

*Мишанкина Н.А., Скрипченко Н.В.*  
*профессор кафедры телерадиожурналистики*  
*Томского государственного университета,*  
*аспирант Отделения русского языка*  
*Томского политехнического университета*  
*Томск*

### **Трансформация современной медиасреды в аспекте включенности профессиональных сообществ**

Современные исследования в области медийных коммуникаций позволяют сделать вывод о ее динамичном состоянии. Эта динамика наиболее очевидна в пространстве интернет-коммуникаций, все более расширяющихся в аспекте включения различных социальных страт. Современный Интернет становится подобен реальному социальному пространству: в нем представлены практически все социальные сообщества, имеющие самый разный социальный статус.

Эта область коммуникативного взаимодействия оказывает активное влияние и на позиционирование профессиональных сообществ и форму их коммуникации [1, 4, 5]. Профессиональные сообщества – одна из базовых форм социальной стратификации, многие профессиональные корпорации имеют давнюю историю и продолжают развиваться по сей день (медицина, юриспруденция). В то же время возникают и активно развиваются новые профессии, формируются профессиональные объединения (IT, журналисты).

Лингвистический взгляд на профессиональную стратификацию тесно связан с языковым аспектом: одним из значимых параметров профессионального позиционирования всегда выступал язык. В научной литературе вариант общенационального языка, используемый в профессиональной коммуникации, имеет различные наименования: *корпоративный язык, корпоративный подъязык, профессиональный язык, профессиональный подъязык, специальный язык, специальный подъязык, язык для специальных целей*. С одной стороны, исследования, посвященные некоторым аспектам профессиональных языков, имеют давнюю традицию. К таковым могут быть отнесены, например, работы в области описания терминологии и терминосистем (А.А. Реформатский, В.В. Виноградов, М.В. Лейчик, Л.А. Капанадзе, Т.Л. Канделаки, В.Н. Прохорова, О.В. Фельде и др.). Однако новые исследовательские проекты ориентированы на изучение социальных аспектов профессиональных языков (Э.В. Гафиятова, Е.И. Голованова, А.С. Кобыскан, В.П. Коровушкин, Л.З. Подберезкина, М.И. Солнышкина, Т.Н. Хомутова). В работах названных исследователей они определяются как *социолекты* и рассматриваются как отдельные области социального взаимодействия.

Тем не менее, область профессиональной коммуникации, как дискурсивное образование, еще редко выступает объектом исследовательского интереса в российской лингвистике и, по преимуществу, осмысливается как новая проблемная область (см. название работы [6]). Обзор источников показывает, что понятие профессиональной коммуникации фигурирует преимущественно в работах в области перевода и переводоведения, методики преподавания языка (Т.В. Васильева, О.А. Ускова; В.М. Лейчик; П.В. Седова; Н.В. Терских). К наиболее изученным в российской лингвистике можно отнести коммуникацию в медицине и юриспруденции (Л. С. Бейлинсон, Л.А. Борисова, Н.А. Дзараева, О.В. Косоногова, Е.А. Костяшина, Л.А. Нефедова, Э.Ш. Никифорова, Р.А. Рогожникова, К.А. Устинова, Л.С. Шуравина).

Зарубежная традиция исследования профессиональной коммуникации фокусирует интерес в первую очередь на технических текстах и терминосистемах. Эта специфика отражается в понятии Language for specific Purposes (LSP) (L. Hoffmann, K.D. Baumann, H. Weinrich, H. Fluck, J. Trim и др.). В работах российских исследователей, посвященных LSP (Г.Р. Адельханян, М.Г. Евдокимова, А.И. Комарова, Т.Н. Хомутова, Н.Б. Гвишиани) проводится обобщение и отмечается близость понятия к понятию «функциональный стиль».

В настоящее время профессиональная коммуникация понимается в научной литературе как система речевых практик в социально-профессиональной области, которая объединяет носителей языка, принадлежащих к профессиональному сообществу, и соответствует требованиям профессионального взаимодействия [2-4]. Она может быть направлена внутрь сообщества, координируя информационные потоки в рамках профессионального взаимодействия, или на социум в целом. Позиционирование профессионального сообщества в социуме – одна из главных его задач, т.к. формирование позитивного имиджа профессии, повышение социального статуса влечет за собой доступ к ресурсам, дает возможность оказывать влияние на общество.

Имидж профессии может изменяться с течением времени как результат работы сообщества в этом направлении, либо под давлением внешних обстоятельств. Так, в работе [7] представлен репрезентативный обзор литературных, кинематографических, газетных источников, отразивших смену идеологического взгляда на профессиональное сообщество инженеров. Образ нового советского инженера формировался путем разрушения дореволюционного имиджа представителя этой профессии в 20-30-е гг. XX в.

Советская журналистика, в целом, всегда уделяла внимание представителям самых различных профессий, моделируя ситуацию профессионального равенства, но, вместе с тем, предпочтение отдавалось все же представителям рабочих профессий. Однако старейшие профессиональные корпорации всегда были представлены в медийном пространстве,

вспомним такие известные телепередачи как «Здоровье», «Человек и закон», «Очевидное — невероятное» и др. Современное телевидение тоже делает подобные попытки, но их трудно назвать удачными.

Новые возможности для профессиональных взаимодействий дает развитие Интернет-коммуникаций. В работе Р.Н. Абрамова, исследующего социальные аспекты профессиональной коммуникации, в т.ч. пути получения профессиональной информации, отмечается, что наиболее распространенным каналом профессиональной коммуникации является сеть Интернет [1].

Мы можем наблюдать своего рода экспансию профессиональной коммуникации в пространство Интернет. С одной стороны, возникают ее новые формы – посреднические, существующие на границе профессионального сообщества и остального социума. К таковым можно отнести формы презентации профессионального сообщества в медиасреде, самые разнообразные ресурсы, связанные с позиционированием сообщества в социуме прямым или косвенным образом:

1. Информационно-справочные ресурсы: Консультант Плюс (<http://www.consultant.ru>), Бесплатный фармакологический справочник онлайн (<http://www.spravocnikpolekarstvam.ru>), Онлайн доктор (<https://onlinedoctor.ru>), GEOLIB.NET Справочник по геологии (<http://www.geolib.net>) и мн.др.
2. Порталы /сайты корпораций.
3. Сайты отдельных персон, представляющих профессиональные корпорации: А. Курпатова (<http://www.kurpatov.ru>), адвокат А.И. Устюгов (<http://ustugov.tom.ru>), журналист В. Познер (<https://pozneronline.ru>) и др.
4. Отдельные публикации на информационных порталах, посвященные профессиональным событиям: «Томич создал кулинарный сайт с рецептами от шеф-поваров» (<https://news.vtomske.ru/article/158640-tomich-sozdal-kulinarnyi-sait-s-receptami-ot-shef-povarov>).

С другой стороны, расширяется область публичной коммуникации внутри профессионального сообщества [2-3]. Увеличивается доля неофициальных профессиональных взаимодействий благодаря ресурсам, предоставляющим возможность неофициальной коммуникации:

1. Профессиональные форумы: Форум Машиностроителей (<http://www.i-mash.ru/forum>), Строительный форум (<http://stroitelnii-portal.ru/forum>), Коневодство (<https://www.agroxxi.ru/forum/f61>), Форум сантехников ([www.santehniki.com](http://www.santehniki.com)).
2. Профессиональные чаты.
3. Сообщества в социальных сетях.

Например, при поиске сообществ в социальной сети Вконтакте на запрос «Инженер» мы получили выдачу 10 132 сообществ (Чудеса инженерной мысли / Наука/ 909 241; Я у бати инженер! / Юмор / 385 962; Чудеса инженерии 2.0 / Открытая группа / 253 007; Студент Инженер / Образование / 105 446; Сообщество инженеров / Строительство, ремонт / 41 706).

Предметом обсуждения в рамках такой коммуникации становится самая разнообразная проблематика, как посвященная профессиональным вопросам, так и связанная с образом профессии. Например, на Форуме машиностроителей, наряду с сугубо специальными темами («Редуктор с двумя выходными валами», «Технология обработки поверхности стальной детали и назначение», «САПР Сварка для Компас», «Термообработка плиты для спайки пластика») обсуждаются и менее специализированные задачи:

- Бытовые – «Как крепим елку?»;
- Коммуникационные – «Как доказать начальству что инженер достоин большего?»;
- Образовательные – «В Европе отменили сопромат? :-»;
- Карьерные – «Вакансии и предложения о работе»;
- Новости отрасли – «События машиностроения».

А также то, что связано с рефлексией профессионального имиджа – «Инженеры в кино».

Таким образом, можно констатировать, что появление новой коммуникативной среды повлекло за собой трансформацию традиционных форм включенности профессиональных сообществ в медийное пространство.

#### Литература

1. Абрамов Р.Н. Профессиональные коммуникации российских инженерно-технических специалистов: эмпирический анализ // Вестник РУДН. Серия: Социология, 2016, том 16, № 3. С. 586-597.
2. Голованова Е.И. Профессиональный дискурс, субдискурс, жанр профессиональной коммуникации: соотношение понятий // Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение. 2013. № 1 (292). Вып. 73. С. 32–35.
3. Голованова Е.И. Типология единиц профессиональной коммуникации: когнитивно-прагматический аспект // Вестник Челябинского государственного университета. 2008. № 9. С. 25-28.

4. Куликова О.В. Дискурсивно-прагматические характеристики профессиональной коммуникации (на примере экономического дискурса) // Вестник МГЛУ, 2013. Выпуск 8 (668). С. 9-24.

5. Мельникова М.А. Интернет-коммуникация в профессиональных авиационных сообществах // Научный вестник МГТУ ГА, 2015. № 215. С.127-132.

6. Шарифуллин Б.Я. «Язык профессиональной коммуникации как поле актуальных смыслов»: существует ли такое поле в «профессиональном языке» лингвистов? // Вестник Челябинского государственного университета. 2013. № 31 (322). Филология. Искусствоведение. Вып. 84. С. 164–168.

7. Шаттенберг С. Инженеры Сталина: Жизнь между техникой и террором в 1930-е годы // Портал «ВикиЧтение». Электронный ресурс. Режим доступа: <https://history.wikireading.ru/260788> на 12.11.2018.