

Научная статья
УДК 372.881.111.22
doi: 10.17223/19996195/70/8

Аутентичные цифровые корпоративные ресурсы в обучении иностранному языку будущих инженеров

**Елена Петровна Глумова¹, Борис Андреевич Жигалев²,
Майя Андреевна Морозова³**

*^{1,2} Нижегородский государственный лингвистический университет
им. Н.А. Добролюбова, Нижний Новгород, Россия*

*³ Новосибирский военный ордена Жукова институт войск национальной гвардии,
Новосибирск, Россия*

¹ el.glumova2010@yandex.ru, glumova@lunn.ru

² zhigalev@lunn.ru

³ majamorozova@mail.ru

Аннотация. Рассматривается специфика организации обучения иностранному языку будущих инженеров в вузе с использованием аутентичных цифровых корпоративных ресурсов (АЦКР). Включение данных ресурсов в учебный процесс обосновано необходимостью учета требований к набору компетенций современного инженера и существующих реалий, касающихся, с одной стороны, цифровых навыков, необходимых будущему специалисту инженерного профиля в условиях цифровизации сферы его деятельности, с другой – надпрофессиональных навыков, влияющих на эффективность профессиональной деятельности будущего инженера.

Становится очевидным, что будущие инженеры, которым предстоит решать задачи нового уровня в новых условиях, должны обладать соответствующими современным запросам компетенциями. При этом стремительная цифровизация производства в условиях активного развития цифровой экономики обнаруживает дефицит конкурентоспособных инженерных кадров, способных адаптироваться под меняющиеся реалии соответствующей сферы профессиональной деятельности.

Таким образом, современные потребности относительно набора компетенций будущих инженерных кадров находят отражение в достаточно широком перечне цифровых навыков и умений, касающихся работы с базовыми цифровыми инструментами, инструментами автоматизации и анализа данных, владения основами кибербезопасности и цифрового документооборота и пр. Исходя из этого, к критически необходимым компетенциям инженера будущего, который будет востребованным на рынке труда, относится цифровая компетенция, наличие которой является необходимой в связи с цифровизацией производственных процессов.

Также важной составляющей компетентностной модели специалиста, как отмечают многие авторитетные представители бизнеса в сфере проектирования и инженерных изысканий, являются коммуникативные и управленческие навыки, позволяющие эффективно взаимодействовать в режиме командной работы и приобретать опыт управления проектами, в том числе в удаленном формате. Данным навыкам придается особое значение, поскольку для решения различных проектных задач часто нужны специалисты, обладающие разными компетенциями.

Для решения таких задач и создаются команды. Именно поэтому в контексте модернизации инженерного образования большое значение придается навыкам общения и работы в команде, навыкам эффективного управления командами, в том числе удаленными, предполагающим наличие у будущих специалистов лидерских качеств. Данные навыки в научно-методической литературе и нормативных документах в сфере образования обозначены как надпрофессиональные компетенции.

В представленном исследовании рассматриваются лингводидактические свойства АЦКР и возможности интеграции данных ресурсов в дисциплину «Иностранный язык» инженерных направлений подготовки в вузе. На основе результатов проведенного лингвостилистического анализа корпуса текстов аутентичных цифровых корпоративных ресурсов (веб-сайты, социальные медиа компаний и специализированных мероприятий по направлениям подготовки обучающихся инженерных направлений подготовки) выявляются такие лингвостилистические особенности данных ресурсов, характеризующие их лингводидактический потенциал, как наличие текстов с различной жанрово-стилевой организацией в рамках официальной и неофициальной коммуникации в профессиональной сфере, наличие значимой и актуальной для специалистов специальной лексики, используемой в устной и письменной формах общения, наличие текстов с разной степенью концентрации в них релевантных для профессиональной деятельности будущих инженеров терминологических единиц, наличие в текстах языковых средств, используемых в коммуникации с представителями различных целевых аудиторий, наличие текстов, посвященных темам, релевантным и актуальным для профессиональной деятельности будущих инженеров.

В исследовании описываются следующие лингводидактические свойства АЦКР, являющиеся релевантными для организации результативного процесса обучения иностранному языку будущих инженеров в уровневой системе высшего образования: возможность погружения в реальную коммуникацию в сфере профессионального общения, полиформатность (конвергентность) корпоративной коммуникации в цифровом пространстве, достоверность размещаемой в корпоративных ресурсах информации, различная глубина и сложность освещения профессионально значимых тем в разных видах цифровых корпоративных ресурсов, постоянная обновляемость и актуализация публикуемой информации, ориентированность на интерактивные коммуникации, этичность корпоративной коммуникации, включение лингвострановедческой информации в контекст корпоративной коммуникации, структурированность контента и простота навигации по корпоративным цифровым ресурсам, мультимодальный формат представления информации и пр. Ключевым в представленном исследовании является описание интеграции АЦКР в учебный процесс посредством системы специальных упражнений и заданий.

Результаты исследования позволили заключить, что интеграция АЦКР в учебный процесс способствует более результативному развитию иноязычной коммуникативной компетенции в профессиональной сфере будущих инженеров и их надпрофессиональных компетенций посредством использования и комбинирования разных форм организации обучения на основе АКЦР (индивидуальная, самостоятельная, групповая, парная, в микрогруппах, коллаборативная) и реализации проектной, творческой, исследовательской деятельности. Разнообразие используемых АЦКР, их ориентированность на массовый и круглосуточный доступ, различная степень глубины и сложности профессионально значимых тем повышают эффективность организации учебного процесса в условиях смешанного обучения. Реализация системы заданий, разработанных на основе АЦКР, позволяет развивать у обучающихся как навыки самостоятельной учебной деятельности, так и умение работать в команде с учетом интересов и потребностей обучающихся.

Ключевые слова: обучение иностранному языку, лингводидактический потенциал аутентичных цифровых корпоративных ресурсов, немецкий язык, инженерные направления подготовки, технический вуз

Для цитирования: Глумова Е.П., Жигалев Б.А., Морозова М.А. Аутентичные цифровые корпоративные ресурсы в обучении иностранному языку будущих инженеров // Язык и культура. 2025. № 70. С. 163–184. doi: 10.17223/19996195/70/8

Original article

doi: 10.17223/19996195/70/8

Authentic digital corporate resources in the teaching of foreign language teaching of future engineers

Elena P. Glumova¹, Boris A. Zhigalev², Maya A. Morozova³

^{1, 2} Nizhny Novgorod State Linguistic University named after N.A. Dobrolyubov, Nizhny Novgorod, Russia

³ Novosibirsk Military Institute of the Order of Zhukov named after Army General I.K. Yakovlev of the National Guard of the Russian Federation, Novosibirsk, Russia

¹ el.glumova2010@yandex.ru

² zhigalev@lunn.ru

³ majamorozova@mail.ru

Abstract. The article is devoted to the specifics of the organization of foreign language teaching of future engineers in higher education using authentic digital corporate resources (ADRC). The inclusion of these resources in the teaching process is justified by the necessity to take into account the requirements to the set of competences of a modern engineer and the existing realities concerning, on the one hand, the digital skills necessary for a future engineering specialist in the conditions of digitalization of the sphere of his/her activity, on the other hand, the supraprofessional skills affecting the efficiency of professional activity of a future engineer.

It becomes obvious that future engineers, who will have to solve new level tasks in new conditions, should possess competences corresponding to modern demands. At the same time, the rapid digitalization of production under the conditions of active development of digital economy reveals the deficit of competitive engineering personnel capable of adapting to the changing realities of the corresponding sphere of professional activity.

Thus, modern needs regarding the set of competencies of future engineering personnel are reflected in a rather broad list of digital skills and abilities related to working with basic digital tools, automation and data analysis tools, mastering the basics of cybersecurity and digital document management, etc.

The critical competencies of the future engineering workforce include the ability to work with basic digital tools, automation and data analysis tools, mastering the basics of cyber security and digital workflow, etc. On this basis, the critical competences of the engineer of the future, who will be in demand on the labor market, include digital competence, the presence of which is necessary due to the digitalization of production processes.

Also an important component of the competence model of a specialist, as noted by many reputable business representatives in the field of design and engineering surveys, are communication and management skills that allow to interact effectively in team-work mode and gain experience in project management, including remote projects.

These skills are of particular importance, as different project tasks often require specialists with different competencies. Teams are created to solve such tasks. That is why, in the context of engineering education modernization, great importance is attached to communication and teamwork skills, skills of effective team management, including remote teams, which presuppose leadership qualities of future specialists. These skills are labeled as supraprofessional competencies in scientific and methodological literature and normative documents in the field of education.

The presented research considers the linguodidactic properties of ADRC and the possibilities of integrating these resources into the discipline “Foreign Language” of engineering training directions in higher education. Based on the results of the linguistic and linguistic analysis of the corpus of texts of authentic digital corporate resources (websites, social media of companies and specialized events in the fields of engineering students' training), such linguistic and linguistic features of these resources characterizing their linguodidactic potential as the presence of texts with different genre and style organization within the framework of official and unofficial communication in the professional sphere, the presence of meaningful and meaningful linguistic and linguistic features of these resources are revealed.

The research results allowed us to conclude that the integration of ADRC into the learning process contributes to more effective development of foreign language communicative competence in the professional sphere of future engineers and their supraprofessional competences through the use and combination of different forms of ADRC-based learning organization (individual, independent, group, pair, microgroup, collaborative) and implementation of project, creative and research activities. The variety of used ADRCs, their focus on mass and round-the-clock access, different degree of depth and complexity of professionally significant topics, etc. increase the effectiveness of the organization of the learning process in the conditions of blended learning. The realization of the system of tasks developed on the basis of ADRC allows to develop in students both the skills of independent learning activity and the ability to work in a team, taking into account the interests and needs of students.

Keywords: foreign language teaching, linguodidactic potential of authentic digital corporate resources, German language, engineering training, technical university

For citation: Glumova E.P., Zhigalev B.A., Morozova M.A. Authentic digital corporate resources in the teaching of foreign language teaching of future engineers. *Language and Culture*, 2025, 70, pp. 163-184. doi: 10.17223/19996195/70/8

Введение

Острая потребность в подготовленных высококвалифицированных инженерных кадрах в условиях внешних вызовов и высокого темпа развития технологий находит отражение в государственной стратегии реформирования инженерного образования и представлена во ФГОС ВО инженерных направлений подготовки. Согласно заданным государством ориентирам, отмечается усиление требований к иноязычной подготовке инженерных кадров, касающееся обновления компонентов структуры компетенций будущих инженеров, что подтверждается инициированным Министерством науки и высшего образования Российской Федерации проектом «Передовые инженерные школы», реализуемым в рамках программы «Приоритет 2030». Неотъемлемой частью данной структуры

компетенций является иноязычная коммуникативная компетенция, которая, согласно заданным ориентирам, также нуждается в обновлении.

Ключевым условием результативного развития данной компетенции является учет исходной разноуровневой языковой подготовки обучающихся инженерных направлений подготовки, а также имеющийся перерыв в обучении иностранному языку между бакалавриатом и магистратурой. На данный момент существующие условия не позволяют организовать результативный процесс обучения иностранному языку. При этом достижение оптимального и высокого уровней развития иноязычной коммуникативной компетенции не представляется возможным вне цифровой среды, поскольку коммуникация в профессиональной сфере предполагает использование цифровых технологий и ресурсов. Исходя из этого, структура иноязычной коммуникативной компетенции инженерных кадров должна включать знания, навыки и умения использования цифровых технологий, т.е. цифровую компетенцию.

В настоящее время становится очевидным появление новых подходов в инженерном образовании, характеризующихся смещением акцента на создание условий для «практического применения получаемых знаний уже во время обучения» [1], которые находят отражение в системе менторства и наставничества обучающихся непосредственно на производстве, в рамках производственной практики, а также в контексте взаимодействия вузов и предприятий, бизнеса. При этом следует отметить, что государственная политика нашей страны направлена в настоящее время на создание кластерообразующих вузов, активно сотрудничающих с предприятиями – участниками городского и регионального кластера в области использования инновационной инфраструктуры. Инженерным вузам при этом отводится особо важная роль, поскольку в данном случае речь идет о подготовке инженерных кадров как стратегического ресурса экономики нашей страны, способных обеспечить ее технологический суверенитет. Становится очевидным, что будущие инженеры, которым предстоит решать задачи нового уровня в новых условиях, должны обладать соответствующими современным запросам компетенциями. При этом стремительная цифровизация производства в условиях активного развития цифровой экономики обнаруживает дефицит конкурентоспособных инженерных кадров, способных адаптироваться под меняющиеся реалии соответствующей сферы профессиональной деятельности.

Таким образом, современные потребности относительно набора компетенций будущих инженерных кадров касаются широкого перечня цифровых навыков, касающихся работы с базовыми цифровыми инструментами, инструментами автоматизации и анализа данных, владения основами кибербезопасности и цифрового документооборота и пр. Исходя из этого, к критически необходимым компетенциям инженера будущего,

который будет востребованным на рынке труда, относится *цифровая компетенция*. Ее наличие является необходимым в связи с цифровизацией производственных процессов и «технологической трансформацией промышленных предприятий» [1].

Также важной составляющей компетентностной модели специалиста, как отмечают многие авторитетные представители бизнеса в сфере проектирования и инженерных изысканий, являются *коммуникативные* и *управленческие навыки*, позволяющие эффективно взаимодействовать в режиме командной работы и приобретать опыт управления проектами, в том числе в удаленном формате. Данным навыкам придается особое значение, поскольку для решения различных проектных задач часто нужны специалисты, обладающие разными компетенциями. Для решения таких задач и создаются команды. Именно поэтому в контексте модернизации инженерного образования большое значение придается навыкам общения и работы в команде, навыкам эффективного управления командами, в том числе удаленными, предполагающим наличие у будущих специалистов лидерских качеств. Данные навыки в научно-методической литературе и нормативных документах в сфере образования обозначены как надпрофессиональные компетенции [2. С. 4].

Таким образом, организация процесса обучения иностранному языку будущих инженеров в вузе должна ориентироваться на перечень задач в рамках будущей профессиональной деятельности обучающихся инженерных направлений подготовки и предъявляемых к набору компетенций обучающихся требований, обеспечивающих успешность выполнения этих задач в современных условиях развития общества и производства, с учетом новых схем сотрудничества и взаимодействия вузов и предприятий, а также бизнеса.

Методология исследования

Согласно результатам проведенного ВШЭ исследования профиля надпрофессиональных компетенций, востребованных ведущими работодателями при приеме на работу студентов и выпускников университетов и молодых специалистов, уровень надпрофессиональных компетенций у выпускников развит недостаточно [3. С. 4]. По данным представленного исследования трех групп респондентов (студентов и преподавателей вузов, а также работодателей), отражающего текущее положение дел на рынке труда и в образовательной сфере, наиболее востребованными компетенциями являются партнерство, сотрудничество, клиентоориентированность, ориентация на результат, планирование и организация, анализ информации и выработка решений, коммуникативная грамотность и др. [3. С. 14–15]. Имеющиеся при этом расхождения во мнениях опрошенных категорий респондентов относительно значимости компетенций

свидетельствуют об их сконцентрированности на соответствующей области деятельности. Так, работодатели в качестве одной из первостепенных компетенций отмечают «клиентоориентированность», поскольку «качественное удовлетворение потребностей внутренних и внешних клиентов способствует росту и прибыльности компании» [3. С. 12]. Таким образом, надпрофессиональные компетенции могут быть представлены более широким перечнем компетенций, например, стрессоустойчивость, лидерство, ориентация на результат и др. [3. С. 15–18]. Соответственно, нельзя не принимать во внимание те компетенции, которые были отмечены как приоритетные для конкретной категории респондентов, учитывая при этом своевременную потребность в той или иной компетенции на конкретном этапе профессионального становления.

В настоящее время вузы корректируют учебные планы своих образовательных программ согласно запросам работодателей. При этом дисциплина «Иностранный язык», являющаяся универсальной по своей специфике, обладает большим потенциалом относительно формирования перечисленных выше компетенций, успешное развитие которых во многом зависит от качества отбираемых учебных материалов, отвечающих потребностям обучающихся и соответствующих образовательным стандартам. Анализ ряда пособий, (Э)УМК по иностранному языку для студентов инженерных направлений подготовки позволил обозначить основные недостатки, которыми характеризуются включенные в них учебные материалы: недостаточное включение актуальных аутентичных материалов или полное их отсутствие, «оторванность» тематического содержания материалов от реальных потребностей в изучении тем специальности, отсутствие учета или частичный учет специфики направлений подготовки и профилей обучающихся при отборе учебных материалов, отсутствие достаточного объема учебных материалов и количества заданий, ранжированных относительно постепенного увеличения глубины и сложности освещения профессионально значимых тем курса иностранного языка. При этом последние два из перечисленных недостатков тесно связаны с формированием соответствующего лексического минимума, что в контексте освоения профессионально ориентированного иностранного языка является принципиально важным. Таким образом, подавляющее большинство проанализированных учебных материалов не учитывает необходимость формирования глоссария терминов и специальной лексики, актуальной для специалистов соответствующей сферы деятельности, а также активно ими применяемой в рамках неформальной коммуникации на рабочем месте и с использованием различных каналов и форм коммуникации с различными целевыми аудиториями – клиентами, партнерами, общественными организациями, государственными структурами. Кроме того, практически во всех про-

анализированных учебных пособиях и (Э)УМК не обнаруживаются задания, нацеленные на командную работу и ориентированные на достижение результата, где обучающиеся могли бы проявить коммуникативные, управленческие, лидерские качества.

Исследование и результаты

Согласно результатам проведенного исследования было выявлено, что аутентичные цифровые корпоративные ресурсы обладают большим потенциалом для формирования перечисленных выше компетенций, а цифровой формат данных ресурсов позволяет формировать цифровую компетенцию, являющуюся одной из важных составляющих иноязычной коммуникативной компетенции в профессиональной сфере и будущей профессиональной деятельности обучающихся инженерных направлений подготовки. В рамках настоящего исследования были выявлены лингводидактические свойства аутентичных цифровых корпоративных ресурсов (АЦКР) в обучении иностранному языку будущих инженеров в вузе и описаны возможности их интеграции в учебный процесс.

Аутентичные цифровые корпоративные ресурсы – это ресурсы, используемые или созданные компанией/организацией с целью самопозиционирования в сети Интернет, укрепления имиджа, привлечения клиентов, партнеров, общественности, информирования о своих товарах и (или) услугах и т.д. [4. С. 7]. К таким ресурсам относятся все виды информационных, маркетинговых, пиар- и рекламных материалов, предназначенных для взаимодействия компаний и организаций с внешними и внутренними корпоративными целевыми аудиториями. Современный уровень развития цифровых технологий предоставляет компаниям и организациям широкий спектр цифровых ресурсов для обеспечения взаимодействия со всеми значимыми для конкретной организации и компании целевыми аудиториями – клиентами, партнерами, общественностью, госструктурами.

К основным видам аутентичных цифровых корпоративных ресурсов относятся *корпоративные веб-сайты* (официальные сайты компаний, мероприятий); *информационно-коммуникационные ресурсы* (электронная почта, средства коммуникации на сайте компании, онлайн-чат, программы мгновенного обмена сообщениями – текстовыми, графическими, аудио-, видео-); *социальные сервисы или социальные медиа* (блоги, микроблоги, социальные сети, вики-платформы, предназначенные для коллективной работы пользователей) и пр. Все цифровые ресурсы обладают определенными функциональными возможностями, которые позволяют использовать данные ресурсы для различных задач корпоративной коммуникации, поэтому выбранный для коммуникации

комплекс цифровых ресурсов определяется масштабом, сферой деятельности, задачами и целевыми аудиториями компаний и организаций. Используемые компаниями/организациями ресурсы характеризуются степенью формальности/неформальности общения в корпоративных ресурсах, что определяется как целевыми аудиториями, так и видами ресурсов.

Поскольку неадаптированные аутентичные материалы представляют дополнительные трудности для обучающихся, обусловленные, прежде всего, спецификой профессионального дискурса и наличием специальной лексики и терминологии, работа с такими материалами должна сопровождаться наличием специально разработанных подготовительных заданий, позволяющих сделать аутентичные материалы профессиональной тематики доступными для восприятия и понимания обучающихся.

Существующие в настоящее время методические подходы к содержанию таких заданий принципиально отличаются. Первый подход ориентирован на разработку таких заданий, которые бы «сняли» трудности при последующей работе с аутентичными материалами [5. С. 153]. Второй подход предлагает принципиально иной вид заданий, направленный не на «снятие» трудностей, а на выработку у обучающихся стратегий, позволяющих самостоятельно преодолевать трудности понимания аутентичных материалов [6. С. 69]. В дальнейшей профессиональной и научно-исследовательской деятельности у обучающихся не будет возможности работать с ресурсами, адаптированными для их уровня владения иностранным языком. Как отмечает И.П. Павлова, «можно “снять” трудности только в учебном процессе, но это не научит студентов преодолевать эти трудности в ходе самостоятельного чтения или аудирования как в учебном процессе, так и в их профессиональной деятельности» [5. С. 153]. Задания, направленные на формирование таких стратегий, должны научить обучающихся самостоятельно работать с аутентичными профессионально значимыми иноязычными текстами, содержащими новую для студентов информацию, ориентироваться в логико-композиционной структуре текста и структуре различных типов предложений, преодолевать лексико-грамматические сложности. На наш взгляд, оптимальной была целесообразная комбинация данных подходов, зависящая от уровня языка обучающихся, целей занятия и учебного курса, специфики заданий, потребностей обучающихся.

В рамках данного исследования более подробно были рассмотрены основные виды наиболее распространенных аутентичных (немецкоязычных) цифровых корпоративных ресурсов компаний/организаций, с одной стороны ориентированных на значимость языкового компонента мультимодальной цифровой среды, а с другой – отражающих специфику профессионально ориентированной формальной и неформальной коммуникации, к которым относятся официальный веб-сайт и социальные

медиа (блог, микроблог, социальные сети) компаний/организаций, мероприятий по направлению подготовки, а также электронных сообщений и документов, отправляемых через и электронную почту.

С целью выявления значимых с точки зрения лингводидактики характеристик указанных выше ресурсов нами был проведен лингвостилистический анализ текстов перечисленных выше корпоративных ресурсов сайтов и социальных медиа компаний/организаций общим объемом более 50 000 лексических единиц (корпоративные онлайн-ресурсы университетов, научных конференций, специализированных выставок по направлениям подготовки обучающихся). Опираясь на результаты проведенного анализа, можно заключить, что аутентичные цифровые корпоративные ресурсы обладают следующими лингвостилистическими особенностями:

– наличие текстов с различной жанрово-стилевой организацией, используемой как для официальной, так и для неофициальной коммуникации в профессиональной сфере (официально-деловой, публицистический и разговорный стиль и комбинации стилей; статья, отчет, комментарий, письмо, обозрение, рецензия и пр.);

– наличие значимой и актуальной для специалистов специальной лексики, используемой в устной и письменной формах общения (обще-профессиональная лексика, узкоспециальные термины и профессионализмы);

– наличие текстов с разной степенью концентрации в них релевантных для профессиональной деятельности будущих инженеров терминологических единиц (различный уровень терминологической насыщенности: веб-сайты специализированных выставок – 23%, компаний – 24%, социальные медиа специализированных выставок – 6,8%, компаний – 8,6%);

– наличие в текстах языковых средств, используемых в разных ситуациях речевого общения с представителями различных целевых аудиторий;

– наличие текстов, посвященных темам, релевантным и актуальным для профессиональной деятельности будущих инженеров.

Далее рассмотрим более подробно лингвостилистические особенности упомянутых выше немецкоязычных ресурсов.

1. Корпоративные веб-сайты (компании/организации, специализированные выставки, вузы, конференции).

Материалы данных ресурсов характеризуются подачей информации в объективном и нейтральном ключе, отсутствием эмоционально-окрашенной лексики, объективностью изложения, большим количеством распространенных, синтаксически правильно построенных предложений, пассивных конструкций, специальной (компании, выставки, конференции) / академической (вузы) лексики, структурированностью

информации (маркированный список, деление на абзацы и т.д.). Тексты на сайтах обладают высокой степенью терминологической насыщенности, в них практически отсутствуют окказионализмы и метафоры (за исключением слоганов, размещенных на главной странице сайтов). Что касается специальной лексики, то ее использование отличается в словообразовательном плане большим разнообразием. Помимо лексических единиц, состоящих из немецких лексем, встречаются англицизмы и слова, имеющие в своем составе элемент английской лексемы, например: *cloudbasierte Betriebssysteme* *облачные операционные системы* (сайт компании Siemens AG, <https://new.siemens.com/global/de/>). Также встречаются сокращения и аббревиатуры. Иногда может использоваться профессиональный сленг: *In der Anwendung von Computern zeigen sich immer wieder Tücken und manchmal spinnt die Technik. В применении компьютеров постоянно происходят досадные сбои, и техника иногда глючит* (сайт компании Pluspunkt Erbenheim, <https://www.pluspunkt-erbenheim.de>), *Energiefresser – пожиратели энергии* (блог компании по энергоснабжению Yello Strom GmbH, <http://www.yellostrom.de/blog>). Типичный для данных ресурсов корпоративный дискурс имеет следующие характерные черты: сохранение нормативных традиций языка, дистантная, но ориентированная на взаимодействие коммуникация [7. С. 33]. Языковое оформление текстов корпоративных сайтов «учитывает социальную сферу взаимодействия, традиции речевой коммуникации в обществе, этнокультурные традиции членов социума, которым адресована эта информация» [7. С. 35–36], а также профессиональный статус авторов [8. С. 14], создающих тексты для корпоративных сайтов, которые являются «профессиональными авторами-публицистами (журналистами и специалистами по связям с общественностью и корпоративным коммуникациям)» [8. С. 14].

2. Социальные медиа (компании/организации, специализированные выставки, вузы, конференции).

Каждый из видов рассмотренных ресурсов – блогов, микроблога Twitter, социальной сети компании Meta – имеет свои лингвостилистические особенности, обусловленные функциональными и жанровыми возможностями ресурсов, а также целевыми аудиториями, для которых они предназначены. При этом публикации для корпоративных блогов и социальных сетей могут писать как специалисты отделов по связям с общественностью, так и руководители организаций и сотрудники, являющиеся специалистами в соответствующей области. Лингвостилистические особенности корпоративных социальных медиа касаются всех уровней языка: фонемного, морфемного, лексического, синтаксического, а также фразеологического. По мнению Т.М. Гермашевой, Е.И. Горошко и других исследователей, в текстах социальных медиа наблюдается контаминация разговорных и книжно-письменных стилей,

отражающая черты устной и письменной речи [9. С. 152–153; 10. С. 57]. При этом анализ текстов корпоративных немецкоязычных социальных медиа показывает, что коммуникация, включающая элементы разговорного стиля, не выходит за рамки принятых в компании правил общения с целевой аудиторией, обозначенных корпоративной философией компании. Корпоративная коммуникация сотрудников компании в социальных медиа имеет черты устной разговорной речи и находит отражение в текстах комментариев к постам и сообщениям в социальных медиа, а также ответам на комментарии читателей.

Проведенный лингвостилистический анализ позволил выявить следующие лингводидактические свойства АЦКР:

1. Возможность погружения в реальную коммуникацию в сфере профессионального общения. Использование в обучении иностранному языку в сфере изучаемой специальности таких ресурсов, как корпоративный сайт компании/организации или мероприятия, а также социальных медиа компании/организации или мероприятия, обеспечивает иноязычную коммуникацию в реальном времени или с отсрочкой во времени, с регулярно размещаемым и обновляемым контентом. Так, обучающиеся могут задать вопрос по интересующей проблеме в рамках подготовки доклада / научной статьи / проекта и т.п. в социальной сети компании Meta и практически мгновенно получить ответ специалиста, а также ссылки на материалы, более подробно освещающие интересующую проблему. Это свойство может эффективно использоваться в учебном процессе в рамках проектной или исследовательской работы, как в индивидуальной, так и групповой (коллективной) формах работы, а также в режиме самостоятельной работы. Условием предварительной подготовки обучающихся является при этом снятие потенциальных языковых трудностей, которые могут возникнуть в процессе коммуникации с носителями языка в рамках конкретной профессиональной области.

2. Полиформатность (конвергентность) [11. С. 24] **корпоративной коммуникации** в цифровом пространстве выражается в стремлении компаний/организаций размещать одну и ту же информацию в нескольких форматах при объединении разных цифровых корпоративных ресурсов (веб-сайт, социальные сети, блоги, микроблоги и т.д.) с целью более широкого охвата целевой аудитории и организации с ней интерактивного взаимодействия. Это лингводидактическое свойство ресурсов позволяет обращаться к одной и той же профессионально значимой теме во всех корпоративных ресурсах, которыми располагает компания/организация, в разных контекстах, жанрах и стилях, с разной степенью детализации. Данное свойство позволяет развивать у обучающихся иноязычную коммуникативную компетенцию в профессиональной сфере, связанную с необходимостью учета особенностей адресата коммуникации,

стилистических и жанровых характеристик, а также специфики цифровых ресурсов. Наличие корпоративных норм разработки, оформления и применения данных ресурсов, в соответствии с требованиями к представлению бренда компании, с учетом корпоративной идентичности и стиля, позволяет использовать цифровые корпоративные ресурсы и шаблоны цифровых корпоративных материалов как примеры для выполнения тренировочных, проектных и творческих заданий, развивать когнитивные, коммуникативные, и творческие способности студентов, а также навыки коллаборативной работы, связанные с их будущей сферой профессиональной деятельности.

3. Достоверность размещаемой в корпоративных ресурсах информации. Благодаря официальному статусу корпоративных ресурсов и защищенности корпоративной информации, независимо от вида используемых ресурсов (веб-сайт, блог, Twitter, электронная почта и т.д.), гарантируется достоверность и объективность публикуемой информации, а также ее лингвистическое качество, соблюдение определенного стиля коммуникации в зависимости от вида ресурса. Данное свойство АЦКР играет важную роль при проведении обучающимися научно-исследовательской (например, в рамках подготовки доклада / стендового доклада / постерной презентации, научной статьи) или проектной деятельности, подразумевающей использование ссылок на проверенные источники, содержащие ценный в том числе передовой опыт специалистов, публикация которого не противоречит информационной политике компании. При этом студенты получают достоверную информацию о тенденциях развития в интересующей их области, новинках, современных подходах зарубежных специалистов.

4. Различная глубина и сложность освещения профессионально значимых тем в разных видах цифровых корпоративных ресурсов характеризуется более высоким уровнем терминологической насыщенности, более развернутым и подробным описанием по сравнению с обсуждением этой же темы в корпоративном блоге, социальной сети компании Meta или микроблоге Twitter. Таким образом, для размещаемого контента типично варьирование объема и частотности употребления специальной лексики и терминологии, ориентированность на специалистов более узкой области (предлагается более узкая тематика с наличием более специфичной узкопрофессиональной лексики), специалистов смежных областей, неспециалистов (более широкий охват тем профессиональной области, меньший объем специальной лексики, доступное для широкого круга читателей/посетителей ресурса освещение вопроса/темы/проблемы). Одна и та же размещаемая информация по-разному представляется в разных цифровых корпоративных ресурсах относительно объема, степени сжатости и информационной насыщенности,

использования специальной лексики и терминологии (определяется жанром ресурса, целевой аудиторией, спецификой деятельности компании и пр.). Данное лингводидактическое свойство позволяет использовать АЦКР в группах обучающихся с разным уровнем языка, а также на разных этапах изучения иностранного языка и уровнях обучения (бакалавриат/магистратура).

5. Обновляемость и актуализация публикуемой информации, размещаемой в цифровых корпоративных ресурсах, принципиально важны для коммуникации компании/организации с целевой аудиторией. Регулярность обновления и актуализации имеет большое значение в формировании бренда, имиджа [12. С. 174], узнаваемости компании/организации, распространении информации о ее товарах/услугах, достижениях в соответствующей сфере деятельности. Таким образом, актуальность и значимость публикуемой информации являются показателем эффективного контента в корпоративных коммуникациях, способного привлечь внимание аудитории. Данное лингводидактическое свойство играет важную роль в предоставлении актуальной и значимой для обучающихся информации, которая соответствует современным реалиям, отвечает потребностям обучающихся в конкретный момент времени.

6. Ориентированность на интерактивные коммуникации, с одной стороны, предполагает использование одновременно нескольких каналов коммуникации (веб-сайт, блог, социальная сеть Facebook, микроблог Twitter, электронная почта), с другой – обусловлена спецификой языковых средств, нацеленных на инициацию и поддержание диалога, обеспечение его продолжительности во времени, привлечение внимания целевой аудитории к компании, ее деятельности, продуктам/услугам с целью продвижения бренда и пр. (языковые средства с экспрессивной окраской, индивидуальный авторский стиль, синтаксические приемы пр.), трансляцию социально ориентированной позиции компании, ее корпоративной культуры, включающей корпоративную идентичность, и ценностей. Данное свойство АЦКР позволяет эффективно формировать навыки устной и письменной речи, например, при создании диалога по предъявляемому в качестве образца фрагменту диалога читателя со специалистом, опубликовавшим сообщение/пост, построении устного и письменного высказывания в ответ на комментарий читателя, на сообщение специалиста компании в виде утверждения, (уточняющего) вопроса, критического замечания, самостоятельное построение и проигрывание аналогичного или похожего диалога (также со сменой ролей) и пр.

7. Этичность корпоративной коммуникации представляет собой соблюдение «системы моральных принципов, норм и правил поведения специалиста с учетом особенностей его профессиональной деятельности и конкретной ситуации» [13. С. 418]. Данный аспект корпоративной коммуникации находит отражение на уровне внутренних и внешних коммуникаций компании/организации. При этом следует упомянуть

также аспект этичности в рамках коммуникации по электронной почте, имеющей свою специфику лингвостилистических средств языка, отражающих нормы делового этикета / сетикет, формулы вежливости.

8. Лингвострановедческая информация в контексте корпоративной коммуникации играет особую роль в формировании имиджа компании. Данное свойство характеризуется умелым и целенаправленным использованием в корпоративном дискурсе системы национальных ценностей, обычаев, традиций, исторических фактов об известных событиях или выдающихся людях, апелляцией к этнокультурным ценностям и образам, знакомым и актуальным для целевой аудитории, с целью повышения ее лояльности и интереса к бренду и товарам/услугам компании/организации, репрезентации социально ориентированной позиции компании, создания положительных ассоциаций с ее деятельностью и формирования положительного образа компании. При выполнении разного рода заданий, например, чтении текстов корпоративных сайтов, просмотре имиджевого, информационного видео, обучающиеся не только знакомятся со спецификой профессионально ориентированной коммуникации, с базовыми принципами межкультурного взаимодействия в профессиональной сфере, профессионально-этическими установками, но и через призму корпоративной коммуникации знакомятся культурой страны изучаемого языка, менталитетом, ценностями, национальными и социально-культурными особенностями немцев.

9. Структурированность контента и простота навигации свойственны всем без исключения корпоративным цифровым ресурсам. Структурированное представление информации наиболее выражено у корпоративного сайта, по которому и определяется эффективность его работы. Лингводидактическая ценность в данном случае заключается в возможности использования АЦКР в обучении студентов с разным уровнем языка. Для обучающихся, имеющих сравнительно невысокий уровень языка, не будет представлять сложность ориентирование на сайте и извлечение интересующей информации, поскольку структурированное оформление контента и простота навигации существенно облегчают выполнение задачи. Использование этого свойства в учебном процессе приобретает особенно важное значение при разработке заданий с использованием АЦКР на начальном этапе обучения. Так, пользуясь свойством ресурсов, касающихся четкости, структурированности содержания и простоты навигации, обучающиеся, еще мало знакомые с аутентичными корпоративными ресурсами, могут успешно выполнить несложное задание, связанное с поиском на сайте компании или в социальных медиа.

10. Мультимодальный формат представления информации является одной из значимых характеристик всех современных корпоративных цифровых ресурсов. Цель корпоративной коммуникации – создать максимально информационно и эмоционально насыщенный контент,

привлекательной целевую аудиторию, используя мультимедийные технологии, которые характеризуются передачей «одновременно различных видов информации: графики, текста, видео, фотографии, анимации, звуковых эффектов, звукового сопровождения» [14. С. 180]. Использование компаниями мультимедийных технологий позволяет не только максимально охватить целевые аудитории, но и привлечь их к активному участию в коммуникации. Как правило, в текст интегрируется видео, инфографика, изображения, ссылки или видео/анимация/изображение сопровождаются текстовым комментарием. Такое представление информации становится мультимодальным. Лингводидактическое свойство мультимедийности АЦКР способствует развитию навыков всех видов речевой деятельности – рецептивных и продуктивных (устной и письменной речи в различных жанрах). Так, представление информации (как правило, об одном и том же событии) в разных ресурсах, с использованием различных мультимодальных компонентов в различном соотношении, задействует практически все каналы восприятия, что способствует погружению обучающихся в языковую среду, их вовлеченности в процесс иноязычного общения в профессиональной сфере.

11. Гипертекстуальность, т.е. использование ссылок и сервиса хэштегов в корпоративных ресурсах, особенно в корпоративных социальных медиа, является одним из ключевых инструментов в коммуникации с целевой аудиторией. Взаимодействие в данном случае предполагает не только публикацию сообщений, ответов, комментариев, но и предоставление ссылок на соответствующие материалы или источники дополнительной информации. Появление сервиса хэштегов (ключевое слово или фраза, перед которым ставится символ #) позволяет общаться и обмениваться информацией, группировать и сортировать информацию на интересующую тему, выбирая с помощью хэштегов релевантный для пользователя контент [15. С. 99]. Таким образом, гипертекстовая структура АЦКР не только создает возможности для свободной навигации и ускоряет поиск необходимой информации, но и помогает обучающимся в поиске, обработке, использовании актуальной информации по интересующей их теме/проблеме, передаче гипертекстовой информации с использованием различных каналов коммуникации [16. С. 92], например по электронной почте. Например, обучающиеся могут, используя гиперссылки, быстро найти необходимую для доклада/презентации или проекта информацию.

12. Цифровой формат корпоративной коммуникации характеризуется использованием различных цифровых ресурсов (веб-сайт с интегрированной формой обратной связи, блог, микроблог и др.) с повышением лояльности получателей корпоративной информации [16. С. 88], привлекая адресантов интерактивным контентом, создавая «максимально содержательные и эмоционально насыщенные конвергентные сообщения» [16. С. 88]. Коммуникация в профессиональной сфере уже

невозможно представить вне цифровой плоскости. Так, навыки работы в цифровыми ресурсами являются неотъемлемым компонентом коммуникации в профессиональной сфере. Данное лингводидактическое свойство способствует формированию цифровой компетенции будущего специалиста, к которой относятся такие ключевые умения, как умение представить результаты своей исследовательской, профессиональной деятельности – снять ход эксперимента, смонтировать видео, построить и интегрировать график или инфографику, подготовить стендовый доклад / постерную презентацию, сохранить в требуемом формате, указать авторство, разместить материалы (презентацию, статью/доклад, видео) в цифровом ресурсе, корректно настроить и оформить личный профиль и пр.

Интеграция АЦКР в процесс обучения иностранному языку в сфере специальности благодаря их лингводидактическим свойствам позволяет более результативно развивать иноязычную коммуникативную компетенцию в профессиональной сфере и надпрофессиональные компетенции посредством использования и комбинирования разных форм организации обучения (индивидуальная, самостоятельная, групповая, парная, в микрогруппах, коллаборативная) и реализации проектной, творческой, исследовательской деятельности. Разнообразие используемых АЦКР, их ориентированность на массовый и круглосуточный доступ, различная степень глубины и сложности профессионально значимых тем повышают эффективность организации учебного процесса в условиях смешанного обучения. Реализация системы заданий, разработанных на основе АЦКР, позволяет развивать у обучающихся как навыки самостоятельной учебной деятельности, так и умение работать в команде с учетом интересов и потребностей обучающихся. В качестве примера самостоятельной учебной деятельности может служить поиск, отбор информации, сервисов, программ при выполнении задания по проектированию своей будущей компании или мероприятия и презентации проекта. Примером групповой работы может быть создание видеоролика о факультете, университете, программе обучения и т.д.

Особое место в организации учебного процесса занимает коллаборативная форма работы, которая может быть организована как в формате очного, так и дистанционного обучения, а также смешанного. Данная форма работы, понимаемая, как «сотрудничество» (от лат. *collaboro* – работать совместно, сотрудничать), в которой каждый обучающийся работает на коллективный результат, но независимо друг от друга, может успешно реализовываться с использованием сервисов Веб 2.0, например, при использовании сервиса вики, программ создания сайтов, тестов, онлайн-опросов развиваются навыки работы в команде. При этом обучающиеся имеют возможность работать в индивидуальном темпе с возможностью варьирования сроков сдачи, а на начальном этапе – выбора роли

и вида работы. Примером такой формы работы может служить разработка сайта научной конференции / специализированной выставки по профилю обучающихся, разработка / актуализация немецкоязычной страницы в электронной энциклопедии об университете / факультете и пр. Проектная, творческая, исследовательская деятельность являются сложноорганизованными видами работы, предполагающими не только умение работать самостоятельно, но и в команде [17]. Они позволяют развивать различные умения и навыки (составляющие) иноязычной коммуникативной компетенции и надпрофессиональных компетенций.

Так, в рамках реализации проектной деятельности может быть организована и проведена научная конференция, специализированная выставка, конкурс творческих работ / постерных презентаций и пр., предполагающих разработку сопровождающих мероприятие информационно-презентационных материалов и ресурсов (веб-сайт, страницы в социальных медиа, постер, буклет, имиджевый, информационный видеоролик и пр.). Такие форматы работы предполагают не только развитие соответствующих навыков, касающихся овладения языковыми средствами [18], общения в рамках заданных профессиональных ситуаций [19], ситуаций реальной учебной коммуникации в социальном контексте, но и развивать умение работать в команде. При реализации проектной, творческой, исследовательской деятельности важен трансфер приобретенных умений и навыков, который позволит обучающимся продемонстрировать полученный обучающимися языковой опыт, проявить управленческие и лидерские качества, релевантные для академической и профессиональной сферы деятельности. Примером трансфера приобретенных умений и навыков, предполагающего независимую экспертную оценку, может служить создание видеороликов об университете / факультете / вузе / научной работе / студенческой жизни, представленных на конкурс видеопроектов на иностранных языках [20], для сайтов студенческой научно-практической конференции [21] и конкурса творческих работ на немецком языке [22].

Заключение

Таким образом, выявленные лингводидактические свойства АЦКР позволяют сделать предварительные выводы о целесообразности их интеграции в процесс обучения иностранному языку. При этом результативность использования АЦКР обусловлена интеграцией данных ресурсов в процесс обучения иностранному языку с учетом постепенного усложнения тем изучаемой специальности и расширения перечня специальной лексики в соответствии с осваиваемым направлением подготовки обучающихся. Система специальных заданий на основе АЦКР должна

включать и такие, которые способствуют развитию как всех составляющих иноязычной коммуникативной компетенции в профессиональной сфере, так и надпрофессиональных компетенций обучающихся.

Список источников

1. **Филина Н.** Инженер будущего: какими компетенциями должен обладать современный специалист // Информационно-образовательный портал TheHRD. URL: <https://thehrd.ru/articles/inzhener-buduschego-kakimi-kompetentsijami-dolzhen-obladat-sovremennuy-spetsialist/> (дата обращения: 25.11.2023).
2. **Комиссаров А.Г., Степашикина Е.А., Соболева О.Б., Гужеля Д.Ю., Селезнев П.С.** Методология оценки надпрофессиональных компетенций в российских образовательных организациях // Вестник Финансового университета. Гуманитарные науки. 2022. № 12 (6). С. 53–62.
3. **Степашикина Е.А., Суходоев А.К., Гужеля Д.Ю.** Исследование профиля надпрофессиональных компетенций, востребованных ведущими работодателями при приеме на работу студентов и выпускников университетов и молодых специалистов // Современная аналитика образования. 2022. № 2 (62). 33 с.
4. **Морозова М.А.** Аутентичные корпоративные электронные ресурсы в обучении иностранному языку в вузе : учеб. пособие. Новосибирск : НГТУ, 2016. 96 с.
5. **Павлова И.П.** Как сделать аутентичный текст доступным для студентов // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Серия: Образование и педагогические науки. 2015. № 14 (725). С. 152–167.
6. **Авдеева И.Б.** Стратегии обучения иностранных учащихся инженерного профиля чтению аутентичных текстов научного стиля // МИРС. 2017. № 2. С. 67–78.
7. **Атабекова А.А.** Лингвистический дизайн WEB-страниц (сопоставительный анализ языкового оформления англо- и русскоязычных web-страниц). М. : Изд-во РУДН, 2003. 202 с.
8. **Данюшина Ю.В.** Многоуровневый анализ англоязычного сетевого бизнес-дискурса : автореф. дис. ... д-ра филол. наук. М., 2011. 49 с.
9. **Гермаишева Т.М.** Исследование лингвистических и паралингвистических характеристик блог-дискурса // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. 2010. № 126. С. 150–156.
10. **Горошко Е.И., Полякова Т.Л.** Лингвистические особенности англоязычного Твиттера // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Серия: Филология. Социальные коммуникации. 2011. Т. 24 (63), № 2. Ч. 1. С. 53–58.
11. **Попцов Д.А.** «Мягкая сила» публичной дипломатии в контексте современных информационных коммуникаций // MANAGEMENT ISSUES. 2020. № 3 (64). С. 20–30.
12. **Шилина М.Г.** Корпоративная интернет-коммуникация в системе связей с общественностью // Вестник МГУ. Сер. 10. Журналистика. 2012. № 1. С. 87–100.
13. **Соколова О.В.** Типология дискурсов активного воздействия: поэтический авангард, реклама и PR. М. : Гнозис, 2014. 304 с.
14. **Азимов Э.Г.** Современный словарь методических терминов и понятий: теория и практика обучения языкам. М. : Русский язык, Фонд Русский мир, 2019. 493 с.
15. **Интегрированные** коммуникации в новых медиа / под ред. Л.П. Шестеркиной. Челябинск : Издательский центр ЮУрГУ, 2016. 211 с.
16. **Шилина М.Г.** Связи с общественностью в интернете: корпоративный аспект // МЕДИАСКОП. 2011. № 3. URL: <http://www.mediascope.ru/node/899> (дата обращения: 26.11.2023).

17. **Минакова Л.Ю.** Обучение иноязычному дискурсу студентов неязыковых специальностей с использованием профессионально ориентированной проектной деятельности / под ред. С.К. Гураль. Томск : Издательский Дом ТГУ, 2015. 96 с.
18. **Глумова Е.П., Панченко Ю.Ю.** Коммуникативно-коннективная интеграция социальных сетей как средство развития речевых умений иноязычной письменной диалогической речи студентов бакалавриат // Вестник Томского государственного университета. 2022. № 482. С. 182–191.
19. **Профессионально-ориентированное** обучение английскому языку: методы, приемы, оценивание = ESP Teaching, Learning, Assessment: Modern Tools, Strategies, Practices / К.Э. Безукладников, Б.А. Жигалев, Б.А. Крузе, М.Н. Новосёлов [и др.]. 2-е изд., стер. Пермь ; Нижний Новгород : ПГТПУ, 2018. 122 с.
20. **Конкурс** студенческих видеопроектов на иностранных языках // nstu.ru. URL: <https://www.nstu.ru/studies/study/langlearning/invideo> (дата обращения: 26.11.2024).
21. **Международная** научно-практическая конференция «Aspire to Science» // nstu.ru. URL: https://ciu.nstu.ru/kaf/iya/mezhdunarodnaya_nauchnoprakticheskaya_konferenciya_aspire_to_science (дата обращения: 26.11.2024).
22. **Международный** конкурс творческих работ на немецком языке «Traditionen in Deutschland: Deutsche Winterfeste» // nstu.ru. URL: <http://winterfest.conf.nstu.ru/winterfest/> (дата обращения: 26.11.2024).

References

1. Filina N. (2022) Inzhener budushchego: kakimi kompetentsiyami dolzhen obladat' sovremennyy spetsialist [Engineer of the future: the competences a modern specialist should possess]. URL: <https://thehrd.ru/articles/inzhener-budushchego-kakimi-kompetentsiyami-dolzhen-obladat-sovremennyy-spetsialist/> (Accessed: 25.11.2023).
2. Komissarov A.G., Stepashkina E.A., Soboleva O.B., Guzhelja D.Ju., Seleznev P.S. (2022) Metodologiya otsenki nadprofessional'nykh kompetentsiy v rossiyskikh obrazovatel'nykh organizatsiyakh [Methodology of assessment of supraprofessional competences in Russian educational organisations] // Vestnik Finansovogo universiteta. Gumanitarnyye nauki. 12 (6). pp. 53–62.
3. Stepashkina E.A., Sukhodoev A.K., Guzhelja D.Ju. (2022) Issledovaniye profilya nadprofessional'nykh kompetentsiy, vostrebovannykh vedushchimi rabotodatelayami pri priyeme na rabotu studentov i vypusnikov universitetov i molodykh spetsialistov [Study of the profile of supraprofessional competences demanded by leading employers when hiring university students and graduates and young specialists] // Sovremennaya analitika obrazovaniya. 2 (62). 33 p.
4. Morozova M.A. (2016) Autentichnyye korporativnyye elektronnyye resursy v obuchenii inostrannomu yazyku v vuze: uchebnoye posobiye [Authentic corporate electronic resources in foreign language teaching in higher education: textbook]. Novosibirsk: NSTU. 96 p.
5. Pavlova I.P. (2015) Kak sdelat' autentichnyy tekst dostupnym dlya studentov [How to make authentic text accessible to students] // Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. Seriya: Obrazovaniye i pedagogicheskiye nauki. 14 (725). pp. 152–167.
6. Avdeeva I.B. (2017) Strategii obucheniya inostrannykh uchashchikhsya inzhenernogo profilya chteniyu autentichnykh tekstov nauchnogo stilya [Strategies of teaching foreign engineering students to read authentic texts of scientific style] // MIRS. 2. pp. 67–78.
7. Atabekova A.A. (2003) Lingvisticheskyy dizayn WEB-stranits (sopostavitel'nyy analiz yazykovogo oformleniya anglo- i russkoyazychnykh web-stranits) [Linguistic design of WEB-pages (comparative analysis of linguistic design of English- and Russian-language web-pages: monograph)]. M. : Izd-vo RUDN. 202 p.

8. Danjushina Ju.V. (2011) Mnogourovnevyy analiz angloyazychnogo setevogo biznes-diskursa [Multilevel analysis of English-language network business discourse]. Abstract of Philology doc. dis. M. 49 p.
9. Germasheva T.M. (2010) Issledovaniye lingvisticheskikh i paralingvisticheskikh kharakteristik blog-diskursa [Research of linguistic and paralinguistic characteristics of blog discourse] // *Izvestiya Rossiyskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo un-ta im. A.I. Gertsena*. 126. pp. 150–156.
10. Goroshko E.I., Poljakova T.L. (2011) Lingvisticheskie osobennosti angloyazychnogo Tvitterra [Linguistic features of English-language Twitter] // *Uchenye zapiski Tavricheskogo nacional'nogo universiteta im. V.I. Vernadskogo. Seriya Filologiya. Social'nye kommunikacii*. Vol. 24 (63). 2-1. pp. 53–58.
11. Popcov D.A. (2020) “Myagkaya sila” publichnoy diplomatii v kontekste sovremennykh informacionnykh kommunikacij [‘Soft power’ of public diplomacy in the context of modern information communications] // *MANAGEMENT ISSUES*. 3 (64). pp. 20–30.
12. Shilina M.G. (2012) Korporativnaya internet-kommunikaciya v sisteme svyazey s obshchestvennost'yu [Corporate Internet communication in the system of public relations] // *Vestnik MGU. Seriya 10. Zhurnalistika*. 1. pp. 87–100.
13. Sokolova O.V. (2014) Tipologiya diskursov aktivnogo vozdejstviya: poeticheskij avangard, reklama i PR [Typology of discourses of active influence: poetic avant-garde, advertising and PR]. M., Gnosis. 304 p.
14. Azimov E.G. (2019) *Sovremennyy slovar' metodicheskikh terminov i ponyatij: teoriya i praktika obucheniya yazykam* [Modern Dictionary of Methodological Terms and Concepts: Theory and Practice of Language Teaching]. M.: Russkij yazyk, Fond Russkij mir. 493 p.
15. *Integrirovannye kommunikacii v novyh media* (2016) [Integrated communications in new media: monograph] / edited by L.P. Shesterkina. Chelyabinsk: Izdatel'skij centr YUUrGU. 211 p.
16. Shilina M.G. (2011) Svyazi s obshchestvennost'yu v internete: korporativnyj aspekt [Public relations on the Internet: corporate aspect] // *MEDIASCOPE*. 3. URL: <http://www.mediascope.ru/node/899> (Accessed: 26.11.2023).
17. Minakova L.Ju. (2015) Obuchenie inoyazychnomu diskursu studentov neyazykovykh special'nostej s ispol'zovaniem professional'no orientirovannoj proektnoj deyatel'nosti [Teaching foreign language discourse to students of non-linguistic majors using professionally oriented project activity] / pod red. S.K. Gural'. Tomsk: Izdatel'skij Dom TGU. 96 p.
18. Glumova E.P., Panchenko Yu. Yu. (2022) Kommunikativno-konnektivnaya integraciya social'nyh setej kak sredstvo razvitiya rechevykh umenij inoyazychnoj pis'mennoj dialogicheskoy rechi studentov bakalavriat [Communicative and connective integration of social networking sites as a tool for development of undergraduate students' written conversational skills in a foreign language] // *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta*. 482. pp. 182–191.
19. Professional'no-orientirovannoe obuchenie anglijskomu yazyku: metody, priemy, ocenivanie [ESP Teaching, Learning, Assessment: Modern Tools, Strategies, Practices: monograph] (2018) / K.E. Bezukladnikov, B.A. Zhigalev, B.A. Kruze, M.N. Novosyolov [i dr.]. 2-e izd., stereotip. Perm'; Nizhnij Novgorod: PGGPU. 122 p.
20. Konkurs studencheskikh videoproektov na inostrannykh yazykah [Contest of student video projects in foreign languages] (2024) // Novosibirsk State Technical University. URL: <https://www.nstu.ru/studies/study/langlearning/invideo> (Accessed: 26.11.2024)].
21. Mezhdunarodnaya nauchno-prakticheskaya konferenciya “Aspire to Science” [International Scientific and Practical Conference ‘Aspire to Science’] (2024) // Novosibirsk State Technical University. URL: https://ciu.nstu.ru/kaf/iya/mezhdunarodnaya_nauchnoprakticheskaya_konferenciya_aspire_to_science (Accessed: 26.11.2024).
22. Mezhdunarodnyj konkurs tvorcheskikh rabot na nemeckom yazyke “Traditionen in Deutschland: Deutsche Winterfeste” [International competition of creative works in Deutschland: Deutsche Winterfeste] [International competition of creative works in

German ‘Traditions in Germany: German winter festivals’] (2024) // Novosibirsk State Technical University. URL: <http://winterfest.conf.nstu.ru/winterfest/> (Accessed: 26.11.2024).

Информация об авторах:

Глумова Е.П. – кандидат педагогических наук, доцент, начальник научно-исследовательской лаборатории инновационной лингводидактики, Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова (Нижний Новгород, Россия). E-mail: el.glumova2010@yandex.ru, glumova@lunn.ru

Жигалев Б.А. – профессор, доктор педагогических наук, профессор кафедры английской филологии, Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова (Нижний Новгород, Россия). E-mail: zhigalev@lunn.ru

Морозова М.А. – доцент кафедры перевода и переводоведения, Новосибирский военный ордена Жукова институт имени генерала армии И.К. Яковлева войск национальной гвардии Российской Федерации (Новосибирск, Россия). E-mail: majamorozova@mail.ru

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Information about the authors:

Glumova E.P., Ph.D. (Education), Associate Professor, Head of the Research Laboratory of Innovative Linguodidactics, Nizhny Novgorod State Linguistic University named after N.A. Dobrolyubov (Nizhny Novgorod, Russia). E-mail: el.glumova2010@yandex.ru, glumova@lunn.ru

Zhigalev B.A., D.Sc. (Education), Professor, Professor of the Department of English Philology, Nizhny Novgorod State Linguistic University named after N.A. Dobrolyubov (Nizhny Novgorod, Russia). E-mail: zhigalev@lunn.ru

Morozova M.A., Associate Professor of the Translation and Translation Studies Department, Novosibirsk Military Institute named after Army General I.K. Yakovlev of the National Guard Troops of the Russian Federation (Novosibirsk, Russia). E-mail: majamorozova@mail.ru

The authors declare no conflicts of interests.

Поступила в редакцию 15.03.2025; принята к публикации 13.05.2025

Received 15.03.2025; accepted for publication 13.05.2025