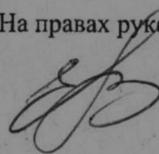


0. 772701

На правах рукописи



ВАГАНОВА Екатерина Владиславовна

**Языковое сознание студентов технических и гуманитарных  
специальностей как представителей различных корпоративных  
культур**

Специальность 10.02.19 – теория языка

**АВТОРЕФЕРАТ**  
диссертации на соискание ученой степени  
кандидата филологических наук

Челябинск - 2008

Работа выполнена в Государственном образовательном учреждении высшего профессионального образования «Челябинский государственный университет» на кафедре теории языка.

Научный руководитель: доктор филологических наук, профессор  
**Шкатова Людмила Александровна**

Официальные оппоненты: доктор филологических наук, профессор  
**Нефедова Лилия Амиряновна**  
ГОУ ВПО «Челябинский государственный университет»

кандидат филологических наук  
**Тулина Екатерина Валерьевна**  
ГОУ ВПО «Магнитогорский государственный университет»

Ведущая организация: ГОУ ВПО «Челябинский государственный педагогический университет»

Защита состоится «6» сентября 2008 года в 11 часов на заседании диссертационного совета Д.212.296.05 по защите диссертаций на соискание ученой степени доктора филологических наук при Челябинском государственном университете по адресу: 454021, г. Челябинск, ул. Братьев Кашириных, 129, конференц-зал.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Челябинского государственного университета по адресу: г. Челябинск, ул. Бр

Автореферат разослан «5» сентября 2008

НАУЧНАЯ БИБЛИОТЕКА КГУ



0000510600

Ученый секретарь  
диссертационного совета  
кандидат филологических наук, доцент

*Вас*

Г.С. Вардугина

В условиях развития современного общества становится все очевиднее значимость изучения особенностей корпоративной культуры, поскольку возрастает роль профессионализма и появляется потребность в согласовании действий специалистов разных областей.

Принадлежность к определенной корпоративной культуре проявляется через общность языкового сознания ее носителей. В нашем исследовании впервые рассматривается языковое сознание представителей технических и гуманитарных специальностей в плане межкультурных коммуникаций.

Языковое сознание определяется нами вслед за Е.Ф. Тарасовым как «образы сознания, овнешняемые языковыми средствами: отдельными лексемами, словосочетаниями, фразеологизмами, текстами, ассоциативными полями и ассоциативными тезаурусами как совокупностью этих полей».

Повышение интереса к проблемам языкового сознания и языковой личности наблюдается в рамках новых научных направлений, возникших во второй половине XX столетия: психолингвистики, социолингвистики, лингвокультурологии, прагматингвистики, этнолингвистики.

**Теоретической базой** работы послужили исследования Ю.Н. Караулова, В.И. Карасика, А.Н. Колесниковой, А.Н. Леонтьева, А.А. Леонтьева, В.А. Масловой, Ю.А. Сорокина, И.А. Стернина, С.Г. Тер-Минасовой, Е.Ф. Тарасова, Н.В. Уфимцевой, Е.В. Харченко, Л.А. Шкатовой и других.

В качестве отрасли науки о языке, непосредственно связанной с изучением культуры, в последнее время все большее распространение получает лингвокультурология, что связано с необходимостью учитывать универсальные и специфические характеристики речевого поведения представителей разных культур, важностью определения и точного обозначения тех культурных ценностей, которые лежат в основе коммуникативной деятельности.

Наше исследование проходит в лингвокультурологическом и психолингвистическом аспекте, поскольку затрагивает вопросы проявления особенностей корпоративной культуры в языковом сознании ее носителей.

Проблемам профессиональной и корпоративной коммуникации посвящены работы Р. Бландела, В.Я. Кочергина, И.А. Мазаевой, Т.Н. Персиковой, Г.Г. Почепцова, О.Г. Усановой, Е.В. Харченко, Ф.И. Шаркова, Э. Шейна и др., но совсем немного работ по изучению корпоративной культуры учебного заведения: И. Васенина, Ю.С. Васильев, В.В. Журавлев, А.Н. Занковский, А. Смоленцева, Е.В. Строгачева, Л.А. Шкатова и др.

Для нашего исследования особый интерес представляет диссертация А.А. Селютина «Корпоративная культура вуза как совокупность текстов: лингвокультурологический анализ», которая посвящена специфике влияния корпоративной культуры вуза на формирование языковой картины мира ее носителя.

**Актуальность работы** обусловлена перестройкой образовательной системы России и возникшей необходимостью подготовки специалистов технической и гуманитарной отраслей, которые могли бы успешно взаимодействовать, а также

необходимостью изучения языкового сознания носителей разных корпоративных культур.

**Новизна** работы заключается в том, что в ней впервые рассматривается языковое сознание будущих специалистов технической и гуманитарной отрасли с целью определения особенностей, значимых для межкультурного диалога.

**Объектом** исследования является языковое сознание студентов гуманитарных и технических специальностей вуза как представителей корпоративных культур.

**Предметом** исследования служит совокупность текстов, которые представляют коммуникативную составляющую корпоративной культуры.

Основным **материалом** исследования являются письменные тексты работ студентов, корпоративные объявления, опросы, интервью. Особенности языкового сознания студентов технических и гуманитарных специальностей мы определяем по материалам различных психолингвистических экспериментов (ассоциативный эксперимент и метод незаконченных предложений).

**Цель исследования** – установить особенности языкового сознания студентов технических и гуманитарных специальностей, влияющие на построение межкультурного диалога.

Цель исследования реализуется в решении следующих задач:

1. Определить особенности языкового сознания студентов гуманитарных и технических специальностей путем анализа корпоративных текстов.
2. Выявить сходства и различия в языковом сознании представителей гуманитарных и технических корпоративных культур.
3. Обозначить возможные коммуникативные помехи в межкультурном общении представителей гуманитарных и технических специальностей.

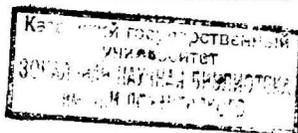
**Основные методы исследования:**

- наблюдение;
- массовые опросы;
- интервью;
- проективные методики (свободный ассоциативный эксперимент и метод незаконченных предложений).

Была выдвинута следующая **гипотеза**: принадлежность к корпоративной культуре технической и гуманитарной отрасли определяет особенности языкового сознания ее представителей, которые могут стать помехой в межкультурном общении.

**На защиту** выносятся следующие положения:

1. Высшие учебные заведения, сформировавшиеся на основе технического института, имеют свои особенности, отражающиеся в текстах корпоративной культуры.
2. Стереотипы языкового сознания представителей разных специальностей могут препятствовать межкультурному диалогу.
3. Причиной сбоев в коммуникации носителей разных корпоративных культур может быть негативное отношение к носителям «чужой» культуры.



**Теоретическая значимость** исследования определяется тем, что впервые предлагается описание особенностей языкового сознания представителей технических и гуманитарных специальностей, а также дается определение термину «корпоративная культура специалиста», что вносит определенный вклад в теорию языка и теорию коммуникации.

**Практическая значимость** работы заключается в возможности применения ее результатов для повышения эффективности межкультурного общения. Рассматривая корпоративную культуру некоторых факультетов высшего учебного заведения, можно получить представление о языковой картине мира членов этой корпорации, что в дальнейшем позволит выработать различные приемы, способствующие эффективному общению представителей данной корпоративной культуры, улучшению профессиональной подготовки студентов. Также возможно использовать полученные данные в курсах лекций по психолингвистике, социолингвистике, профессиональной лингвистике, культуре речи и стилистике русского языка.

**Апробация и внедрение работы.** Основные положения и результаты исследования были изложены в докладах и сообщениях на международных научно-практических конференциях: «Теория и методика преподавания языков в вузе» (Челябинск, 2003), «Язык. Культура. Коммуникация» (Челябинск, 2004), «Социальные варианты языка-III» (Нижний Новгород, 2004), на межвузовских научных семинарах в Челябинской государственной академии культуры и искусств (2005), на международном симпозиуме по психолингвистике «Речевая деятельность. Языковое сознание. Общающиеся личности» (Москва, 2006), на международной научной конференции «Языки профессиональной коммуникации» (Челябинск, 2007), а также на заседаниях кафедры культуры речи и профессионального общения Южно-Уральского государственного университета (2006-2007 гг.), Вузовской академической лаборатории межкультурных коммуникаций (2006-2007 гг.) и кафедры теории языка Челябинского государственного университета.

Результаты исследования отражены в 14 публикациях автора.

В ходе исследовательской работы над диссертацией был получен коллективный грант Министерства образования РФ по теме «Отражение особенностей культур в языковом сознании» РФФИ (номер проекта 04-06-96025) на 2004-2006 гг.

Цели и задачи работы определяют ее **структуру**, которая включает введение, две главы, заключение, список литературы и приложение, в котором даются стимульные материалы свободного ассоциативного эксперимента и теста незаконченных предложений.

## **ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ**

Во **Введении** обосновывается научная новизна, актуальность темы диссертационного исследования, определяется его цель, задачи, указываются

методы их решения, формулируется теоретическая и практическая значимость проделанной работы, формулируются положения, выносимые на защиту.

В первой главе «Отражение особенностей корпоративной культуры в языковом сознании ее носителей» рассматривается корпоративная культура как составляющая понятия культуры вообще, сопоставляется корпоративная, организационная и профессиональная культуры, исследуются теоретические проблемы межкультурного диалога, определяются особенности языкового сознания как показателя принадлежности к корпоративной культуре, характеризуется корпоративная культура высшего учебного заведения, доказываемая, что ее формирование и развитие напрямую зависит от способности людей находить общий язык и от их толерантности. Последнее особенно важно для вузов, в которых работают и готовятся профессионалы разных областей.

На данный момент особенно актуальной темой в системе функционирования корпоративной культуры остается область образования, тем более что качество подготовки специалистов в вузах – острая проблема для всего современного мира. Сегодня она связана не только с резким обострением конкуренции на рынке образовательных услуг как в системе государственного образования, так и внутри негосударственных учреждений, но и с отсутствием четкого понимания внутривузовской культуры (корпоративной культуры факультетов, специальностей вуза), а ведь именно корпоративная культура является одной из главных составляющих образа будущего специалиста, представляя, с одной стороны, важное звено вузовской образовательной системы, а с другой – инструмент регуляции характера образования, повышения качества системы коммуникации и т.д.

По мнению исследователей, высшая школа – наиболее точный слепок общества. Именно университеты выступают лабораторией социального и культурного прогресса общества. Наше исследование проводилось в крупнейшем вузе Уральского региона России – Южно-Уральском государственном университете. Это высшее учебное заведение носит статус университета 10 лет. Изначально (с 1943 года) это был механико-машиностроительный институт (ЧММИ), с 1951 года – политехнический институт (ЧПИ), затем (с 1990) технический университет (ЧГТУ), и наконец, с 1997 года ЮУрГУ считается университетом в широком смысле этого слова. Существовая долгое время как сугубо технический вуз, университет не имел гуманитарных факультетов и специальностей.

С 1997 года в ЮУрГУ открылось много гуманитарных факультетов (лингвистический, психологический, международный, юридический и др.), успешно конкурирующих со старейшими гуманитарными факультетами других вузов, причем открываются в ЮУрГУ только гуманитарные факультеты, так как технические специальности считаются здесь уже классическими и не требуют нового пополнения. Конечно, у технических факультетов (архитектурно-строительный, механико-математический, физический, автотракторный) корпоративная культура богаче, чем у недавно образовавшихся гуманитарных факультетов. У инженеров есть свои традиции, обычаи, ритуалы (например, приглашение выпускников-ветеранов Великой Отечественной войны или посещение

заводов и предприятий, где работают выпускники разных лет, встречи студентов с выдающимися специалистами своей отрасли, многолетнее прохождение практики в определенных организациях), которые еще не сложились на новых факультетах. Но, как показывает наше исследование, корпоративная культура студентов гуманитарных специальностей отнюдь не оказывается подавлена корпоративным духом «технарей» (номинации «технари» и «гуманитарии» мы используем вслед за социолингвистами В.И. Беликовым и Л.П. Крысиным [Беликов, Крысин 2001: 196], и они не носят негативного характера). Даже за недолгий срок существования в ЮУрГУ гуманитарные факультеты приобрели свою корпоративную культуру, которая нашла отражение в языковом сознании студентов.

В качестве корпоративных мы рассматриваем культуру представителей технических и гуманитарных факультетов Южно-Уральского государственного университета. Примером «технического» факультета явился архитектурно-строительный факультет ЮУрГУ, который готовит будущих инженеров промышленного и гражданского строительства, а в качестве «гуманитарного» выбран факультет лингвистики, который выпускает переводчиков и преподавателей иностранных языков.

Формирование стереотипных представлений о корпоративной культуре начинается еще до непосредственного вхождения в нее индивида под воздействием опыта предыдущих поколений, а также собственного соприкосновения с ней. Так, многие студенты в сочинениях признаются, что были знакомы с особенностями обучения на факультете еще до поступления в вуз по рассказам друзей или родственников (чаще всего родителей) абитуриента, которые здесь обучались. И часто именно такие рассказы определяют дальнейший выбор будущего студента: *«В династии Филатовых одни строители: дедушка – строитель, папа – строитель, так что мне ничего не оставалось делать, как тоже идти на строителя»* (Вадим Ф.), *«Эту специальность я выбрал не случайно – мой отец строитель, и я просто пошел по стопам своего отца»* (Сергей Т.), *«У меня отец – архитектор-строитель. Он меня буквально заразил своей профессией»* (Павел Р.). Причем подобная преемственность характерна только для студентов архитектурно-строительного факультета, который существует уже 55 лет (с 1952 года), тогда как факультет лингвистики относительно молодой (10 лет – с 1997 года), и здесь еще не успели сформироваться династии.

Несмотря на то, что образовательное учреждение, ежегодно обновляя свой коллектив, находится под постоянным влиянием других типов культур, традиции как основа преобладающей в нем культуры способствуют ее сохранению.

Корпоративную культуру специалиста мы определяем как комплекс духовных и материальных символов, объединяющий группы людей для социально и профессионально значимых практических и интеллектуальных действий, отраженных и закрепленных в письменных и устных текстах.

Задача любого образовательного учреждения – построить обучение таким образом, чтобы обучаемые умели вести межкультурный диалог с учетом своеобразия языковых сознаний коммуникантов, но сами студенты отмечают, что

на данный момент они находят очень мало точек соприкосновения с представителями других факультетов, а следовательно, других корпоративных культур. Например, лингвисты считают, что у них *«мало общих тем для разговора»*, *«разные взгляды на многие проблемы»*, *«совсем разные проблемы по жизни»* со студентами-строителями. И строители отмечают, что *«не знают, о чем бы стали говорить с лингвистами, если пришлось бы долго общаться»*, *«с ними вообще неинтересно»*, *«лингвист – не строитель, зачем с ним общаться?»*. Одной из причин непонимания здесь являются разные модели речевого поведения, использование разных форм существования языка, на котором привыкли общаться студенты.

В настоящее время перед системой образования встает задача подготовки студентов к культурному, профессиональному и личному общению с представителями других корпоративных культур. Без понимания особенностей, традиций и кодов иной культуры, с которой предстоит взаимодействовать, невозможно достичь оптимального результата в диалоге.

Одним из методов нашего исследования является направленный анализ текстов. Мы рассмотрим, насколько языковое сознание находит свое отражение в текстах корпоративных объявлений.

Жанр **объявлений** был выбран нами не случайно, т.к. официальные заявления и документы, декларирующие кредо организации, ее философию и идеологию, являются вторичными механизмами передачи корпоративной культуры. Вторичные механизмы способствуют формированию организационной идеологии и формализуют многое из того, что было неформально установлено ранее.

Для сопоставления были проанализированы тексты объявлений архитектурно-строительного и лингвистического факультетов Южно-Уральского государственного университета.

Язык объявлений каждого из рассматриваемых факультетов специфичен. В текстах употребляются термины, профессионализмы, значения которых известны только посвященным, т.е. представителям данного факультета. Например, *«В земельную кадастровую палату по Челябинской области требуется выпускник кафедры «Градостроительство» на должность инженера со знанием компьютера»* или *«Приглашаем на курсы обучения программе AutoCad»*. Уже по лексическому составу данных текстов можно сделать вывод об их принадлежности архитектурно-строительному факультету. Такие лексические единицы, как *кадастровая палата, кафедра «Градостроительство», инженер, программа AutoCad*, указывают на профессиональную культуру общения, недоступную непрофессионалу в данной области.

На доске объявлений лингвистического факультета вывешены объявления следующего содержания: *«Желающие прослушать курс Headway Oxford 1996 ...»*, *«Информационный семинар престижной английской школы St. Clare's, Oxford. Семинар проводит mr. Francisco Bustos»*, *«Поздравляем NN с победой в Интернет-конкурсе Британского совета»*. В текстах объявлений факультета лингвистики

часто появляются слова и выражения на иностранном языке, что является показателем определенной субкультуры лингвиста.

На архитектурно-строительном факультете преобладают объявления императивного характера, у лингвистов – объявления-приглашения. Например, объявление архитектурно-строительного факультета, «*Следующим студентам нужно подойти в деканат для ознакомления с правилами внутреннего распорядка университета*»

В текстах объявлений АС очень явно выражен командный дух: *Команда АС-факультета стала лучшей! Мы сделали это! Самые активные и дружные болельщики у команды АС!* Объявления лингвистического факультета больше отличаются индивидуальной направленностью: *Поздравляем студентку N! Лингвистический факультет представлял N.*

Сообщения о проведении дополнительных занятий, зачетов, пересдач по различным предметам присутствуют на досках объявлений всех факультетов и в основной массе подобны, т.к. пишутся по стандартной форме для всего университета.

Еще одна черта отличает тексты объявлений лингвистического и архитектурно-строительного факультетов – это формулы обращения к своим читателям, т.е. студентам. У лингвистов, как правило, – «Господа студенты!», «Уважаемые студенты!», а у строителей – «Студенты всех групп», «Студенты АС-факультета!» и т.п. Данная особенность говорит о переходе представителей лингвистического факультета на европейский уровень общения, при котором главное – проявить уважение к собеседнику, а на архитектурно-строительном факультете придерживаются консервативных правил общения администрации со студентами.

Таким образом, у носителей одного языка, ориентированных на технические и гуманитарные профессии, мы отмечаем наличие различного языкового сознания, отраженного не только в бытовых речевых ситуациях, но и в текстах официально-делового стиля, к которым относится, в частности, жанр объявления.

Языковое сознание является одним из показателей принадлежности к определенной корпоративной культуре. Если языковое сознание – это «образы сознания, овнешняемые языковыми средствами» (Е.Ф. Тарасов), то тексты могут служить демонстрацией особенностей корпоративной культуры человека, который их создавал.

Мы выделяем следующие основные особенности языкового сознания студентов технических и гуманитарных специальностей как представителей различных корпоративных культур:

Строители	Лингвисты
конкретность	образность
консервативность	гибкость
замкнутость	открытость
рациональность	эмоциональность
логичность	творчество

**Конкретность** языкового сознания (ЯС) «технарей» проявляется в том, что за каждым понятием стоит какой-то предмет, а не образ: *Х есть У, Х – это то, что ... У «гуманитариев»* используются неопределенно-образные толкования: *Х – это что-то такое, Х – это когда ...* **Консервативность** ЯС «технарей» заметна в нежелании принимать новые формы обращений в документах, использовать неологизмы в речи, тогда как «гуманитарии» быстро схватывают все изменения, происходящие в языке, что делает их ЯС **гибким**. **Открытость** ЯС «гуманитариев» проявляется в готовности к межкультурному диалогу, гуманитарное сознание диалогично по своей природе, а «технари» предпочитают **замкнутое** общение внутри своей культуры. Замкнутость языкового сознания «технарей» не распространяется на отношение к жаргону и сленгу, элементы которых они достаточно активно используют в своей речи. Представители технических специальностей «закрыты» для новых, с точки зрения их культуры, речевых моделей (не признают образность в речи, избегают сложных синтаксических конструкций и т.п.). «Технарям» особенно важно быть типичными представителями своей культуры. **Рациональность** ЯС «технарей» демонстрируется в логичном и сдержанном использовании ими языковых средств, напротив, гуманитарии стремятся вложить в свои высказывания максимум чувств и эмоций. **Творческое** начало в ЯС «гуманитариев» способствует эстетическому восприятию мира, технари ориентируются на **логичность** и точность высказывания.

Во второй главе «**Особенности языкового сознания студентов технических и гуманитарных специальностей по данным проективных методик**» рассматривается профессиональная культура студентов технических и гуманитарных специальностей, выявляются особенности языкового сознания «технарей» и «гуманитариев» по данным ассоциативного эксперимента и анализируются результаты теста незаконченных предложений как показателя особенностей языкового сознания представителей разных корпоративных культур.

В отличие от национальной и гендерной культур, корпоративная формируется в достаточно взрослом возрасте и на первых порах может восприниматься сознательно и даже оцениваться: при получении второго образования или переходе на другое место работы человек, как правило, может четко выделить новые реалии, которые могут восприниматься как отступления от норм.

Первокурсникам был предложен «Опросник профессиональной готовности» Е.А. Климова, который показал, что для студентов факультета лингвистики характерно большее количество баллов в профессиональных сферах «человек – художественный образ» и «человек – человек». На третьем месте – «человек – природа». Для студентов архитектурно-строительного факультета на первое место по количеству набранных баллов вышли профессиональные сферы «человек – техника» и «человек – знаковая система». Интересно, что на третьем месте у строителей профессиональная сфера «человек – человек». Уже на первом курсе будущие инженеры осознают необходимость межличностного общения, хотя у студентов-лингвистов профессиональная сфера «человек – человек» оценивается более высокими баллами.

Специфика языкового сознания представителей разных корпоративных культур с наибольшей долей объективности может быть установлена с помощью ассоциативного эксперимента, результаты которого подтвердили, что существует целый ряд устойчивых понятий в сознании студентов разных специальностей вуза.

В основе ассоциативного эксперимента, проведенного нами в 2001 году со студентами первого курса Южно-Уральского государственного университета гуманитарных и технических специальностей, лежит базовый список стимулов, предложенный авторами Русского ассоциативного словаря, адаптированный для студенческой среды. Определенный ряд слов-стимулов был предложен 100 студентам лингвистического (Л) факультета и 115 студентам архитектурно-строительного (АС) факультета. Через три года (в 2004 году) с этими же студентами, обучающимися уже на четвертом курсе, был проведен аналогичный ассоциативный эксперимент.

Несовпадающих реакций на предложенные стимулы значительно больше, чем однотипных. В первую очередь отметим различное восприятие понятия «язык» и того, что с ним связано. У лингвистов-первокурсников стимул «язык» вызывает, как правило, ассоциацию «английский» (23 человека), тогда как строители отвечают на этот стимул реакцией «русский» (37 человек). Стимул **язык** у лингвистов-старшекурсников вызывает те же реакции, что и у первокурсников: *английский, иностранный, испанский* (25). Студенты АС-факультета реагируют в большинстве словами *русский* (16) и *длинный* (18).

Для студентов лингвистического факультета характерно использование слов на иностранных языках (как правило, это языки обучения: английский, немецкий, испанский): **подарок** – *present*, **искусство** – *art*, **конец** – *fin*, **больной** – *krank*, **всё** – *alles*, **большой** – *great*, **компьютер** – *internet*. На четвертом курсе реакций не на русском языке намного больше, чем в эксперименте с первокурсниками.

В первую очередь обращает на себя внимание то, что к четвертому курсу обучения у студентов появляется явное отождествление определенных слов-стимулов с профессией, которую они получают. Если на первом курсе только 7 человек на стимул **лингвист** давали реакцию *я, моя профессия*, то на четвертом курсе подобные реакции на данный стимул встречаются у 25 студентов. Студенты архитектурно-строительного факультета уже с первого курса отождествляют себя с профессией инженера, и к четвертому курсу это становится еще очевиднее. Стимул **инженер** вызывает реакцию *строитель, мое будущее, я* (28) у большинства представителей архитектурно-строительного факультета на первом (48) и четвертом (33) курсах, что говорит о достаточно четком соотношении со своей профессией. Правда, у старшекурсников появляются и негативные реакции на наименование своей профессии, тогда как на первом курсе все реагировали нейтрально. Так, лингвисты оценивают свою специальность реакциями: *зубрежка, только не это, не хочу*. А строители предлагают такие реакции на стимул **инженер**: *неудачник, дурак, ничего не добьется*.

К четвертому курсу в реакциях лингвистов тоже заметны изменения, связанные с большей степенью освоения своей профессии. Студенты уже побывали

на педагогической практике, в связи с чем появляются характерные реакции: **труд** – *школа, список* – *учеников, делать* – *уроки, форма* – *школьная, профессия* – *учитель*. На первом курсе реакции на данные стимулы не отличались какой-либо корпоративной направленностью.

Филологическая направленность мышления «гуманитариев» показательна и в ассоциациях, связанных с их специальностью (исключительно специфическими моментами): **образ** – *героя, действия* (вероятно, по аналогии – обстоятельство образа действия), **красное** – *и черное* (аллюзия «Красное и черное» Стендаля). Такие реакции лингвистов на четвертом курсе уже ярко демонстрируют процесс формирования профессионального языкового сознания: **главный** – *член, деловой* – *английский, стиль, глухой* – *согласный, звук* – *звонкий, глухой, лицо* – *род, надеж, корень* – *основа*. У строителей на четвертом курсе тоже возникают специфические реакции, характерные для представителей технических специальностей: **правило** – *Ленца, буровчика, окна* – *KDE, масса* – *тела*.

Только для представителей архитектурно-строительного факультета характерно использование цифр в ассоциациях, и вообще их реакции носят исключительно технический характер: **объем** – *призмы, масса, решить* – *уравнение, двигатель* – *16 клапанов* (по аналогии с шестнадцатиклапанным двигателем автомобиля). Особенностью реакций строителей является появление цифровой и графической информации: **объем** – *м≥, ζ, вода* – *H<sub>2</sub>O, цена* – *500000, файл* – *A4, помощь* – *F1, автомат* – *AK-47, результат* – «+», **постоянный** – *const* и т.п.

Студенты-четверокурсники АС-факультета намного чаще в своих реакциях используют сленговую лексику: **предприниматель** – *барыга, алкоголь* – *кайф, интернет* – *халява, преподаватель* – *лох*.

На один и тот же стимул студенты разных специальностей дают несовпадающие ассоциации. Лингвисты: **высокий** – *стиль* (18) *человек* (21), **правило** – *произношения, орфографии, грамматики, русского языка*; строители: **высокий** – *дом* (10), **столб** (5), **кран** (9), **правило** – *дорожного движения, Гунда, Ленца, теорема, буровчика*.

Если у представителей лингвистического факультета наблюдается сенсорное восприятие некоторых слов-стимулов: **шум** – *мешает* (5), **телевизор** – *люблю смотреть* (3), *отвлекает* (6), **инструмент** – *деревянный, железный, музыкальный, сложный*, то у строителей отмечается предметность восприятия: **шум** – *город* (4), **телевизор** – *новости* (12), **инструмент** – *молоток, пила, дрель, топор*. Лингвисты отличаются большей метафоричностью мышления, а строители конкретностью: **черный** – *юмор* (5), **политика** – *кнута и пряника* (9) – это ассоциации лингвистов; у строителей **черный** – *кот* (18), *автомобиль* (4), **политика** – *Государственная Дума* (22), *правительство* (13).

Ассоциативный эксперимент позволяет прийти к выводу о том, что некоторые особенности языкового сознания студентов разных специальностей свидетельствуют, в частности, о степени освоения корпоративной культуры той или иной профессии. К четвертому году обучения различия в языковом сознании

представителей корпоративной культуры «технарей» и «гуманитариев» становятся все очевиднее, что связано, прежде всего, с более глубокими знаниями о своей будущей профессии.

Для выяснения особенностей восприятия собственной специальности студентами лингвистического и архитектурно-строительного факультетов мы распределили реакции на стимулы **инженер** и **лингвист** на следующие группы:

### **Инженер**

**синонимы:** *специалист, служащий, технарь, профессия, мастер, я, это мы, Иванов, Петр Иванович, папа, моя тетя*, а также реакции, имеющие родо-видовые отношения к стимулу: *гидравлик, сантехник, программист, строитель, технолог, конструктор*;

**антонимы:** *рабочий, подчиненный*;

**орудие:** ассоциации, относящиеся к характеру работы: *чертеж, железо, движок*;

**место труда:** *фабрика, завод, фирма, работа, котельная*;

**характеристики:** *главный, умный, классный чувак, хороший, известный, трудяга, гений, неудачник, дурак*;

**результат:** *купюры, бизнес*;

**другое:** *АС, доцент, 6-ой разряд, будущее, не профессия*.

### **Лингвист**

**синонимы:** *языковед, переводчик, исследователь, полиглот, специалист, транслейтер, преподаватель, я*;

**орудие:** *книги, язык, тест*;

**характеристики:** *прикладной, умный, хорошо, круто, человек, туфта, тупой, ботаник, пингвин*;

**абстракции:** *учеба, зубрежка, знания*;

**внешность:** *очкарик, девушка, хорош!*;

**другое:** *учит язык, только не это, уже 4 года, учит*.

Большее количество ассоциаций оказалось в группе «характеристики». На наш взгляд, это связано с тем, что студенты, не владея выбранной специальностью в полной мере, могут дать только качественные характеристики профессии (*умный, хороший, главный, неудачник*), не имея четкого представления о внешности, орудиях или месте труда специалиста. Так, на стимул **лингвист** не оказалось реакций в группе «место труда», а на стимул **инженер** не было ни одной ассоциации из группы «внешность». С другой стороны, стимула **лингвист** есть абстрактные ассоциации (*знания, учеба*), каких нет у слова **инженер**. По всей вероятности, в сознании респондентов профессия **инженера** более конкретна, имеет свои орудия труда (*чертеж, движок*), определенное место труда (*фабрика, завод*) и результат работы (*купюры*). Профессия **лингвиста** не ассоциируется ни с чем конкретным ни у самих лингвистов, ни у строителей. И, конечно, для профессии **инженера** видится намного больше применений: *гидравлик, конструктор, строитель и т.д.* Только стимул **лингвист** получил реакции из группы «внешность», основной из которых является *очкарик (очки)*. Примечательно, что реакцию *очкарик, очки* на стимул

лингвист дают только строители, у самих лингвистов подобные реакции не встречаются ни разу. Возможно, это свидетельствует о сложившихся у студентов-технарей стереотипных представлениях о профессии лингвиста или переводчика. Сами же представители этой профессии дают реакции, связанные большей частью со специальностями, которые они получают во время своего обучения: *переводчик (10), преподаватель (6), специалист, исследователь (2)*.

Мы провели несколько модифицированный тест, используя незаконченное предложения *«Я получаю гуманитарное/техническое образование, поэтому...»*, которое предполагает развернутое продолжение. Данная конструкция была выбрана неслучайно: продолжая подобное предложение, реципиент вынужден определить все достоинства и недостатки выбранного им профессионального пути, тем самым раскрывая уровень приобщенности к своей корпоративной культуре. Следует отметить, что подобная методика применялась у студентов 3-4 курсов, которые имеют достаточно полное представление о своей специальности.

Студентам первых курсов было предложено написать сочинение на тему *«Моя будущая профессия»*, поскольку у них еще только начинает складываться представление о той корпоративной культуре, которая будет их окружать и в которую они включаются. Если студенты-первокурсники только начинают знакомство с особенностями своей специальности (сочинения были написаны в конце первого семестра обучения) и могут лишь предположить все то, что связано с их профессией, то студенты старших курсов (сочинения были написаны в конце третьего-четвертого курсов обучения) уже имеют более полное представление о том, с чем связана их профессия, что она им может дать и что требуется от них для овладения своей специальностью.

Анализируя тезаурусный уровень студенческих сочинений, мы отмечаем лексическую разнородность текстов «технарей» и «гуманитариев». Лингвисты отдают предпочтение лексике абстрактной, отвлеченным существительным: *мышление, категории, творчество, интерес, подсознание, свобода* и т.п. В текстах сочинений представителей архитектурно-строительного факультета больше лексики конкретной, предметной: *инженер, чертежи, проект, схемы, компьютер, стройка* и т.п.

Сочинения первокурсников и старшекурсников существенно не отличаются по лексическому составу. Первокурсники уже освоили профессиональный тезаурус, и студенты третьего-четвертого курсов свободно употребляют профессионализмы и специальные слова не только в письменных текстах, но и в разговорной речи: *проектирование, несущие конструкции, балки, высокопрочные сооружения, кульман (АС); грамматические формы, лексическое значение, методика преподавания, словарная статья* (Л).

Основное отличие между восприятием своей профессии студентами первых и старших курсов в том, что первокурсники с большим оптимизмом смотрят в будущее, чем третьекурсники. И «гуманитарии», и «технари» на первом курсе надеются на самореализацию, раскрытие своих талантов: *«В настоящее время строительство, по-моему, – самая востребованная профессия. Наш город растет*

на глазах, появляется много домов, интересных в плане архитектуры» (строители); «Трудно найти более творческую и интересную профессию!», «Моя профессия открывает двери в огромный мир», «Профессия переводчика всегда считалась самой достойной и престижной» (лингвисты).

Этой уверенности нет в сочинениях студентов старших курсов. Многие из них уже имеют опыт работы по специальности, причем не всегда удачный и удовлетворяющий потребности молодежи. Сталкиваясь с трудностями современной жизни, молодой специалист избавляется от прежних иллюзий и нередко разочаровывается в выборе своей профессии: «*Может быть, я не буду работать по специальности*», «*Главное высшее образование, а потом найду работу*», «*Надеюсь, когда-нибудь мои знания пригодятся, но пока по специальности работать не собираюсь*».

Такое различное отношение к своему будущему находит отражение и в речевых моделях. Студенты первого курса описывают свою будущую профессию сложными, распространенными синтаксическими конструкциями, осложненными причастными оборотами, однородными членами и т.п. «*Интересно заниматься делом, которое тебе нравится*», «*Я полагаю, что профессия переводчика является одной из самых престижных и востребованных в наше время*». В сочинениях старшекурсников короткие простые предложения, которые передают настроение студентов: «*Находиться круглый год на стройке я уж точно не хочу и не буду!*», «*Я не вижу в профессии инженера своего будущего*».

Интересно, что первокурсники хотят быть как начальниками, так и мастерами, прорабами, учителями, тогда как старшекурсники мечтают только о руководящих должностях, собираются быть директорами заводов или школ, владельцами собственных фирм, мастерских: «*Чтобы разбираться в строительстве от и до, нужно поработать и простым каменщиком, и мастером участка, а потом уже сидеть в кабинете и руководить*», «*Обществу нужны не только юристы и экономисты, но и простые учителя иностранного языка*» (первый курс); «*Профессия учителя иностранных языков не очень привлекает меня. Я хочу работать в какой-нибудь фирме со стабильной и хорошей зарплатой*», «*Я бы хотел работать в какой-нибудь крупной фирме на должности генерального или коммерческого директора*» (старшие курсы).

Студенты-первокурсники свою профессию представляют более четко, хотят овладеть конкретными профессиями. Студенты АС-факультета видят себя строителями, а студенты-лингвисты – переводчиками или преподавателями иностранных языков. В сочинениях студентов старших курсов совсем мало слов о своей профессии. Они ограничиваются фразами типа «*Хорошо бы работать по специальности*», «*Может, найду интересную работу*», «*Надеюсь на связи родителей – куда-нибудь пристроят*». Здесь неуверенность в своем будущем находит отражение в глаголах условного наклонения с частицей *бы*: *хотелось бы*; *хорошо бы*, а также в использовании вводных слов с оттенком неуверенности, предположения: *может, найду*; *наверное, не буду* или в неопределенных

местоимениях: *куда-нибудь пристроят, когда-нибудь поработаю, где-нибудь найду работу.*

У «гуманитариев» на первом месте стоит интерес, увлечение своим делом, а у «технарей» не последнее место занимает вопрос о заработной плате. Возможно, это объясняется тем, что на технических факультетах обучаются в основном представители мужского пола, которым в будущем нужно содержать семьи, поэтому преобладает мотив денег: *«Хочу хорошо зарабатывать», «Надо найти высокооплачиваемую работу», «Я не хочу сидеть у жены на шее», «Я хочу получить приличную работу, не жить так, как жили мои родители».*

Показательно, что только студенты-превокурсники рассматривают свою будущую работу с точки зрения ее полезности и необходимости людям: *«Я вижу в своей работе очень большие перспективы, т.к. дома, здания и сооружения строили, строят и будут строить», «Строительная профессия очень нужна в нынешнее время»* (архитектурно-строительный факультет); *«Учителя не только обучают своему предмету. Они развивают способности учеников, формируют их взгляды и характер, их отношение к жизни и к людям», «Переводчик – это не тот, кто грамматические конструкции одного языка переводит в другие. Переводчик – тот, кто обеспечивает контакт двух культур»* (лингвистический факультет).

Многие студенты старших курсов акцентируют внимание на личном интересе и личной выгоде: *«Работа должна быть мне интересна», «Главное, чтобы мне нравилось», «Только я это знаю и умею».* Как следствие, в этих сочинениях преобладают личные местоимения (я, мне, меня) и модальные слова (должна, нужно, надо).

Показательно, что уже на первом курсе студенты начинают осознавать свою принадлежность к корпоративной культуре. В текстах сочинений они представляют свой факультет как самый лучший, самый престижный в университете: *«Я считаю архитектурно-строительный факультет одним из самых престижных и самых нужных. Это самый сложный факультет, выпускающий специалистов высшего класса», «Я учусь на довольно престижном факультете лучшего университета на Южном Урале», «Факультет лингвистики всегда во всех вузах считается престижным».*

Словосочетание *«престижный факультет»* самое употребительное во всех сочинениях студентов. Именно престижностью во многом объясняется их выбор специальности. То, что и «технари», и «гуманитарии» называют свой факультет «самым престижным», свидетельствует о том, что именно в их среде (в среде их корпоративной культуры) авторитет у данного факультета: в корпоративной культуре «гуманитариев» – это факультет лингвистики, а в корпоративной культуре «технарей» – архитектурно-строительный факультет.

Старшекурсники, которые уже «погружены» в особенности своей специальности, отмечают специфичность собственного склада ума, особенности своего мышления оценивают как отличные от сознания студентов других специальностей. Например, *«Для того чтобы учиться на технической специальности необходимо иметь технический склад ума», «По складу ума я,*

скорее, технарь, а не гуманитарий. Этим и объясняется мой выбор строительной специальности», «Гуманитария – это не для меня, я ее почему-то не очень понимаю, меня она, можно сказать, не интересует», «Мне всегда нравились точные науки. Математика, физика, черчение – вот самые интересные предметы» (строители); «У меня гуманитарный склад ума и к предметам технической направленности мои интерес и любопытство не притягиваются», «Я испытываю некоторое превосходство над людьми технических специальностей», «Я уже напрочь забыла, как посчитать производную от  $x^2$ , а если меня спросят, что такое матрица, то скорее вспомню нашумевший боевичок» (лингвисты).

Примечательно, что представители технического факультета, называя себя «технарью», используют эту номинацию только в положительном значении: я настоящий технарью; потому что я технарью. Лингвисты придают этому слову оттенок пренебрежительности: как какой-нибудь технарью; я, к счастью, не технарью.

В текстах старшекурсников появляются мысли о необходимости получения разностороннего образования, а не только одной технической или гуманитарной направленности: «И технарью должен быть культурным человеком, поэтому я с удовольствием хожу в театры, читаю книги», «Глупо и смешно выглядит человек с высшим образованием, не знающий, который из Толстых написал роман «Петр I» и считающий Окуджаву названием салата. Не вызывает уважение инженер, не владеющий элементарной грамотностью, культурой речи. Без этого нельзя считать себя интеллигентным человеком» (строители); «Гуманитарное образование весьма ограничено, т.к. дает лишь возможность размышлять, делать выводы, заниматься творчеством. В то время как техническое образование тоже имеет свои плюсы. Студенты занимаются всевозможными опытами, практическими занятиями, развивают логику», «Несмотря на то, что получаю гуманитарное образование, я все же не потерял интерес к техническим дисциплинам» (лингвисты). Хотя в сочинениях гуманитариев намного реже встречаются мысли о необходимости соприкосновения технических и гуманитарных наук.

Внешнее оформление сочинений тоже различно. У лингвистов – аккуратно написанные тексты с минимальным количеством ошибок, у «технарей» – орфографические, пунктуационные и речевые ошибки встречаются намного чаще. В текстах сочинений лингвистов очень много слов на иностранных языках (английский, испанский, немецкий). «Технари» в основном печатают свои сочинения на компьютере, в текстах имеются формулы и технические символы.

В речевом оформлении своих работ лингвисты отдают предпочтение сложным, распространенным конструкциям, много прямой речи, обобщающих слов, однородных членов предложения. При этом пунктуационно все оформлено большей частью правильно, что указывает на серьезное отношение к правилам. Будущие строители чаще выражают свои мысли просто, без сложных синтаксических конструкций. Тексты инженеров напоминают письмо другу, которому должно быть понятно написанное (откуда и сленг, и разговорные фразеологизмы, и речевые ошибки), а сочинения лингвистов представляют большей частью учебную работу по

предмету – слишком все логично и последовательно (даже зачеркивают слово, заменяя его другим, более точным, применяют «штрих», чтобы переписать предложение и т.п.).

Таким образом, у носителей одного языка, ориентированных на технические и гуманитарные профессии, наблюдаются различные пути формирования картины мира, связанные с восприятием собственной профессии, своего профессионального пути.

Мы проанализировали оформление и содержание факультетских **интернет-сайтов**, которые могут быть рассмотрены в качестве корпоративного текста. Надо заметить, что в интернет-сайте ЮУрГУ нет единообразной формы оформления электронных страниц факультетов, поэтому каждый факультет излагает о себе информацию в произвольной форме.

На странице факультета лингвистики прежде всего на себя обращает внимание диалогичность текста, выраженная в частом употреблении личных местоимений множественного числа: *мы, наши, у нас, с нами*. Например, *«Лингвистическое образование существует у нас ...»*, *«Основы лингвистики мы стали преподавать ...»*, *«Мы ведем углубленную подготовку ...»*, *«Наши студенты применяют ...»*, *«Мы вместе сделаем ...»* и т.п. Информация об архитектурно-строительном факультете не содержит ни одного личного местоимения: *«На факультете уделяется внимание ...»*, *«Факультет занимается подготовкой ...»*, *«На факультете работают ...»*, *«Студенты АС-факультета ...»* и т.п. Данная особенность свидетельствует о консервативности языкового сознания «технарей», приверженности к строгим официальным речевым формулам даже в тех текстах, которые направлены на привлечение внимания читателя-посетителя сайта. Напротив, информация о факультете лингвистики рассчитана на максимально полное восприятие, поэтому активно используются различные приемы привлечения внимания: различный размер шрифта, курсив, абзацное членение текста, т.е. так называемый паратекст, а также использование восклицательных предложений и лозунгов рекламного характера: *«Мы вместе сделаем ваши студенческие годы незабываемыми!»*, *«Мы ждем способных, целеустремленных студентов!»*. В начало текста вынесена этимология слова «лингвистика», чтобы содержание стало понятно читателю любого уровня. Предложения содержат общеупотребительную лексику, понятную широкому кругу читателей.

Еще одно различие интернет-страниц факультетов – использование цифровой информации. В тексте факультета лингвистики приводится лишь состав преподавателей, аспирантов, профессоров и т.д. в форме количественных числительных: *«7 докторов филологических наук, 10 кандидатов филологических наук, 5 кандидатов педагогических наук»* и т.п. Архитектурно-строительный факультет указывает аналогичную информацию в процентном соотношении: *«количество аттестованных преподавателей – 71,2 %, преподавателей высшей квалификации – 15,3 %»* и т.п. Предложения здесь преимущественно простые, много эллиптических конструкций: *«Открыт в 1952 году»*, *«За время существования подготовлено более ...»* и т.п. Часто используется перечисление: *«Обучаясь,*

студент получает знания в области строительных материалов, сопротивления материалов, строительных конструкций, строительной механики, технологии строительного производства, компьютерных технологий» и т.п. Тяготение к краткости, специальной лексике, дробным числам, процентам, графике – отличительная черта текстов технической направленности, следовательно, даже электронная страница технического факультета обращена к подготовленному читателю.

Уже в информации о своем факультете представители технического факультета признают в чем-то профессиональную «ограниченность» своего образования: *«Прошедшие годы работы факультета и успехи его выпускников показали, что высшее образование, получаемое на факультете, является профессиональным, глубоко специальным, подчиненным, в основном, строительной отрасли ...»*. Лингвисты же указывают на всесторонний характер своего образования: *«Наш факультет готовит специалистов широкого профиля, свободно владеющих двумя-тремя иностранными языками и имеющих глубокие знания в области теории языка, прикладной лингвистики и межкультурных коммуникаций»*.

Таким образом, представители гуманитарного факультета отчетливее понимают необходимость умения вести межкультурный диалог, готовы к контакту с представителями чужих корпоративных культур и при этом стремятся сделать свою культуру понятнее и доступнее для восприятия. «Технари» достаточно замкнуты в своей культуре, которая закрыта для понимания носителями другого языкового сознания. Так, верхний правый угол страницы факультета лингвистики занимает портрет декана с приветливой улыбкой, а на странице архитектурно-строительного факультета здесь же логотип факультета, выполненный графически, т.е. у гуманитариев выражена готовность к общению, диалогу, а «технари» пока «спрятаны за геометрией».

Мы провели также традиционный тест «Завершение предложений», который состоит из ряда незавершенных предложений, предъявляемых субъекту для их завершения, например: *Студент лингвистического факультета всегда... Студент архитектурно-строительного факультета никогда не...*

Содержание незаконченных предложений было направлено на то, чтобы выяснить отношение студентов к своему и чужому факультету, дать возможность оценить самих себя, определить отношение к своему вузу. Предложения были построены таким образом, что предполагалось как позитивное, так и негативное отношение к теме. Например, *«Мне нравится...»* и *«Мне не нравится ...»*

Проведенный тест с незаконченными предложениями показал, что и студенты технических, и студенты гуманитарных специальностей осознают свою принадлежность к определенной, отличной от других, корпоративной культуре, но при этом не отказываются вступать в контакт с представителями чужой культуры.

В то же время именно старшекурсники наиболее отчетливо начинают осознавать отличия своей корпоративной культуры от культуры студентов другого факультета. К этому времени студенты прошли практику, многие уже работают по специальности, следовательно, ближе соприкоснулись с миром своей профессии.

Отсюда возникает тот негатив по отношению к чужой корпоративной культуре, который иногда наблюдается в продолжениях предложений.

Студенты первых и четвертых курсов активно употребляют в своей речи жаргонизмы: *лузер, лох, стрёмно, отстой* и др. Примечательно, что в текстах сочинений о своей профессии, своем факультете студенты минимально используют жаргонизмы и элементы сленга. Предполагаем, что в связном тексте студенты предпочитают выражать свои мысли литературным языком, потому что есть возможность полно и подробно показать свое отношение к теме. В незаконченных предложениях ожидался краткий ответ, короткое продолжение начатой фразы, и респонденты часто прибегали к жаргону и сленгу как к средству, позволяющему, на их взгляд, более точно выразить свое отношение к предмету: *преподы супер; умеет матюкаться; всегда гонит; термех напрягает; на все забили* и т.п. Студенческий жаргон тоже активно употребляется респондентами: *препод, универ, ДЗ (домашнее задание), шпора, хвосты (задолженности), бомба* и т.п.

Становится очевидным, что студентам-первокурсникам совершенно не хватает знаний о представителях другой корпоративной культуры. С одной стороны, это объясняется тем, что они к концу первого семестра первого курса еще недостаточно разобрались даже в своей культуре, но с другой стороны, это зависит от того, что практически ни одна дисциплина в учебном плане первого, да и второго курса не рассматривает соприкосновение технических и гуманитарных наук. В учебном плане лингвистов есть дисциплина «Высшая математика», которую они недолюбливают, т.к. не видят смысла в ее изучении, а у студентов архитектурно-строительного факультета есть дисциплина «Русский язык и культура речи», но в ходе ее преподавания не приводятся предложения и тексты близкого для них содержания, с которыми было бы интересно работать именно им как будущим строителям.

Сказанное свидетельствует о том, что необходимо выстраивать учебную программу для студентов разных факультетов таким образом, чтобы в университете воспитывалась толерантная личность, знакомая с особенностями других корпоративных культур и способная вести межкультурный диалог. Для этого необходимо преодолевать многочисленные препятствия на пути к взаимопониманию представителей технических и гуманитарных специальностей, учитывать наличие межпредметных связей технических и гуманитарных дисциплин, использовать задачи или тексты для практических занятий таким образом, чтобы студенты знакомились с особенностями иной корпоративной культуры, а также устраивать студенческие форумы, конференции для представителей технических и гуманитарных специальностей, на которых участники могли бы на практике применять знания о межкультурном общении.

В **Заключении** подводятся основные итоги проведенного исследования, подчеркивается перспективность исследования языкового сознания студентов технических и гуманитарных специальностей как представителей различных корпоративных культур.

Основные положения диссертации отражены в следующих публикациях:

**I. Статьи, опубликованные в ведущих рецензируемых журналах:**

1. Ваганова, Е.В. Отражение языкового сознания представителей корпоративных культур вуза в жанре объявлений [Текст] / Е.В. Ваганова // Вестник Южно-Уральского государственного университета. – Серия Лингвистика, №7 (36). – Челябинск, 2004. – Выпуск 1. – С. 77-80.

**II. Статьи и тезисы:**

2. Ваганова, Е.В. Тезаурусный уровень структуры языковой личности студента [Текст] / Е.В. Ваганова // Психолингвистические аспекты изучения речевой деятельности. – Екатеринбург, 2003. – Вып.1. – С.142-144.

3. Ваганова, Е.В. Особенности языкового сознания студентов гуманитарных и технических факультетов (по данным ассоциативного эксперимента) [Текст] / Е.В. Ваганова // Социальные варианты языка – II: Материалы международной научной конференции. – Нижний Новгород: Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова, 2003. С. 83-86.

4. Ваганова, Е.В. Языковое сознание студентов лингвистического и архитектурно-строительного факультетов Южно-Уральского государственного университета [Текст] / Е.В. Ваганова // Теория и методика преподавания языков в вузе / Под ред. Е.Н. Ярославовой. – Челябинск: Изд-во ЮУрГУ, 2003. – С. 96-98.

5. Ваганова, Е.В. Языковая личность в аспекте профессиональной подготовки [Текст] / Е.В. Ваганова // Язык. Культура. Коммуникация: материалы международной научной конференции / Отв. ред. С.А. Питина. – Челябинск, 2004. – С. 31-33.

6. Ваганова, Е.В. Языковая личность в конфликте корпоративных культур [Текст] / Е.В. Ваганова // Социальные варианты языка-III: материалы международной научной конференции. – Нижний Новгород: Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова, 2004 – С. 355-359.

7. Ваганова, Е.В. Типичные речевые обороты как показатель принадлежности к корпоративной культуре [Текст] / Е.В. Ваганова // Язык и мышление: Психологический и лингвистический аспекты: материалы 4-ой Всероссийской научной конференции / Отв. ред. проф. А.В. Пузырев. – М.; Пенза: Институт языкознания РАН; ПГПУ им. В.Г. Белинского, 2004. – С. 116-118.

8. Ваганова, Е.В. Жанр объявления как социолингвистическая составляющая корпоративной культуры вуза и современной языковой ситуации [Текст] / Е.В. Ваганова // Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна. Серія Філологія, 2004. Випуск 42. (Вестник Харьковского национального университета им. В.Н. Каразина. Серия «Филология», 2004. Выпуск 42) – Харьков, Украина. – С. 427-429.

9. Ваганова, Е.В. Готовность к диалогу «технарей» и «гуманитариев» (по данным опроса и эксперимента) [Текст] / Е.В. Ваганова // Язык. Культура.

Коммуникация: материалы международной научной конференции / Отв. ред. Нестеров А.П. – Челябинск, 2005. – С. 29-31.

10. Ваганова, Е.В. Эволюция языкового сознания студентов гуманитарных и технических факультетов (по данным ассоциативного эксперимента) [Текст] / Е.В. Ваганова // Язык в современных общественных структурах (Социальные варианты языка-IV): материалы международной научной конференции. – Нижний Новгород: Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова, 2005. – С. 93-96.

11. Ваганова, Е.В. Владение нормами культуры речи как индикатор языкового сознания корпоративных культур [Текст] / Е.В. Ваганова // Речевая деятельность. Языковое сознание. Общающиеся личности. XV Международный симпозиум по психолингвистике и теории коммуникации. / Редактор Е.Ф. Тарасов. Москва, 2006. – С. 56-58.

12. Ваганова, Е.В. Образ профессионала в языковом сознании студентов [Текст] / Е.В. Ваганова // Русская речь в современном вузе: Материалы Третьей международной научно-практической интернет-конференции / Отв. ред. проф. Б.Г. Бобылев. – Орел: Орел ГТУ, 2007. – С. 246-249.

13. Ваганова, Е.В. Восприятие своей профессии студентами технических и гуманитарных специальностей [Текст] / Е.В. Ваганова // Языки профессиональной коммуникации: сборник статей участников Третьей международной научной конференции / Отв. ред. Е.И. Голованова. – Челябинск: Энциклопедия, 2007. – Т.2. – С. 88-90.

14. Ваганова, Е.В. Особенности восприятия себя и «другого» студентами технических и гуманитарных специальностей (по данным теста «Завершение предложений») [Текст] / Е.В. Ваганова // Актуальные проблемы теоретической и прикладной лингвистики: материалы Международной научной конференции / Отв. ред. О.А. Турбина. – Челябинск: Изд-во ЮУрГУ, 2007.- Часть 1. – С. 167-171.

Подписано в печать 11.12.2007.

Бумага для множительных аппаратов.

Отпечатано на ризографе.

Заказ № 35. Тираж 100 экз.

Отпечатано в тип. «Два Комсомольца»

454008 г. Челябинск, Комсомольский пр., 2-203

