. D. in Philology, Associate Professor  
*Southern Federal University*  
*nlyashenko@yandex.ru*

The article is devoted to the study of the individual author's representation of the concept "choice" in Gayle Forman's novel "If I stay". The purpose of this work is the identification and analysis of lexical means, nominating and describing the choice and various manifestations of this concept in the studied novel. As the result of the analysis the structure of the researched concept in the individual author's worldview is revealed.

*Key words and phrases:* concept; choice; lexeme; core, periphery of the concept; individual author's representation; Gayle Forman.

УДК 81

**Филологические науки**

*В статье исследуются фразеологизмы, потенциально способные к употреблению на деловом собрании. Основное внимание акцентируется на целесообразности учета в процессе обучения использованию фразеологизмов на собраниях не только тематической составляющей, но и функционального компонента. Рассмотрены примеры фразеологизмов, связанных с различными универсальными компонентами собрания, такими как: организационные моменты, информирование о начале или завершении чего-то, обмен мнениями участников, выражение согласия или несогласия, объяснение позиции, информированность, осведомленность участников собрания в каких-то вопросах, расстановка приоритетов, принятие решений, выбор стратегии поведения и т.д.*

*Ключевые слова и фразы:* собрание; фразеологизм; бизнес-коммуникация; функциональная составляющая; деловая встреча; образное выражение; универсальные компоненты собрания.

**Малюгина Анна Владимировна**, к. филол. н.

*Воронежский институт Министерства внутренних дел Российской Федерации*  
*malyugina-anna@yandex.ru*

**Живокина Майя Александровна**, к. филол. н.

*Военный учебно-научный центр военно-воздушных сил*  
*«Военно-воздушная академия имени профессора Н. Е. Жуковского и Ю. А. Гагарина»*  
*binetaya@mail.ru*

**ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ НА СОБРАНИЯХ (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА)<sup>©</sup>**

В настоящее время неотъемлемой частью профессиональной культуры человека, вовлеченного в бизнес-коммуникацию на английском языке, является умение полноценно участвовать в различных формах делового общения, в частности, собраниях или митингах (от англ. *meeting* – собрание, совещание, встреча).

Первостепенная роль деловых встреч сегодня очевидна. В США ежедневно проходит около 11 миллионов собраний [21].

Существуют различные виды митингов: большие формальные собрания с председателем, сотрудником, отвечающим за протоколирование, неформальные встречи за чашкой чая, встречи с заказчиком, с поставщиками, встречи сотрудников отдела и др. Характер проведения собраний также варьируется. Сегодня возможны не только личные встречи (*face-to-face*), но и дистанционные компьютерное совещания, видеоконференции и др. [9].

Само понятие собрания отличается в различных культурах. Так, например, в одних странах его цель состоит в том, чтобы заложить основы для дискуссии или консультации, в других – озвучить мнение руководства и обозначить директивы. В одних культурах собрания проходят по четко намеченному плану, в других – характер митинга зависит от обсуждаемых вопросов и участников собрания, иногда всецело поглощенных митингом. Однако бывают ситуации, когда собрание является одним из нескольких бизнес-аспектов, проходящих одновременно (например, телефонные звонки, частные встречи и т.д.) [14, p. 73].

Учитывая широкий функциональный спектр и способ организации собраний в современном деловом мире, можно утверждать, что языковые средства, используемые на митингах, разнообразны. Для совещаний, проходящих в официальной обстановке, характерен хорошо известный арсенал лексических средств, охватывающий основные этапы собрания. Например, *Has everyone got a copy of the minutes?* (У всех есть копия протокола?) или *Moving on to item three on the agenda...* (Переходим к третьему пункту в повестке) и др. [12; 18; 19; 20].

В настоящее время широко изучается проблема повышения эффективности совещаний. Исследования показали, что более 50 процентов времени, проведенного на собраниях, тратится впустую [17; 21]. В связи с этим, наряду с необходимостью тщательного планирования, ясной постановки цели и четко сформулированных вопросов повестки, в фокусе внимания специалистов оказывается технология проведения собрания.

Одной из составляющих успеха эффективного собрания является способ представления материала [8]. Презентации в любой форме никогда не служат только для сухой передачи информации. Для того чтобы объединить, увлечь людей и заставить их с интересом слушать, необходимо вызвать у них определенные эмоции [4].

Эффективное участие в собрании в наше время подразумевает индивидуальный ораторский стиль – логику, выразительность, эмоциональность, технику речи, способность к контакту с аудиторией [6]. Однообразное, монотонное следование шаблонам, использование избитых клише и речевых штампов, бесспорно, не способствуют завоеванию аудитории, а напротив, вызывают отвращение. Хороший оратор отталкивается от существующих образцов и создаёт новые идеи, стиль в словах и всём образе поведения [7].

К сожалению, многие учебники по деловому английскому содержат высокопарную и неестественную лексику. Так, например, для выражения идеи прерывания собеседника учебник может предлагать довольно вымученные, тяжеловесные фразы типа *Excuse me, can I interrupt you please?* (Прошу прощения, я могу вас прервать, пожалуйста?) вместо *but* (но). Или для высказывания мнения предлагается использовать выражение *In my opinion* (По моему мнению) вместо *I think* (Я думаю). Конечно, такие фразы возможны, но они совсем необязательно будут самыми типичными, особенно для носителей языка. Вероятно, не стоит тратить слишком много времени на овладение сложными витиеватыми фразами, которые едва ли будут употреблены. Значительно полезнее обучать языковым средствам и навыкам, которые в действительности используются на митингах [14, р. 73-74].

Один из способов придать речи выразительность, яркость и образность – употребление фразеологизмов, представляющих собой многокомпонентные сочетания, общий смысл которых невозможно понять, исходя из простой суммы значений составляющих их компонентов.

Использование фразеологизмов в деловой коммуникации до недавнего времени не являлось предметом специального изучения ввиду сложившегося мнения о том, что язык делового общения буквален, а не метафоричен. Однако В. А. Пономаренко справедливо заключает, что в устной форме делового общения наблюдается достаточно частое использование образных выражений, в частности фразеологизмов, и впервые рассматривает структурно-семантические, когнитивно-прагматические, лингвокультурологические, а также дискурсивные особенности фразеологизмов делового общения [6].

Цель данной статьи состоит в определении универсального набора фразеологизмов, которые могут быть использованы в ходе различных собраний, проводимых на английском языке.

Анализ вопроса показал, что в английском языке при обозначении митингов наряду со свободными сочетаниями типа: *an annual meeting* – ежегодное собрание, *a board meeting* – заседание правления, *a multiple meeting* – неоднократное совещание и т.д. – применяются фразеологизмы: *an overflow meeting* – параллельный митинг (для тех, кто не попал на основной), *quaker(s') meeting* – собрание, на котором царит молчание или очень мало выступающих, *round-table conference (meeting)* – конференция круглого стола, *a meeting of minds* – встреча для достижения согласия.

Бесспорно, что предмет и характер встречи определяют выбор языковых единиц участниками собрания. Перечислить все возможные фразеологизмы, какие могут быть употреблены на митингах, едва ли представляется возможным, поскольку их тематика может быть самой разнообразной. Однако если сосредоточить внимание не на содержательной стороне митингов, т.е. теме, а на функциональных составляющих, другими словами, ответить на вопрос «Не что обсуждается, а как?», можно выявить универсальные компоненты любого собрания.

Обычно участники собрания передают информацию, высказывают свою точку зрения, выражают согласие и несогласие, спорят, объясняют, подводят итоги и др. Именно эти аспекты должны быть в фокусе внимания преподавателя и, как следствие, стать объектом пристального изучения.

Обратимся к вариантам организации деловой встречи с использованием фразеологизмов.

*A: Can we **touch base** next week?*

*B: Sure, I **have a window** on Monday afternoon between two and four* (букв. «дотронуться до базы; иметь окно»). / *Мы можем встретиться и поговорить на следующей неделе? – Конечно, у меня окно в понедельник, в обед, с двух до четырех* (Здесь и далее перевод авторов – А. М., М. Ж.).

*I have two issues to **bring to the table** at our next meeting* [16, р. 68] (букв. «принести на стол»). / *У меня два вопроса, которые я бы хотел обсудить на следующем совещании.*

*I went to the meeting and **laid** my concerns about the new product **on the table*** [15] (букв. «ставить на стол»). / *Я пошел на собрание и выразил свои опасения по поводу нового товара.*

*We **tabled the discussion** about the salary issue until the next meeting* [Ibidem] (букв. «положить обсуждение в стол»). / *Мы перенесли обсуждение вопроса о зарплате на следующее собрание.*

Очень часто на собраниях информируют о начале или завершении чего-либо, например, проекта, деятельности и пр. Фразеологизмы со значением «начала» и «завершения» в устной форме делового дискурса рассматривались нами в отдельной работе [2]. Приведем лишь несколько примеров использования фразеологизмов для выражения этих целей:

*A lot more public spending will be required to **get this project off the ground*** [10, р. 172] (букв. «оторвать проект от земли»). / *Потребуется значительно больше общественных средств, чтобы запустить этот проект.*

*I'll introduce myself just to **set the ball rolling*** [11, р. 508] (букв. «начать катить мяч»). / *Я представлюсь для начала.*

*We decided to **call time on** our weekly meetings* [Ibidem] (букв. «остановить время»). / *Мы решили, что пора заканчивать наши еженедельные митинги.*

Неотъемлемым компонентом любого митинга является обмен мнениями участников, как правило, сопровождаемый выражением согласия или несогласия. Фразеологические средства выражения согласия/несогласия

в устной форме бизнес-коммуникации уже становились предметом нашего изучения [3], поэтому ограничимся несколькими иллюстрациями.

*We discussed the matter and we were able to **find some common ground** [11, p. 504] (букв. «найти общую землю»). / Мы обсудили вопрос и смогли прийти к определенному согласию (ср. с рус. «найти общий язык»).*

*I **am completely at one** with Michael on this issue [10, p. 293] (букв. «быть за одного»). / Я полностью поддерживаю Майкла в этом вопросе.*

*They **don't see eye to eye** on some key issues [Ibidem] (букв. «не смотреть глаз в глаз»). / Они по-разному смотрят на некоторые ключевые вопросы.*

*They **are at odds** over the funding for the project [Ibidem] (букв. «иметь разные шансы»). / Они не сходятся во взглядах насчет финансирования проекта.*

Процесс выражения мнения практически всегда сопровождается объяснением позиции. Рассмотрим несколько примеров употребления фразеологизмов на митингах с этой целью.

*Thank you for **shedding some light on** what is really a very complicated subject [Ibidem] (букв. «излучать свет»). / Спасибо за то, что пролили свет на такой сложный вопрос.*

*Can you just spell it out for me again **in words of one syllable?** [Ibidem] (букв. «словами в один слог»). / Вы не могли бы растолковать для меня суть дела еще раз простым языком?*

Информированность, осведомленность участников митинга относительно обсуждаемых тем часто становится предметом образного выражения фразеологизмами:

*Can you keep me **in the loop** about this, please? [11, p. 500] (букв. «держат в петле»). / Пожалуйста, держите меня в курсе дела.*

*We need to **put Hassan in the picture** about the deal [Ibidem] (букв. «поместить кого-то в картину»). / Нам нужно вестить Хассана в курс дела относительно сделки.*

***Keep me posted** on anything that happens while I'm away [10, p. 217] (букв. «постоянно отправлять почту кому-то»). / Держите меня в курсе всего, пока я в отъезде.*

Важным компонентом многих собраний является расстановка приоритетов. В английском языке для описания степени важности какого-то события могут использоваться следующие фразеологизмы:

*This is **a red-letter day** for our company [11, p. 503] (букв. «отмеченный красными буквами день»). / Это памятный день для нашей компании.*

*These proposals **took centre stage** at the conference [Ibidem] (букв. «занять центральную сцену»). / Эти предложения стали центральными на конференции.*

*Speed **was of the essence** in a project of this type [Ibidem] (букв. «быть сутью чего-то»). / Скорость имела решающее значение в проекте такого рода.*

Часто основной целью собрания является необходимость принятия решений, выбора стратегии поведения. Приведем несколько примеров употребления фразеологизмов в этом значении.

*Perhaps Mr. Sutherland should **step up to the plate** and lead negotiations [Ibidem] (букв. «подойти к тарелке»). / Возможно, Господину Сазерленду стоит взять на себя ответственность и начать вести переговоры.*

*We've had to **put our plans on ice** [Ibidem] (букв. «положить на лед»). / Мы были вынуждены приостановить наши планы.*

*We are **holding fire** on our assessment of the situation until a detailed analysis can be made [Ibidem] (букв. «сдерживать огонь»). / Мы воздерживаемся от оценки ситуации до проведения тщательного анализа.*

*We can't sign the agreement yet – we'll have to **play for time** [10, p. 318] (букв. «играть на время»). / Мы не можем пока подписывать соглашение – нам нужно выиграть время.*

*I think we ought to talk to other members of staff and **see which way the wind's blowing** before we make any firm decisions [Ibidem] (букв. «наблюдать, в какую сторону дует ветер»). / Я думаю, нам стоит поговорить с другими сотрудниками и хорошо разобраться в обстановке, прежде чем принять какие-то окончательные решения.*

*She criticized members of the committee for **sitting on the fence** and failing to make a useful contribution to the debate [Ibidem] (букв. «сидеть на заборе»). / Она выступила с критикой членов комитета за их выжидающую позицию и неспособность внести ценный вклад в развитие дискуссии.*

Очевидной целью большинства митингов является формирование необходимых условий для развития бизнеса, касающихся налаживания контактов, получения помощи/поддержки, объединения усилий в решении конкретной задачи. Использованию фразеологических средств языка в урегулировании бизнес-коммуникации нами посвящено специальное исследование [1]. Приведем несколько новых примеров:

*We are looking for ways to **build bridges** between our two organizations [11, p. 57] (букв. «построить мосты»). / Мы ищем пути улучшения отношений между двумя нашими организациями.*

*We **put our heads together** to come up with a plan [Ibidem] (букв. «сложить две головы вместе»). / Мы работали совместный план действий.*

*If they still won't **play ball** with us, we will have no choice but to take them to court [Ibidem] (букв. «играть в мяч»). / Если они все же откажутся сотрудничать с нами, нам ничего не останется как подать на них в суд.*

*If we could persuade the chairman to **throw his weight behind** the plan, it would have much better chance of success [10, p. 423] (букв. «поставить свой вес позади чего-то»). / Если бы нам удалось убедить председателя своим авторитетом поддержать план, тот имел бы гораздо больше шансов на успех.*

*Winning the contract has been **a real shot in the arm** for us [11, p. 505] (букв. «пушечное ядро в руку»). / Получение контракта стало для нас настоящим толчком.*

Участники собраний часто играют определенные роли. Некоторым нравится много говорить и выражать свое мнение, другие, напротив, предпочитают находить в словах высказывающихся уязвимые места

и выступать с критикой. Бесспорно, что на разных собраниях эти роли могут меняться. С. Линн приводит несколько слов в переносном значении и фразеологизмов для описания этих ролей:

- *gatekeeper* – *a person who makes sure that everyone in the group has a chance to participate and no one person has the control* («координатор/контролер» – человек, который обеспечивает возможность участия каждого в собрании и следит, чтобы никто не доминировал);

- *harmonizer* – *a person who tries to find the good in everyone's opinion and to keep conflict away from the group* («миротворец» – человек, который пытается найти в словах каждого хорошее и старается не допустить конфликтов в группе);

- *driver* – *a person who pushes the group forward to complete the task* («движитель/драйвер» – человек, который направляет группу вперед к выполнению задания);

- *blocker* – *a person who stops the meeting from continuing until his or her opinion is addressed* («блокатор» – человек, который препятствует продолжению собрания, пока его не выслушают);

- *fence sitter* – *a person who won't commit to either side of an issue* («колеблющийся» (букв. *сидящий на заборе*)) – человек, который колеблется между двумя мнениями и не примыкает ни к одной из сторон);

- *tap dancer* – *someone able to talk themselves out of difficult situation* («ловкач» (букв. *четочник*)) – человек, который может «отговориться» в трудной ситуации) [13, p. 136].

В завершение настоящего исследования можно заключить, что в английском языке фразеологизмы широко распространены не только в различных сферах повседневной жизни, но и в устной бизнес-коммуникации. Обращаясь к фразеологизмам в течение делового собрания, можно не только придать речи яркость и выразительность, но и создать непринужденную и в то же время продуктивную атмосферу. Исследование показало, что обучение использованию фразеологизмов на собраниях целесообразно основывать не только на тематической составляющей, но и на функциональном компоненте. В настоящей статье рассмотрены фразеологизмы, связанные с различными универсальными компонентами собрания, такими как: организационные моменты, информирование о начале или завершении чего-то, обмен мнениями участников, выражение согласия или несогласия, объяснение позиции, информированность, осведомленность участников собрания в каких-то вопросах, расстановка приоритетов, принятие решений, выбор стратегии поведения и т.д. С большой вероятностью можно предположить, что этот список не является завершенным и его можно расширить. В перспективе тщательный анализ функциональных компонентов других форм делового общения позволит сформировать универсальную подборку фразеологизмов для каждой из них.

Многим людям боязнь совершения ошибок мешает полноценно участвовать в собраниях, проводимых на иностранном языке. Материалы настоящей статьи будут содействовать повышению способности активно и творчески принимать участие в деловых встречах на английском языке.

#### Список литературы

1. **Малюгина А. В.** Использование фразеологических средств языка в урегулировании бизнес-коммуникации (на материале английского языка) // Глобализация науки: проблемы и перспективы. 2014. С. 129-132.
2. **Малюгина А. В.** Фразеологизмы со значением «начала» и «завершения» в устной форме делового дискурса (на материале английского языка) // Молодой ученый. 2014. № 14. С. 108-110.
3. **Малюгина А. В.** Фразеологические средства выражения согласия/несогласия в устной форме бизнес-коммуникации (на материале английского языка) // Проблемы современной науки и образования. 2014. № 4 (22). С. 45-48.
4. **Обязательные требования к повествованию: заинтересуйте их!** [Электронный ресурс]. URL: <http://blog.powerlexis.ru/2013/03/21/обязательные-требования-к-повествованию/> (дата обращения: 28.08.2015).
5. **Оратор и аудитория** [Электронный ресурс]. URL: <http://help-edu.com/kurs-lekcziy-1stilstika--kultura-rechir/181-orator-i-auditoriya.html> (дата обращения: 28.08.2015).
6. **Пономаренко В. А.** Фразеологические единицы в деловом дискурсе (на материале английского и русского языков): автореф. дисс. ... к. филол. н. Краснодар, 2007. 23 с.
7. **Требования к оратору** [Электронный ресурс]. URL: <http://4oratory.ru/sovety/trebovaniya-k-oratoru> (дата обращения: 28.08.2015).
8. **Boring Meetings: How to Survive Those Long Board Meetings** [Электронный ресурс]. URL: <http://www.thedaily Mind.com/mindfulness/boring-meetings-how-to-survive-those-long-board-meetings/> (дата обращения: 28.08.2015).
9. **Business meeting etiquette** [Электронный ресурс]. URL: <http://businessculture.org/western-europe/business-culture-in-germany/meeting-etiquette-in-germany/> (дата обращения: 28.08.2015).
10. **Cambridge Idioms Dictionary**. 6<sup>th</sup>, new ed. Cambridge University Press, 2013. 505 p.
11. **Collins Cobuild Idioms Dictionary**. 3d new ed. HarperCollins Publishers, 2012. 528 p.
12. **Comfort J.** Effective Meetings. Oxford University Press, 1996. 87 p.
13. **English L. M., Lynn S.** Business Across Cultures. Effective Communication Strategies. Longman, 1995. 182 p.
14. **Frendo E.** How to Teach Business English. Longman, 2005. 162 p.
15. **Meeting Idioms** [Электронный ресурс]. URL: <http://www.idiomconnection.com/business.html#A1> (дата обращения: 05.09.2015).
16. **O'Dell F., McCarthy M.** English Idioms in Use. Cambridge University Press, 2012. 185 p.
17. **Selland J.** How to Run Productive and Effective Business Meetings [Электронный ресурс]. URL: <http://www.businessknowhow.com/growth/business-meeting.htm> (дата обращения: 28.08.2015).
18. **Stephens B.** Meetings in English. Macmillan, 2011. 112 p.
19. **Taggart E. Smith.** Meeting Management Prentice Hall, 2000. 166 p.
20. **Thompson K.** English for Meetings. Oxford University Press, 2007. 80 p.
21. **Why Do Meetings Have a Bad Reputation?** [Электронный ресурс]. URL: <http://www.effectivemeetings.com/meetingbasics/meetstate.asp> (дата обращения: 05.09.2015).

**PHRASEOLOGICAL UNITS IN THE MEETINGS (BY THE MATERIAL OF THE ENGLISH LANGUAGE)****Malyugina Anna Vladimirovna**, Ph. D. in Philology*Voronezh Institute of the Ministry of Internal Affairs of the Russian Federation  
malyugina-anna@yandex.ru***Zhivokina Maiya Aleksandrovna**, Ph. D. in Philology*Military Educational-Research Center of Air Force "Air Force Academy  
named after professor N. E. Zhukovsky and Y. A. Gagarin"  
binemaya@mail.ru*

In the article the phraseological units which can be potentially used in a business meeting are studied. Main attention is paid to the appropriateness of record in the teaching process of the use of phraseological units in the meetings not only of the thematic component, but also of the functional component. The authors give the examples of phraseological units associated with such various universal components of the meeting as organizational aspects, informing about the start or the end of something, the exchange of participants' views, the expression of agreement or disagreement, the explanation of position, the awareness, the knowledge of participants of the meeting in some issues, the establishment of priorities, decision-making, the choice of strategy of behavior and so on.

*Key words and phrases:* meeting; phraseological unit; business communication; functional component; business meeting; figurative expression; universal components of the meeting.

УДК 81'272

**Филологические науки**

*В связи с процессами глобализации экономик и культур важным фактором социального развития является формирование поликультурной языковой личности, что в условиях современного университета достигается посредством разработки и целенаправленного проведения языковой политики, базирующейся на принципах мультилингвизма, поликультурализма, интернационализации образования. В статье на примере Южного федерального университета описываются принципы и пути реализации языковой политики инновационного вуза в поликонфессиональном полиэтническом регионе.*

*Ключевые слова и фразы:* университетский дискурс; языковая политика университета; мультилингвизм; поликультурализм; интернационализация образования; языковая личность; поликультурная языковая личность.

**Мирошникова Ольга Христьяевна, к. пед. н.***Южный федеральный университет  
rostovolga@yandex.ru***ЯЗЫКОВАЯ ПОЛИТИКА ИННОВАЦИОННОГО УНИВЕРСИТЕТА  
КАК УСЛОВИЕ ФОРМИРОВАНИЯ ПОЛИКУЛЬТУРНОЙ ЯЗЫКОВОЙ ЛИЧНОСТИ<sup>©</sup>**

Формирование языковой личности рассматривается в настоящее время как необходимый компонент научно-гуманитарной подготовки будущих специалистов в высшей школе, средство гуманизации и гуманитаризации высшего образования, основа для осмысления индивидом языковой картины мира.

Современное языкознание антропоцентрично. Категории языковой личности (Г. И. Богин [2], Ю. Н. Караулов [10]) и вторичной языковой личности (И. И. Халеева [17]), вошедшие в научный обиход в 80-90 гг. XX века, относятся к базовым концептам коммуникативной лингвистики, лингвокультурологии, лингводидактики, прикладной социолингвистики. Исследованию языковой личности посвящены работы А. Б. Бушева [3], А. А. Ворожбитовой [4], Е. И. Головановой [5], Н. А. Дерябиной [6], Г. В. Елоховой [8], О. Б. Сиротининой [14], Т. В. Чернышовой [20] и др.

Согласно определению В. И. Карасика, языковая личность выступает как «обобщенный образ носителя культурно-языковых и коммуникативно-деятельностных ценностей, знаний, установок и поведенческих реакций» [9, с. 363]. При этом если до недавнего времени основной задачей профессионально-ориентированной межкультурной коммуникации являлось развитие речевой и коммуникативной культуры обучающихся, то в последние годы заговорили о необходимости формирования «профессиональной языковой личности» (Э. В. Акаева [1], Л. В. Кушнина и М. С. Силантьева [11], Л. А. Чернышова [19] и др.) и «поликультурной языковой личности» (С. Ю. Стрелкова [15], М. М. Фомин [16], Л. П. Халяпина [18] и др.), готовой ответить на многочисленные вызовы постиндустриального общества, обусловленные процессами экономической глобализации, тотальной информатизации и интеграции науки, культуры, образования и бизнеса. Поликультурная языковая личность в наше время, как справедливо отмечает М. В. Румянцева, – это «личность, способная идентифицировать себя не только как представителя своей национальной культуры, но и в качестве гражданина мира, воспринимающего себя субъектом диалога культур и осознающего свою роль, значимость, ответственность в глобальных общечеловеческих процессах» [13, с. 278].