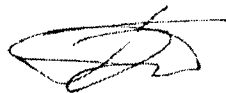


10.02.19

Б666

На правах рукописи



Бигюцких Ксения Валерьевна

**ОТРАЖЕНИЕ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ ВОЕННЫХ
В ЯЗЫКОВОМ СОЗНАНИИ КУРСАНТОВ**

Специальность 10.02.19 – Теория языка

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Челябинск – 2015

Диссертация выполнена на кафедре общей лингвистики факультета лингвистики ФГБОУ ВПО «Южно-Уральский государственный университет» (национальный исследовательский университет)

Научный руководитель: доктор филологических наук, профессор
Харченко Елена Владимировна

Официальные оппоненты: **Гуц Елена Николаевна**
доктор филологических наук, профессор,
ФГБОУ ВПО «Омский государственный
университет им. Ф. М. Достоевского»,
профессор кафедры русского языка,
славянского и классического языкознания

Селютин Андрей Анатольевич
кандидат филологических наук,
ФГБОУ ВПО «Челябинский
государственный университет»,
заведующий учебно-научной лабораторией
межкультурных коммуникаций

Ведущая организация: ФГБОУ ВПО «Военный университет
министерства обороны РФ»

Защита состоится 20.04.2015 года в 15:00 часов на заседании диссертационного совета Д 212.296.05 на базе ФГБОУ ВПО «Челябинский государственный университет» (ЧелГУ) по адресу: 454001, г. Челябинск, ул. Братьев Кашириных, д. 129, ауд. 346.

С диссертацией можно ознакомиться в читальном зале научной библиотеки ФГБОУ ВПО «Челябинский государственный университет» по адресу: 454001, г. Челябинск, ул. Братьев Кашириных, д. 129 и на сайте www.csu.ru.

Автореферат разослан «_____» _____ 2015 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета
кандидат филологических наук



С. И. Симакова

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ



Диссертационная работа представляет собой опыт исследования лингвистических аспектов корпоративной культуры военных на основании анализа образов языкового сознания курсантов, вербализованных (овнешненных) с помощью комплекса психолингвистических экспериментов.

Актуальность исследования обусловлена:

1) недостаточной изученностью влияния корпоративной культуры и профессиональной коммуникации на языковое сознание индивида; теоретического осмысления требуют механизмы профессионализации, анализ этих процессов через их отражение в сознании и вербализацию;

2) тем, что в центре внимания находится языковое сознание носителей корпоративной культуры закрытой социальной группы, доступ к которой ограничен в силу специфики ее деятельности;

3) большой общественной значимостью военной профессии, в связи с тем, что армия является государствообразующим институтом, основным гарантом сохранения суверенитета и территориальной целостности страны.

Объектом исследования является языковое сознание курсантов.

Предметом нашего исследования являются образы сознания, сформированные или измененные под влиянием корпоративной культуры военных.

Целью работы является выявление и анализ количественных и качественных изменений, произошедших в языковом сознании курсантов под влиянием корпоративной культуры военных.

Достижение поставленной цели предполагает решение следующих **задач**:

1. Дать определение понятию «корпоративная культура военных».
2. Рассмотреть вопрос, посвященный изучению языкового сознания, его структуры и методов его исследования.
3. Выявить специфику языкового сознания курсантов на основании данных психолингвистических экспериментов.
4. Проследить динамику формирования профессионального языкового сознания курсантов с 1 по 5 курс на основании результатов свободного ассоциативного эксперимента.
5. Проанализировать образы обыденного и профессионального языкового сознания для того, чтобы выявить универсальные (общие) и профессионально детерминированные образы языкового сознания испытуемых двух категорий: студентов и курсантов.

Методологической и теоретической базой исследования являются основные положения деятельностного подхода к изучению сознания (Л. С. Выготский, В. П. Зинченко, А. Н. Леонтьев и др.); концепции структуры сознания (Ф. Е. Василюк, Т. М. Дридзе, В. П. Зинченко, А. В. Иванов и др.); труды ученых по теории языкового сознания и ассоциативного эксперимента (Л. О. Бутакова, В. Е. Гольдин, Е. И. Горошколкин, Е. Н. Гуц, А. А. Залевская, В. В. Красных, Г. А. Мартинюк и др.).

В. А. Пищальникова, И. А. Стернин, Е. Ф. Тарасов, Н. В. Уфимцева, Т. Н. Ушакова, Р. М. Фрумкина и др.); теоретические работы по проблемам исследования феномена корпоративной, организационной и профессиональной культур (Т. Н. Персикова, В. А. Спивак, Ж. Т. Тощенко, Н. Н. Могутнова, В. Л. Михельсон-Ткач, Е. Н. Складар и др.); научные работы в рамках педагогики, социологии, психологии, политологии, культурологии и философии, посвященные изучению военной культуры (В. И. Бажуков, В. Н. Гребеньков, Е. Н. Романова), корпоративной культуры военной организации (С. А. Гольев), профессиональной культуры офицера (П. А. Амбарова, В. А. Лапшов, О. А. Черницкий).

Для нашего исследования особый интерес также представляют труды лингвистов по проблемам профессиональной коммуникации и корпоративной культуры (Ю. И. Алферова, И. С. Антонова, Е. В. Ваганова, Е. И. Голованова, Г. В. Кубиц, И. Ю. Марковина, Н. Ю. Одинокова, А. А. Селютин, Е. В. Харченко, Е. В. Чернец, Л. А. Шкатова), работы отечественных лингвистов по проблемам жаргона (Б. Л. Бойко, В. П. Коровушкин, Е. Н. Гуц, О. А. Захарчук (Черникова), О. Е. Морозова и др.).

Методы исследования: наблюдение, описание, свободный ассоциативный эксперимент, метод субъективных дефиниций, метод незаконченных предложений, метод воспоминаний, метод экспертной оценки.

Материал исследования включает результаты серии свободных ассоциативных экспериментов, метода субъективных дефиниций, метода незаконченных предложений, а также метода воспоминаний, который использовался при сборе фольклорных текстов. Указанные психолингвистические эксперименты проводились на базе военного вуза, готовящего штурманов (филиал ВУНЦ ВВС ВВА имени профессора Е. Н. Жуковского и Ю. А. Гагарина в городе Челябинске – бывший ЧВВАУШ/ЧВВАКУШ). Интерпретация полученных от курсантов данных проводилась с применением метода экспертной оценки. В экспертную комиссию вошли представители корпоративной культуры военных: курсанты разных этапов обучения, преподаватели военных дисциплин и офицеры ВВС РФ. Свободный ассоциативный эксперимент был проведен также в трех гражданских вузах: Южно-Уральский государственный университет, Челябинский государственный университет и Российская академия народного хозяйства и государственной службы (филиал г. Челябинска).

Объем материала:

1) собранного в результате проведения свободного ассоциативного эксперимента и представленного в рамках анализа универсальных и профессионально детерминированных образов языкового сознания курсантов и студентов составляет 6485 реакций, из которых:

- 1358 реакций получено от курсантов 1 курса, 1397 от курсантов 2-3 курсов, 1472 от курсантов 4-5 курсов,

- 2258 реакций получено от студентов;

2) по итогам проведения свободного ассоциативного эксперимента и применения метода воспоминаний на базе военного вуза и использованного при анализе военных жаргонизмов и фольклорного материала получено:

- 113 реакций, представленных жаргонными языковыми единицами,
- 114 фольклорных микротекстов.

Выдвигаются следующие гипотезы:

1) «погружение» в мир корпоративной культуры военных через освоение терминологического аппарата общевоинских и узко специализированных дисциплин, через приобщение к армейским традициям, ценностям, нормам и правилам поведения приводит к существенному увеличению количества и разнообразия реакций, выраженных терминами, военными жаргонизмами, к изменению доминирующих векторов ассоциирования при восприятии стимулов, к формированию четко выраженного ядра ассоциативного поля, к увеличению стереотипности реакций курсантов на старших курсах обучения в военном вузе;

2) корпоративная культура военных является неоднородным явлением и отражается в языковом сознании курсантов в двух формах: как целостный феномен и в своих субкультурных проявлениях.

Научная новизна работы заключается в следующем:

- впервые разработаны и апробированы принципы и методика анализа лингвистических аспектов корпоративной культуры военных;
- изучено профессиональное языковое сознание курсантов;
- выявлены и проанализированы уникальные, корпоративно и профессионально детерминированные образы языкового сознания курсантов, отражающие специфику мировосприятия военных;
- описана динамика качественного и количественного изменения образов языкового сознания носителей корпоративной культуры военных, выявлены возможные пути преобразования ядерной части ассоциативных полей;
- введены, обоснованы и даны определения терминов «корпоративная культура военных», «военный корпоративный текст», что способствует дальнейшему развитию нового перспективного направления современного языкознания – организационной лингвистики.

Теоретическую значимость мы видим в том, что данная работа вносит значительный вклад в разработку проблематики психолингвистики, теории языкового сознания, социолингвистики, поскольку направлена на изучение профессионального языкового сознания и влияния корпоративной культуры на языковое сознание индивида.

Практическая значимость работы заключается в том, что методика и принципы анализа лингвистических аспектов корпоративной культуры военных, разработанные в данной работе, могут быть применены в исследовании образов языкового сознания носителей других корпоративных культур. Практическая ценность работы заключается также в возможности

использования результатов исследования для уточнения толкования слов, представленных в современных толковых словарях; в лексикографической практике составления ассоциативных словарей различных профессий (например, профессиональный ассоциативный словарь военных штурманов). Экспериментальный материал, представленный в данном исследовании, может использоваться в спецкурсах по межкультурной коммуникации, по психолингвистике, социолингвистике, лингвокультурологии, культуре речи и профессиональному общению, а также в дальнейших кросс-культурных и междисциплинарных исследованиях. Результаты данной работы могут быть применены для повышения эффективности общения представителей разных корпоративных культур.

Личный вклад диссертанта состоит в разработке методики анализа лингвистических аспектов корпоративной культуры военных, позволяющей снизить субъективность при интерпретации полученных экспериментальных материалов исследователем, не являющимся носителем корпоративной культуры военных. В работе произведен анализ, систематизация и обобщение данных свободного ассоциативного эксперимента, фольклорного материала, выявлены пути изменения образов языкового сознания курсантов, описаны тенденции качественного и количественного преобразования ядерной части ассоциативных полей под влиянием корпоративной культуры военных на языковое сознание курсантов, установлены усиливающиеся, ослабевающие и новые семантические зоны в ассоциативных полях стимулов, а также выделены стратегии идентификации слов-стимулов. В работе предложены авторские трактовки терминов «корпоративная культура военных», «военный корпоративный текст».

На защиту выносятся следующие положения:

1. Языковое сознание индивидов является динамическим явлением и подвержено изменениям в процессе вхождения индивидов в новую для них культуру, в частности, корпоративную культуру закрытых социальных групп.
2. Уникальные, корпоративно и профессионально детерминированные образы, отражающие особенности мировосприятия военных, выявляются при сопоставлении ассоциативных полей, выстроенных на основании ответов, полученных от испытуемых военных (курсантов) и невоенных специальностей (студентов).
3. Динамика изменения образов языкового сознания курсантов прослеживается при сравнении данных ассоциативных экспериментов, проведенных на разных этапах обучения в военном вузе.
4. К концу обучения увеличивается частотность реакций, входящих в ядро ассоциативных полей тех слов-стимулов, которые представляют собой корпоративно (профессионально) значимые понятия для военных.
5. Актуализация одной из трех стратегий реагирования (1. литературное слово -> литературное слово, 2. литературное слово -> жаргонизм, 3. жаргонизм -> жаргонизм) свидетельствует о сосуществовании в

языковом сознании курсантов универсальных образов, то есть свойственных всем носителям национальной культуры и профессионально детерминированных образов, то есть обусловленных принадлежностью к определенной профессии, к определенной корпоративной культуре.

6. Неформальная сторона корпоративной культуры военных отражается в языковом сознании курсантов не только как целостный феномен, но и в своих субкультурных проявлениях, о специфике которых можно судить при анализе военного жаргона и фольклора.
7. Привлечение фольклорного материала при анализе ассоциативных полей позволяет глубже проникнуть в систему связей, существующих между стимулами и полученными на них реакциями, обнаружить значения и смыслы «скрытые» для исследователя, не являющегося носителем корпоративной культуры военных.

Апробация работы. Основные положения диссертации и результаты исследования обсуждались на научно-методических семинарах и заседаниях кафедры лингвистики и межкультурной коммуникации, кафедры общей лингвистики (секции культуры речи и профессионального общения), на научных конференциях аспирантов и докторантов Южно-Уральского государственного университета (2012, 2013, 2014 гг.), на 63-й научной конференции профессорско-преподавательского состава Южно-Уральского государственного университета (2011 г.), на международных научно-практических конференциях «Лингвистика, лингводидактика и межкультурная коммуникация: теория и практика» (Таганрог, 2012 г.), «Иностранные языки и литературы в контексте культуры» (Пермь, 2012 г.), «Жизнь языка в культуре и социуме-3» (Москва, 2012 г.), «Теория и практика языковой коммуникации» (Уфа, 2012 г.), «Коммуникация. Мышление. Личность», посвященная памяти И.Н. Горелова и К.Ф. Седова (Саратов, 2012 г.), «Лингвистика в контексте культуры» (Челябинск, 2012 г.), «Язык. Культура. Коммуникация» (Челябинск, 2013, 2014 гг.), «Психолингвистика в современном мире» (Переяслав-Хмельницкий, Украина, 2013 г.), «Филология, лингводидактика и переводоведение: актуальные вопросы и тенденции развития» (Чебоксары, 2013 г.), на Десятом международном конгрессе международного общества по прикладной психолингвистике (Москва, 2013 г.), на 49 международном лингвистическом коллоквиуме «Современные проблемы и достижения в области лингвистики и смежных наук» (Уфа, 2014 г.), на международных научных конференциях «Современные тенденции в языковом образовании» (Челябинск, 2014 г.), «Актуальные вопросы филологической науки XXI века» (Екатеринбург, 2013, 2014 гг.), «Организационная коммуникация» (Минск, Беларусь, 2014 г.), «Слово, высказывание, текст в когнитивном, прагматическом и культурологическом аспектах» (Челябинск, 2014 г.), «Жизнь языка в культуре и социуме – 4» (Москва, 2014 г.), 4th International conference 'Andalusian Symposia On Slavic Studies' (Гранада, Испания, 2014 г.).

Работа получила поддержку в рамках исследовательского гранта 2012 062-ГЗ 23 (руководитель – доктор филологических наук, профессор Е. В. Харченко) и специальной государственной стипендии Правительства РФ на 2013-2014 годы.

Соответствие диссертации паспорту научной специальности

Результаты, полученные в процессе исследования, соответствуют формуле специальности 10.02.19 – теория языка по следующим определениям: «содержание специальности “Теория языка” включает в себя основные разделы и методы современной лингвистической науки: от введения в специальность до поуровневого рассмотрения внутренней структуры языка. Современные представления об основных компонентах, единицах и правилах естественного языка, а также о методах их изучения». Диссертация выполнена в рамках следующих областей исследования специальности «Теория языка»: п. 1. «Язык, речь, речевая деятельность, язык и общество, язык и культура, язык и коммуникация, внутренняя структура языка»; п.6 «Лексико-семантическая парадигматика: понятие семантического поля и важнейших корреляций между его членами: синонимия, антонимия, ассоциативные отношения, двойственность предмета семантики: значение и смысл; ассоциативные эксперименты»; п.11. «Психолингвистика как междисциплинарная наука. Бессознательное в его вербальном и невербальном выражении. Психолингвистические эксперименты, основанные на введении семантического компонента»; п.12. «Социолингвистический подход к предмету лингвистики. Вариативность языка и ее связь с социальной вариативностью. Социолингвистика и смежные дисциплины. Социология и социальная психология. Социальная структура и социальные общности. Язык в межличностных отношениях. Языковое поведение индивида. Социум и язык. Литературный язык и разговорная речь. Социальные диалекты. Профессиональные, корпоративные и тайные подязыки. Язык и культура».

Структура диссертации: работа объемом 338 страниц состоит из введения, двух глав, заключения, библиографии, насчитывающей 231 источник, и шести приложений.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении обосновывается актуальность выбранной темы исследования, ее научная новизна, теоретическая и практическая значимость, обозначается основная цель работы и очерчивается круг задач, определяется объект и предмет, характеризуется материал исследования, формулируются основные положения, выносимые на защиту.

В первой главе «Теоретические предпосылки исследования феноменов «корпоративная культура» и «языковое сознание»» последовательно рассматриваются концептуальные подходы к изучению феномена корпоративной культуры, его соотношение со смежными явлениями организационной и профессиональной культур. В главе дается определение термина «корпоративная культура военных» и обосновывается

его необходимость. В главе рассматривается проблема содержания понятий «сознание», «языковое сознание», их соотношение с понятиями «картина мира», «образ мира», описываются методы количественного и качественного (содержательного) анализа результатов свободного ассоциативного эксперимента как ведущего метода изучения образов языкового сознания.

В параграфе 1.1. «Феномен корпоративной, организационной и профессиональной культур: соотношение понятий» речь идет о проблеме определения объема понятия «корпоративная культура» и его соотношения со смежным понятием «организационная культура». Показательны случаи, когда один автор в своих работах (напр., В. А. Спивак 2001, 2004) дает близкие определения корпоративной и организационной культуре, однако при этом в одной из работ уточняет, что не считает эти понятия тождественными. Другие исследователи (Ж. Т. Тощенко, Н. Н. Могутнова; И. Н. Воронин, М. Ю. Козлов; В. Л. Михельсон-Ткач, Е. Н. Скляр и т. д.) выделяют критерии, на основании которых можно было бы развести понятия. Однако в большинстве случаев попытки разграничить указанные понятия по различным основаниям ведут к терминологической путанице и к еще большему размыванию границ терминов.

В главе также рассматриваются различные определения понятия «профессиональная культура» (П. А. Амбарова, В. Л. Бенин, А. И. Кравченко, И. М. Модель, В. А. Спивак). Необходимость обращения к данному термину объясняется следующими факторами: специалисты, работающие в организации, обладают определенными профессиональными знаниями и навыками и, следовательно, являются носителями не только корпоративной культуры организации, но и представителями одной или нескольких профессиональных культур. Это означает, что в рамках организации идет процесс пересечения, взаимодополнения и наложения друг на друга элементов (внешних и внутренних проявлений) корпоративной, организационной и профессиональной культур. Таким образом, возникает проблема соотношения трех указанных понятий.

Наиболее удачным и перспективным нам представляется определение Е. В. Харченко, в котором органично сочетаются все три термина. Вслед за данным исследователем мы рассматриваем корпоративную культуру в двух ее ипостасях: как корпоративную культуру организации (организационная культура) и как корпоративную культуру профессионалов (профессиональная культура). Указанная научная работа была выполнена в рамках психолингвистики и является одной из первых попыток разработать лингвистический подход к исследованию феномена корпоративной культуры. Труды Е. В. Харченко легли в основание нового активно развивающегося направления языкознания – организационной лингвистики, в рамках которого предлагается анализировать язык и речь сотрудников организации, продуцируемые ими тексты в ситуациях официального и неофициального речевого общения с помощью психолингвистического инструментария. Указанный подход получил поддержку в трудах многих

лингвистов: он был успешно применен при исследовании корпоративной культуры как профессионалов (инженеров, врачей, юристов (Е. В. Вилисова), госслужащих (Е. В. Чернец), преподавателей вузов (Л. П. Иноземцева)), так и организации в целом, например, корпоративной культуры вуза (А. А. Селютин) и т. д.

В параграфе 1.2. «Корпоративная культура военных как объект научного исследования» представлен анализ научных работ, выполненных в рамках смежных с лингвистикой наук (педагогика, психология, культурология, философия и др.). Анализ таких работ позволил выявить целый ряд синонимичных терминов: «профессиональная культура офицеров», «военная культура», «воинская культура», «корпоративная культура офицеров», «корпоративная культура Вооруженных Сил», «корпоративная культура военной организации». Использование термина «корпоративная культура» применительно к армии и военным специалистам как ее представителям встречается только в научных источниках последних лет: «корпоративная культура офицеров» (А. В. Бочкарев) «корпоративная культура Вооруженных сил» (Д. К. Ситников), «корпоративная культура военной организации» (С. А. Гольев). Небольшое количество работ по данному направлению позволяет утверждать, что указанный феномен недостаточно изучен и разработан, происходит становление методологической базы по данной проблеме.

На основании изученных и проанализированных научных источников мы пришли к выводу о необходимости введения в терминологическую базу нашего исследования понятия **корпоративная культура военных**, под которой мы понимаем как профессиональную культуру офицеров, формируемую военными специалистами и передаваемую в виде специальных военных знаний, умений, навыков и профессиональных ценностей, так и организационную культуру армии, выражающуюся в воинских традициях, ритуалах, символах, правилах и нормах поведения военнослужащих. Введенный нами термин не претендует на научную универсальность, его правомерность может быть оспорена представителями других социально-гуманитарных наук. Однако в рамках нашей работы он является наиболее удобным, и его определение было выведено на основании определения «корпоративной культуры», предложенного Е. В. Харченко.

В параграфе 1.3. «Языковое сознание: определение, смежные понятия, методы исследования» речь идет об одном из наиболее дискуссионных терминов психолингвистики.

Сознание является объектом исследования нескольких социально-гуманитарных наук, каждая из которых рассматривает его с позиций, теорий и методологии, традиционных для этих наук. Проблемам сознания, его описания и выделения его структуры посвящены работы многих ученых (Л. С. Выготский, А. Н. Леонтьев, В. П. Зинченко, Ф. Е. Василюк, Т. М. Дридзе, А. В. Иванов). Общепризнанным и получившим широкое распространение является деятельностный подход, разработанный

Л. С. Выготским и его последователями (А. Н. Леонтьев, В. П. Зинченко и др.). В нашей работе было принято решение опираться на концепцию структуры сознания В. П. Зинченко, согласно которой биодинамическая ткань действия и чувственная ткань образа образуют бытийный слой структуры сознания, а значение и смысл – рефлексивный.

Различные определения и трактовки термина «языковое сознание» были предложены в трудах А. А. Залевской, И. А. Стернина, Т. Н. Ушаковой, Н. В. Уфимцевой, В. В. Красных, В. А. Пищальниковой, А. Н. Портнова, Е. Ю. Поздняковой, Т. М. Дридзе, С. Е. Никитиной и др. Одно из первых наиболее полных определений данному термину было предложено в трудах Е. Ф. Тарасова. В его научных исследованиях термин «языковое сознание» прошел определенную эволюцию: от отождествления с термином «сознание» (1993 г.) до определения его как совокупности образов сознания, формируемых и овнешняемых при помощи языковых средств (2000 г.). В работе И. А. Стернина были предложены другие термины: «когнитивное сознание» и «коммуникативное сознание».

В диссертационном исследовании мы будем придерживаться концепции языкового сознания, разработанной Московской психолингвистической школой. Вслед за Е. Ф. Тарасовым под языковым сознанием мы понимаем «образы сознания, овнешняемые языковыми средствами — отдельными лексемами, словосочетаниями, фразеологизмами, текстами, ассоциативными полями». В рамках данной работы важным также является следующее определение: «образ сознания – это знание (культурно обусловленное), ассоциированное со словом, его психологическое предствление» (О. В. Балясникова).

При рассмотрении проблемы языкового сознания необходимо установить соотношение терминов триады «сознание (языковое сознание)» – «образ мира» – «картина мира». На близость этих понятий указывает целый ряд ученых: Н. В. Уфимцева, Е. Ф. Тарасов, В. В. Красных, Н. С. Сергиева, А. Д. Палкин, К. С. Карданова. Мы придерживаемся взглядов Н. В. Уфимцевой и Е. Ф. Тарасова. Ученые считают, что образ мира является объектом психолингвистических исследований, а предметом становится сознание, которое может изучаться только через его овнешнение (языковое сознание). Вслед за А. Д. Палкиным мы полагаем, что термин «образ мира» шире термина «картина мира» и представляет собой «зонтичную» структуру, состоящую из множества картин мира. Изучив имеющиеся научные источники, мы пришли к выводу о том, что четко разграничить указанные понятия и установить соотношение всех трех компонентов триады между собой представляется затруднительным. Кроме того, мы рассмотрели различные подходы и определения терминов: «профессиональный образ мира», «профессиональная картина мира», «профессиональное языковое сознание» и «профанное (обыденное) языковое сознание». В нашей работе мы придерживаемся термина «профессиональное языковое сознание» (в концепции Ю. И. Алферовой). Вербализация (овнешнение) образов

профессионального языкового сознания происходит с помощью профессионально маркированных языковых единиц.

Свободный ассоциативный эксперимент является одним из наиболее распространенных и валидных способов доступа к образам языкового сознания носителей определенной культуры. Вопрос о необходимости составления ассоциативных словарей, их отличиях и преимуществах по сравнению с традиционными толковыми словарями поднимается во многих психолингвистических трудах (Е. Ф. Тарасов, И. А. Стернин, В. Е. Гольдин, Л. О. Бутакова, Е. Н. Гуц и др.). Особый интерес для нас представляет проект профессионального ассоциативного словаря математиков, медиков, филологов, предложенный в исследовании Н. Ю. Одиноковой.

Изучив терминологический аппарат, используемый в трудах различных ученых, мы будем придерживаться следующей позиции при исследовании языкового сознания с помощью ассоциативного эксперимента: 1) из целого ряда терминов, называющих участников эксперимента (респонденты, информанты, испытуемые, опрашиваемые), мы используем понятие «испытуемые»; 2) к ядерной реакции мы относим первую по частотности и две последующие реакции, если разница удельного веса между ними не более 2 %; 3) единичные реакции мы относим к дальней периферии поля, соответственно, реакции, находящиеся в положении между ядерной частью поля и дальней периферией мы относим к ближней периферии; 4) учет периферийных реакций позволяет нам проследить динамику образов языкового сознания и выявить усиливающиеся или ослабевающие, а также новые семантические зоны в ассоциативных полях; 5) для повышения валидности экспериментальной части исследования мы применяем комплекс интерпретационных процедур, а именно: методы количественного и качественного/содержательного анализа ассоциативных полей (формула расчета стереотипности реакций Г. А. Мартиновича, Н. В. Уфимцевой и метод семантического гештальта Ю. Н. Караулова).

Во второй главе «Языковое сознание курсантов как носителей корпоративной культуры военных» содержится характеристика комплексной методики исследования лингвистических аспектов корпоративной культуры военных. В главе представлены результаты анализа, интерпретации и систематизации фактического материала, полученного по итогам проведения психолингвистических экспериментов. В главе вводится и объясняется понятие «военный корпоративный текст», выстраивается схема соотношения различных форм проявления корпоративной культуры военных как сложного, многоаспектного и неоднородного явления.

В параграфе 2.1. «Методика исследования корпоративной культуры военных» подробно описана процедура анализа лингвистических аспектов корпоративной культуры военных. Мы обосновали критерии деления всех испытуемых на три выборки (курсанты 1 курса, курсанты 2-3 курсов, курсанты 4-5 курсов), а также необходимость привлечения четвертой (контрольной) группы испытуемых (студенты) в рамках анализа динамики и

специфики профессионального языкового сознания курсантов в сравнении с обыденным (профанным) языковым сознанием. Кроме того, в процессе подготовки и проведения нашего исследования было уделено пристальное внимание этапу проведения эксперимента, принципам составления стимульного списка, объему ассоциативных полей и другим процедурным моментам, необходимым для признания результатов эксперимента валидными.

Стоит отдельно остановиться на обосновании необходимости применения комплекса психолингвистических методов при изучении лингвистических аспектов корпоративной культуры военных на основании анализа образов языкового сознания курсантов. В связи со сложностью и многоаспектностью изучаемого феномена, а также тем, что автор данного исследования не является носителем корпоративной культуры военных, мы предположили, что какая-то часть культурных смыслов в ассоциативных полях курсантов могла остаться для него закрытой. Для преодоления субъективности при интерпретации полученных данных (например, в случаях, когда связь стимула и реакции не очевидна, не объяснима или не мотивирована для экспериментатора) мы применили комплекс дополнительных психолингвистических методов (метод экспертной оценки, метод свободных дефиниций, метод незаконченных предложений, метод воспоминаний). Кроме того, для обеспечения полноты интерпретации материалов психолингвистических экспериментов особенно актуальным для экспериментатора становится обращение к историческим реалиям и фактам, которые имели/имеют место в жизни военного социума, использование словарей военных терминов, официальных военных документов (Общевойсковые уставы ВС РФ, Приказы МО РФ, Федеральные авиационные правила), конспектирование фрагментов общения носителей корпоративной культуры военных в неформальной обстановке, знакомство с условиями быта, учебы и службы курсантов (экстралингвистические факторы).

Параграф 2.2. «Профессиональное языковое сознание курсантов: специфика и динамика» представляет результаты, полученные по итогам проведения серии свободных ассоциативных экспериментов.

В силу ограниченности объема диссертационного исследования в работе представлен только наиболее репрезентативный материал, а именно подробный анализ (по методу семантического гештальта) стимулов **ведущий, карта, книжка, крест, курс, навигация, наряд, предложение, профиль, сбор, служба, состав**. Необходимо отметить, что в экспериментальном материале имелись стимулы, в ассоциативных полях которых не было обнаружено изменений в ядерной части поля. В связи с чем анализу мы подвергли только поля, в которых произошла существенная перестройка ядерной части, что позволяет считать стимулы этих полей корпоративно (профессионально) значимыми понятиями в сознании представителей корпоративной культуры военных.

Подсчет коэффициента разнообразия реакций в ассоциативных полях курсантов показал, что уровень стереотипности их реакций возрастает ближе к концу обучения в военном вузе. Кроме того, на старших курсах в ассоциативных полях стимулов наблюдается значительное расхождение в удельном весе первой и второй по частотности реакций, наличие более четко сформированного ядра.

О становлении профессионального языкового сознания курсантов можно судить по динамике образов, которая может носить как качественный, так и количественный характер. Сравнение ассоциативных полей (АП) позволило нам выявить два пути изменения образов языкового сознания курсантов:

1) значительная трансформация содержания образов языкового сознания, выражающаяся в изменении ядерной части ассоциативного поля, что сопровождается усилением семантических зон, содержащих профессионально детерминированные реакции за счет увеличения удельного веса и/или разнообразия такого рода реакций (например, стимул **крест**: семантическая зона «Прицел» содержит реакции *цель* – 0,9% (1 курс), *цель* – 0,8% (2-3 курсы), *цель* – 18,4%, *круг* – 2,9%, *перекрестие* – 0,9%, *прицел* – 0,9%, *прицела* – 0,9% (4-5 курсы)), а также появлением новых векторов ассоциирования, следовательно, и новых семантических зон (например, стимул **наряд**: семантическая зона «Определённое количество средств, требуемых для выполнения боевой задачи» (в которой содержится реакция *самолетов* – 5,8%) имеется только в АП курсантов 4-5 курсов);

2) динамика образов может не затрагивать ядерной части ассоциативного поля стимула, а проявляться в виде малочастотных или единичных профессионально детерминированных реакций на ближней или дальней периферии поля (например, стимул **карта**: *мира* – ядро, *полет, полеты* – дальняя периферия (курсанты 1 курса); *мира* – ядро, *полет, полета, штурмана, план полетов, полетная, полетов, полеты, штурман* и т. д. – ближняя и дальняя периферия (курсанты 2-3 курсов).

Первый путь характерен в большей степени для ассоциативных полей курсантов старших курсов. Второй путь преобразований свойственен ассоциативным полям курсантов 1 курса. В ассоциативных полях курсантов 2-3 курсов встречается либо первый, либо второй путь; процессы, происходящие в них, можно считать промежуточными, можно рассматривать их поля как переходные от полей 1 курса к полям 4-5 курсов.

Кроме того, преобразование ядерной части АП может:

1) происходить постепенно от младшего к старшим курсам, ядерная реакция в АП курсантов 4-5 курсов имеется на периферии АП курсантов 1 курса и/или курсантов 2-3 курсов (например, **профиль**: *обучения, ВТА, ФБА* – ядро, *полета* – периферия (2-3 курсы), *полета* – ядро (4-5 курсы)).

2) происходить стремительно на 4-5 курсах, в этом случае ядерная реакция в АП курсантов старших курсов отсутствует даже на периферии поля курсантов 1 и 2-3 курсов (**предложение**: *руки и сердца* (студенты),

слова, текст, свадьба, руки и сердца, длинное (курсанты 1 курс), свадьба (2-3 курсы), *штурмана* – ядро, *командиру* – ближняя периферия (4-5 курсы).

В обоих описанных случаях ядерная часть ассоциативного поля на 4-5 курсах качественно и/или количественно отличается от ассоциативного поля на 1 и/или 2-3 курсах. Ядро в данном случае четко сформировано одной, редко двумя высокочастотными профессионально детерминированными реакциями (например, ядро стимула «карта» содержит две реакции), удельный вес которых существенно превышает удельный вес последующих реакций.

3) качественное изменение образов сознания имеет место уже на младших курсах, в этом случае ядерная реакция курсантов 1 курса существенно отличается от самой частотной реакции студентов, в дальнейшем происходит увеличение частотной силы ядерной реакции (например, *ведущий* – *шоу* – 8,3% (студенты), *ведомый* – 6,4% (курсанты 1 курса), *ведомый* – 17,4% (2-3 курсов), *ведомый* – 22,5% (4-5 курсов).

В ассоциативных полях стимулов (представляющих собой корпоративно/профессионально значимые понятия), анализ которых не был включен в текст данной работы, также были обнаружены аналогичные преобразования ядерной, околядерной и периферийной частей полей, что позволило нам прийти к заключению об универсальности выявленных нами тенденций во всем массиве экспериментальных данных.

В ходе анализа ассоциативных полей были обнаружены не только профессионально детерминированные реакции, термины, но и жаргонизмы, фрагменты фольклорных микротекстов. Весь массив такого рода реакций было предложено рассматривать как «следы» **военных корпоративных текстов**, под которыми мы понимаем речевые произведения, создаваемые и транслируемые носителями корпоративной культуры военных и имеющие официальный (уставы, нормативы, приказы, содержание профильных учебных дисциплин) или неформальный характер (военные жаргонизмы, фольклор).

Параграф 2.3. «Военный жаргон и фольклор сквозь призму корпоративной культуры военных» представляет результаты анализа реакций-жаргонизмов, выявленных во всем массиве данных, полученных по итогам проведения свободного ассоциативного эксперимента, а также фольклорного материала, собранного в ходе применения метода воспоминаний.

Ввиду сложности и многоаспектности изучаемого объекта в данном параграфе нам пришлось рассмотреть термины «жаргон», «фольклор» не указанные ранее в теоретической части исследования. Особый интерес в рамках нашей работы представляют исследования военного жаргона в трудах Б. Л. Бойко, О. А. Захарчук (Черникова) и В. П. Коровушкина.

Под военными жаргонизмами, вслед за В. П. Коровушкиным, мы понимаем «слова и устойчивые словосочетания, обозначающие военные профессионально корпоративные понятия, имеющие сниженную этико-

стилистическую коннотацию переходного качества (от шутливо-иронической и фамильярно-насмешливой до пейоративной и вульгарной-табу), обладающие социально-профессиональной маркированностью в военном социуме». Вслед за Б. Л. Бойко мы также считаем, что военные жаргонизмы «выступают в качестве вторичных наименований того, что имеет свои наименования в нормированном литературном языке уставов и наставлений, в текстах заводских спецификаций на боевую технику. Основой для создания вторичных наименований в отдельных случаях является наличие у слова внутренней формы, обладающей яркой образностью и экспрессивностью». Кроме того, мы полагаем, что военный жаргон можно отнести к корпоративным языкам, так как он функционирует в рамках корпоративной культуры военных и обслуживает неформальное профессиональное общение военнослужащих.

Мы придерживаемся взглядов Е. И. Головановой, которая дает следующее определение значимого для нас термина: профессиональный фольклор – это вербальные произведения, бытующие в повседневной коммуникации профессионалов. Мы также присоединяемся к мнению Л. А. Шкатовой о том, что фольклорные тексты в форме «рассказов, анекдотов, баек, кратких выражений сохраняются в среде профессионалов и передаются из уст в уста как один из элементов профессиональной культуры». Вслед за рядом авторов (А. А. Иванова, М. А. Кулькова, Е. Купцевичова, А. В. Максимов, И. Н. Филиппова) в нашей работе используется термин «фольклорные микротексты» по отношению к малым формам фольклора, то есть фольклорным текстам минимального объема.

Важным в рамках нашей работы является также понятие «корпоративное сознание», под которым, вслед за А. А. Селютиным, мы понимаем коллективное сознание членов корпорации, сформировавшееся под воздействием культурных стереотипов. Корпоративное сознание является вариантом языкового сознания (А. А. Селютин, Е. В. Чернец), на этом основании можно предположить существование феномена «корпоративное языковое сознание», т. е. той части корпоративного сознания, которая может быть вербализована с помощью языка. Термин «корпоративное сознание» мы считаем более объемным и широким, чем «профессиональное сознание». Мы объясняем это тем, что в рамках одной корпорации могут работать представители разных профессий, являющиеся носителями разных профессиональных сознаний, однако все члены корпорации объединены одной корпоративной культурой, следовательно, они обладают общностью корпоративного сознания.

Являясь речевым воплощением корпоративной культуры военных, военный жаргон и фольклор отражают ее сложный, многоаспектный и неоднородный характер. В нашем исследовании была предложена схема соотношения корпоративных культур и субкультур, в частности, корпоративной культуры военного вуза, субкультуры ВВС, субкультуры курсантов внутри корпоративной культуры военных (рис.1).

корпоративная культура военных

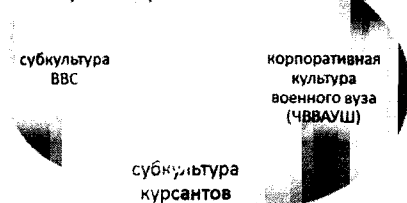


Рис. 1. Соотношение корпоративных культур и субкультур

Указанная схема не претендует на универсальность, однако может быть применена и по отношению к другим общим и частным проявлениям корпоративной культуры военных (если за основу берется деление армии на рода и виды с дальнейшим дроблением по прочим параметрам). Субкультуры внутри корпоративной культуры военных обладают рядом отличительных и только им свойственных признаков, однако они не существуют изолированно друг от друга, они взаимодействуют и взаимопроникают.

Корпоративная культура имеет две формы своего выражения: формальная и неформальная. Формальная сторона закреплена в уставах и нормативных документах и отражается в ассоциативных полях в виде профессионально детерминированных реакций. Неформальная сторона проявляется в фольклоре и жаргоне. Если освоение терминологического аппарата общевоинских и узко специализированных дисциплин, изучение официальных нормативных военных документов приводит к росту реакций, выраженных терминами, то приобщение к неформальной стороне корпоративной культуры – к появлению в ассоциативном поле жаргонизмов и «следов» фольклорных текстов, бытующих в среде военных специалистов.

На основании результатов свободного ассоциативного эксперимента было установлено, что реакции, репрезентированные жаргонными языковыми знаками, уже имеются в ассоциативных полях курсантов 1 курса обучения. Это свидетельствует о том, что при вхождении индивида в корпоративную культуру, в его сознании фиксируются новые, непривычные для него жаргонные наименования предметов, объектов, процессов, имеющие значение для носителей корпоративной культуры военных.

Кроме того, невозможно оставить без внимания тот факт, что не только дальняя/ближняя периферия, но и ядерная часть поля некоторых слов-стимулов (например, реакции: *БЗЧ* на стимул *нитки* (курсанты 4-5 курсов), *берцы* на стимул *ботинки* (курсанты 1 курса)) была образована жаргонными языковыми единицами. На этом основании мы можем утверждать, что военный жаргон является не только корпоративным языком, но и одним из

репрезентантов корпоративной культуры военных в языковом сознании курсантов.

В ходе нашей работы было выявлено несколько стратегий идентификации ряда стимулов. Для удобства представим их в виде таблицы (табл.1).

S	R
1. литературное слово----->	литературное слово
2. жаргонизм ----->	литературное слово
3. жаргонизм ----->	жаргонизм

Таблица 1. Стратегии реагирования испытуемых

Рассмотренные стратегии были обнаружены нами при анализе ассоциативных полей стимулов:

1) стимул **комок** (литературное слово) -> реакции *шерсти, снега, грязи* (литературное слово); **комок** (жаргонизм) -> *форма, одежда, костюм* (литературное слово); **комок** (жаргонизм) -> *флора, хэбэшка, камуфляж* (жаргонизм);

2) стимул **навоз** (литературное слово) -> реакция *удобрение* (литературное слово); **навоз** (жаргонизм) -> *полет, налет, экскурсия* (литературное слово); **навоз** (жаргонизм) -> *обцак* (жаргонизм);

3) стимул **запах** (литературное слово) -> реакции *обоняние, аромат* (литературное слово); **запах** (жаргонизм) -> *солдат, новобранец* (литературное слово); третья стратегия (жаргонизм -> жаргонизм) отсутствует;

4) стимул **пиджак** (литературное слово) -> реакции *одежда, костюм, красивый* (литературное слово); **пиджак** (жаргонизм) -> *студент, гражданский* (литературное слово); **пиджак** (жаргонизм) -> *взводник, комроты* (жаргонизм).

Таким образом, один и тот же стимул может быть воспринят курсантами либо как литературное слово (например, **навоз** -> *удобрение*), либо как жаргонизм (например, **навоз** -> *полет*). На этом основании мы предположили возможность сосуществования в языковом сознании курсантов универсальных образов, т.е. свойственных всем носителям национальной культуры, и профессионально детерминированных образов, т.е. обусловленных принадлежностью к определенной профессии, к определенной корпоративной культуре.

При анализе ассоциативных полей стимулов **пиджак** и **студент**, а также данных дополнительных психолингвистических экспериментов (метод свободных дефиниций, метод незаконченных предложений) мы выявили оппозицию «свой» – «чужой» в языковом сознании курсантов. Примечательно, что степень актуализации этой оппозиции возрастает ближе к концу обучения в военном вузе, что подтверждается наличием большего количества отрицательно окрашенных дефиниций слова **пиджак** в ответах курсантов 4-5 курсов (например, *«Пиджак – это в/сл, получивший образование в гражданском ВУЗе, имеющий к армии косвенное отношение»*,

«Пиджак – это гражданский олень с военной кафедры»), а также ростом частотности реакции студент на стимул пиджак в ассоциативных полях курсантов 2-3 и 4-5 курсов.

Не менее показательным в данном случае оказываются результаты эксперимента в рамках метода незаконченных предложений. Согласно полученным данным, военный/курсант противопоставляется гражданскому/студенту по целому ряду параметров, критериев, на основании которых формируются образы «своих» и «чужих». Речь идет об отличительных особенностях, о специфике своей культуры по сравнению с другими культурами. В корпоративной культуре военных базовыми при разделении на «своих» и «чужих» служат следующие параметры: маскулинность корпоративной культуры военных (например, *«Студент гражданского вуза отличается от курсанта тем, что никогда не поймет, что такое курсантская служба, и они мамыны сыночки»*), внешний вид носителей корпоративной культуры (например, *«Студент гражданского вуза отличается от курсанта тем, что он не похож на курсанта, даже когда ему оденут форму», «он гривотряс, и этим слегка похож на девушку»*), психологические и физические особенности ее представителей (*«Гражданский отличается от военного тем, что физически и морально психологически не готов к войне», «он менее подготовлен в военном отношении, слабак как физически, так и психологически»*), высокий уровень дисциплины (например, *«Я советую идти учиться в военный институт, потому что он учит дисциплине и реально открывает мозг на жизнь»*), коллективный характер воинского труда, ценностные доминанты, такие как офицерская честь, долг перед Родиной и войсковое товарищество (например, *«Студент гражданского вуза отличается от курсанта тем, что курсант любит и защищает родину, а студенту лишь бы у мамы денег взять», «студент не имеет представления о понятиях: честь, долг, защитник», «студент привык отвечать только за себя, а курсант еще и за своего товарища», «он не понимает, что такое воинский коллектив»*).

Анализ и интерпретация военного жаргона и фольклорного материала, полученного в ходе проведения нескольких экспериментов, позволяет нам с уверенностью утверждать, что корпоративная культура отражается в языковом сознании курсантов в двух формах: как целостный феномен и в своих субкультурных проявлениях. Говоря о корпоративной культуре как о целостном феномене, мы имеем в виду ее проявление в общем военном жаргоне и фольклоре, известном всем носителям корпоративной культуры (например, *солдат – дух; комок – камуфляж; «Кто в армии служил, тот в цирке не смеется», «Чем больше в армии дубов, тем крепче оборона»* и т. д.).

Под субкультурной реализацией корпоративной культуры военных мы понимаем жаргон и фольклор курсантов (например, *бегать – залет, гаситься; журнал – сампо, «КУРСАНТ – это Колоссально Универсальная Рабочая Сила, Абсолютно Не желающая Трудиться», «Служби курсант и будь прилежен, и знай, что выпуск неизбежен», «Взмах крыла, турбины вой*

– *ЧВВАКУШ*, лучший, мы с тобой» и т. д.), также жаргон и фольклор военных штурманов (например, **профессия** – *штурманец*, *штурманята*, **навоз** – *полет, экскурсия*; «*Штурман работает по закону Ома – совершил полет и дома*», «*Штурман без пуза, что самолет без груза*», «*Сожру львов за штурманов*» и т. д.).

Анализ фольклорного материала дает лингвисту уникальную возможность «проникнуть» в мир корпоративной культуры, частью которой исследователь не является. В нашей работе привлечение именно фольклорного материала позволило объяснить наличие третьей по частотности реакции *мозг* в поле стимула *штурман* (курсанты 4-5 курсов) и реакции *штурман* на стимул *мозг* («*Штурман – мозг корабля*»), а также связи между стимулами и реакциями: **портфель** – *бомболюк* («*У штурмана мозги в бомболюке*», «*Штурман носит мозги в портфеле*»), **курсант** – *что собака* («*Курсант на экзамене что собака: глаза умные, а сказать ничего не может*»), **солдат** – *дух* («*Присягу принял, все, ты дух, один работаешь за двух*»), **авиация** – *цвет, нация* («*Цвет нации служит в авиации*»), **возить** – *летчик* («*Штурман возит летчика на работу*») и многие другие случаи.

В заключении подводятся итоги исследования и формулируются основные выводы, подтверждающие положения, выносимые на защиту.

Подводя итоги исследования, необходимо отметить, что нам удалось выявить универсальные (общие) образы, т.е. свойственные всем носителям национальной культуры, и уникальные, т.е. профессионально детерминированные образы, свидетельствующие о специфике мировосприятия носителей корпоративной культуры военных. Кроме того, были выявлены пути динамики образов языкового сознания курсантов и тенденции трансформации ядерной части ассоциативных полей. На основании анализа военного жаргона и фольклорного материала установлено, что корпоративная культура военных отражается в языковом сознании курсантов в двух формах: как целостный феномен и в своих субкультурных проявлениях.

Предложенная методика анализа лингвистических аспектов корпоративной культуры военных, в которой используется комплекс психолингвистических методов, а также привлечение корпоративных текстов официального характера (приказы, уставы организации) позволяет исследователю, не являющемуся носителем изучаемой культуры, уточнить и верифицировать полученные данные и, следовательно, избежать субъективности при анализе экспериментальных материалов.

Дальнейшее направление исследования мы видим в возможности создания ассоциативного и ассоциативно-семантического словарей носителей корпоративной культуры военных (в частности, субкультуры военных штурманов), а также проведения подобного исследования с представителями ранее не изученных корпоративных субкультур (танкистами, артиллеристами, моряками и т. д.). Выявление универсальных и профессионально специфичных образов языкового сознания представителей

разных родов и видов Вооруженных Сил позволит в будущем выйти на более масштабный и глубинный уровень научного исследования.

Перспективы дальнейшей разработки выбранного направления заключаются в возможности отдельного исследования ценностного аспекта корпоративной культуры военных, а также исследования образа армии в языковом сознании курсантов и студентов, стереотипов в их восприятии военной профессии и представителей корпоративной культуры военных, что может быть особенно ценным при формировании программы военно-патриотического воспитания молодежи.

Публикации по теме диссертации. Основные положения диссертации и полученные научные результаты содержатся в 27 публикациях, в том числе 6 статьях, опубликованных в рецензируемых журналах, рекомендованных ВАК РФ. Общий объем публикаций 8,1 п. л.

Статьи в рецензируемых научных журналах, рекомендованных ВАК Министерства образования и науки РФ

1. Ахраменко (Битюцких), К. В. Влияние корпоративной культуры военного вуза на языковое сознание курсантов [Текст]/ К. В. Ахраменко (Битюцких)// Мир науки, культуры, образования. Серия: Экология. Культурология. Филология. Искусствоведение. Педагогика. Психология. Горно-Алтайск, 2011. – № 3(28). – С. 204 – 210.
2. Ахраменко (Битюцких), К. В. Военный жаргон сквозь призму корпоративной культуры военных [Текст]/ К. В. Ахраменко (Битюцких)// В мире научных открытий. Красноярск: Научно-инновационный центр. – 2011. – №11.6. – С. 1561 – 1571.
3. Ахраменко (Битюцких), К. В. «Свой» - «чужой» в языковом сознании курсантов (по данным теста «Завершение предложений») [Текст]/ К. В. Ахраменко (Битюцких)// Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Лингвистика. Челябинск, 2012. – № 25 (284).– Вып. 15. – С. 97 – 101.
4. Ахраменко (Битюцких), К. В. Профессиональные автостереотипы в языковом сознании будущих военных специалистов [Текст]/ К. В. Ахраменко (Битюцких)// Вестник Челябинского государственного педагогического университета. Челябинск, 2013. – № 1. – С. 179 – 189.
5. Ахраменко (Битюцких), К. В. Ассоциативный эксперимент как метод изучения корпоративной культуры военных [Текст]/ К. В. Ахраменко (Битюцких)// Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Лингвистика. Челябинск, 2013. – № 2. – Т. 10. – №2. – С. 103 – 104.
6. Ахраменко (Битюцких), К. В. Содержание общечеловеческой ценности «безопасность» в языковом сознании студентов и курсантов (на материале ассоциативных полей) [Текст]/ К. В. Ахраменко (Битюцких)// Вестник Челябинского государственного университета. Серия: Филология. Искусствоведение. Челябинск, 2014. – № 10 (339). – Вып. 90. – С. 13 – 16.

Статьи в других научных изданиях

7. Ахраменко (Битюцких), К. В. Военный жаргон в языковом сознании курсантов (попытка описания) [Текст]/ К. В. Ахраменко (Битюцких)// Наука ЮУрГУ: материалы 63-й научной конференции. Секции социально-гуманитарных наук: в 3 т. - Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2011. – Т.2. – С. 3 – 6.
8. Ахраменко (Битюцких), К. В. Профессиональное языковое сознание курсантов (опыт экспериментального изучения) [Текст]/ К. В. Ахраменко (Битюцких)// Сборник статей по материалам Международной научно-практической конференции «Лингвистика, лингводидактика и межкультурная коммуникация: теория и практика» (Таганрог 19-20 апреля 2012). –Таганрог: Изд-во ТТИ ЮФУ, 2012. – С. 86 – 90.
9. Ахраменко (Битюцких), К. В. Профессиональная культура военных (психолингвистический подход) [Текст]/ К. В. Ахраменко (Битюцких)// Иностранные языки в контексте культуры: межвуз. сб. ст. по материалам конф./отв. ред. Н.В. Шутемова; Перм. гос. нац. иссл. ун-т. - Пермь, 2012. – С. 15 – 19.
10. Ахраменко (Битюцких), К. В. Корпоративная культура – новое направление межкультурных исследований [Текст]/ К. В. Ахраменко (Битюцких)// Жизнь языка в культуре и социуме-III. Материалы конференции. Москва, 20-21 апреля 2012 г./ Ред. коллегия: Е.Ф.Тарасов (отв.ред.), Н.В. Уфимцева, В.П. Синячкин. – М.: Издательство «Эйдос», 2012. – С. 222 – 223.
11. Ахраменко (Битюцких), К. В. Специфика корпоративной культуры военных (по данным ассоциативного эксперимента) [Текст]/ К. В. Ахраменко (Битюцких)// Теория и практика языковой коммуникации: материалы IV Международной научно-методической конференции (20 июня 2012 г.) / Отв. редактор Т. М. Рогожникова. – Уфа: УГАТУ, 2012. – С. 33 – 37.
12. Ахраменко (Битюцких), К. В. Динамика языкового сознания курсантов (по данным ассоциативного эксперимента) [Текст]/ К. В. Ахраменко (Битюцких)// Лингвистика в контексте культуры: материалы V Международной научно-практической конференции (Челябинск, 28-30 ноября 2012 г.) / под общ. ред. Е.В. Харченко. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2012. – С. 16 – 19.
13. Ахраменко (Битюцких), К. В. Социально одобряемый и социально порицаемый образ военного в языковом сознании курсантов [Текст]/ К. В. Ахраменко (Битюцких)// Коммуникация. Мышление. Личность: Матер. междунар. науч. конференции, посвященной памяти профессоров И. Н. Горелова и К. Ф. Седова. Саратов: Издательский центр «Наука», 2012. – С. 117 – 125.
14. Ахраменко (Битюцких), К. В. Социально одобряемый и социально порицаемый образ военного в языковом сознании студентов [Текст]/

- К. В. Ахраменко (Битюцких)// Актуальные вопросы филологической науки XXI века: сб. статей по материалам III Всерос. науч. конф. молодых ученых (8 февр. 2013 г.): в 2 ч./ общ. ред. Ж. А. Храмушкина, А. С. Поршнева, Л. А. Запелалова, А. А. Ширшикова; Уральский федеральный ун-т. – Ч. 1: Современные лингвистические исследования. – Екатеринбург: УрФУ, 2013. – С.266 – 273.
15. Ахраменко (Битюцких), К. В. Влияние корпоративной культуры военных на языковое сознание курсантов [Текст]/ К. В. Ахраменко (Битюцких)// Проблемы информационного общества и прикладная психолингвистика: материалы X международного конгресса по прикладной психолингвистике/под ред. Н. В. Уфимцевой, А. А. Степановой, Д. В. Маховикова, Д. С. Жуковой – М.: РУДН – Институт языкознания РАН – МИЛ, 2013. – С. 222 – 223.
16. Ахраменко (Битюцких), К. В. Образ друга в языковом сознании курсантов [Текст]/ К. В. Ахраменко (Битюцких)// Психолингвистика в современном мире: материалы VIII международной научно-практической конференции (18-19 октября 2013 г.). – Переяслав-Хмельницкий государственный педагогический университет им. Григория Сковороды, Украина, Переяслав-Хмельницкий: ФООП Лукашевич О. М., 2013. – С. 79.
17. Ахраменко (Битюцких), К. В. Исследование жаргонных номинаций военной формы одежды на материале ассоциативного эксперимента [Текст]/ К. В. Ахраменко (Битюцких)// Общетеоретические и частные вопросы современного языкознания: сб. науч. ст. / Чуваш. гос. пед. ун-т; отв. ред. Н. В. Кормилина, Н. Ю. Шугаева. – Чебоксары: Чуваш. гос. пед. ун-т, 2013. – С. 155 – 158.
18. Ахраменко (Битюцких) К. В. Образ друга в языковом сознании студентов и курсантов (по материалам ассоциативных полей) [Текст]/ К. В. Ахраменко (Битюцких)// Психолингвистические аспекты изучения речевой деятельности/ Урал. гос. пед. ун-т. – Екатеринбург, 2013. – Вып. 11. – С. 135 – 140.
19. Ахраменко (Битюцких), К. В. К вопросу о содержании бинарной оппозиции «свой» - «чужой» в языковом сознании курсантов [Текст]/ К. В. Ахраменко (Битюцких)// Язык. Культура. Коммуникация: материалы VIII Международной научно-практической конференции студентов и аспирантов, посвященной 70-летию ЮУрГУ/ отв. ред. Е. В. Пономарева. — Челябинск: Цицеро, 2013. — С.13 – 14.
20. Ахраменко (Битюцких), К. В. Профессиональный фольклор военных штурманов [Текст]/ К. В. Ахраменко (Битюцких)// Профессиональный проект: идеи, технологии, результаты: науч. журнал. – Москва – Челябинск: АНО НОЦ «Со-Действие», 2013. – № 4 (13). – С.123 – 127.
21. Ахраменко (Битюцких), К. В. К вопросу о содержании общечеловеческих ценностей в языковом сознании студентов и курсантов (на примере исследования ценности «безопасность») [Текст]/

- К. В. Ахраменко (Битюцких)// Актуальные вопросы филологической науки XXI века : сб. статей по материалам IV Междунар. науч. конф. молодых ученых, посвященной 80-летию кафедры иностранных языков (7 февр. 2014 г.) / общ. ред. Ж. А. Храмушина, А. С. Поршнева, Л. А. Запелова, А. А. Ширшикова; Уральский федеральный ун-т. – Екатеринбург: УрФУ, 2014. – С. 174 – 177.
22. Ахраменко (Битюцких) К. В. К вопросу о соотношении понятий «корпоративная культура» и «организационная культура» [Текст]/ К. В. Ахраменко (Битюцких)// Организационная коммуникация: материалы международной научно-практической конференции, 23–24 апреля 2014 г., / О. В. Терещенко (отв. ред.) [и др.]. – Минск: Изд. центр БГУ, 2014. – С. 8 – 10.
23. Ахраменко (Битюцких) К. В. Корпоративная культура: взгляд лингвиста [Текст]/ К. В. Ахраменко (Битюцких)// Организационная коммуникация: материалы международной научно-практической конференции, 23–24 апреля 2014 г., / О. В. Терещенко (отв. ред.) [и др.]. – Минск: Изд. центр БГУ, 2014. – С. 10 – 12.
24. Ахраменко (Битюцких), К. В. Корпоративная картина мира курсантов военного вуза [Текст]/ К. В. Ахраменко (Битюцких)// Слово, высказывание, текст в когнитивном, прагматическом и культурологическом аспектах: материалы VII Междунар. науч. конф., Челябинск, 21-23 мая 2014 г./ отв. ред. Л. А. Нефедова. – Челябинск: Энциклопедия, 2014. – С.440 – 443.
25. Ахраменко (Битюцких), К. В. Базовая ценность «безопасность» в языковом сознании курсантов [Текст]/ К. В. Ахраменко (Битюцких)// Жизнь языка в культуре и социуме -4. Материалы конференции. Москва, 30-31 мая 2014 г./ ред. коллегия: Е. Ф. Тарасов (отв. ред.), Н. В. Уфимцева, В. П. Снячкин и др. – М.: Издательство «Канцлер», 2014. – С. 77 – 78.
26. Akhramenko (Bitiutskikh), K. Transformation of contents belonging to universal value of “duty” in the cadets’ world view [Текст]/К. Akhramenko (Bitiutskikh)// Современные проблемы и достижения в области лингвистики и смежных наук: материалы 49-го международного лингвистического colloquium 4-6 сентября 2014 г. – Уфа: Изд-во БГПУ, 2014. – С. 4 – 5.
27. Akhramenko (Bitiutskikh), K. Transformation of contents belonging to universal value of “safety” in the cadets’ world view [Текст]/К. Akhramenko (Bitiutskikh)// GranaSlavic 2014. 4th International Conference ‘Andalusian Symposia On Slavic Studies’ Book of abstracts. June 4-6 2014, Granada, Spain, 2014. – P. 117 – 118.

Отпечатано и сброшюровано в

ООО «Полиграф-Мастер»

454902, г. Челябинск, ул. Академика Королева, 26

тел. (351) 281-01-64, 281-01-65, 281-01-66

E-mail: P-master74@mail.ru

Государственная лицензия на издательскую деятельность

ИД № 02758 от 04.09.2000 г.

Государственная лицензия на полиграфическую деятельность

ПД № 11-0092 от 17.11.2000 г.

Подписано в печать 16.02.2015. Формат 60x84 1/16

Усл. печ. л. 1,0. Тираж 200 экз. Заказ № 211.