

УДК 378.146

## РОЛЬ СОЦИОЛИНГВИСТИЧЕСКОГО МАТЕРИАЛА В ФОРМИРОВАНИИ ИНОЯЗЫЧНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ В СФЕРЕ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ У СТУДЕНТОВ НЕЯЗЫКОВЫХ ВУЗОВ

*Н.А. Никонова, старший преподаватель,  
тел. 8(8422) 55-95-11, nnik-07@mail.ru  
ФГБОУ ВО Ульяновский ГАУ*

**Ключевые слова:** *социолингвистический материал, иноязычная профессионально-ориентированная компетенция, общественное питание, гастрономический дискурс, межкультурная коммуникация.*

*В статье рассматриваются роль социолингвистического материала в процессе формирования профессиональной иноязычной компетенции в сфере общественного питания, при работе с гастрономическим дискурсом, в процессе формирования навыков межкультурной коммуникации в профессиональной сфере.*

Современное мировое сообщество характеризуется постоянным расширением и увеличением межкультурных связей, профессиональных отношений. В основе этого взаимодействия во всех областях общественной жизни лежат механизмы межкультурных коммуникаций. В первую очередь навыки межкультурной коммуникации нужны тем специалистам, профессиональная деятельность которых связана с взаимодействием между культурами, когда ошибки и коммуникативные неудачи приводят к неудачным деловым переговорам, неэффективному сотрудничеству, к социальной напряженности между деловыми партнерами.

Взаимовлияние различных культур особенно отчетливо прослеживается при обучении иностранным языкам, и социокультурный подход здесь занимает приоритетное положение.

Межкультурное общение современных специалистов сегодня перешло на высокий технический уровень, например, часто используются такие технологии, как «Скайп», видеоконференция, видеочат и др., где от собеседников требуется и читать, и говорить, и писать, и слушать. Знание культурных норм и ограничений в общении, знание обычаев,

традиций, этикета в сфере общения, соблюдение приличий, воспитанность, ориентация в коммуникативных средствах, присущих национальному, сословному менталитету и выражающихся в рамках данной профессии, очень важны. По мнению Беловой Т.А., «самым доступным методом для формирования социокультурной компетенции студентов экономического вуза является сочетание в содержании обучения иностранным языкам элементов культурологии, страноведения с изучаемыми языковыми средствами».

Один из основоположников современной социолингвистики американский исследователь Уильям Лабов определяет социолингвистику как науку, которая изучает «язык в его социальном контексте». А отличие от лингвострановедения, задачей которого является изучение элементов общенациональной культуры, находящих свое выражение в литературном языковом стандарте, обслуживающем всю нацию, социолингвистика исследует социально-обусловленную вариативную языковую структуру определенного социального коллектива внутри нации. При этом учитываются все факторы, могущие влиять на использование языка, – от различных характеристик самих говорящих (их возраста, пола, уровня образования и культуры, вида профессии и т.п.) до особенностей конкретного речевого акта.

Характер навыков общения, входящих в коммуникативную компетенцию и отличающихся от знания собственно языка, можно проиллюстрировать на примере так называемых косвенных речевых актов. Косвенным называется такой речевой акт, форма которого не соответствует его реальному значению в данной ситуации. Например, если сосед за обеденным столом обращается к вам со следующими словами: – *Не могли бы вы передать мне соль?* (Können Sie mir bitte das Salzreiche n?), то по форме это вопрос, а по сути просьба, и ответом на нее должно быть ваше действие: вы передаете соседу солонку. Если же вы поймете эту просьбу как вопрос и ответите: – *Могу*, не производя соответствующего действия и ожидая, когда же собеседник действительно прямо попросит вас передать ему соль, – процесс коммуникации будет нарушен: вы поступите не так, как ожидал говорящий и как принято реагировать на подобные вопросы-просьбы в аналогичных ситуациях.

В социальной коммуникации одно из важнейших мест занимает коммуникация, связанная с состоянием пищевых ресурсов и процессами их обработки и потребления, обозначаемая как глуттонической или гастрономический дискурс. Ведь питание является одним из необходимых условий биологического выживания, поскольку, для того, чтобы

жить, прежде всего, нужно есть. Участниками гастрономического дискурса могут быть базовая пара коммуникантов - служащий заведения общественного питания и посетитель, служащие и посетители (общение друг с другом и между собой). При посещении ресторана - это беседа официанта с посетителем, посетителей между собой; в условиях кухни - это общение поваров, общение официантов, метрдотелей с поварами, подсобными работниками, поставщиками и т. п.. Гастрономический дискурс имеет также бытовой уровень: он возникает в среде домочадцев в момент приема ими пищи.

Исследование культурных смыслов, положенных в основу национальных кухонь, является одним из условий успешной реализации межкультурных коммуникаций. Сегодня гастрономия является неотъемлемым компонентом культуры и отражает лингвокультурные особенности языка какой-либо нации и, конечно, имеет свои социолингвистические особенности.

Различия в сложившихся гастрономических нормах разных стран порождают комплексные проблемы для межкультурной и иноязычной профессиональной коммуникации и перевода аутентичных текстов меню, рецептов, гастрономических реклам, инструкций приготовления блюд на упаковках. Для перевода даже рецептов недостаточно владеть грамматикой и обширным словарным запасом. Знание национальной кулинарии, а также культуры и реалий данной страны - основа удачного перевода.

Несколько примеров необходимости применения социолингвистического подхода в немецком гастрономическом дискурсе. Можно перевести слово "Eierwasser" как яичная вода, но в действительности это круто посоленая вода, в которой можно варить яйца, затем её вылить. В прошлом веке такую воду для варки яиц даже продавали в бутылках. "Tropfenfänger"-каплеуловитель. Но он используется для кофейника ли чайника. Это небольшой цилиндр из губки или поролонa, укрепленный под носиком чайника., чтобы капли не попадали на скатерть. Для понимания многих подобных реалий (Pumpnickel, Spätzle, Eintopf и т.д.) необходимы фоновые знания специфики оснащения немецкой кухни, происхождения традиционных немецких блюд, которые можно получить из социолингвистических, лингвострановедческих текстов, видеоматериалов.

Использование социолингвистического материала позволяет расширить профессиональные фоновые знания (ключевые термины по определенной тематике, общую информацию по проблеме общения,

факты, даты, знания об определенных социальных группах) у студентов неязыковых факультетов, способствует положительной мотивации, стимулирует к самостоятельной работе и решению профессиональных задач общения. При изучении данного материала могут использоваться такие формы и методы работы как: ролевая игра, интервьюирование, разработка и презентация проектов, участие с докладом на конференциях, реферирование, работа с видеоматериалами, дискуссия, организация мини-конференций.

*Библиографический список:*

1. Никонова Н.А. Профессиональный немецкий язык: Учебное пособие для студентов высших сельскохозяйственных учебных заведений факультета агротехнологий, земельных ресурсов и пищевых производств, направления подготовки «Технология продукции и организация общественного питания»/ Баракина С.Ю., Никонова Н.А. - Ульяновск :УлГАУ им. П.А. Столыпина, 2018г. - 211 с.
2. Белова, Т. А. Формирование социокультурной компетенции студентов экономического вуза в процессе преподавания иностранного языка [Электронный ресурс] – Режим доступа: [dissforall.com/\\_catalog/t16/\\_science/84/...](http://dissforall.com/_catalog/t16/_science/84/...)
3. Тер-Минасова, С. Г. Язык и межкультурная коммуникация [Электронный ресурс] – Режим доступа: [textarchive.ru>c-1765158.html](http://textarchive.ru>c-1765158.html)
4. Verpflegungssysteme in der Gemeinschaftsverpflegung – VDD[Электронный ресурс] – Режим доступа: [https://www.vdd.de/fileadmin/downloads/D\\_I/Fokus\\_D\\_I\\_2011\\_12/Fokus\\_Dundl\\_4\\_2012.pdf](https://www.vdd.de/fileadmin/downloads/D_I/Fokus_D_I_2011_12/Fokus_Dundl_4_2012.pdf)

## **THE ROLE OF THE SOCIOLINGUISTIC MATERIALS IN CREATING OF PROFESSIONAL FOREIGN – LANGUAGE COMPETENCE IN A FIELD OF PUBLIC NUTRITION IN NON-LANGUAGE HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS**

*Nikonova N.A.*

**Key words:** *sociolinguistic materials, professional foreign-language competence, public nutrition, gastronomic discourse, intercultural communication.*

*The article defines the importance of using sociolinguistic materials in creating of professional foreign-language competence in a field of public nutrition also their role in creating skills of intercultural communication in professional sphere.*