

## ФОРМИРОВАНИЕ МОТИВАЦИИ К РАСШИРЕНИЮ АКТИВНОГО СЛОВАРНОГО ЗАПАСА В ПРОЦЕССЕ ПРЕПОДАВАНИЯ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА СТУДЕНТАМ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ

© 2022

Казакова Л.Н., Никитина С.В.

Курская государственная сельскохозяйственная академия имени И.И. Иванова (г. Курск, Российская Федерация)

*Аннотация.* Данная статья посвящена анализу приемов и форм работы, направленных на развитие мотивации при обучении студентов английскому языку для специальных целей *English for Specific Purposes* (ESP), ориентированному на профессиональную подготовку будущих экономистов разных направлений деятельности: менеджеров, бухгалтеров, социологов, специалистов в сфере экономической безопасности. Авторы отмечают, что наибольшую трудность для студентов представляет лексический аспект иноязычной речи, а именно проблема расширения активного словарного запаса, поскольку в условиях постоянного растущего объема информации обучающиеся, уже владеющие базовыми знаниями, не всегда мотивированы на запоминание и активное применение новых лексических единиц, предпочитая пользоваться уже усвоенным объемом конструкций, слов, понятий и терминов. Особенно это касается идиоматических выражений и фразовых глаголов, отличающихся специфическими семантическими характеристиками и структурой, а также сложностью их практического применения. Однако именно употребление идиоматических структур в речи обеспечивает успешное совершенствование иноязычной коммуникативной компетенции. Предлагается использование интегративного подхода для формирования и усиления мотивации при составлении методических разработок и заданий. Подчеркивается, что при подготовке отдельных этапов образовательного курса должна приниматься во внимание ориентация на профессиональное применение иностранного языка с анализом целевых ситуаций и последующим учетом соответствия задач и применяемых форм работы потребностям будущих экономистов в конкретных ситуациях их профессиональной деятельности.

*Ключевые слова:* английский язык для специальных целей; студенты экономических направлений; мотивация; активный словарный запас; интегративный подход; профессиональная коммуникация; фразовые глаголы; обучение; идиоматические обороты; профессиональная компетенция.

## DEVELOPING THE MOTIVATION TO ENRICH ACTIVE VOCABULARY IN THE PROCESS OF TEACHING ENGLISH TO STUDENTS MAJORING IN ECONOMICS

© 2022

Kazakova L.N., Nikitina S.V.

Kursk State Agricultural I.I. Ivanov Academy (Kursk, Russian Federation)

*Abstract.* This paper deals with teaching English for Specific Purposes (ESP), focused on the professional training of prospective economists of various fields of activity: managers, accountants, sociologists, specialists in the sphere of economic security. The authors indicate that the most difficult aspect of foreign language for students is the lexical aspect, the problem of enriching the active vocabulary precisely, since being under permanent growing flow of information; the students who already possess basic knowledge are not always motivated to memorize and actively use new lexical units. They prefer using the constructions, words, concepts and terms which they have learned before. It concerns mostly idiomatic expressions and phrasal verbs, which differ in specific semantic characteristics and structure, as well as the complexity of their practical application. However, the use of such structures in speech ensures a successful improvement of a foreign language communicative competence and an integrative approach is proposed for the development and strengthening of motivation in the preparation of methodological textbooks and tasks. It is underlined that when preparing individual stages of the educational course, orientation to the professional use of a foreign language should be taken into account with the analysis of target situations and subsequent consideration of the compliance of tasks and applied forms of work with the needs of prospective economists in specific situations of their professional activities.

*Keywords:* English for Specific Purposes; motivation; active vocabulary; integrative approach; professional communication; students of economics training program; phrasal verbs; training; idiomatic expressions; professional competence.

Современная система высшего образования ориентирует дисциплину «Иностранный язык» на решение профессиональных задач, а также на реализацию личностного потенциала будущих экономистов с учетом их профессиональных интересов и ценностей. Цель обучения иностранному языку студентов экономических направлений заключается в подготовке специалистов, способных осуществлять межкультур-

ное общение с представителями конкретной профессиональной среды, которая обуславливает его экзистенциальный комфорт. Таким образом, владение иностранным языком на профессиональном уровне означает не только знание необходимого количества специальных терминов и правил, по которым их следует соединять в речи или на письме. Не менее важно знание идиоматики изучаемого языка. Однако опыт

преподавания иностранных языков показывает, что конструкции и обороты, основанные на полисемии, дословно не переводимы на другие языки, учет сочетаемости и несочетаемости слов и конструкций довольно часто вызывают у студентов сложности с запоминанием и применением. В связи с этим преподавателям английского языка необходимо создать на занятиях атмосферу, способствующую формированию у обучающихся мотивации к продолжению обучения и постоянному обогащению словарного запаса [1, с. 10]. Целью данной статьи является рассмотрение апробированных на практике эффективных форм учебно-методической работы. В ходе исследования применяются научные методы критического мышления и анализа, аналитического чтения с привлечением различных дискурсов и типов текстов, с элементами личностно-ориентированной технологии коммуникативных ситуаций.

Термин «мотивация» характеризует важную составляющую успешной учебной деятельности и одновременно определяет один из важнейших критериев овладения иностранным языком. Российские ученые И.В. Волков, Е.В. Шаманин выделяют внутреннюю и внешнюю мотивацию к изучению иностранного языка, уточняя, что для эффективности учебного процесса актуально «соприсутствие и развитие двух видов мотивации» [2, с. 207]. Зарубежные ученые Р. Гарднер, В. Ламберт (*Gardner, Lambert*) прослеживают инструментальную и интегративную мотивацию, оговаривая, что «инструментальная мотивация является отражением внешних потребностей», то есть овладение комплексом знаний и навыков в качестве цели обусловлено не личным желанием обучающегося, а поставлена кем-то извне [3, р. 21]. Инструментальная мотивация рассматривается как следствие осознания необходимости карьерного роста, получения диплома. Интегративная мотивация «является проекцией внутренних интенций обучающегося» [4, с. 126], отражая личностную зрелость и стремление к саморазвитию.

В целом российские и зарубежные ученые подчёркивают сложную, многоуровневую структуру понятия «мотивация», а также оговаривают возможность смены мотивации на разных этапах обучения и в разные возрастные периоды. Учёные выделяют две категории причин снижения мотивации: причины, зависящие от преподавателя, которые могут быть им устранены, и причины, которые от преподавателя не зависят, но могут быть выявлены преподавателем и с его помощью устранены обучающимися. Причины, зависящие от преподавателя, обуславливают монотонность занятий или перегруженность обучающихся: неправильное планирование и подбор учебного материала, низкий уровень владения современными технологиями и методиками, неумение выстраивать взаимоотношения с обучающимися, организовать эффективный учебный процесс. К причинам снижения мотивации, зависящим от студентов, относятся: низкий уровень знаний, непонимание или недооценка мотивов учебной деятельности, отсутствие навыка самостоятельной работы, а также факторы психологического характера.

Актуальность темы и объекта исследования данной статьи обусловлена тем, что российские ученые О.А. Минеева, А.А. Оладышкина, Ю.В. Клопова выде-

ляют профессиональную ориентированность в качестве стимула, усиливающего мотивацию: «Студенты, имеющие четкую профессиональную направленность, гораздо лучше мотивированы на обучение и имеют лучшие показатели» [4, с. 127]. В этом случае необходимо использовать возможности интегративного потенциала дисциплины «Иностранный язык» [5, с. 49].

Следовательно, задача преподавателя: разработать методические приемы и стратегии, направленные на развитие не только сугубо лингвистических умений, знаний и навыков, но применить интегративный подход, обеспечивая развитие профессиональных компетенций. Кроме того, преподавателю предстоит мотивировать обучающихся, обладающих определенным запасом знаний. При этом некоторые из обучающихся убеждены, что обладают вполне достаточными знаниями и навыками. Объяснить и подтвердить необходимость дальнейшего развития преподаватель может, если перейдет в сферу практического или прикладного, то есть профессионального применения лингвистических знаний. Таким образом, современному преподавателю иностранного языка нужно тщательно отбирать языковой материал, значимый с лингвистической точки зрения и актуальный для вхождения и адаптации в сфере профессиональной коммуникации.

Сложность для изучения и запоминания представляют, к примеру, фразовые глаголы. Фразовые глаголы являются открытой структурой, состоят из обычного глагола действия и расположенного после него предлога. При этом лексическое значение всей конструкции не соответствует сумме значений компонентов, может кардинально отличаться от значения единичного глагола. Из школьного курса английского языка обучающиеся хорошо знают фразовые глаголы *to get up, to look for, to give up, to give back, to eat out* и многие другие.

Наиболее ранние зарегистрированные Большим Оксфордским словарем случаи употребления глагола с послеглагольным элементом относятся к XII–XIV векам: *to give up* (прекращать, сдаваться) – XII век; *to take off* (снимать); *to get up* (вставать) – XIV век [6, р. 113]. Специфика данных конструкций – в относительной самостоятельности послеглагольного элемента. Семантически сливаясь с глаголом в единый комплекс, формально он остается независимым. По своей этимологии послеглагольный элемент связан с наречием и с префиксом, но по форме совпадает с предлогами и с наречиями: *Your business is on the desk. Go on reading.*

При этом послеглагольный элемент отличается от наречия и предлога по функции: не выражает обстоятельственный признак, подобно наречию, не осуществляет связь между словами, как предлог. Послелогольный элемент всегда выделяется интонационно.

После усвоения учебного материала следует обратить внимание обучающихся на то, что фразовые глаголы активно функционируют в профессиональной коммуникации, где могут развивать несколько разных значений наряду с общепотребительными.

Например, глагол *back* имеет значения «возвращать(-ся)», «отступить»: *Back to culture!* – Призыв «Вернемся к культуре!» приводится в качестве иллюстрации в Кембриджском словаре [7, р. 216]. У фразового глагола *back up* несколько основных зна-

чений, два из которых сформировались непосредственно в бизнес-сфере:

1. Копировать, делать резервную копию: *I need to back up my computer files*; 2. Задерживаться в каком-либо отделе: *The manager backed up in the sale department* [7, p. 219].

Наряду с приведенными появляются два других довольно разных общеупотребительных значения, представленные в Оксфордском словаре: *отступать, поддерживать*: *You can't back up! We should back up our partners, as I see* [6, p. 337].

Прослеживая общеупотребительные и специальные значения фразовых глаголов, уместно рассмотреть профессиональные словари, обозначить специфику их функционирования и необходимость применения при переводе специальных терминов и конструкций. Например, Оксфордский словарь выделяет общеразговорные и специальные значения:

*carry over* – *распространяться, переносить (бизнес)*:

*But that interest doesn't carry over to cellphones yet. – Но этот интерес пока не распространяется на мобильные телефоны.*

*Can you carry over funds to the next year? – The funds were carried over from last year* [6, p. 105].

По данным словаря The Merriam-Webster фразовый глагол *to follow up* наряду со значениями «связаться, пообщаться, проследить» в логистике имеет значение «проверить»: *I told the associate to follow up with the client. (связаться, пообщаться, проследить)* – *We asked him to follow up with some of them* [8, p. 377].

Примеры фрагментов текстов экономического дискурса:

1. *Pick out a chapter or section that deals with an area which you feel you are weak or could use some insight* [9, p. 37].

В Оксфордском словаре выделяются общеупотребительное значение фразового глагола «pick out» – «схватывать, понимать» и узкоспециальное финансовое «выявлять», которое проиллюстрировано в приведенном выше примере 1 [6, p. 335].

Следующий пример:

2. *That's an interesting idea. Let's run it by the boss and see what she thinks. – Иллюстрируется значение фразового глагола «to run something by somebody» – «согласовать что-то с кем-то»* [9, p. 16].

Сначала преподаватель предлагает обучающимся для анализа и перевода заранее отобранные в экономических и бизнес-изданиях примеры высказываний с фразовыми глаголами. Затем можно рассмотреть примеры рекламных слоганов или заголовков газетных статей с фразовыми глаголами [10, с. 107], выполнить упражнения на перевод, составить диалоги для проговаривания на занятии, а в дальнейшем предложить групповую проектную работу по составлению глоссария с примерами из профессиональной сферы с последующей презентацией и выполнением заданий по переводу отдельных наиболее широко употребляемых фраз, акцентировав внимание уже на этапах и нюансах перевода.

После знакомства с особенностями структуры, функционирования и перевода фразовых глаголов рационально предложить употребить конструкции в диалогах и в деловой переписке, то есть развивать навык профессиональной коммуникации, применяя на практике изученный материал [11, с. 180]. В силь-

ной группе эффективно обсуждение видеофрагмента, в котором происходит диалогическое общение с употреблением фразовых глаголов, выполнение проектной работы или творческого задания с применением идиом в рекламных слоганах [12, с. 160], с последующим анализом оттенков значений и сочетаемости лексических единиц (collocations). В процессе проектной работы со студентами экономических специальностей был подготовлен глоссарий из 200 фразовых глаголов, часть из них представлены в таблице 1.

Как фразовым глаголам, так и идиоматическим выражениям свойственна многозначность (polysemy). Идиоматический оборот представляет собой неделимое целое, наполненное значением, не вытекающим из совокупности смыслов составляющих его компонентов. В отечественной и зарубежной лингвистике рассматриваются несколько трактовок понятия «идиома». Авторы данной статьи опираются на концепцию, разработанную В.В. Виноградовым [13], позднее продолженную О.С. Ахмановой [14], А.И. Смирницким [15], Н.М. Шанским [16]. Предложенная В.В. Виноградовым классификация фразеологических единиц и «принцип неделимости их семантической целостности» [13, с. 143] остаются ключевыми. С середины 1960-х годов лингвисты Н.М. Шанский, В.Л. Архангельский, А.В. Кунин, Н.Н. Амосова и другие создавали фразеологию, полностью сформировавшуюся как новый раздел лексикологии в 1970–1980-е годы.

Идиоматические обороты являются «словосочетаниями, в которых одно из слов-компонентов связано, не свободно в своем употреблении и встречается только в данном словосочетании, даже если имеет самостоятельное значение» [15, с. 19]. В бизнес-сфере, отличающейся структурированностью и четкостью передачи информации, употребление идиом не является редкостью. Применение идиом усиливает выразительность высказывания, делая его более ярким, запоминающимся. Можно сказать, что идиомы способствуют продуктивности переговоров и установлению контактов.

Усвоение идиом в процессе изучения иностранного языка стимулирует рост интереса к культуре страны изучаемого языка, расширяет словарный запас, помогает сделать процесс обучения более увлекательным и разнообразным. Например, для начала можно предложить догадаться о значении несложных идиоматических выражений. Даже обучающиеся уровня *Elementary* могут активно участвовать в процессе перевода, проводя параллели с родным языком. Предложенные далее примеры иллюстрируют возможность самостоятельной работы с идиомами:

1. *To build bridges* – наводить мосты.
2. *Win-win situation* – беспроигрышный вариант.
3. *To take the bull by the horns* – взять быка за рога.

Перевод данных выражений, как правило, не вызывает трудностей, их легко соотнести с русскими эквивалентами. При работе с идиомами следует рассмотреть структуру конструкций, выделив в зависимости от главного слова глагольные сочетания и именные. Знакомя обучающихся с более сложными идиомами, можно предложить студентам подготовить небольшие исследовательские проекты об этимологии высказываний: *Fool's gold* – золото глупцов; *go Dutch* – платить отдельно; *to be/live in clover* – жить припеваючи.

**Таблица 1** – Фразовые глаголы, активно функционирующие в сфере бизнес-коммуникации

№	Phrasal verbs	Russian translation	Business examples
1	Back up	копировать, задерживаться где-то, поддерживать	I need to back up my computer files
2	Carry over	распространиться, переносить	The funds were carried over from last year
3	Come along	сопровождать	I've just come along to help my colleague with the records and receipts
4	Come up	придумать	I promise to come up a reasonable argument to help you
5	Come across	натолкнуться, столкнуться	It was a contract I had never come across before
6	Follow up with somebody	присматривать, следить	I told the associate to follow up with the client
7	Get over	преодолеть, преодолевать	Let them get over the conflict, they can get on well
8	Hand in	вручить лично в руки, передать	I want to leave this job. I'm handing in my notice
9	Look back	вспоминать	Look back at history!
10	Look down	смотреть свысока, недооценивать	Now I see why experienced managers look down at him
11	Pick out	выбирать, подбирать	Help him pick out papers?
12	Run by	обсудить, согласовать	Your proposal is great! Let's <b>run it by</b> the boss and see what she thinks
13	Sell out	распродавать	Their new products were sold out in eight hours
14	Tag behind	отставать	My partner often tags behind, he can't be fast in making business decisions
15	Take out	вывозить	These goods aren't allowed to take out of the country
16	Take up	занимать (время), отнимать, подхватить, рассмотреть	You are busy as I see. Then I won't take up much of your time

Еще одним эффективным видом работы является обращение к фрагментам художественных фильмов, отражающих деловую, экономическую сферу. Видео – это мощный инструмент обучения языку, который позволяет включить разные виды памяти, разнообразить занятие.

Хорошим примером может служить фильм «Волк с Уолл-стрит», в котором используется финансовая лексика, сленговые и идиоматические выражения:

*not have two pennies/nickels to rub together* – не иметь гроша за душой;

*to make money hand over first* – грести деньги лопатой.

При первом просмотре фрагментов следует включать субтитры, переводить непонятные слова, повторный просмотр возможен уже без субтитров, затем можно отключать звук и предлагать студентам произносить фразы за экранных персонажей. Данная форма способствует улучшению произношения, пополнению словарного запаса, превращая занятие в увлекательную игру.

Закрепление изученных идиом наиболее эффективно проходит при моделировании квазипрофессиональных ситуаций: деловые переговоры, выступление, презентации или круглые столы [12, с. 159].

В процессе подготовки статьи было собрано и проанализировано более 100 идиом, которые обучающиеся распределили по 3 следующим группам:

#### 1. Идиомы о бедности:

– not to have a rag at one's back; to be as poor as a church mouse;

– to be as poor as a rat – гол как сокол;

– without a penny to one's name – не иметь ни гроша за душой;

– hardly make ends meet – едва сводить концы с концами;

– to cut corners – «халтурить», быстро и недобросовестно выполнять работу.

#### 2. Идиомы о богатстве:

– to live on the fat of the land; to eat/to live high off the hog; to live on the lip of luxury – как сыр в масле кататься;

– money talks – деньги решают все;

– a cash cow – дойная корова.

#### 3. Идиомы о бизнесе:

– to get down to business – взяться за дело, перейти к главному;

– to have hands tied – не иметь возможности действовать;

– to have a lot on one’s plate – to be very busy at work, to have too much duties;  
 – to make hay while the Sun shines – куй железо, пока горячо;  
 – to cut a deal – to reach an agreement – оформить сделку, достичь согласия;  
 – monkey business – нечестный бизнес, мошенничество.

В англоязычном издании «Американские идиомы в информационных источниках» Питера Бенгелсдорфа (*Peter Bengelsdorf*) [17] рассматривается происхождение и значения более 1000 идиом. Идиомы удобно размещать на картонных карточках, располагая отдельно оригинальные варианты и их перевод, предлагая обучающимся найти эквиваленты. В качестве примера возможного задания для обучающихся рассмотрим перевод на русский язык представленной в работе Бенгелсдорфа идиомы *across the board*, широко применяемой в сфере бизнес-коммуникации, оформленный в виде таблицы 2.

**Таблица 2** – Пример перевода англоязычной идиомы на русский язык

English	Russian
« <b>Across the board</b> means including all parts or categories, with no exceptions. The idiom came from horse racing more than a century ago. Gamblers could bet on a horse to win, place or show (finish first, second or third), or bet across the board on all three possibilities» [17, p. 97]	« <b>По всем направлениям</b> » – означает «полностью, всецело, без каких-либо исключений». Эта идиома пришла из скачек более века назад. Игроки могли делать ставки на лошадь, чтобы выиграть, занять место или показать (финишировать первым, вторым или третьим), или делать ставки по всей доске, учитывая все три возможности»

Для самостоятельного перевода обучающимся можно предложить пример употребления идиомы в речи: «The reason we have been in such an enormous economic crisis was prompted by reckless behavior across the board.» – Barack Obama (presidential debate), приведенный в качестве иллюстрации американским учебным пособием Д. Карри [9, p. 19].

«Причина, по которой мы оказались в таком огромном экономическом кризисе, была вызвана безрассудным поведением по всем направлениям» – Барак Обама (президентские дебаты 2012 года).

Отметим, что в пособии Д. Карри популярные в политике и в сфере бизнеса идиомы сопровождаются иллюстрирующими фрагментами, отобранными из периодических изданий, а также предлагаются варианты заданий для анализа и практического применения анализируемых конструкций.

Например, идиома «to be on target» (1) рассматривается в контексте синонимичных, но не эквивалентных «to be on the beam» (2), «to hit the bull’s eye» (3):

1 – достичь цели, найти свой путь в профессии; 2 – поступать правильно, следовать успешной стратегии; 3 – достичь цели, получить желаемое.

В качестве итогового закрепления можно предложить обучающимся применить одну из идиом для характеристики предлагаемых в пособии Д. Карри ситуаций:

A. A student who answers every question on a test correctly. – (2)

B. A basketball player who makes only 15 percent of his shots.

C. A man 25 years old who has recently become a President of his own company. – (3)

D. A young economist who is going to set up his small firm. – (1) [9, p. 21].

Знакомя обучающихся с информативно эквивалентным переводом, применяемым при перекодировании идиом на другой язык, важно обратить внимание на актуальную современную тенденцию развития профессионального дискурса – усиление образности. В рациональном и прагматичном мире бизнеса основанные на образности и полисемии идиомы уже стали «незаменимым оружием, позволяя достичь успеха, привлечь внимание и убедить собеседника в правоте своих слов» [18, с. 5]. Идиомы экспрессивны, лаконичны, точно выражают суть высказывания. Современному квалифицированному специалисту в экономике и бизнесе предстоит читать и правильно понимать рекламные материалы, аутентичные англоязычные издания, а значит, понимать и применять идиомы, способствующими «лаконичности, образности и меткости» высказывания» [18, с. 5], – по мнению составителя «Современного словаря фразовых глаголов и идиом в сфере экономики и бизнеса» [18].

Российские и зарубежные лингвисты отмечают важный этап в изучении идиом, связанный с переходом от описания их структуры и семантики к исследованию практического функционирования в различных дискурсах. Идиомы обладают экстралингвистической природой, являясь национальным культурным наследием. Для изучающих иностранный язык идиомы представляют серьезную проблему, будучи наиболее динамичной лексической группой. Британские ученые Хэллидей и Яллоп (Halliday and Yallop) подчеркивают тот факт, что не носители языка «имеют обыкновение злоупотреблять теми идиомами, которые они выучили»: «in the habit of overusing those idioms they have learned» [19, p. 29]. Американские лингвисты Паркер и Рили (Parker and Riley) отмечают, что идиомы часто «немыслимы (*inconceivable*) для изучающих иностранный язык, поэтому они предпочитают использовать неидиоматические эквиваленты даже в целях усиления экспрессивности, выразительности» [20, p. 77].

Идиомы и образные средства языка с каждым днем приобретают все большую популярность в профессиональном общении, в научных и бизнес-изданиях, в рекламных материалах. В качестве примера актуальности знания образных средств можно привести примеры рекламных слоганов:

*Have a break, Have a Kit-Kat* (анафора).

*Tic Tac. Surely the best tactic* (каламбур).

*Gillette. The best a man can get* (рифма).

Идиоматические обороты активно применяются в рекламе. Например, рекламный слоган автомобильной компании «Шкода» гласит: «All that glitters is style» – «Все, что блестит, определяет стиль» (the advertisement of Skoda Fabia car).

Компания, предоставляющая финансовые услуги, утверждает:

«Challenge us – and get yourself a bigger slice of the cake» – «Испытайте нас и получите свою выгоду» (Siemens Financial Services).

«It will blow your mind away» – «Этот лишист тебя рассудка», – пишут на рекламном постере продавцы хот-догов [21, с. 58].

Рассмотрев особенности рекламных слоганов, «преподаватель может на практических примерах показать эффективность применения лингвистических знаний в профессиональной деятельности» [12, с. 160]. Таким образом, обучающиеся самостоятельно придут к выводу о том, почему при переводе следует стремиться к сохранению присущей оригиналу образности. «Тропы делают слоган запоминающимся и выразительным, то есть определяют одну из его основных функций – экспрессивную. Однако перевести слоган с сохранением исходных стилистических приёмов не всегда возможно. Переводчики англоязычных рекламных текстов часто предлагают «семантический эквивалент», а не перевод: «*What legs! Much more than legs! OMSA knows how to be admired!*» – *От Парижа до Находки «OMSA» – лучшие золотки!*

Логично проиллюстрировать данный тезис с помощью практических примеров: *Maybe she was born with it. Maybe it's Maybelline* (каламбур). – *Все в восторге от тебя! А ты – от «Maybelline»* [12, с. 163].

При работе над переводом текста с применением словарей и справочных пособий следует научить обучающихся «обращать внимание на разные значения слова и отбирать нужное» [22, с. 344]. В результате обогащения слова новыми значениями образуется система или цепь возможных смыслов. Контекст конкретизирует значение слова и проявляет, в каком из значений оно употреблено в анализируемом фрагменте. Вне контекста слово осмысливается в его основном, то есть денотативном значении. Непрямые (коннотативные) значения связаны с основным и группируются вокруг него. Еще одной эффективной формой работы является составление словарных карт (*word maps*), с выделением денотативного и коннотативного значений слов, самостоятельный поиск обучающимися текстовых фрагментов, иллюстрирующих то или иное значение.

Задача преподавателя – находить эффективные формы проектной работы осваивать новые методические приемы, обогащать процесс обучения, делая его интересным и познавательным с точки зрения профессионального роста. Разработка дидактических материалов, методических приемов и пособий предполагает постепенное формирование новых методических стратегий, инновационных методик и технологий. Усилия, затраченные на подготовку раздаточного материала, на сбор и систематизацию иллюстрирующих примеров, оправдывают себя: преподаватель развивает собственные профессиональные компетенции. Кроме того, осознав практическую значимость учебных занятий, обучающиеся с готовностью пополняют словарный запас новыми лексическими единицами, развивают профессиональные компетенции, повышая уровень владения иностранным языком, движутся дальше, что делает процесс обучения полезным и интересным для двух сторон.

## Список литературы:

1. Никитина С.В. Педагогические условия формирования иноязычной коммуникативной компетентности у будущих агрономов: дис. ... канд. пед. наук: 13.00.08. Курск, 2016. 190 с.
2. Волков И.В., Шаманин Е.В. Эволюция понятия «мотивация» в трактовках зарубежных и отечественных ученых // Карельский научный журнал. 2016. Т. 5, № 4 (17). С. 206–209.
3. Gardner R.C., Lambert W.E. Attitudes and motivation in second language learning. Rowley: Newbury House, 1972. 316 p.
4. Минеева О.А., Оладышкина А.А., Клопова Ю.В. Способы повышения мотивации студентов к изучению английского языка // Азимут научных исследований: педагогика и психология. 2018. Т. 7, № 1 (22). С. 125–128.
5. Ильина И.В., Никитина С.В. Педагогические условия формирования иноязычной коммуникативной компетентности у бакалавров-агрономов (на основе учета региональной направленности их профессиональной деятельности) // Ученые записки. Электронный научный журнал Курского государственного университета. 2016. № 1 (37). С. 47–54.
6. Oxford English Dictionary. Second ed. / ed. by J. Simpson, E. Weiner. Oxford: Clarendon Press, 1989. 808 p.
7. Cambridge Advanced Learner's Dictionary. Cambridge: Cambridge University Press, 2003. 1550 p.
8. Merriam-Webster Collegiate Dictionary. 11 th ed. Springfield: Merriam-Webster, 2003. 1623 p.
9. Curry D. Illustrated American idioms: advanced level functional activities for development of vocabulary. Washington, 1999. 100 p.
10. Казакова Л.Н. Декодирование и перевод заголовочных комплексов в современных Mass Media // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. 2016. № 2. С. 106–110.
11. Kazakova L.N., Salski L.P. Practical approaches to teaching writing to the students of economics // Язык для специальных целей: система, функции, среда: сб. науч. ст. VIII междунар. науч.-практ. конф. Курск: Изд-во Юго-Западного гос. ун-та, 2020. С. 178–184.
12. Казакова Л.Н. О возможностях интегративного подхода при изучении студентами-экономистами имен собственных в англоязычных торговых знаках и слоганах // Известия Российского государственного педагогического университета имени А.И. Герцена. 2022. № 203. С. 158–167. DOI: 10.33910/1992-6464-2022-203-158-167.
13. Виноградов В.В. Об основных типах фразеологических единиц в русском языке // Избранные труды. Лексикология и лексикография. М., 1977. С. 140–161.
14. Ахманова О.С. Очерки по общей и русской лексикологии. М.: Учпедгиз, 1957. 295 с.
15. Смирницкий А.С. Лексикология английского языка. М.: Изд-во литературы на иностранных языках, 1956. 260 с.
16. Шанский Н.М. Фразеология современного русского языка: учеб. пособие. 4-е изд., испр. и доп. СПб.: Специальная литература, 1996. 192 с.
17. Bengelsdorf P. Idioms in the news. New York, 2012. 410 p.
18. Солoduшкина К.А. Современный словарь фразовых глаголов и идиом в сфере экономики и бизнеса. СПб.: Антология, 2008. 800 с.
19. Halliday M.A.K., Yallop C. Lexicology: a short introduction. London: Continuum, 2007. 117 p.
20. Parker F., Riley K. Linguistics for non-linguists: a primer with exercises 4th ed. Boston, 2005. 175 p.

21. Другими словами... Словарь английских идиом / сост. Т.Г. Соломоник. СПб.: Алга-Фонд, 1994. 248 с. иностранному языку: современность и перспективы: сб. науч. ст. регион. науч.-метод. конф. 4–5 октября 2019 г. / отв. ред. Е.Г. Баянкина. Курск: Юго-Зап. гос. ун-т, 2019. С. 342–349.
22. Перькова Е.Л., Широбокова Л.П., Никитина С.В. Специфика работы с профессионально-ориентированным текстом на неязыковых факультетах // Обучение

Информация об авторе(-ах):	Information about the author(-s):
<p><b>Казакова Людмила Николаевна</b>, кандидат филологических наук, доцент кафедры экономики, управления и гуманитарных наук; Курская государственная сельскохозяйственная академия имени И.И. Иванова (г. Курск, Российская Федерация). E-mail: l_kazakova@mail.ru.</p> <p><b>Никитина Светлана Вячеславовна</b>, кандидат педагогических наук, доцент кафедры экономики, управления и гуманитарных наук; Курская государственная сельскохозяйственная академия имени И.И. Иванова (г. Курск, Российская Федерация). E-mail: marnica@yandex.ru.</p>	<p><b>Kazakova Lyudmila Nikolaevna</b>, candidate of philological sciences, associate professor of Economics, Management and Humanities Department; Kursk State Agricultural I.I. Ivanov Academy (Kursk, Russian Federation). E-mail: l_kazakova@mail.ru.</p> <p><b>Nikitina Svetlana Vyacheslavovna</b>, candidate of pedagogical sciences, associate professor of Economics, Management and Humanities Department; Kursk State Agricultural I.I. Ivanov Academy (Kursk, Russian Federation). E-mail: marnica@yandex.ru.</p>

**Для цитирования:**

Казакова Л.Н., Никитина С.В. Формирование мотивации к расширению активного словарного запаса в процессе преподавания английского языка студентам экономических специальностей // Самарский научный вестник. 2022. Т. 11, № 4. С. 272–278. DOI: 10.55355/snvt2022114307.