

они по каким-то причинам не занимаются его воспитанием и не заботятся о нём. В этом случае заботу о детях берут на себя общество и государство. Состояние проблемы сиротства отягощается следующими обстоятельствами. Во-первых, остается чрезвычайно высокое количество детей-сирот. Во-вторых, наблюдается увеличение количества детей, воспитываемых в семьях, которые страдают так называемым депривационным синдромом. В-третьих, растет число неблагополучных семей, что приводит к росту количества детей-сирот при живых родителях.

Причиной увеличения количества социальных сирот, на наш взгляд, являются не столько экономические, сколько социальные и психологические факторы.

Безусловно, нынешняя структура учреждений для детей-сирот требует усовершенствования поэтому необходимо создавать новые формы обустройства судеб этой категории детей, слабый контакт с социально-культурной сферой углубляют их социальную отчужденность, снижают степень подготовки к самостоятельной жизни. Дети-сироты не могут и не должны быть изолированы от общества. Мы всегда будем рядом с ними. От того, какими будут эти дети, зависит и наша жизнь. Во многом дальнейшая судьба детей-сирот зависит от отношения к этой проблеме, как общества, так и государства.

Мы, студенты Елабужского института Казанского федерального университета, входим в студенческую волонтерскую психологическую службу «Аэлига», главной задачей которой является оказание помощи детям, оказавшимся в трудной жизненной ситуации.

Студентами, оказавшимися равнодушными к проблеме детей, проводятся традиционные мероприятия: Новый год, Комический футбол, Доброе фото и многие другие. В благодарности за это мы получили радость, тепло улыбок, детский смех. И самое главное - они тянулись к нам, потому что получали ту любовь, которой им недостает со стороны близких и значимых им людей.

Наши усилия направлены на то, чтобы социально адаптировать детей, подтянуть их в учебе, обучить коммуникативным навыкам, развить в детях чувство нравственности, морали, этики. Общась с детьми, мы стараемся показывать им только положительный пример. И глядя на нас, многие дети могут впоследствии тоже стать волонтерами.

В каждом проведенном нами мероприятии или акции, накапливаем для себя опыт общения с различными категориями людей, которые нуждаются в эмоциональной поддержке и понимании. Порой, простое общение душа в душу дает больший результат, чем медикаментозное лечение. А это в дальнейшем даст и нам толчок в профессиональной деятельности.

#### Список литературы

1. Адресный социальный патронаж семьи и детей: Научно-методическое пособие / Под ред. Л.С. Алексеевой. - М., 2000.
2. Деметьева И. Дети, нуждающиеся в государственной помощи и поддержке // Социальная педагогика. - 2003. №3. - с.69-72.
3. Сафонова Т.Я. Реабилитация детей в приюте. - М., 1995.

#### ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ НАПРАВЛЕННОСТЬ СТУДЕНТОВ СПЕЦИАЛЬНОСТИ «ИННОВАТИКА» КАК ПРОБЛЕМНОЕ ПОЛЕ ВУЗА

Куманина Ю.

*Российский государственный университет инновационных технологий и предпринимательства (Пензенский филиал), Пенза, Россия*

Традиционно профориентационная работа рассматривается как оконченная по отношению к выпускнику школы, а этап работы с профессиональным

будущим студента является заботой вузовской среды. Вуз помогает определиться с выбором профессиональной деятельности в процессе обучения с точки зрения формирования профессиональных компетенций.

Специфика профессионального самоопределения студентов специальности «Инноватика» происходит как формирование профессиональных компетенций для практически любой сферы. Специфичен и учебный план профессиональной подготовки: выпускники специальности должны обладать таким спектром знаний, который фиксируется присваиваемой квалификацией «инженер-менеджер».

За время обучения должен пройти процесс формирования профессиональной идентичности, но какой: инженера, менеджера, инноватика? Абитуриент получает «рекламу-обещание», что квалификация инженер-менеджер позволит работать логистом, маркетологом, менеджером по инновациям, менеджером по оценкам рисков, специалистом по инноватике, специалистом по управлению инновациями, финансистом, экономистом, специалистом по бизнес-планированию, техническим директором и т.д. [3]. Естественна конкуренция с выпускниками других направлений, где также актуальны инновации. Ожидаемо, что диплом выпускника строительного, IT или педагогического направления, где нет слова «инновация», будет таким же современным и конкурентоспособным, как и диплом выпускника специальности «Инноватика».

Цель нашего исследования – дать оценку уровня профессионального самоопределения студентов направления «Инноватика». Объектом выступали студенты 1-го и 3-го курсов Пензенского филиала ПРЦВШ РГУИТП специальности «Инноватика». Предмет исследования – профессиональная направленность студентов специальности «Инноватика». Нами были выбраны проверенные временем методики: методика диагностики ценностных ориентаций в карьере «Якоря карьеры» (Э. Шейн, перевод и адаптация В.А. Чикер, В.Э. Винокурова) и дифференциально-диагностический опросник Е.А. Климова.

В качестве первой гипотезы было предположение, что большинство студентов выбрали данную специальность, так как склонны к креативному мышлению, заинтересованы в нововведениях, видят себя в будущем специалистами-инноватиками.

Мы предполагали, что количество студентов-гуманитариев будет преобладающим, в частности, допущено, что большинство юношей попадут в категорию «Человек-техника», а девушки – в категорию «Человек-человек» или «Человек-художественный образ» (по методике ДДО Е.А.Климова).

Также мы предполагали, что большинство студентов 3-го курса уверены, что пойдут работать по специальности.

Всего было опрошено 40 студентов: 25 студентов (62,5%) 3-го курса направления «Инноватика» (20 девушки 5 юношей) и 15 студентов (37,5%) 1-го курса направления «Инноватика» (8 девушек и 7 юношей).

Первая гипотеза оказалась опровергнута. Только 20% опрошенных студентов склонны к творческому мышлению, крайне наблюдательны и оригинальны. Вышеперечисленные качества позволяют будущим специалистам в сфере инноваций создавать и продавать нечто оригинальное, «креативное». Работа в сфере инноваций способствует самореализации студента, поможет в развитии личных качеств.

Подтвердилась гипотеза под номером 2. Количество студентов с гуманитарным складом ума действительно больше, чем с техническим, на 30%.

Большинство девушек представляют категорию «Человек-Человек», а юноши – «Человек-Техника». Практически все студенты склонны к управлению людьми и процессами, менеджменту в целом. Менеджерские качества и гуманитарный склад ума помогут им успешно продвигать и продавать инновационные проекты.

По результатам второго теста 63% опрошенных не видят себя менеджерами-инженерами по специальности «Инноватика». Они не чувствуют себя компетентными в данном направлении, а также не планируют работать по специальности. Картина не радужная, заставляющая ставить корректирующие задачи, в частности:

1. Постоянно проводить мониторинг профориентационной оценки обучающихся.
2. ВУЗ объединить организационные усилия по работе с абитуриентами, с обучающимися студентами и, желательно, с выпускниками.
3. Реализовать потенциал специальности как междисциплинарной по заявленным специализациям («инноватика в электроэнергетике», «инноватика в информатике») по профессиям: от маркетолога до руководителя проекта.
4. Создать программу самомотивации: от самостоятельного выбора прохождения учебных практик до участия в профессиональных конкурсах и другое.

#### Список литературы

1. ДДО Е.А. Климова. – URL: <http://test-metod.ru/index.php/metodiki-i-testy/3/26-metodika-differentsialnodiagnosticheskij-oprosnik-ddo-e-a-klimova>
2. Методика диагностики ценностных ориентаций в карьере «Якоря карьеры». – URL: <http://kariera.by/post-416/>
3. Мое образование. – URL: [http://www.moeobrazovanie.ru/specialities\\_vuz/innovatika.html](http://www.moeobrazovanie.ru/specialities_vuz/innovatika.html)

#### ПРОБЛЕМА СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ И РЕЧЕ- ЯЗЫКОВОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ СОВРЕМЕННОГО ПРЕПОДАВАТЕЛЯ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА (НА МАТЕРИАЛЕ УЧЕБНИКА NEW MARKET LEADER INTERMEDIATE AND NEW ENGLISH FILE INTERMEDIATE)

Маланчук И.Г., Марсова В.В.

Красноярский Государственный Педагогический  
Университет им.В.П. Астафьева, Красноярск, Россия

Предварительный анализ материалов учебника «New Market Leader Intermediate» в отношении социально-психологического содержания делового общения показывает существенную социокультурную разницу в речевом и языковом его воплощении.

Согласно представлениям И.Г. Маланчук, этнические культуры социальных отношений, этнопсихология обуславливает этноспецифические репертуары форм речи (речевых жанров). Речевые жанры становятся носителями социальных представлений / отношений, их репрезентантами. Интегрирование языка в формы речи позволяет обсуждать языковые корреляты и языковые маркеры жанров речи, однако, такие исследования на материале текстов коммуникации взрослых только начаты [1].

Существенной проблемой в подготовке преподавателей иностранного языка, даже при условии прохождения языковой практики в стране изучаемого языка, остается преодоление «культурной заданности» речи в аспектах речевых жанров и языковом. Так, для современных студентов факультетов и институтов иностранных языков характерно снятие русских «калек» при построении высказывания на изучаемом языке, которое механически переводится на изучаемый язык и выражается в устном или письменном тексте. В данном случае возникает высказывание, в

большей или меньшей степени понятное для носителя изучаемого языка, но не всегда адекватное социальной и языковой реальности страны изучаемого языка. Например, типичная «калька» «Pour me tea» вместо британского клише «Could you give me a cup of tea, please?», которое, имея вопросительную интонацию и структуру предложения, не является вопросом как таковым и будет прочитано любым носителем британской культуры как побудительное высказывание, просьба [5]. В ряде случаев как преподаватели иностранного языка, так и обучающиеся овладевают речевыми клише иностранного языка через их многократное повторение и постоянное использование. Однако при необходимости построения фразы, не являющейся речевым клише, но также предполагающей социокультурную специфику, вновь возникает проблема «калькирования». Например, «калька» «Give examples of helping» вместо «Can you give any examples...?» появляется ввиду того, что говорящий не учитывает специфику построения побудительного предложения в английском языке, где любое побуждение (за исключением прямого приказа) выражается при помощи вопросительных конструкций «Can you...?», «Could you...?», «Would you...?», лингвистически заключающих в себе запрос информации о возможностях собеседника. В английской речи для оформления императивных конструкций (чаще всего эмоционально окрашенных) служит чистый инфинитив (*bare infinitive*), например, «Leave me alone» [2], [4]. В этом состоит одно из отличий английского языка от, например, французского или испанского, где для построения побудительных конструкций предусмотрено особое повелительное наклонение (*l'impératif* (фр.), *imperativo* (исп.)) [6], [3]. Заметим, что в данных языках при построении побудительной конструкции также возможен запрос информации о возможностях речевого партнера «¿Puedes ayudarme?» (исп.), тем не менее, фразы данного типа употребляются значительно реже, чем в английской речи [3].

Наше исследование проводится на материале учебников английского языка New Market Leader Intermediate, серии учебно-методических комплектов New English File, где методом сплошной выборки была сформирована база данных единиц деловой речи для идентификации их прагматической и выявления особенностей их языкового оформления. В качестве материала в первую очередь рассматривались аудиозадания, позволяющие помимо структуры и языкового содержания фразы проанализировать особенности интонации и, соответственно, характеристики социальных отношений [2], [5].

Для проведения эксперимента разработана анкета, содержащая ряд заданий, например: «Порекомендуйте своего знакомого на должность старосты, расскажите о его заслугах», «Попросите секретаря позвонить в отдел расписания» и т.п. Вопросы разработаны по аналогии с социальными контекстами речевых единиц, отобранных из дидактических материалов (учебных пособий). Корпус набранных примеров служит эталоном, образцом того, как следует строить текст в той или иной социальной ситуации, а ответы, данные опрошенными, предполагается анализировать исходя из их «приближенности» к эталону или удаленности от него. Исследование планируется провести в двух выборках: 1) выборке студентов с уровнем английского языка pre-intermediate – intermediate; 2) выборке студентов с уровнем английского языка upper-intermediate – advanced/proficiency (т.е. находящихся на самом высоком уровне обучения языку в вузе). Испытуемым также будет предложено