



ИРКУТСКИЙ ПОЛИТЕХ

национальный исследовательский технический университет

ЯЗЫК, КУЛЬТУРА, НАУКА И ТЕХНИКА В ДИАЛОГЕ КУЛЬТУР

Материалы

III Всероссийской студенческой научно-практической
конференции с международным участием

(Иркутск, 16 мая 2023 г.)

Сборник материалов



Иркутск — 2023

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ



**ИРКУТСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ**

приоритет2030⁺
лидерами становятся

ЯЗЫК, КУЛЬТУРА, НАУКА И ТЕХНИКА В ДИАЛОГЕ КУЛЬТУР

Материалы
III Всероссийской студенческой научно-практической
конференции с международным участием

(Иркутск, 16 мая 2023 г.)

Сборник материалов



ИЗДАТЕЛЬСТВО
Иркутского национального исследовательского
технического университета
2023



УДК 81-114.2
ББК 81+81

Рекомендовано к изданию редакционно-издательским советом ИРНИТУ

Язык, культура, наука и техника в диалоге культур. Материалы III Всеросс. студ. науч.-практ. конф. с междунар. участием (г. Иркутск, 16 мая 2023 г.) : сб. материалов. – Иркутск : Изд-во ИРНИТУ, 2023. – 306 с.

Содержит статьи студентов, магистрантов, посвященные актуальным проблемам лингвистических исследований, переводу как акту межъязыковой коммуникации; теории и практике межкультурного общения, вопросам научно-технических достижений стран изучаемых языков.

Организатором конференции является Институт лингвистики и межкультурной коммуникации Иркутского национального исследовательского технического университета.

Редакционная коллегия:

Дворак Е.В. (отв. за выпуск) – канд. пед. наук, доцент кафедры иностранных языков № 2 ФГБОУ ВО «ИРНИТУ»;

Агеева Г.А. – канд. филол. наук, доцент кафедры иностранных языков № 2 ФГБОУ ВО «ИРНИТУ»;

Болдаков П.И. – канд. филол. наук, доцент кафедры иностранных языков № 2 ФГБОУ ВО «ИРНИТУ»;

Карыпкина Ю.Н. – канд. филол. наук, доцент кафедры иностранных языков № 2 ФГБОУ ВО «ИРНИТУ»;

Ю Е.Д. – канд. филол. наук, доцент кафедры иностранных языков № 1 ФГБОУ ВО «ИРНИТУ».

*Материалы публикуются в авторской редакции
и отображают персональную позицию участника конференции.
Авторы опубликованных статей несут ответственность
за подбор и точность приведенных фактов, цитат,
экономико-статистических данных и прочих сведений.*

MINISTRY OF SCIENCE AND HIGHER EDUCATION
OF THE RUSSIAN FEDERATION



IRKUTSK NATIONAL RESEARCH
TECHNICAL UNIVERSITY

priority2030[^]
leaders are made, not born

**LANGUAGE, CULTURE, SCIENCE
AND TECHNOLOGY
IN A DIALOGUE OF CULTURES**

The III Student
Scientific and Practical Conference
with International Participation

(Irkutsk, May 16, 2023)

Collection of academic papers



**PUBLISHED BY
IRKUTSK NATIONAL RESEARCH TECHNICAL
UNIVERSITY
2023**



УДК 81-114.2
ББК 81+81

Published by the recommendations of the Editorial and Publishing Council
of INRTU

Language, Culture, Science and Technology in a Dialogue of Cultures. The III Student Scientific and Practical Conference with International Participation (Irkutsk, May 16, 2023) : collection of academic papers. – Irkutsk : Publishing house of INRTU, 2023. – 306 p.

Written by undergraduate and graduate students on the issues of linguistics, translation studies and technology.

The conference was held by the Institute of Linguistics and Intercultural Communication, Irkutsk National Research Technical University.

Editorial Board:

Dvorak E.V. Editor-in-chief, PhD (Philology), Associate Professor of the Department of Foreign Languages № 2, Irkutsk National Research Technical University;

Ageeva G.A., PhD (Philology), Associate Professor of the Department of Foreign Languages № 2, Irkutsk National Research Technical University;

Boldakov P.I., PhD (Philology), Associate Professor of the Department of Foreign Languages № 2, Irkutsk National Research Technical University;

Karypkina Yu.N., PhD (Philology), Associate Professor of the Department of Foreign Languages № 2, Irkutsk National Research Technical University;

Yu E.D., PhD (Philology), Associate Professor of the Department of Foreign Languages No. 1, Irkutsk National Research Technical University.

The authors are responsible for the selection and accuracy of facts, quotes and other data. Original author files were used in the academic articles. The authors were authorized to use their own writing style.

СОДЕРЖАНИЕ

<i>Алексеева А.Ю., Давыдов Д. Р., Мокрова Н.И.</i> ГЕНДЕРНО МАРКИРОВАННАЯ ЛЕКСИКА В НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ.....	10
<i>Амракулова А.А., Елашкина Н.В.</i> МЕТОДИКА ОБУЧЕНИЯ СТОРИТЕЛЛИНГУ НА ИНОСТРАННОМ ЯЗЫКЕ В НЕЯЗЫКОВОМ ВУЗЕ.....	14
<i>Андреев А.И., Болдаков П.И.</i> НЕОЛОГИЗМЫ НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА, ПОЯВИВШИЕСЯ ВО ВРЕМЯ ПАНДЕМИИ COVID-19.....	18
<i>Бачинский В.Р., Рыбакова Е.В.</i> СРАВНЕНИЕ DISCORD И WECHAT: ФУНКЦИИ, ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИЙ ОПЫТ И ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ ПРИМЕНЕНИЯ.....	23
<i>Berina Ya.K., Plisenko A.A.</i> NEW TECHNICAL DEVELOPMENTS IN MINE SURVEYING.....	26
<i>Бизимов И.А., Кучмук А.В., Зайкова И.В.</i> АНАЛИЗ АНГЛО-РУССКИХ СЛОВАРЕЙ ПО ГЕОДЕЗИИ.....	31
<i>Большедворская Д.А., Дзюба А.Б.</i> ЯЗЫКОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ ЭМОЦИОНАЛЬНОЙ ОТКРЫТОСТИ РУССКИХ И ЭМОЦИОНАЛЬНОЙ СДЕРЖАННОСТИ АНГЛИЧАН.....	36
<i>Борисова О.Д., Агеева Г.А.</i> ЯЗЫКОВАЯ ИГРА В ЗАГОЛОВКАХ НЕМЕЦКОГО СТУДЕНЧЕСКОГО ИНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛА FURIOS.....	40
<i>Vasina V.Y., Kozhukhova V.V.</i> CHEMICAL ENGINEERING AND ENVIRONMENTAL PROTECTION.....	44
<i>Викторенко Е.В., Махмудова О.Н.</i> ОСОБЕННОСТИ ПИСЬМЕННОГО ПЕРЕВОДА АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ.....	50
<i>Vingurskaya V.V., Kozhukhova V.V.</i> THE ROLE OF CORPORATE IDENTITY IN PUBLIC RELATIONS.....	54
<i>Галич И.А., Савватеева И.А.</i> ЗАИМСТВОВАНИЯ ИГРОВОГО СЛЕНГА АНГЛИЙСКИМ ЯЗЫКОМ ИЗ НЕМЕЦКОГО, РУССКОГО И ИНДИЙСКОГО ЯЗЫКОВ.....	58
<i>Гетманцова Л.Д., Поздняков В.А., Кувшинова Н.Н.</i> YOUNGILE КАК ИНСТРУМЕНТ ДИСТАНЦИОННОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ НАД ПРОЕКТАМИ.....	63

<i>Gubkin N.O., Kozhukhova V.V.</i>	
IMPROVING FEDERAL STATE SUPERVISION IN TERMS OF THE IMPLEMENTATION OF PREVENTIVE MEASURES.....	67
<i>Дженсен М.У., Казмирук М.А., Туфанова Ю.В.</i>	
ВЕРБАЛЬНЫЕ СПОСОБЫ ВЫРАЖЕНИЯ СОГЛАСИЯ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ МЕЖЛИЧНОСТНОМ ОБЩЕНИИ.....	72
<i>Деранжулина У.П., Полонская О.Ю.</i>	
ГАСТРОНОМИЧЕСКИЕ МЕТАФОРЫ BREXIT В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ НОВОСТНЫХ ТЕКСТАХ.....	77
<i>Долгополова Е.В., Горбунова Т.В.</i>	
КОНЦЕПТ «СЕМЬЯ» В РУССКИХ И АНГЛИЙСКИХ СКАЗКАХ.....	81
<i>Дорошенко Ю.Д., Холдеева Е.Ю.</i>	
О ФЕНОМЕНЕ МОНДЕГРИНА В СОВРЕМЕННОМ АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ.....	85
<i>Ермолов Е.А., Ромме В.В., Кувшинова Н.Н.</i>	
ОРГАНИЗАЦИЯ КОМАНДНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ СРЕДСТВАМИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПЛАТФОРМ.....	89
<i>Zolotarev S.A., Zaykova A.S.</i>	
ENGLISH-LANGUAGE TERMINOLOGY FORMATION IN THE FIELD OF BIOTECHNOLOGY.....	93
<i>Иванова К.Д., Корепина Н.А.</i>	
«ВСЬ ЭТОТ JAZZ»: ДИСТАНЦИОННЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ.....	98
<i>Ivanova K.D., Lygdenova A.A., Xinrui Mou</i>	
THE NEW SILK ROAD: HOW THE CELESTIAL EMPIRE WANTS TO CONQUER THE WORLD.....	104
<i>Karpushin D.V., Kozhukhova V.V.</i>	
PROBLEMS OF PERCEPTION OF ADVERTISING MEDIA BY A CONSUMER DURING A PUBLIC RELATIONS CAMPAIGN.....	108
<i>Коновалова В.А., Варнавская С.В., Олейникова А.И., Привалова Ю.В.</i>	
ОСОБЕННОСТИ СУБТИТРИРОВАНИЯ ВИДЕОИНТЕРВЬЮ О ЗДОРОВОМ ОБРАЗЕ ЖИЗНИ С АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ.....	113
<i>Корзенникова М.А., Карыпкина Ю.Н.</i>	
РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ИДЕНТИЧНОСТИ В ИСКУССТВЕ XX ВЕКА.....	118
<i>Корякина А.В., Попова М.И.</i>	
МЕХАНИЗМЫ ДЕТЕРМИНОЛОГИЗАЦИИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ТЕРМИНОВ.....	123

<i>Krysanova A.I., Plisenko A.A.</i> PROSPECTS FOR USE OF HYDROGEN AS AN ENERGY CARRIER OF THE FUTURE.....	128
<i>Курилова А.Э.</i> ИСПОЛЬЗОВАНИЕ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ АУТЕНТИЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ РАЗВИТИЯ НАВЫКОВ АУДИРОВАНИЯ.....	133
<i>Литвинцев С.А., Беляева Ю.С.</i> ОНЛАЙН-ИНСТРУМЕНТЫ ДЛЯ УВЕЛИЧЕНИЯ СЛОВАРНОГО ЗАПАСА ПРИ ИЗУЧЕНИИ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА.....	137
<i>Makarov K.A., Kozhukhova V.V.</i> STEREOTYPES IN ADVERTISING. A COMPARISON BETWEEN IKEA AND RED BULL.....	140
<i>Мамедов Т.А., Холдеева Е.Ю.</i> ФОРМИРОВАНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ.....	143
<i>Манданов И.А., Холдеева Е.Ю.</i> ВЛИЯНИЕ АНГЛИЦИЗМОВ НА РЕЧЬ СОВРЕМЕННОГО СТУДЕНТА (НА ПРИМЕРЕ РЕЧИ СТУДЕНТОВ ИРННТУ).....	148
<i>Мокрицкая Д.Н., Болдаков П.И.</i> К ВОПРОСУ О ФУНКЦИОНИРОВАНИИ ФИТОНИМОВ И ЗООНИМОВ В НЕМЕЦКИХ ПОСЛОВИЦАХ И ПОГОВОРКАХ.....	152
<i>Моногошева А.В., Ходырев А.А., Ю Е.Д.</i> СЛУШАНИЕ КАК НЕОТЪЕМЛЕМЫЙ ПРОЦЕСС В СТРУКТУРЕ КОММУНИКАЦИИ.....	157
<i>Москвина М.Н., Пишкова Е.Ю.</i> К ВОПРОСУ О ПЕРЕДАЧЕ ОЦЕНОЧНЫХ ВЫСКАЗЫВАНИЙ В НОВОСТНЫХ ТЕКСТАХ СМИ.....	162
<i>Мурадян А.Г., Егорова М.А.</i> ПРЕИМУЩЕСТВА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ДИСТАНЦИОННОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПЛАТФОРМЫ «MOODLE» ДЛЯ ИЗУЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ.....	167
<i>Мяолэй Чжен, Пэн Чи</i> К ВОПРОСУ О ПЕРЕВОДЕ НАЗВАНИЙ ТРАДИЦИОННЫХ КИТАЙСКИХ БЛЮД НА РУССКИЙ ЯЗЫК.....	171
<i>Орлова А.А., Шуан Ся</i> К ВОПРОСУ О ПОСТРЕДАКТИРОВАНИИ АВТОМАТИЗИРОВАННОГО ПЕРЕВОДА ЛЕКЦИЙ С АНГЛИЙСКОГО НА РУССКИЙ ЯЗЫК.....	176
<i>Орлова Т.С.</i> ПРИНЦИП ‘EDUTAINMENT’ КАК СОВРЕМЕННЫЙ СПОСОБ ПРЕПОДАВАНИЯ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА В НЕЯЗЫКОВОМ ВУЗЕ (НА МАТЕРИАЛЕ РЕАЛИТИ-ШОУ).....	180

Пакулов Д.Е., Рыжкова Т.С. ЛИНГВОСТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ АНГЛОЯЗЫЧНОГО ИНТЕРНЕТ-КОМИКСА DEAR ALICE.....	185
Посёлкина А.О., Синёва Ю.О. РЕЧЕВЫЕ АКТЫ В АРГУМЕНТАТИВНОМ ПАРЛАМЕНТСКОМ ДИСКУРСЕ (НА МАТЕРИАЛЕ БРИТАНСКИХ ПАРЛАМЕНТСКИХ ДЕБАТОВ 2019-2021 ГГ.)	189
Прокофьев А.И., Мокрова Н.И. ЛЕКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ И СТРАТЕГИИ ПЕРЕВОДА РЕКЛАМНЫХ СЛОГАНОВ (НА МАТЕРИАЛЕ НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА)	197
Proskurin M, Baranovskaia Yu. FORMATION OF PROFESSIONAL JARGON.....	202
Ptushkin P.A., Kozhukhova V.V. DEVELOPMENT OF SOFTWARE FOR CREATING BIM MODEL OF A BUILDING AT THE OPERATIONAL STAGE AND COMMUNICATION WITH THE WEBAPPLICATION CSUTO.....	206
Рахимова Д.Р., Дворак Е.В. АНАЛИЗ ПОЛИТИЧЕСКИХ РЕАЛИЙ СКВОЗЬ ПРИЗМУ ТРАНСПАРЕНТНОСТИ (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СМИ).....	210
Rozhkova K.A., Kozhukhova V.V. PUBLIC RELATIONS IN THE ENVIRONMENTAL SPHERE ON THE EXAMPLE OF A SPECIFIC REGION OF RUSSIA THE VOLOGDA REGION.....	215
Романова Д.Р., Свитюк С.Ю. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНТЕРНЕТ-ПЛАТФОРМ СТУДЕНТАМИ ТЕХНИЧЕСКОГО ВУЗА ДЛЯ ИЗУЧЕНИЯ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА.....	218
Садохин Д.Е., Санина М.Б. АНГЛИЦИЗМЫ В СОВРЕМЕННОМ РУССКОЯЗЫЧНОМ МОЛОДЕЖНОМ СЛЕНГЕ (НА МАТЕРИАЛЕ ПЛАТФОРМЫ «ДЗЕН»)	223
Семенова Е.Д., Иванцова Н.А. РОЛЬ АНГЛИЦИЗМОВ В МОЛОДЕЖНОМ СЛЕНГЕ.....	228
Сибилева В.М., Ю Е.Д. РУССКО-АНГЛИЙСКИЕ ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ В ВЫРАЖЕНИИ ПОВЕДЕНЧЕСКИХ ХАРАКТЕРИСТИК ЧЕЛОВЕКА.....	232
Стригельский В.Е., Корепина Н.А. ДИСТАНЦИОННОЕ ОБУЧЕНИЕ КАК РЕШЕНИЕ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ.....	236

Туфанова Э.С., Ю Е.Д ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ЗАГОЛОВКОВ РУССКОЙ КЛАС- СИЧЕСКОЙ ЛИТЕРАТУРЫ НА АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК.....	242
Hanyuan Su A BRIEF DISCUSSION ON THE DEVELOPMENT OF TEACHING CHINESE AS A FOREIGN LANGUAGE BASED ON METAVERSE TECHNOLOGY.....	249
Хворостова И.О., Иванцова Н.А. КАКИМ ДОЛЖНО БЫТЬ МОБИЛЬНОЕ ПРИЛОЖЕНИЕ ДЛЯ ИЗУЧЕНИЯ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА.....	253
Hokhlova P.A., Kozhukhova V.V. INTRODUCTION OF NEW TECHNOLOGIES IN THE OPERA- TION OF RESTAURANTS/CAFES IN THE ONLINE MEDIUM.....	258
Tschebunin V.A., Plisenko A.A. MATHEMATISCHE MODELLIERUNG IN DER CHEMIETECH- NIK.....	264
Chernobrov G.A., Kozhukhova V.V. OCCUPATIONAL HEALTH AND SAFETY WHEN WORKING WITH DOGS.....	269
Шантагаров А.Ю., Корепина Н.А. ТРУДНОСТИ ЛОКАЛИЗАЦИИ КОМПЬЮТЕРНОЙ ИГРЫ «LEAGUE OF LEGENDS»	273
Шевырев В.А., Савватеева И.А. ПЕРСПЕКТИВНЫЙ ВЗГЛЯД НА ВОЗМОЖНОСТИ ПРИМЕНЕ- НИЯ ЭЛЕМЕНТОВ ДОПОЛНЕННОЙ РЕАЛЬНОСТИ И 3Д МО- ДЕЛИРОВАНИЯ В ОБУЧЕНИИ АНГЛИЙСКОМУ ЯЗЫКУ.....	279
Shelekhova A.I., Iakoba I.A. ENGLISH LEARNING EXPERIENCE THROUGH SONGS.....	284
Широкова Д.И., Агеева Г.А. АМЕРИКАНСКИЙ ФУДТРАК КАК ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЙ ФЕНОМЕН.....	288
Xinrui Mou HOW ENGLISH LANGUAGE HELPS NATIVE RUSSIAN SPEAK- ERS LEARN CHINESE PUTONGHUA TONES.....	295
СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ.....	298

УДК 81.282

ГЕНДЕРНО МАРКИРОВАННАЯ ЛЕКСИКА В НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ

А. Ю. Алексеева, Д. Р. Давыдов, Н.И. Мокрова

Иркутский национальный исследовательский технический университет

Тема гендера обсуждается в лингвистике с 70-х годов 20 века. Изменения в социальной, политической и профессиональной сферах жизни общества повлияли на гендерную детерминацию, что закономерно нашло отражение в языке. На основе эмпирических данных в статье анализируются способы разделения на гендеры. Было обнаружено, что обозначение пола в немецком языке может быть как маркированным, так и нейтральным. Рассматриваются такие способы номинации гендерно маркированной лексики как правописание, словообразование и орфография.

Ключевые слова: *гендер, немецкий язык, гендерно маркированная лексика, гендерное разделение*

A. Alekseeva, D. Davidov, N. Mokrova

Irkutsk National Research Technical University Irkutsk, Russian Federation

GENDER MARKED VOCABULARY IN GERMAN

The gender is a topic that has been discussed since the 1970's. The change of social, political and professional roles has affected the way gender distinctions and expressed in language in different social groups. This paper brings together the latest empirical research on the connection between grammatical and natural gender. It was revealed that gender distinctions can be either marked or neutralized. The goal of this article is to present different ways of forming gender-sensitive expressions in German, which are reflected in spelling, word-formation or in the linguistic system.

Key words: *gender, German, gender marked vocabulary, gender distinction*

Смена социальных, политических и профессиональных гендерных ролей повлияла на языковое выражение гендерных различий как в обществе в целом, так и в научном сообществе. Гендерные различия могут быть либо обозначены, либо нейтрализованы. *Цель статьи* – представить различные способы обозначения гендерно маркированных лексем в современном немецком языке в письменной речи.

Многочисленные события последних лет привлекли большое внимание средств массовой информации к теме гендера в письменной речи. Одним из ярких примеров можно назвать признание правомерной и законной записи о третьем поле в свидетельстве о рождении ребенка одним из судов в Германии [5, С. 7]. Таким образом, *актуальность* данного исследования обусловлена необходимостью наблюдения, анализа и фиксации факта, как современный немецкий язык реагирует на процессы, происходящие в немецком обществе в связи с идентификацией гендера.

В современном западном обществе большое внимание уделяется гендерному разнообразию в системе плюралистических ценностей с целью воспитания терпимости и толерантности. Язык в контексте гендера не может рассматриваться как отдельное изолированное поле, а играет значительную роль во всех сферах повседневной жизни. С одной стороны, язык может ограничивать мышление, с другой же он также может расширять его и формировать новую реальность. Не существует внеязыковой гендерной идентичности, поскольку язык формирует и ограничивает то, как мы думаем о себе и других [1, С. 560].

Когда говорят о группах, состоящих из женщин и мужчин или где пол неизвестен, в немецком языке используется, как правило, «мужской вариант», т.е. грамматический мужской род множественного числа, который фактически не имеет никакого отношения к биологическому полу. Так, слово «die Erzieher – педагоги, воспитатели» называет группу людей, занимающихся педагогической деятельностью, но при этом никак не характеризует их пол [7].

Представляется весьма проблематичным эмпирически доказать, всегда ли мужской род множественного числа в немецком языке выполняет двойную функцию обозначения мужчин и женщин. До эпохи феминизма подобных проблем не возникало, так как ответственные и важные должности в основном занимали мужчины. В связи с этим не возникало проблем с использованием только мужского варианта, не выделяя особым образом представительниц женского пола. По мнению критиков, такая номинация не отображает окружающий мир во всем его разнообразии, каким он представлен в данный период времени. С 1970-х годов обсуждается тезис о необходимости «гендерно справедливого» языка [4, С. 241]. Современная гендерная номинация призвана расширить ментальный шаблон, чтобы должным образом представить людей всех полов.

С признанием гендерного разнообразия в современном обществе появилось понятие интерсексуальности. В буквальном смысле небинарные личности занимают положение между «inter» полами. Их гендерная идентификация не может быть четко классифицирована как мужская или женская. Даже при биологической однозначности бывают случаи так называемых

нарушений половой дифференциации или расстройств гендерной идентичности. Все случаи объединяет факт, что эти люди не хотят идентифицировать себя как мужчина или как женщина [6, С. 237].

Наблюдение за функционированием современного немецкого языка в его письменной разновидности дают основание говорить о нескольких способах обозначения пола:

- **Феминизация:** оба пола названы (Lehrerinnen und Lehrer), слово, обозначающее представительниц женского пола, образовано с помощью суффикса (Lehrer/-innen, LehrerInnen).
- **Нейтрализация:** формы мужского рода заменяются гендерно-нейтральными формами (Lehrkraft / Lehrende).
- **Графический знак:** между формой мужского рода и окончанием женского рода добавляется звездочка, подчеркивание или двоеточие (Lehrer*innen, Lehrer_innen, Lehrer:innen). Такие лексемы применяются для обозначений тех, кто не идентифицирует себя ни как мужчина, ни как женщина.

Общество Германии, несмотря на наличие крайне противоположных точек зрения, в значительной степени продвинулось в плане уважения людей любого пола и гендера. Так, например, на рекламных баннерах, в объявлениях, во многих документах и анкетах при приеме на работу стали употребляться обозначения-сокращения m/w/d (m - Mann, w - Frau, d - divers (различные, другие)).

Как показывает фактологический материал, существуют и другие, менее распространенные, обозначения-сокращения гендерной принадлежности. Ряд таких обозначений-сокращений представлены в таблице 1.

Обзор обозначений-сокращений гендерной принадлежности

Abkürzung	Bedeutung
m/w/d	männlich/weiblich/diverse
m/w/a	männlich/weiblich/anders
m/w/x	männlich/weiblich/beliebig
m/w/i	männlich/weiblich/intersexuell
m/w/i/t	männlich/weiblich/intersexuell/transgender
m/w/gn	männlich/weiblich/geschlechtsneutral
m/w/*	männlich/weiblich/beliebig

Естественным образом возникает проблема официальной номинации и обращения к людям неопределенной гендерной идентичности. С 2015 года в Германии ведутся дискуссии о введении гендерно нейтрального местоимения [2]. Насколько нам известно, дискуссии продолжаются и до сих пор не выработаны единые критерии и правила.

Что касается устного общения, достаточно спросить человека о предпочтительном обращении к нему. В письменной деловой форме речи проблема с обращением выглядит несколько сложнее. Так, А. Хорншайдт подчеркивает, что в письменной речи наблюдается некоторая неуверенность в

отношении языкового обозначения многообразия полов, и в связи с этим наблюдается 'борьба' за гендерно нейтральный язык [3, С. 121]. В какой-то мере эта проблема решается путем признания существования «третьего» пола. Например, компании, которые хотят избежать обвинений в дискриминации по половому признаку, формулируют объявления о вакансиях, используя обозначения m - 'мужчина', w- 'женщина' и 'diverse' (различные, другие).

Еще одним способом недискриминирующей формулировки является так называемая «гендерная звездочка» «*». Знак ставится между основой слова и окончанием, употребляемым для обозначения лиц женского пола. Поэтому соискатели все чаще видят знак «*» в середине слова или термина, например, Schauspiel* (Sg) – Schauspiel** (Pl).

Таким образом, можно констатировать, что в современном немецком языке номинация на основе биологического пола не ограничивается рамками бинарного гендера. В связи с признанием целой палитры гендерной идентичности не прекращаются попытки найти языковые способы наименования людей, не относящих себя ни к мужчинам, ни к женщинам. Параллельное существование различных словообразовательных моделей свидетельствует об отсутствии каких-либо четко установленных правил. Использование некоторых лингвистических приемов для обозначения гендерных различий может быть отражено либо в правописании и словообразовании (например, использование звездочки для обозначения пола или суффиксов, обозначающих пол), либо в лингвистической системе (например, новые формы, описывающие женские названия должностей).

Важным является не пренебрегать здравым смыслом в общении. Следует по возможности избегать чрезмерной реакции, значительных осложнений, достаточно просто поинтересоваться у человека, как к нему следует обращаться, без заранее навешанного ярлыка. Если вы хотите чувствовать себя комфортно и избегать конфликтных ситуаций в письме или речи используйте варианты «(m/w/d)» или «(m/f/d)» в качестве дополнения.

Библиографический список

1. Ayaß, R. Kommunikation und Geschlecht. Eine Einführung / Ruth Ayaß // Kohlhammer-Urban-Taschenbücher Pädagogik/Erziehungswissenschaft. – Stuttgart: Kohlhammer, 2008. – S. 567-571.
2. Frankfurter Allgemeine Zeitung. Er, sie, „hen“. Geschlechtsneutrales Pronomen. 2018. – URL: <http://www.faz.net/aktuell/gesellschaft/hen-schweden-fuehrt-geschlechtsneutrales-pronomen-ein-13539757.html> (дата обращения: 04.04.2023).

3. Hornscheidt, A. Die sprachliche Benennung von Personen aus konstruktivistischer Sicht. Genderspezifizierung und ihre diskursive Verhandlung im heutigen Schwedisch / Antje Hornscheidt // Linguistik - Impulse & Tendenzen. - Berlin, New York: Walter de Gruyter, 2006. – S. 115-127.
4. Karsch, M. Feminismus. Geschichte – Positionen / Margret Karsch // Schriftenreihe / Bundeszentrale für Politische Bildung. - Bonn: bpb Bundeszentrale für politische Bildung, 2016. – S. 234-256.
5. Linder, M. Gender in der Schriftsprache – aktueller Stand in Deutschland im internationalen Vergleich. – Karlsruhe, 2019. – 85 S.
6. Pettersson, M. Geschlechtsübergreifende Personenbezeichnungen. Eine Referenz- und Relevanzanalyse an Texten. 1. Aufl. / Magnus Pettersson // Europäische Studien zur Textlinguistik, Bd. 11. – Tübingen: Narr, 2011. – S.234-247.
7. Usinger, J. Geschickt gendern – Das Genderwörterbuch. 2018. – URL: <https://geschicktgendern.de> (дата обращения: 02.04.2023).

УДК 372.881.1

МЕТОДИКА ОБУЧЕНИЯ СТОРИТЕЛЛИНГУ НА ИНОСТРАННОМ ЯЗЫКЕ В НЕЯЗЫКОВОМ ВУЗЕ

А.А. Амракулова, Н.В. Елашкина

Иркутский национальный исследовательский технический университет

Работа посвящена определению понятия «сторителлинг» и его места в системе образования иностранным языком в неязыковом ВУЗе, также рассмотрена методика обучения сторителлингу и факторы, влияющие на эффективность обучения текстовой деятельности в процессе обучения. Сторителлинг используется во многих профессиональных областях как способ произвести впечатление на людей с помощью историй. В статье исследуется сторителлинг как зарождающийся, но перспективный коммуникативный метод обучения иностранным языкам. Мы исследовали ряд принципов сторителлинга, которые способствуют эффективности рассказа.

Ключевые слова: сторителлинг, текст, истории, язык, текстовая деятельность, коммуникативная компетенция.

METHODOLOGY FOR TEACHING STORITELLING IN A FOREIGN LANGUAGE IN A NON-LINGUISTIC HIGHER EDUCATION INSTITUTION

A. Amrakulova, N. Yelashkina

Irkutsk National Research Technical University

The work is devoted to the research of the concept of "storytelling" and its place in the system of education in a foreign language in a non-linguistic university. This new method of teaching, storytelling and the factors influencing the effectiveness of teaching textual activity in the learning process are also considered. The author says that storytelling as a way of impressing people by means of stories has been used in numerous professional areas. The article investigates storytelling as an emerging but promising communicative method of teaching foreign languages. We researched a number of storytelling principles that contribute to the effectiveness of the story.

Key words: *storytelling, text, stories, language, text activity, communicative competence.*

В настоящее время в процессе обучения иностранным языкам большинство преподавателей применяют традиционные методы обучения, но существуют также нетрадиционные (альтернативные) методы обучения. Они связаны с более увлекательной и нестандартной формой усвоения материала. Например, к таким методам можно отнести метод сторителлинга. Он предполагает усвоение учебных знаний и понимание речи с помощью такого инструмента как истории. Истории несут определенную эмоциональную окраску, что делает процесс обучения иностранным языком более увлекательным и интересным.

Не следует путать понятие «сторителлинг» с уже известными нам понятиями как «нарратив» и «повествование». Следуя из определений, видно, что они имеют разное значение и цель «рассказа». Сторителлинг побуждает субъекта к действию в отличие от других [4]:

Сторителлинг – это способ коммуникации людей с помощью такого инструмента как «истории», с целью обеспечения хорошей мотивации к требуемому от субъекта действию [5].

Нарратив – это рассказ о событиях, которые представлены читателю или слушателю в виде последовательности слов или образов [3].

Повествование – это связный рассказ о каких-нибудь событиях, о чем-нибудь совершившемся [7].

Как и любой метод обучения, сторителлинг имеет достоинства и недостатки. Достоинствами данного метода являются:

1. Универсальность: метод подходит для различных уровней подготовки, включая начинающий;

2. Мотивирующий характер: использование историй позволяют формировать у студентов позитивное отношение к предмету (иностранным языку), что благоприятно сказывается на динамике процесса обучения и освоения материала;

3. Его эффективность: благодаря естественному повторению различных конструкций и слов студентам проще освоить новые лексические единицы и увеличить словарный запас;

4. Его социальная и эмоциональная окраска: благодаря историям метод позволяет формировать коммуникативную компетенцию, разрушить языковой барьер, побороть стеснение, что особенно значимо для студентов неязыкового вуза и т.д. [2].

К недостаткам метода можно отнести: неверное истолкование истории, создание иллюзии [6].

Также немаловажно содержание истории. Для того, чтобы история производила необходимое влияние, она должна отвечать следующим критериям:

1. Наличие идеи, морали/правила и героев;
2. История отражает смысл реальной жизни;
3. Логичность и связность повествования;
4. Качественное оформление;
5. Стиль повествования [8].

Благодаря этим критериям, историю можно встроить в образовательный процесс, а также побудить студентов использовать изучаемые конструкции в контексте урока и соотносить их с личным опытом, что будет способствовать лучшему усвоению темы.

Проанализировав множество работ ученых по данной теме, мы пришли к выводу, что использование метода сторителлинга на иностранном языке в неязыковом вузе возможно, если соблюдаются следующие принципы:

1. Темы сторителлинга соприкасаются или относятся к профессиональной деятельности обучающихся;
2. Язык истории соответствует языковому уровню обучающихся или немного превышает имеющийся уровень;
3. История содержит повторяющиеся предсказуемые языковые паттерны;
4. В качестве дополнительного материала используются средства наглядности, которые способствуют пониманию содержания [1, С. 31].

Одним из актуальных вопросов, стоящих перед образовательными учреждениями, является подготовка обучающихся к иноязычной коммуникации по своей специальности. В настоящее время, благодаря интенсивному росту международных отношений, по различным направлениям подготовки

обучение иностранным языкам идет с использованием профессиональных понятий и производственных ситуаций, что позволяет рассматривать метод сторителлинга как перспективный метод обучению иностранному языку студентов в неязыковом вузе для создания обучающего пространства [1, С. 27].

Таким образом, расширение межкультурных профессиональных контактов ведет к востребованности специалистов различного профиля, владеющих иностранными языками и профессионально значимыми теориями иной культуры, что также позволяет определить метод сторителлинга как перспективный и развивающийся метод.

Как видно из всего сказанного выше, применение метода сторителлинга на иностранном языке в среде неязыкового вуза должно быть направлено на укрепление профессиональных навыков и умению презентовать их на иностранном языке, так как мы находимся в интернациональном обществе. Метод сторителлинга позволяет использовать истории в качестве введения, закрепления и формирования навыка использования словесного материала, а также применяться для оценки уровня коммуникативных умений.

Сторителлинг можно успешно использовать как для обучения общему языку, так и языку профессиональной сферы (языку для специальных целей). Все зависит от подбора подходящих историй.

Библиографический список

1. Багрецова Н.В. Сторителлинг в обучении иностранному языку: ключевые аспекты // Педагогика и психология образования. – 2020. – №2. – URL:<https://cyberleninka.ru/article/n/storitelling-v-obuchenii-inostrannomu-yazyku-klyuchevye-aspekty> (дата обращения: 15.04.2023).
2. Еникеева А.М. Сторителлинг как метод обучения иностранному языку / А.М. Еникеева, Е.В. Самсонова // Научный лидер. – 2021. – №38 (40). – URL: <https://scilead.ru/article/973-storitelling-kak-metod-obucheniya-inostrannomu> (дата обращения: 27.04.2023).
3. Журнал «Цифровая фабрика»: сайт. – 2021. – URL: <https://onff.ru/pro-narrativ-prostyimi-slovami-s-primierami/> (дата обращения: 02.04.2023).
4. Многогранник. Журналистика: сайт. – Санкт-Петербург, 2021. – URL: <https://vk.com/@mnogogr-storitelling-narrativ-pochemu-ryadom> (дата обращения: 02.04.2023).
5. Новичкова А.В. Сторителлинг как современный инструмент управления персоналом / А.В. Новичкова, Ю.В. Воскресенская // Вестник евразийской науки. – 2014. – №6. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/storitelling-kak-sovremennyu-instrument-upravleniya-personalom> (дата обращения: 02.04.2023).

6. Сторителлинг: что это такое простыми словами: сайт. – 2022. – URL: <https://pensermen.ru/dengi/storitelling-что-это-такое-простыми-словами.html> (дата обращения: 27.04.2023).
7. Толковый словарь Ожегова. – 2018. – URL: <https://slovarozhegova.ru/word.php?wordid=21322>.
8. Челнокова Е.А Сторителлинг как технология эффективных коммуникаций / Е.А. Челнокова, С.Н. Казначеева, К.В. Калинин, Н.М. Григорян // ПНиО. – 2017. – №5 (29). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/storitelling-kak-tehnologiya-effektivnyh-kommunikatsiy> (дата обращения: 18.04.2023).

УДК 811.112.2

НЕОЛОГИЗМЫ НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА, ПОЯВИВШИЕСЯ ВО ВРЕМЯ ПАНДЕМИИ COVID-19

А.И. Андреев, П.И. Болдаков

Иркутский национальный исследовательский технический университет

В период пандемии новой коронавирусной инфекции Covid-19 за относительно небольшой промежуток времени в немецком языке появилось примерно 1200 новых слов. Статья имеет целью проанализировать возникшие в указанный период неологизмы в немецком языке по способу их образования и лингвистически осмыслить на основе словообразовательных моделей новый социальный опыт. Мы установили, что неологизмы представляют собой образования от немецких и английских слов. Это, как правило, существительные, используемые для называния новых предметов, явлений, событий. Оба языка примерно поровну делят участие в создании новых слов. По способу словообразования наиболее частотными являются лексико-семантический способ и заимствования.

Ключевые слова: *коронавирус, неологизмы, язык, слово, мысль.*

NEOLOGISMS OF THE GERMAN LANGUAGE THAT APPEARED DURING THE COVID-19 PANDEMIC

A. Andreev, P. Boldakov

Irkutsk National Research Technical University

About 1,200 words of new words appeared in the German language during the pandemic of the new coronavirus infection Covid-19. The article aims to analyse the neologisms in German that became available during this short period using

the method of their formation and linguistically comprehend new social experience based on word-forming models. We found out that neologisms are formations from German and English words. These are usually nouns; they are used to call new objects, phenomena, events. Both languages roughly equally share participation in creating of new words. The most frequent methods of word formation are the lexical-semantic method and borrowing.

Key words: *coronavirus, neologisms, language, word, thought.*

Период пандемии новой коронавирусной инфекции Covid-19 с конца 2019 по 2021 год существенным образом повлиял на жизнь общества. Изменения коснулись не только таких сфер как социальная жизнь, образование, медицина, экономика, информационные технологии, наука и техника, но и языковой. В немецком языке появилось примерно 1200 новых слов. Это большая цифра с учётом того, что временной промежуток относительно небольшой. Наш исследовательский интерес вызвала не только ситуация обогащения словарного состава современного немецкого языка новыми лексическими единицами за небольшой промежуток времени, но и обусловленная ею необходимость лингвистического осмысления нового социального опыта.

Цель работы: проанализировать неологизмы, возникшие в немецком языке в период пандемии Covid-19, по способу образования. Объектом исследования являются новые слова, появившиеся в немецком языке в связи с Covid-19. Предмет исследования – способы их словообразования.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи: выявить новые слова в немецком языке; определить способ образования неологизмов; описать неологизмы по степени употребления.

В данной работе мы использовали структурно-семантический, сопоставительный методы, а также метод лексикографического описания.

В. Гумбольдт определял язык как «вечно повторяющееся усилие духа сделать членораздельный звук выражением мысли» [цитируется по 2, С. 26]. А.А. Потеня, развивая тезис немецкого ученого, писал, что «мысль, деятельность вполне внутренняя и субъективная, в слове становится чем-то внешним и осязаемым, становится объектом» [2, С. 27]. Ученый утверждает, что мысль, объективированная в слове, становится понятием, которое «...образуется только посредством слова, а без понятия невозможно истинное мышление» [2, С. 27]. Также он отмечал очень важное свойство слова: оно, «взятое в целом как совокупность внутренней формы и звука, есть прежде всего средство понимать говорящего, апперципировать содержание его мысли» [2, С. 93]. Следовательно, во-первых, появление новых слов в лексическом запасе языка обусловлено природой человека. Во-вторых, для воплощения мыслительного процесса в слово необходимо, чтобы

внутренняя форма слова содержала имманентные новому понятию признаки, влияющие на его восприятие слушающим. В-третьих, процесс становления слова из членораздельных звуков, образующих внутреннюю форму слова, должен следовать словообразовательным моделям.

Таким образом, за объект данного исследования принимается неологизм. В нашей работе мы воспользуемся определением неологизма, предложенным И.В. Арнольд. «Неологизмы – это слова или фразеологические обороты, входящие в язык в связи с ростом культуры и техники, развитием или изменениями в общественных отношениях и изменениями в быту и условиях жизни людей и ощущаемые говорящими как новые» [1, С. 323]. Опираясь на данное выше определение, мы будем понимать под неологизмом лексическую единицу, возникающую в национальной языковой среде и участвующую в создании новых слов или новых значений с использованием словообразовательных моделей.

Обогащение словарного состава языка может осуществляться путем заимствования, словообразования, словосочетаний и изменения значения слова. Лингвисты относят к способам словообразования в немецком языке: словосложение, лексико-синтаксический, морфологический, морфолого-синтаксический способ и заимствования [3].

Словосложение – это образование новых сложных слов путем соединения нескольких слов или основ. Для современного немецкого языка словосложение представляет собой весьма продуктивный способ словообразования и охватывает все части речи.

Лексико-синтаксический способ используется для образования новых слов в результате слияния целого сочетания слов. Именно таким способом чаще всего пополняется словарный состав немецкого языка.

Морфологический способ представляет собой присоединение или отсоединение от основы слова словообразовательных аффиксальных морфем: приставки, суффикса, циркумфикса.

Морфолого-синтаксический способ состоит в образовании новых слов в результате перехода его из одной части речи в другую.

Способ заимствования предполагает появление слова другого языка в немецком словаре.

Материалом для исследования послужили неологизмы, извлечённые из недавно созданного словаря «Neuer Wortschatz rund um die Coronapandemie» [5]. В нём собрано большое количество новых слов, образованных в период коронавирусной инфекции [4].

Мы разделили неологизмы на две группы:

1. Слова, выражающие социальные отношения.

Zoomen – так сейчас называют процесс дистанционной работы в формате видеоконференций. Слово появилось от названия американской компании «Zoom», создавшей приложение для видеоконференций, и употреблялось во многих сферах жизни, так как видеосвязь была одним из основных

способов общения во время пандемии. После пандемии скорее всего останется в обиходе, так как люди продолжают пользоваться указанным приложением. Неологизм возник в результате заимствования.

Zoomfatigue – слово используют для обозначения синдрома хронической (психологической и физической) усталости после бесконечного количества видеоконференции и общения на расстоянии. Появилось от слияния двух английских слов – zoom (приближение) и fatigue (усталость). Так же, как и zoomen употребляется во многих сферах жизни. После пандемии, вероятно, уйдёт из обихода, т.к. после коронавирусной инфекции люди будут создавать видеоконференции только по своему желанию. Неологизм возник как результат заимствования английских слов с применением лексико-семантического способа словообразования.

«Rudelgucken» («толпосмотрение») – совместный просмотр фильмов, телепередач и т.п. с друзьями, родными, знакомыми (в период пандемии с соблюдением дистанции, благодаря применению современных технологий). Образовалось от двух немецких слов – Rudel (стая; *переносное знач.* толпа) и gucken (смотреть). Слово приобрело дополнительный оттенок значения в период коронавирусной инфекции. После пандемии, вероятно, уйдет из употребления, так как уже не придётся соблюдать дистанцию. Неологизм возник в результате лексико-семантического способа словообразования.

Quaranteam – образовано от слияния двух английских слов Quarantine (карантин) и Team (команда). Так называют тех, кто находится на карантине вместе. Слово образовано с помощью лексико-семантического и морфологического способов.

Sknipe – видеовстреча с употреблением алкогольных напитков. Образовалось от названия американского программного обеспечения для видеоконференций «Skype» и немецкого слова «Kneipe» «кабак». Слово употребляется в повседневной жизни. Неологизм образован с помощью заимствования, лексико-семантического и морфологического способов. При этом заимствованное слово из английского языка сохранило корневую морфему «S» как внутреннюю форму слова «Skype» в звукообразе Sknipe. Неологизм имеет английскую орфографию немецкого слова Kneipe и почти одинаковую с ним звукоформу.

Abstandshalter – «распорка», «прокладка». Предмет, обеспечивающий соблюдение дистанции между людьми в общественных местах во время пандемии Covid-19, например, в учреждениях общепита. Слово уже существует в немецком языке и обозначает вещь, используемую в строительной, электротехнической, электрохимической промышленности. Во время инфекции слово получило новый оттенок значения. В связи с ослаблением санитарно-эпидемиологических требований к гражданам при нахождении в общественных местах исчезает необходимость в дополнительном предмете для обеспечения дистанции, поэтому слово теряет дополнительное значе-

ние. Слово возникло в результате лексико-семантического способа словообразования, а как неологизм – за счет приращения нового оттенка значения слова.

Fallnest – слияние слов «случай заражения» и «гнездо». Это немецкое слово, которым стали обозначать места скопления большого количества заражённых вирусом. Скорее всего, с окончанием инфекционного периода уйдёт из употребления. Неологизм возник в результате лексико-семантического способа словообразования.

2. Слова, характеризующие личность.

«Coronafrisur» («коронная причёска») – странная причёска, появившаяся условиях самоизоляции. Образовано от слова Corona – корона и Frisur – причёска. Неологизм образован с помощью заимствования и лексико-семантического способа.

Geistermeister – «чемпион призраков». Это характеристика спортсменов, победивших на соревнованиях, которые проходили без зрителей. С окончанием пандемии слово уйдёт из употребления, так как соревнования без зрителей уже не проводятся. Неологизм образован с помощью лексико-семантического способа.

Maskentrottel. Дословно эта новая лексема означает «маска идиота». Так в Германии стали называть людей, которые носят средства индивидуальной защиты неправильно: прикрывают рот или подбородок, но оставляют открытым нос. Образовалось от слияния слова Maske «маска» и Trottel «идиот». Неологизм образован с помощью лексико-семантического способа.

Ausbrecher – «беглец». Обозначает лицо, не соблюдающее самоизоляцию. Неологизм используется в СМИ и в бытовом общении. Слово приобрело новый оттенок значения и образовано морфологическим способом.

В результате исследования мы пришли к выводу, что неологизмы, которые появились в немецком языке во время пандемии коронавируса COVID-19, представляют собой образования от немецких и английских слов. Оба языка примерно поровну делят участие в создании новых слов. Также выяснилось, что основная часть речи неологизмов – это существительные. Объясняется это тем, что имя существительное имеет назывную функцию, его используют для обозначения новых предметов, явлений, событий. По способу словообразования наиболее частотными являются лексико-семантический способ и заимствования.

Библиографический список

1. Арнольд И.В. Лексикология современного английского языка: учеб. пособие / И.В. Арнольд. – 2-е изд. перераб. – М.: Флинта: Наука, 2012. – 376 с.
2. Потебня А.А. Мысль и язык – М., Издательство «Правда», 1989. – 203с.

3. Каскова М.Е., Фролова Л.Н. Словообразование в современном немецком языке в контексте обучения лексике. / SCIPRESS.RU: научно издательский центр «Открытое знание»: сайт. – URL: <https://scipress.ru/philology/articles/slovoobrazovanie-v-sovremennom-nemetskom-yazyke-v-kontekste-obucheniya-leksike.html> (дата обращения: 22.03.23).
4. DW.COM: СМИ – Что немцы говорят о коронавирусе: сайт. – URL: <https://www.dw.com/ru/chem-koronavirus-obogatil-nemeckij-jazyk/a-55776771> (дата обращения: 07.05.22).
5. OWID.DE: Neuer Wortschatz rund um die Coronapandemie: сайт. – URL: <https://www.owid.de/docs/neo/listen/corona.jsp> (дата обращения: 07.05.22).

УДК 37.018.432

СРАВНЕНИЕ DISCORD И WECHAT: ФУНКЦИИ, ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИЙ ОПЫТ И ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ ПРИМЕНЕНИЯ

В.Р. Бачинский, Е.В. Рыбакова

Иркутский национальный исследовательский технический университет

Данное исследование посвящено обзору популярных мессенджеров Discord и WeChat и их потенциальным применениям в образовании. Оба мессенджера имеют ряд функций, которые могут значительно улучшить образовательный процесс.

Ключевые слова: мессенджеры, Discord, WeChat, пандемия COVID-19, групповое взаимодействие, виртуальные классы, онлайн-обучение.

A COMPARISON OF DISCORD AND WECHAT: FEATURES, USER EXPERIENCE, AND POTENTIAL APPLICATIONS

V. Bachinskiy, E. Rybakova

Irkutsk National Research Technical University

This study is dedicated to the review of popular messengers Discord and WeChat and their potential applications in education. Both messengers have a number of features that can significantly improve the educational process.

Key words: messaging apps, discord, WeChat, Covid-19 pandemic, group collaboration, virtual classrooms, online learning.

Introduction

Messaging apps like Discord and WeChat have become essential communication tools in our daily lives, especially during the COVID-19 pandemic. These apps offer unique features and experiences that allow us to stay connected with friends, family, and colleagues. They also have potential applications in education, which can significantly enhance the learning experience. One of the benefits of messaging apps for education is the ability to facilitate remote learning. With the rise of online and blended learning, messaging apps can provide an additional channel for students to communicate with their teachers and classmates, access study materials, and participate in group work. This can help bridge the gap between traditional in-person classes and virtual learning environments.

Features

Discord's group collaboration tools make it an ideal platform for teachers to create communication servers and hold video conferencing with students. Its features such as voice chat, screen sharing, and file sharing are also useful for educational purposes. Additionally, Discord also has tools for moderating and managing server communities, which makes it perfect for teachers who want to create a safe and productive learning environment for their students.

Similarly, WeChat's mini-programs can be customized to provide a variety of educational materials and activities, such as interactive quizzes and video lessons, making it an effective tool for remote teaching and learning. Moreover, it can also serve as a communication platform between teachers and students. The user-friendly nature of platforms like Discord and WeChat is transforming the way educators and students interact, making it easier to create engaging and immersive learning experiences that cater to the needs and interests of every student, regardless of whether they are learning in a physical classroom or remotely.

User Experience

Discord and WeChat offer different user experiences. Discord offers a simple design with a focus on gaming and voice chat. Users can easily create servers and customize them according to their preferences. Furthermore, WeChat allows users to make purchases directly through the app, send money to friends, and even book appointments with businesses. It also offers a broader range of communication options, including text messaging, voice and video calls, and group chats. However, this can make the app feel overwhelming for some users who are only looking for basic messaging functions. Overall, both Discord and WeChat cater to different needs and preferences, offering unique user experiences. WeChat has a more comprehensive user experience with a user-friendly interface that makes it easy for users to navigate through the app. It also offers various themes and stickers that users can customize.

Potential Applications

Discord and WeChat have potential applications in different domains. Discord is popular among gamers, but it can also be used for educational settings where teachers can create servers for group collaboration and video conferencing.

WeChat, on the other hand, can be used for social media marketing, lifestyle services, and e-commerce. WeChat's payment system is widely used in China for cashless transactions.

Additionally, both Discord and WeChat can be used for communication and coordination within teams or organizations. Discord offers features like voice and text chat, file sharing, and screen sharing, which can be used by remote teams to collaborate on projects. WeChat offers communication features like group chats and video calls, which can be used by businesses to coordinate with their employees or clients.

Another potential application of WeChat is in the field of customer service. Many businesses in China use WeChat to communicate with their customers and provide customer support. WeChat's chatbot feature can also be used by businesses to automate their customer support and provide quick assistance to their customers.

Potential Applications in Education

Discord and WeChat are both useful platforms for classroom management and student engagement. Both of these platforms allow teachers to create specific channels for different topics or assignments, making it easier for students to stay organized and ask questions. In addition to this, teachers can use these apps to share announcements, provide feedback, and facilitate discussions outside the physical classroom. For language learning, Discord's voice chat feature is particularly useful as it allows students to practice speaking with native speakers from around the world, enhancing their language learning experience. WeChat, on the other hand, can be used for collaboration between students from different countries, promoting cultural exchange and learning.

While both platforms have their own unique advantages, it's important for teachers to consider the features and drawbacks of each platform before deciding which one to use. In terms of gaming, Discord is a better fit as it's focused on gaming. However, WeChat offers a more comprehensive range of features, making it a suitable platform for social media marketing and e-commerce, among other things.

Finally, while both platforms have their own strengths, they also have some limitations. Discord doesn't have a dedicated educational section, which can make it challenging for students to find and access educational content. On the other hand, WeChat's primary use is social media, which means there is a possibility of unwanted noise and distractions while learning.

Conclusion

In conclusion, it is important for learners to be adaptable and willing to use a variety of tools and platforms in order to get the most out of their online learning experience. Both Discord and WeChat offer unique features and capabilities that can enrich the learning process. Educators should carefully consider the needs of their students and the goals of their lesson plans when choosing which platform

to use. Overall, the use of communication platforms in online learning has become increasingly popular and necessary.

When it comes to choosing between Discord and WeChat for online learning, each platform has its own benefits and disadvantages. Discord may be better for real-time communication and collaboration, while WeChat is preferable for those looking for a more structured educational environment. Ultimately, the choice of app for online learning depends on personal preference, resources, and objectives. As education continues to evolve, communication platforms like Discord and WeChat will likely continue to play a significant role. It is important to stay up-to-date and informed on the latest trends and advancements in online education.

References

1. Conecteam.com: The 10 Best Messaging Apps for Android and iOS in 2023 - URL: <https://connecteam.com/best-messaging-apps/>
2. Dgitaltrends.com: The best messaging apps for Android and iOS. – URL: <https://www.digitaltrends.com/mobile/best-text-messaging-apps/>
3. Discord.com: PRODUCT & FEATURES. – URL: <https://discord.com/category/product>
4. AdChina.io: Top WeChat Features For Businesses & Individuals in 2022. – URL: <https://www.adchina.io/wechat-features/>
5. WeChat.com: LIST OF FEATURES OPERATED BY WEIXIN. – URL: https://www.wechat.com/en/weixin_features.html
6. Brosix.com: The 15 Best Instant Messaging Apps for Businesses. – URL: <https://www.brosix.com/blog/instant-messaging-apps/>

УДК 622 + 528

НОВЫЕ ТЕХНИЧЕСКИЕ РАЗРАБОТКИ В МАРКШЕЙДЕРСКОМ ДЕЛЕ

Я.К. Берина, А.А. Плисенко

Иркутский национальный исследовательский технический университет

В статье речь идёт о современных геодезических приборах, используемых для маркшейдерского обеспечения при ведении горных работ. Описаны такие технологии, как электронные и роботизированные тахеометры, GNSS-оборудование, беспилотные летательные аппараты, лазерные сканеры и 3D сканеры. Рассмотрены принципы их работы, преимущества и недостатки. В заключение кратко проанализированы возможности для изучения и овладения данными техническими средствами будущими маркшейдерами нашего университета.

Ключевые слова: маркшейдерия; маркшейдер; геодезия; прибор; тахеометр.

NEW TECHNICAL DEVELOPMENTS IN MINE SURVEYING

Ya. Berina, A. Plisenko

Irkutsk National Research Technical University

The article deals with modern geodetic instruments used for surveying support in mining operations. Technologies such as electronic and robotic total stations, GNSS equipment, unmanned aerial vehicles, laser scanners and 3D scanners are described. The principles of their work, advantages and disadvantages are considered. In conclusion, the possibilities for studying and mastering these technical means by future mine surveyors of our university are briefly analyzed.

Key words: mine surveying, mine surveyor, geodesy, instrument, tacheometer.

Инновационные технологии проникают сегодня во все сферы жизни, в том числе оказывая значительное влияние на добычу полезных ископаемых. Современный маркшейдер должен уметь использовать инновационные методы проведения топографических работ и современные геодезические приборы, предназначенные для решения различных задач в геодезии; владеть навыком работы на современном геодезическом оборудовании, в частности, роботизированном тахеометре [6]. Необходимость овладения данными компетенциями определяет актуальность рассматриваемой темы.

Цель данной статьи – показать новые разработки в области маркшейдерского дела и рассмотреть возможности и проблемы, связанные с их применением.

В качестве методов исследования были использованы анализ литературы по теме, наблюдение и описание.

Следует отметить, что в использовании инновационных технологий в маркшейдерском деле как в одной из основных сфер горного дела, наблюдается тенденция оптимального сочетания простоты конструкции технических средств с достижением максимально точных результатов при их применении. Необходимо подчеркнуть, что большинство современных приборов используются при ведении открытых горных работ. Таким образом, увеличиваются показатели безопасного ведения горных работ по добыче полезных ископаемых в условиях карьеров.

Говоря о современных приборах, начать стоит с **электронного тахеометра** [1]. Электронный тахеометр – профессиональный цифровой прибор геодезиста, который позволяет выполнять измерения с большей точностью и скоростью, чем ранее использовавшиеся оптические инструменты. Измерения, полученные с применением тахеометра, имеют высокую точность –

углы измеряются с точностью до полсекунды, а расстояния с точностью до одного миллиметра. Преимуществом также является быстрота съемки. Электронный тахеометр имеет относительно немного недостатков, к которым относится сложность или даже невозможность проведения работ при неподходящих погодных условиях: попадание в объектив солнечных лучей, густая растительность, наличие в воздухе большого количества пыли или тумана, вибрация прибора, связанная с наличием ветра или работающей рядом техники. Существенным недостатком при проведении полевых работ является необходимость подзарядки аккумуляторной батареи, иначе съемка не может проводиться. Несмотря на высокую стоимость электронный тахеометр в настоящее время считается базовым инструментом, которым располагает каждое предприятие.

Следующим техническим средством являются **роботизированные тахеометры** [3, 4, 5]. Роботизированные тахеометры – это современное высокоточное, эффективное и скоростное оборудование, предназначенное для решения сложных инженерных задач при выполнении геодезических работ и топологических исследований. Они позволяют автоматизировать процесс измерений, повысить точность и оперативность измерений, при этом сократить трудозатраты и объем рутинной работы. Роботизированные тахеометры применяются при разметке планов участков, при получении высотных отметок, разбивке, привязке и установке в проектное положение конструктивных элементов. Благодаря современному техническому оснащению и мощному программному обеспечению приборы позволяют добиться высокой степени автоматизации работ, что в свою очередь дает возможность выполнять маркшейдерские работы одному специалисту. Роботизированные тахеометры позволяют геодезистам выполнять сверхточные разбивочные и съемочные работы и дают возможность выполнения работ в суровых климатических условиях. Но у роботизированного тахеометра так же есть и недостатки: высокая стоимость, повышенные требования к квалификации специалистов, сложность ремонтных работ и при этом достаточно малое количество сервисных центров.

Значительному повышению производительности работ в маркшейдерии способствовало внедрение **системы GNSS**. GNSS – глобальные навигационные системы спутникового позиционирования [1, 2, 4]. В настоящее время они широко используются для решения различных задач в области маркшейдерии и геодезии. Применение спутниковых систем позволяет не только повысить производительность полевых и камеральных работ, но и значительно улучшить качество маркшейдерского обслуживания на горных предприятиях. Глобальные навигационные спутниковые системы позволяют определять координаты пунктов при отсутствии взаимной видимости между приемниками без потери высокой точности и надежности. При этом повышается эффективность работ и снижается их трудоемкость. При орга-

низации и проведении спутниковых наблюдений одно из основных требований – обеспечение одновременности работы всех приемников, участвующих в одном сеансе.

Использование **беспилотных летательных аппаратов** для маркшейдерских съемок горных объектов, в частности, геодезических квадрокоптеров, достаточно быстро стало самым популярным и наиболее распространенным направлением маркшейдерского обеспечения на горных предприятиях. Дроны позволяют проводить обследование подземных пространств и контролировать процессы добычи полезных ископаемых, не тратя на это много времени. С помощью дронов можно сделать работу маркшейдера более эффективной, так как они позволяют повысить точность расчетов и оперативность замеров. В шахте дроны позволяют сделать работы безопасными. Система GNSS позволяет дрону держать определенную высоту и обеспечивает точность движения. Из минусов такого прибора можно выделить сложности в регистрации летательного аппарата, получении разрешения на полет, также при неблагоприятных погодных условиях дрон может работать неэффективно, а данные, полученные во время съемки, будут недостаточно точными [2, 3, 4, 7]. Продолжительность полета ограничена: во время работ беспилотник иногда нужно будет возвращать на базу для замены батареи, что приводит к затратам времени на работу. Дроны стоят достаточно дорого, так что стоимость проведения маркшейдерских работ будет выше. Управление дронами требует наличия обученного персонала, способного управлять дроном и задавать ему план полета.

Съемку с помощью коптеров можно сравнить с **наземной лазерной съёмкой** [2]. Разница между ними состоит в объеме, детализации и точности получаемой информации. Наземная лазерная съемка и лазерные сканеры – современные технологии, которые применяются для создания точных трехмерных моделей объектов и территорий. При наземном сканировании достигается более высокая точность, можно получить еще больше данных. Стоимость проведения лазерных работ кратно ниже, чем при работе с дронами. Лазерные сканеры помогают модернизировать работу маркшейдеров, так как они позволяют существенно сократить время выполнения работ и повысить их качество. Уникальная особенность лазерного сканирования – возможность снимать территорию, поросшую деревьями, и территорию со слабовыраженным рельефом, получая при этом цифровую модель рельефа. Сканер может быть установлен и на штативе, и на транспортном средстве. Важно отметить быстроту съемки: создание трехмерной модели объекта или территории занимает всего несколько часов или даже минут. В отличие от тахеометра сканер не нуждается в горизонтировании и центрировании. Но есть и недостатки: процесс съемки напрямую зависит от погодных условий. Ему могут помешать осадки и высокая влажность, низкая облачность и дымка. Стоимость оборудования для наземной лазерной съемки стоит до-

вольно дорого, поэтому не каждая компания может себе это позволить. Обработка данных, полученных при наземной лазерной съемке, требует наличие компьютера и специальных программ, что говорит о неудобстве применения этой технологии в полевых условиях. Также важно отметить, что излучение от лазера представляет опасность для зрения.

Наиболее редко встречаемым на предприятиях оборудованием является **3D-сканер** [1]. Применение этого прибора весьма ограничено – он может использоваться только на подземных рудниках и промышленных предприятиях с большим количеством инженерных сетей. Но несмотря на небольшую область применения, сканер имеет большие перспективы, особенно в тандеме с беспилотными летательными аппаратами. С помощью 3D-сканера можно снимать объекты проведения горных работ с больших расстояний. Благодаря тому, что дальность съемки 3D-сканера достигает 6 км, работы стали безопаснее, так как у маркшейдера нет необходимости часто перемещаться по карьеру. Использование прибора уменьшает объем бумажной работы, что позволяет значительно сократить время работы. Глобальных недостатков у этой техники практически нет, именно поэтому она является довольно дорогостоящей и доступна пока лишь крупным горнодобывающим компаниям.

После перечисленных выше новых технологий следует обратить внимание на то, какие возможности будущие маркшейдеры нашего университета имеют для изучения и овладения навыками работы с данными техническими средствами. Нужно отметить, что на кафедре маркшейдерского дела и геодезии ИРНИТУ имеются лишь некоторые из вышеназванных приборов: у обучающихся есть возможность поработать с электронным тахеометром и лазерным сканером. Но из-за высокой стоимости на кафедре в наличии имеется лишь один лазерный сканер и поэтому возможность работать с ним есть только у студентов старших курсов или на дополнительных занятиях. Даются теоретические знания о 3D-сканерах, но познакомиться с ними практически невозможно ввиду их отсутствия из-за высокой цены. В данный момент будущим маркшейдерам на дополнительных занятиях предлагается обучение управлению беспилотным летательным аппаратом. Проблемы с обучением умению пользоваться новейшими приборами эксперты объясняют отставанием нормативной базы, ограниченностью вузовских бюджетов, отсутствием теоретической и практической базы.

В заключение следует подчеркнуть, что с появлением новых технических средств в маркшейдерии и упрощением маркшейдерских работ может сложиться впечатление, что роль маркшейдера уже не так важна. Однако это не умаляет требований к профессии маркшейдера и его значимости в современном горном деле.

Библиографический список

1. Антонова Ж. Н. GNSS- технологии в маркшейдерии / Ж. Н. Антонова, Г. А.Корецкая // Сборник материалов XIII Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. Редколлегия: К.С. Костиков (отв. ред.) [и др.]. – Кемерово, 2021. – URL:https://elibrary.ru/download/elibrary_47123290_62949654.pdf (дата обращения: 17.04.2023).
2. Инновации в маркшейдерском деле © Геостарт (geostart.ru) – URL: <https://geostart.ru/post/627> (дата обращения: 12.04.2023).
3. Маркшейдер XXI века // Добывающая промышленность. – 2020. – №3. – С 82-88. – URL: <https://dprom.online/mtindustry/markshejder-xxi-veka> (дата обращения: 15.04.2023).
4. Маркшейдерско-геодезические приборы, используемые на открытых горных работах в настоящее время. – URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_49250087_59851510.pdf (дата обращения: 12.04.2023).
5. Роботизированные тахеометры (geo-spektr.ru) – URL: https://www.geospektr.ru/page_43.html?etext=2202.zlKTguXxJiiT1xvFYSySvkvmYhXNR0xIHxavGwPDS2MjMx_z_eVp1uVCJpVChyGKS8M0PZdWgZe7WOwyYL2dnNka3d1and5bXFyeGJvZGE.09f1a433bc5de42349aa53aaf2899dcf6c609cf5 (дата обращения: 15.04.2023).
6. Техническое описание компетенции R 60 (геодезия) от 20.08.2017.pdf – URL: [https://\(geosystems.ru\)](https://(geosystems.ru)) (дата обращения: 15.04.2023).
7. Potentiale und Herausforderungen neuer Vermessungstechnologien im Bergbau – Der Einsatz unbemannter Flugkörper zur Erfassung von Geodaten – URL: <https://link.springer.com/article/10.1007/s00501-016-0527-x> (дата обращения: 19.04.2023).

УДК 81.374

АНАЛИЗ АНГЛО-РУССКИХ СЛОВАРЕЙ ПО ГЕОДЕЗИИ

И.А. Бизимов, А.В. Кучмук, И.В. Зайкова

Иркутский национальный исследовательский технический университет

Статья посвящена лексикографическому анализу англо-русских терминологических словарей по геодезии. Анализируются формальные признаки словарей, рамочная структура (мегаструктура). Обосновывается необходимость обновления существующих изданий, предлагается создание электронного словаря-тезауруса.

Ключевые слова: глоссарий, термины по геодезии, лексикографический метод, формальные признаки словаря, мегаструктура, словник.

ANALYSIS OF ENGLISH-RUSSIAN GEODETIC DICTIONARIES

I. Bizimov, A. Kuchmuk, I. Zaykova

Irkutsk National Research Technical University

The article is devoted to the lexicographic analysis of English-Russian Geodetic Dictionaries. The formal features and the framework structure (megastructure) of dictionaries are analyzed. The relevance of updating existing publications is justified and the creation of an electronic thesaurus dictionary is proposed.

Key words: glossary, geodetic terms, lexicographic method, formal features of the dictionary, megastructure, word list.

В эпоху информационных технологий, эволюции всех сфер общественного производства, геодезия, являясь одной из древнейших наук, до сих пор находится в центре пристального внимания исследователей во всем мире. Ввиду непрерывного и интенсивного развития данной науки, ее интеграции со смежными науками терминология геодезии является одним из актуальных вопросов изучения лингвистов и специалистов данной предметной области.

Как показывает анализ, исследованию русских и англоязычных геодезических терминов уделяется значительное внимание. В частности, А.А. Хисамиева исследует геолого – геодезические термины, образованные с помощью метафоры [10]. К. Жаксыликова, А. Удербает изучают способы создания аббревиатур геодезических терминов [12]. Е.В. Смылова, В.А. Пухова, А.Р. Салахутдинова предлагают систематизировать русские и английские эквиваленты некоторых терминов по геодезии в качестве инструмента оптимизации запоминания терминов [7]. Особенности перевода англоязычных геодезических терминов в научных текстах рассматриваются в работе Н.А Сигачевой и Т.В. Маршевой [11].

Проведенный нами анализ литературы позволяет констатировать, что до сих пор не были изучены англо-русские глоссарии по геодезии. Между тем, лексикографическое исследование позволяет выявить соответствие словаря современной языковой картине, а также потребностям специалистов в данной предметной области [1]. В этом контексте исследование существующих англо-русских словарей геодезических терминов с точки зрения соответствия их нуждам пользователей представляет несомненный научный интерес.

Цель данного исследования – провести анализ англо-русских терминологических словарей по геодезии с позиции их значимости для специалистов данной предметной области.

На первом этапе исследования был проведен анализ англо-русских терминологических словарей по геодезии согласно методике лексикографического анализа по следующим критериям [4, 6, 8]:

- 1) язык: одноязычный / двуязычный / многоязычный;
- 2) объект описания: лингвистический / энциклопедический;
- 3) размер словаря: большой / средний / малый;
- 4) лексикографическая форма словаря: конкорданс / индекс, или частотный словарь / глоссарий / толковый словарь / тезаурус;
- 5) форма представления материала: печатный / электронный;
- 6) охват лексики: общий / специальный;
- 7) адресат словаря: студент / переводчик / специалист.

В результате исследования было обнаружено три англо-русских терминологических словаря по геодезии [2, 3, 9]. Результаты анализа представлены в таблице 1¹.

Таблица 1

Формальные признаки англо-русских словарей по геодезии

№ п/п	Язык	Объект описания	Кол-во терминов	Лексикограф. форма	Форма представления	Охват лексики	Адресат словаря
1	двуязычный	лингвистический	9500	глоссарий	печатный/электронный	специальный	студенты аспиранты специалисты
2	двуязычный	лингвистический	12500	глоссарий	печатный	специальный	научные работники, специалисты, переводчики, преподаватели, студенты

¹ Словарям присвоены следующие номера 1[9], 2 [2], 3[3].

3	дву-языч-ный	лингви-стиче-ский	2500	глосса-рий	печат-ный	специ-аль-ный	научные работ-ники, специали-сты, пере-водчики, студенты
---	--------------	-------------------	------	------------	-----------	---------------	--

Проведенный анализ формальных признаков словарей показывает, что словарь 2 охватывает большее количество терминов, а также адресован более широкой аудитории. Терминология словарей 1 и 3 представлена перечнем специальных терминов, при этом словарь 1 дает только эквиваленты на русском языке, а словари 2 и 3 помимо значений на языке перевода содержат комментарии, разъяснения ко многим терминам. Словарь 1 в отличие от других изданий имеет электронную версию, работающую по принципу поиска нужного значения термина на русском языке с помощью ввода термина на английском языке.

На втором этапе исследования был проведен лексикографический анализ словарей с точки зрения их мегаструктуры (рамочной структуры) по следующим параметрам [5]: 1) суперобложка; 2) название; 3) вводная часть 4) словник; 5) приложение. Количественное содержание названных параметров в трех словарях представлено в таблице 2.

Таблица 2

Мегаструктура англо-русских словарей по геодезии

№ п/п	Супер-обложка	Назва-ние	Ввод-ная часть	Словник	Приложе-ние
1	-	+	+	2	2
2	+	+	+	2	5
3	+	+	+	3	2

Анализ мегаструктуры показывает, что по содержанию вводная часть всех словарей включает актуальность, краткое описание структуры словаря, рекомендации к пользованию. В отличие от других изданий словарь 3 включает предисловие эксперта, автора, а также спонсоров издания, что позволяет наиболее точно составить представление о его терминологической направленности.

Словник словарей представлен в алфавитном порядке, при этом в словаре 2 для составных терминов используется алфавитно-гнездовая система, предусматривающая поиск по ведущему слову. Кроме того, исследуемые словари имеют неодинаковое количество разделов. Словарь 3 состоит из трех разделов: англоязычные термины с их значениями на русском языке,

русскоязычные термины и их англоязычные эквиваленты, англоязычные аббревиатуры с толкованием значений на русском, в то время как словари 1 и 2 содержат только два первых раздела. В плане содержания словник словаря 2 по сравнению с другими непосредственно связан с геодезией, что говорит о его большей информативности.

По сравнению с другими изданиями словарь 2 имеет более полную базу приложений, включающую помимо таких традиционных разделов как список сокращений, принятых в словаре и английский алфавит, информацию о сокращениях на картах и в специальной литературе, условных цифровых, буквенных и буквенно-цифровых обозначениях на картах.

Несмотря на достаточную репрезентативность данных изданий, основным недостатком является их устаревший терминологический состав ввиду отсутствия обновления. Следует отметить, что в условиях современных реалий цифрового развития в геодезии появились инновационные средства и технологии: лазерные рулетки, оптические и световые дальномеры, электронные теодолиты, фотограмметрия с помощью беспилотников, программное обеспечение геодезических расчетов и т.д.

Очевидно, что данные изменения являются факторами непосредственного влияния на появление новой терминологии. Таким образом, необходимость обновления словарей по геодезии видится особо актуальной для специалистов данной предметной области.

Представляется продуктивным создание электронного словаря-тезауруса, термины которого были бы распределены по семантическим категориям с возможностью дополнения авторизованными пользователями – специалистами.

Библиографический список

1. Будкова, С. С. Определение параметров терминологического справочника на основе анализа словарных источников / С.С. Будкова // Молодой ученый. – 2011. – № 12-1. – С. 230-232.
2. Гальперин, Н.Л. Англо-русский словарь по картографии, геодезии и аэрофототопографии: 12500 терминов / Сост. Г. Л. Гальперин; Под ред. Е. М. Поспелова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Советская энциклопедия, 1968. – 425 с.
3. Кадничанский, С.А. Англо-русский словарь терминов по фототопографии и фотограмметрии. Русско-английский словарь терминов по фототопографии и фотограмметрии. – М: ООО Издательство «Проспект», 2014. – 294 с.
4. Карпова, О.М. Английская лексикография: учеб. пособие / О.М.Карпова. – М.: Академия, 2010. – 176 с.

5. Ковалева, М. С. Особенности состава и организации мегаструктуры английского антропонимического словаря / М. С. Ковалева // *Фундаментальные исследования*. – 2014. – № 12-2. – С. 425-428.
6. Попова, Л. В. Анализ глоссариев когнитивной лингвистики / Л. В. Попова // *Вестник Иркутского государственного лингвистического университета*. – 2012. – Т. 2, № 19. – С. 59-65.
7. Смыслова, Е.В. Translation and classification of geodetic terms for their effective memorization and professional use / Е.В. Смыслова, В.А. Пухова, А.Р. Салахутдинова // *Иностранные языки в современном мире: Сборник материалов XII Международной научно-практической конференции, Казань, 06–07 июня 2019 года*. – Казань: Казанский (Приволжский) федеральный университет, 2019. – Р. 294-297.
8. Ступин, Л.П. *Английская лексикография* / Л. П. Ступин. – М.: Высшая школа, 1985. – 168 с.
9. Хайме, Н.М. Русско-английский и англо-русский словарь терминов, используемых при инженерных изысканиях для строительства: сайт. – Москва, 2016. – URL: <https://www.geokniga> (дата обращения: 15.04.2023).
10. Хисамиева, А.А. Метафоризация геолого-геодезических терминов / А. А. Хисамиева // *Наука, образование, инновации: актуальные вопросы и современные аспекты: Материалы Всероссийской научно-практической конференции, Бугульма, 27 ноября 2020 года* / Под общей редакцией Г.М. Рахимовой. – Бугульма: Общество с ограниченной ответственностью "КОНВЕРТ", 2020. – С. 557-560.
11. Sigacheva, N. A. Problems of translation of English scientific texts in the sphere of geodesy / N. A. Sigacheva, T. V. Marsheva // *Kazan Linguistic Journal*. – 2018. – Vol. 1, №. 4. – Р. 143-153.
12. Zhaxylikova, K. About formation of geodesic terms by abbreviations / K. Zhaxylikova, A. Uderbaev // *Tiltanym*. – 2020. –№. 2 (78). – Р. 35-41.

УДК 81-25

ЯЗЫКОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ ЭМОЦИОНАЛЬНОЙ ОТКРЫТОСТИ РУССКИХ И ЭМОЦИОНАЛЬНОЙ СДЕРЖАННОСТИ АНГЛИЧАН

Д.А. Большедворская, А.Б. Дзюба

Иркутский национальный исследовательский технический университет

Работа посвящена исследованию эмоциональной открытости русских и эмоциональной сдержанности англичан в языковом аспекте. Рассматриваются некоторые фразеологизмы русской и английской языковых картин

мира. Интерпретируются русские и английские лексические единицы с уменьшительно-ласкательными суффиксами.

Ключевые слова: эмоциональная открытость, эмоциональная сдержанность, консенсуальная область, коммуникация, суффиксация.

LINGUISTIC FEATURES OF EMOTIONAL OPENNESS OF RUSSIANS AND EMOTIONAL RESTRAINT OF ENGLISHMEN

D. Bolshedvorskaya, A. Dzyuba

Irkutsk National Research Technical University

The work is devoted to the study of the emotional openness of Russians and the emotional restraint of the Englishmen in the linguistic aspect. Some phraseological units of the Russian and English language world view are considered. Russian and English lexical units with diminutive suffixes are interpreted.

Key words: *emotional openness, emotional restraint, consensual domain, communication, suffixation.*

Эмоции пронизывают всю нашу жизнь и являются неотъемлемой составляющей. С помощью эмоций мы выражаем свое отношение к окружающему миру, к событиям, к другим людям и к самому себе. При этом характер эмоций и эмоциональное поведение определяются не только психологическими, но и социально-культурными факторами. Значение и проявление эмоций зависит от народа и влияет на язык и речь. Несмотря на схожесть, эмоции имеют культурные особенности, что наталкивает на их изучение в межнациональном аспекте.

Целью данной статьи является выявление отличительных языковых особенностей русских и англичан при восприятии эмоционально окрашенных событий.

Материалом исследования послужили примеры из научной литературы (Михаил Любимов «Гуляния с Чеширским Котом»), русские и английские фразеологизмы, лексические единицы с суффиксальным словообразованием.

В работе используются общенаучные методы исследования (сравнение, наблюдение и самонаблюдение) и лингвистические методы (контекстный и интерпретативный анализ).

Если рассуждать о коммуникативных эмоциональных проявлениях русских и англичан, следует обратить внимание на следующий фактор. Как известно русские более эмоционально открыты, чем англичане. Эмоциональная сдержанность англичан не позволяет им эмоционально реагировать на одно и то же событие подобно русским. Так, например, если англичанин

услышит о страшном землетрясении, он, как правило, не станет реагировать эмоционально ни вербально, ни поведением. От англичанина следует ожидать, что он скажет: «*Is this really so? It's an unpleasant story, isn't it? / Неужели это действительно так? Неприятная история, правда?*» Также в очень редких случаях англичанин будет настолько прямым, что бросит в лицо подобную фразу «*You're lying! / Вы лжете!*», он скорее скажет: «*Your information is not entirely accurate, sir! / Ваша информация не совсем точна, сэр!*» [4].

Для успешного коммуникативного взаимодействия очень важно быть подготовленным, учитывая культурные особенности собеседников. Даже для того, чтобы начало непринужденной беседы («small talk») прошло на ожидаемом уровне, необходимо:

- 1) знать, какие вопросы следует обсуждать;
- 2) предугадать реакцию собеседника;
- 3) быть готовым правильно воспринимать эту реакцию.

Таким образом, чтобы лучше понимать друг друга, коммуникантам необходимо разделять консенсуальную область, которая обусловлена как языковым, так и неязыковым опытом [3].

Самым распространённым примером проявления различных эмоций является улыбка. Однако необходимо уметь правильно интерпретировать её. Так, англичане при разговоре часто улыбаются, однако это скорее знак культуры, нежели искреннее расположение. С.Г. Тер-Минасова справедливо определяет улыбку как приветствие незнакомым людям, обеспечение безопасности в незнакомом месте [5]. Улыбка в английской культуре является обязательной составляющей коммуникативного поведения. Подобное конвенциональное поведение в английской культуре находит смысл в фразеологизме: «*A smile opens many doors. / Улыбка открывает многие двери*». Русские же, как правило, не улыбаются без причины. Исторические предпосылки русской культуры (например, годы войны) свидетельствуют о временах борьбы за выживание и тяжелом повседневном труде. Беспечной улыбке в то время было не место, она была, скорее, исключением из правил и была уместной только в самые искренние моменты [5]. Отсюда в русской языковой картине мира и шуточная поговорка: «*Смех без причины – признак дурачины*». Таким образом можно сделать вывод, что улыбка для англичан – это вежливость, а для русских – это открытая эмоция только в кругу знакомых.

Проявление эмоций в русской культуре можно наблюдать на словообразовательном языковом уровне (суффиксация). Речь идет о многочисленных суффиксах имен существительных и прилагательных, которые придают оттенки как положительных, так и отрицательных чувств. Так, например, суффикс прилагательных *-еньк* в словосочетаниях *слабенькая защита, простенькая задача, хиленький подросток* указывают на негативные смыслы,

раскрывающие пренебрежительно оценочное (насмешливое, презрительное) отношение к объекту высказывания. Суффикс прилагательных *-оньк* во фразах *старенький автобус, плохонький пиджачок, скроменькая зарплата* напротив смягчают негативную оценку субъекта высказывания. В русском языке очень часто используются уменьшительно-ласкательные суффиксы, которые выступают в роли усилителей положительного восприятия объекта высказывания: *миленький котёнок, мягонькая шёрстка* и т.д. [1].

В английском языке уменьшительно-ласкательные суффиксы, придающие стилистически окрашенное значение словам, представлены достаточно бедно и используются намного реже, чем в русском языке. Это в основном существительные, содержащие в своей семантике эмоционально положительные и эмоционально отрицательные оттенки. Так, суффикс *-ling* способствует как положительному, так и отрицательному восприятию существительных. Сравним: 1) существительные с положительным эмоциональным оттенком *catling* (котёнок), *firstling* (первенец); 2) существительные с отрицательным эмоциональным оттенком: *weakling* (слабак), *snakeling* (змеёныш). Суффикс *-let* может выражать презрительное отношение к объекту речи: *kinglet* (царёк), *princelet* (князёк).

А. Вежбицкая в книге «Язык, культура, познание» пишет о том, что выражение чувств у англичан происходит через прилагательные или причастия (*be glad, be sad, be angry*), что является пассивным эмоциональным состоянием, а не активными чувствами. Россияне же используют глаголы, которые подразумевают активную роль эмоций (*радоваться, огорчаться, злиться*). Например, когда человек радуется, у него порождаются какие-то действия, он смеется, он танцует и т.п. [2].

Итак, подведём итоги. Поскольку человек по своей природе – существо эмоциональное, то именно чувства и эмоции определяют наш характер и навыки общения. Эмоциональное поведение проявляется у всех по-разному, поскольку во многом зависит от социально-культурных предпосылок. Чтобы коммуникация была успешной, необходимо знать культурные особенности собеседника и быть готовым к их восприятию.

Проанализировав языковые особенности эмоциональной открытости русских и эмоциональной сдержанности англичан, можно сделать следующие выводы:

1) русские очень часто для выражения своего эмоционального состояния используют восклицательные синтаксические конструкции и экспрессивно окрашенную лексику, что указывает на эмоциональную открытость;

2) эмоциональная сдержанность англичан проявляется в использовании умеренной интонации синтаксических конструкций и менее экспрессивной эмоциональной реакции.

Библиографический список

1. Как Pishem.ru: Образовательный сайт: сайт. – Москва, 2023. – URL: <https://kakpishem.ru/chasti-rechi/prilagatelnoe/pravopisanie-prilagatelnyh-s-suffiksami-enk-onk.html> (дата обращения: 18.04.2023).
2. Вежбицкая, А. Язык. Культура. Познание / А. Вежбицкая. – М.: Русские словари, 1996. – 416 с.
3. Кравченко, А.В. Когнитивный горизонт языкознания / А.В. Кравченко. – Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2008. – 320 с.
4. Любимов, М. Гуляния с Чеширским Котом Михельсона: сайт. – Москва, 2004. – URL: <https://libcat.ru/knigi/nauka-i-obrazovanie/prochaya-nauchnaya-literatura/226179-mihail-lyubimov-gulyaniya-s-cheshirskim-kotom.html> (дата обращения: 15.04.2023).
5. Тер-Минасова, С.Г. Язык и межкультурная коммуникация / С.Г. Тер-Минасова. – Москва: Слово / Slovo, 2000. – 146 с.

УДК 81.282.3

ЯЗЫКОВАЯ ИГРА В ЗАГОЛОВКАХ НЕМЕЦКОГО СТУДЕНЧЕСКОГО ИНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛА FURIOS

О.Д. Борисова, Г.А. Агеева

Иркутский национальный исследовательский технический университет

В статье выявляются средства реализации языковой игры в заголовках немецкого студенческого интернет-журнала FURIOS в целях привлечения внимания читателей. Анализируются заголовки, реализующиеся прецедентными текстами и их трансформацией.

Ключевые слова: студенческий интернет-журнал; целевая аудитория; языковая игра; прецедентные тексты

THE LANGUAGE PLAY IN THE HEADLINES OF THE GERMAN STUDENT ONLINE MAGAZINE FURIOS

O. Borissova, G. Ageeva

Irkutsk National Research Technical University

The article reveals the means of implementing the language play in the headlines of the German student online magazine FURIOS which attract the interest of readers. Some headlines represented by precedent texts and their transformation are analyzed.

Key words: German student online magazine; target audience; the language play; precedent texts

Языковая игра имеет весьма длительную историю изучения – игра слов, «забавные словесные обороты» как средства шутки или «обмана» слушателя упоминается в «Риторике» Аристотеля [8]. Языковая игра (нем. Sprachspiel) – термин Л. Витгенштейна, введенный им в научный обиход для описания языка как системы конвенциональных правил, в которых участвует говорящий. Понятие языковой игры подразумевает плюрализм смыслов [1]. В российском языкознании термин стал активно разрабатываться после появления работы Е.А. Земской, М.В. Китайгородской и Н.Н. Розановой [3]. Согласно авторской концепции, языковая игра – «те явления, когда говорящий «играет» с формой речи, когда свободное отношение к форме речи получает эстетическое задание, пусть даже самое скромное. Это может быть и незатейливая шутка, и более или менее удачная острота, и каламбур, и разные виды тропов (сравнения, метафоры, перифразы и т. д.)» [3, С. 175]. В последнее время языковая игра интенсивно изучается в контексте медиатекстов – этому феномену посвящены исследования М.А. Кириленко, Т.П. Курановой, О.Н. Дайбовой, О.В. Пыстиной, Е.О. Бирюковой, А.О. Юсуповой, С.В. Ильясова и других.

Целью данного исследования является выявление и анализ эффективных средств реализации языковой игры (ЯИ) в заголовках немецкого студенческого интернет-журнала FURIOS в целях привлечения внимания молодежной аудитории в условиях сверхинтенсивного информационного потока. FURIOS – это журнал студенческого кампуса Свободного университета Берлина, основанный в 2008 году как независимое средство массовой информации. Авторы материалов – студенты-волонтеры. Следовательно, можно ожидать, что здесь нет «приоритета коммерческого начала перед идеолого-просветительским» (термины Е.А. Зверевой в [2]).

Целевая аудитория журнала – студенты Свободного университета Берлина в возрасте 18-25 лет, что, согласно теории поколений, позволяет отнести их к так называемым «пост-миллениалам». Это поколение немецкой молодежи характеризуется, как правило, сильной потребностью к самоопределению, осмысленности и самореализации. Многие из них стремятся к гармонии, им не чужды альтруизм, готовность к помощи, толерантность, сопереживание, чувство справедливости (принцип равенства), а также цельность (как части общества) (по данным мета-анализа 2021 года в [9]). Поэтому заголовки публикуемых материалов должны быть яркими, максимально интригующими и «цепляющими», чтобы привлечь внимание молодых людей – носителей указанных качеств – к публикуемым сообщениям в условиях сверхинтенсивного информационного потока. В качестве одного из эффективных средств привлечения внимания читателей исследователи признают ЯИ.

Корпус примеров заголовков, полученный методом сплошной направленной выборки из открытого источника информации <https://furios-campus.de/>, демонстрирует, что авторы используют приемы ЯИ, формируемые на всех уровнях языковой системы – фонетическом, лексическом, грамматическом. Особый исследовательский интерес в данном случае вызывает игра с языком и смыслами, реализуемая прецедентными текстами и их трансформацией. Говоря о прецедентных текстах, мы берём за основу определение Г.Г. Слышкина и М.А. Ефремовой: «Под прецедентными текстами мы будем понимать любую характеризующуюся цельностью и связностью последовательность знаковых единиц, обладающую ценностной значимостью для определенной культурной группы. Прецедентным может быть текст любой протяженности: от пословицы или афоризма до эпоса. Прецедентный текст может включать в себя помимо вербального компонента изображение или видеоряд (плакат, комикс, фильм) [7, С. 45].

Ю.Н. Караулов предлагает отнести к числу прецедентных не только словесные тексты, но и названия музыкальных произведений, произведений архитектуры и живописи, исторические события и имена политических лидеров, что увеличивает и количество возможных сфер-источников прецедентности [4]. Таким образом, прецедентными текстами будем считать пословицы, афоризмы, лозунги, литературные цитаты, фразы из фильмов, песен, их названия и т.д. Что касается сферы бытования прецедентных текстов, мы разделяем концепцию В.В. Красных о социумно-прецедентных, национально-прецедентных и универсально-прецедентных текстах [6, С. 174]. Из проанализированных 200 заголовков мы выделили 103, созданные путем использования прецедентных текстов и их трансформации. Однако рамки статьи позволяют рассмотреть лишь единичные примеры.

(1) *Fachidioten aller Studiengänge, vereinigt euch!* Заголовок создан путем трансформации универсально-прецедентного текста – одного из самых известных интернациональных коммунистических лозунгов, высказанного К. Марксом и Ф. Энгельсом в «Манифесте коммунистической партии» «*Proletarier aller Länder, vereinigt Euch!*» Компонент лозунга «*Proletarier aller Länder*» автор заменил на «*Fachidioten aller Studiengänge*». Согласно Электронному словарю немецкого языка (DWDS), лексема «*Fachidiot*» с пометой «*abwertend*» означает «*Person, die sich nur für das Fachgebiet interessiert, in dem sie arbeitet oder forscht, und sonst nur wenige oder gar keine anderen Interessen und Fähigkeiten hat*»². В статье критикуются подходы к образованию в Свободном университете Берлина на основе Болонской системы. Заголовок вызывает ироничную улыбку, усмешку и недоумение, с одной стороны, и свидетельствует о высоком уровне информированности и начитанности автора, с другой.

² www.dwds.de/wb/Fachidiot

В заголовке (2) «Mensa: Da rollt der Rubel» мы наблюдаем комбинацию аллитерации – повторение согласного R – и известного немецкому социуму разговорного фразеологизма «Der Rubel rollt». Словарь идиом³ определяет значение фразеологизма следующим образом: «es wird viel Geld verdient und wieder ausgegeben; die Umsätze sind hoch; die Geschäfte gehen gut». Однако данный фразеологизм не всегда имел приведенное выше значение. Он появился в XIX веке в связи с крупномасштабным взяточничеством в политике [1, С. 112]. Его первое появление зафиксировано в 1833 году в стихотворении «Der Rubel auf Reisen» немецкого поэта Августа фон Платена, в котором автор выступал против «России, сковывающей свободный дух». С середины XIX до начала XX века этот мотив был подхвачен политической публицистикой, и фразеологизм «Der Rubel rollt» стал использоваться, когда речь шла о влиянии, оказываемом посредством денежных пожертвований, особенно из России. В настоящее время фразеологизм не (обязательно) связан с российской валютой, он имеет нейтральный оттенок и означает «продажи высокие; бизнес идет (хорошо)». В статье с таким заголовком критикуются цены в студенческих столовых, несопоставимые со студенческим бюджетом и не соответствующие принципу «отношение цены к качеству» – бизнес идет, но качество еды для студентов оставляет желать лучшего. Будучи оригинальным, имея в составе прецедентное имя «der Rubel», связанный с Россией, заголовок вызовет интерес к публикуемому материалу: молодой читатель непременно захочет осмыслить и отгадать «загадку» о русской валюте в студенческой столовой в столице Германии.

Нами зафиксирована ЯИ, реализуемая трансформацией социумно-прецедентного текста, то есть феноменом, известным любому среднему представителю немецкого социума (3) «Der ASTA der Anderen», который восходит к названию знаменитого немецкого драматического триллера 2006 года «Das Leben der Anderen», речь в котором идет о тотальном контроле культурной жизни Берлина агентами Министерства государственной безопасности ГДР Stasi. В статье речь идет о «фантоме», «призраке» ASTA – Генерального студенческого комитета, призванного, в том числе, представлять мнение студентов по вопросам университетской политики во внешнем мире, но который в реальности не выполняет свои функции и который весьма далек от студентов и их интересов.

Таким образом, проведенный анализ заголовков показал, что одним из эффективных средств привлечения внимания студенческой аудитории в условиях сверхинтенсивного информационного потока является языковая игра. Языковая игра реализуется прецедентными текстами и их трансформацией. Прецедентные тексты, участвующие в реализации ЯИ, относятся к социумно-прецедентным, национально-прецедентным и универсально-прецедентным текстам.

³ www.redensarten-index.de

Библиографический список

1. Витгенштейн, Л. Философские исследования / Л. Витгенштейн // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XVI. Лингвистическая прагматика, 1985. – С. 79–129.
2. Зверева, Е.А. Журналистика эпохи постмодерна: векторы исследования / Е.А. Зверева // Социально-экономические явления и процессы. – 2011. – № 10. – С. 265–272.
3. Земская, Е.А. Русская разговорная речь / Е.А. Земская, М. А. Китайгородская, Н. Н. Розанова. – М., 1983. – С. 175.
4. Караулов, Ю.Н. Русский язык и языковая личность / Ю.Н. Караулов. – Изд-во ЛКИ, 2007. – 264 с.
5. Kargel, A. Münzen erzählen. Tausend Jahre deutsch-slawische Verflechtungen in der Numismatik / A. Kargel. – Bielefeld: Verlag Ernst und Werner Gieseking, 1971. – S. 112.
6. Красных, В. В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? / В.В. Красных. – М.: Гнозис, 2003. – 309 с.
7. Слышкин, Г.Г., Кинотекст (опыт лингвокультурологического анализа) / Г.Г. Слышкин, М.А. Ефремова. М.: Водолей Publishers, 2004. – С. 45.
8. Тахо-Годи, А.А. Аристотель. Риторика / А.А. Тахо-Годи // Античные риторики: сб. текстов. – М.: Изд-во МГУ, 1978. – С. 15–164.
9. Wunderlin, N. Motivationsmodell GenZ – Motivation der Generation Z in der Arbeitswelt / N. Wunderlin. – Lörrach: WME know and learn, 2021. – 187 S.

УДК-66.012.39

ХИМИЧЕСКОЕ МАШИНОСТРОЕНИЕ И ИНЖЕНЕРНАЯ ЭКОЛОГИЯ

В.Е. Васина, В.В. Кожухова

Московский политехнический университет

Работа посвящена исследованию колонной аппаратуры для процессов подготовки контактирования и разделения жидкостных и газожидкостных систем на предприятиях химической и нефтехимической промышленности. Тенденция в области химии и нефтехимии развивается таким образом, что предприятия в этой области стремятся увеличить производственные мощности и эффективность в целом. Учитывая тот факт, что основные процессы, связанные с конечным продуктом завода, протекают в колонном оборудовании, их совершенствование существенно повлияет на эффективность работы предприятия.

Ключевые слова: массообмен, колпачковые насадки, брызгоунос, скорость газовой фазы, относительная влажность.

CHEMICAL ENGINEERING AND ENVIRONMENTAL PROTECTION

V. Vasina, V. Kozhukhova
Moscow Polytechnic University

The work is devoted to the study of column equipment for the processes of preparation of contacting and separation of liquid and gas-liquid systems at enterprises of the chemical and petrochemical industry. The trend in the field of chemistry and petrochemistry is developing in such a way that enterprises in this area are striving to increase production capacity and efficiency in general. Considering the fact that the main processes related to the final product of the plant take place in the column equipment, their improvement will significantly affect the efficiency of the enterprise.

Key words: mass transfer, cap plates, drop catcher, the speed of the gas phase, relative humidity

The scientific and technical discipline that defines the ways and means of achieving an environmentally reasonable compromise between man and nature is engineering ecology.

Engineering ecology is an applied discipline, which is a system of scientifically based engineering and technical measures aimed at preserving the quality of the environment in conditions of growing industrial production. Engineering ecology emerged at the junction of technical, natural and social sciences.

In Russian literature "engineering ecology" is often used as "applied ecology", "industrial ecology", "life safety", "environmental protection". The goal of the paper is to study the operation of laboratory column equipment using a corrugated contact device. According to the goal the following tasks were defined. Firstly, to analyze the operation of existing mass exchange columns using a standard contact device. Secondly, to develop a contact device made of corrugated elements. Finally, to analyze the experimental data obtained.

The main type of equipment at the enterprises of the chemical and petrochemical industry is column equipment for the processes of preparation of contacting and separation of liquid and gas-liquid systems.

In the oil refining industry, the most widespread are poppet column apparatuses on which the mass transfer process takes place directly, except for a slight mass transfer in the free volume of the column.

The trend in the field of chemistry and petrochemistry is developing in such a way that enterprises in this area are striving to increase production capacity and

efficiency in general. Considering the fact that the main processes related to the final product of the plant take place in the column equipment, their improvement will significantly affect the efficiency of the enterprise.

For existing production facilities, increasing the efficiency of mass transfer processes can be carried out mainly by optimizing the operating parameters (pressure, temperature, concentration and phase flow rates), using other separating agents, as well as process schemes. In addition, the effect is influenced by the size of mass transfer devices. It is usually assumed that in order to reduce the size of the column, it is necessary to reduce the inter-track distance.

As is known, an increase in the flow rate of gas and liquid moving in a countercurrent mode occurs at a time when the separate flow movement becomes impossible.

With a further increase in gas consumption, the droplets begin to be intensively carried away to a higher plate. Such excessive entrainment is a non-working mode, since the efficiency of mass transfer is sharply reduced at the same time. Figure 1 shows the range of stable operation of the dish (shaded), limited from below by the uneven operation of the plate, and from above – excessive liquid entrainment. The fluid load is expressed in terms of the intensity of the fluid flow L/b (the abscissa axis), and the gas load is through the gas velocity in the full section of the column w_k or through the gas load factor $F = w_k * \sqrt{\rho_G}$ (1), ρ_G – gas density.

At high liquid loads, the range of stable operation of the plate may be limited to the choking area. This phenomenon consists in the fact that the normal operation of the drain device is disrupted. The operation of real industrial absorption distillation columns is carried out under conditions of a constant ratio of gas (steam) and liquid flows, i.e. at $L/G = \text{const}$, therefore, the load on the gas, then the load on the liquid increases.

Two trajectories of load changes are depicted. At specific load $L/G = \lambda_1$, the stable operation of the dish will be limited A_1B_1 , which will correspond to the gas velocity w_{kmax} и w_{kmin} .

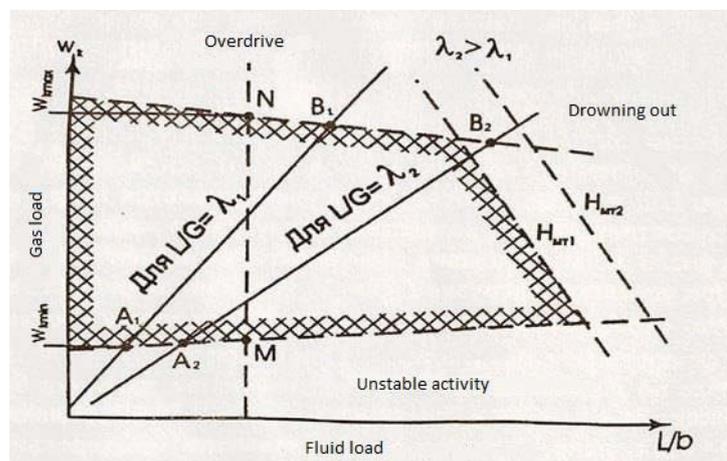


figure 1 - The range of stable operation of the plate

The maximum permissible gas velocity in the full section of the column, taking into account entrainment, is found by the formula:

$$w_{kmax} = C \sqrt{\frac{\rho_L - \rho_G}{\rho_G}} \quad (1)$$

C – an empirical coefficient depending on h_{Π} and H_{MT} , a ρ_L , ρ_G – the density of the liquid and gas, respectively.

The working speed is assumed to be equal to 0,7-0,8 from ω_{kmax} .

The minimum allowable speed ω_{kmin} is determined by empirical formulas.

Analysis

An experiment was carried out on a mass transfer column figure. 1 on the liquid-gas system.

The main apparatus of the installation figure.2— cylindrical column 1, made of glass cylinders with an inner diameter of 200 mm and two cap plates 2. A drop catcher 3 is installed in the upper part of the column. Water is supplied to the column through an ultrasonic meter 4 with a pulse output (300 pulses / l). Air is supplied to the device from below. A diaphragm 5 is installed on the air supply pipeline. The installation is equipped with sensors and secondary devices for measuring the parameters of the media involved in the heat and mass transfer process on the column plates.

The idea of the experiment is to study the operation of the column at an increased flow rate of the gas phase using a spray trap Figure 3 installed between the contact devices.

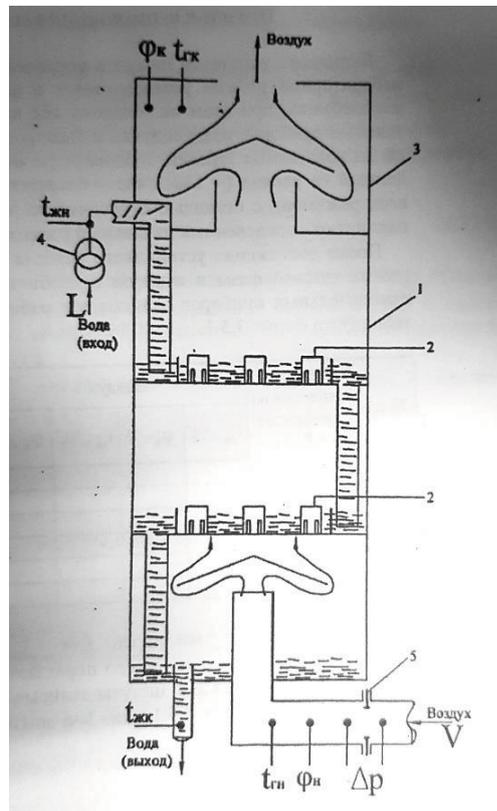


Figure 2 – Diagram of the laboratory installation

The idea of the experiment is to study the operation of the column at an increased flow rate of the gas phase, as well as the study of the operation of the spray trap

The splash trap is a package of cascadingly fixed corrugated plates and installed between contact devices

As is known, the operation of a bell-shaped column of the cap type is limited by the speed of the gas phase. It is assumed that the use of a spray trap will increase gas consumption, thereby reducing the metal consumption of the column by reducing the number of contact devices.

By analyzing the air parameters (relative humidity) at the outlet of the column, it is possible to evaluate the efficiency of the spray catcher. The results of the experiments are presented in Table 1.

Table 1 – experimental data

N1		N2	
air flow $G_1, \text{кг/ч}$	Relative humidity at the outlet $\varphi_1, \%$	air flow $G_2, \text{кг/ч}$	Relative humidity at the outlet $\varphi_2, \%$
40,1	90,6	52.1	90,1
55,5	87,5	72.1	90,3
70,8	87,9	92.1	90,8
86,0	88,2	111.8	91,1
100,8	88,2	131.1	91,2
114,6	88,0	149.2	91,2

N1 – investigation of the operation of a standard column

N2 – investigation of the operation of a column with increased gas consumption and a spray trap

Figure 4 graphically shows the results of the experiment, as can be seen from the data obtained, the use of a spray trap allowed to maintain the quality of the column operation with an increased gas consumption by 30%.

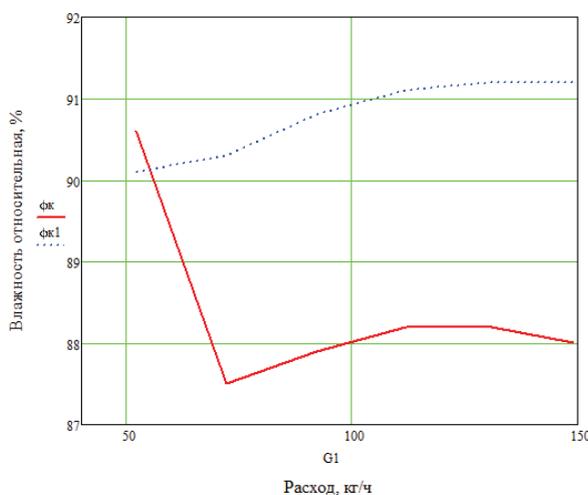


Figure 3 – function graph $\varphi_{к1} = f(G_1)$, $\varphi_{к} = f(G_1)$

It can be seen from the above graph that the use of a corrugated spray trap with an increase in gas consumption by 30% allows you to maintain the required quality for the liquid phase, without carrying it to a higher plate. The intensity of the splashdown depends on the density of the splashdown and is empirical. Visual observations, in these conditions of the spray trap, when the liquid drains from the horizontal shelf, thin jets are formed, which are sprayed by descending gas sweat with the formation of many splashes. This phenomenon explains the increase in relative humidity by 2%.

Thus, the use of a spray trap made of corrugated plates allowed to preserve the quality of mass transfer with a simple design at the same time.

Further studies of the operation of the insert should be investigated in different environments, and under different load conditions. It can be assumed that the corrugated insert will be competitive along with other catchers, and its further application in industry is possible.

The cause of environmental pollution is emissions of harmful substances from mobile sources and stationary facilities, including livestock, processing and maintenance enterprises.

All this requires constant monitoring of environmentally unfavorable processes taking place in the industrial complex, the need to develop measures to ensure the environmental safety of the functioning of facilities

Industrial complex, the formation of an ecological worldview and the education of a specialist capable to implement the requirements of modern industrial production, taking into account environmental measures.

References

1. Борисов, Г.С. Основные процессы и аппараты химической технологии: учебник / Г.С. Борисов, В.П. Брыков, Ю.И. Дытнерский. – 2-е издание, переработанное и дополненное. – М.: Химия, 1991. – 496 с.
2. Рамм, В.М. Абсорбция газов: учебник / В.М. Рамм. – 2-е издание, переработанное и дополненное. – М.: Химия, 1976. – 656 с.
3. Дмитриева, Г.Б. Сравнение тарельчатых и насадочных контактных устройств колонных аппаратов / Г.Б. Дмитриева, М.Г. Беренгартен, А.М. Каган, А.С. Пушнов, А.Г. Климов // Химическое и нефтегазовое машиностроение: сборник статей / Ответственный редактор А.В. Лыкова. – 2000. – № 1. – С. 336-340.

УДК 81-26.347.78.034

ОСОБЕННОСТИ ПИСЬМЕННОГО ПЕРЕВОДА АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ

Е.В. Викторенко, О.Н. Махмудова
МАОУ Лицей ИГУ г. Иркутска

Данная статья посвящена исследованию специфики профессионально-ориентированного перевода с учетом лексических особенностей экономических текстов разных жанров. Объектом изучения послужил материал, который относится также к области деловой коммуникации. Рассматриваются различные характеристики профессионально-ориентированного текста, а также трудности, с которыми могут столкнуться переводчики в процессе перевода экономических текстов.

Ключевые слова: *перевод, экономические тексты, английская терминология, контракт, инвойс, пресс-релиз, финансовый отчет, бизнес письмо, экономические статьи*

PECULIARITIES OF WRITTEN TRANSLATION OF ENGLISH ECONOMIC TEXTS

E. Viktorenko, O. Mukhmudova
Lyceum of Irkutsk State University

The article is devoted to the study of the specificity of professionally oriented translation with regard to lexical features of economic texts of different genres. The purpose of scientific research is to reveal peculiarities of economic texts for translation. The object of the study is the material, which refers to the field of business communication. Different characteristics of professionally-oriented texts and difficulties, which translators face, are considered in the course of research.

Key words: *translation; economic text; English terms; agreement; invoice; press-release; income statement; business-letter; economic article.*

One of the most urgent problems in modern linguistics is the translation of specialized texts of professional orientation, including economic texts of different genres. Demand for specialists in this area may be conditioned by strengthening of international cooperation within the framework of economic activity, and also by the increasing interest to scientific and economic English-language works worldwide. Nowadays interpreters at enterprises have to deal with texts of different types and genres taking into consideration peculiarities of economic texts in

the course of professionally-oriented translation to transfer the source material adequately.

Economic text combines properties inherent in texts of any orientation (completeness, consistency, connectivity, stylistic integrity), and also such features of professionally-oriented text as terminological saturation and heterogeneity in stylistic and genre affiliation.

Notably, scientists consider the text from discursive positions [2, 3]. Discourse is defined as a communicative activity, a process, which results into the text. It is believed that analysis from discursive positions is an indispensable condition for the implementation of high-quality written translation by a translator. It helps to achieve the high equivalence level of the translated text to the original one. Sequence of information presented directly depends on age, social affiliation, pragmatic attitude, addressee's motivation, in other words, from extra linguistic components. The same parameters determine the means of influence on readers, for instance, arguments, illustrative examples (verbal, graphical), links with other authors or texts (intertextuality), the use of formal or colloquial vocabulary, clichés, and figurative expressions [2].

Analyzing the economic texts, it is necessary to consider the types and genres of economic texts, namely to observe the heterogeneity in stylistic and genre affiliation. The fact is that the terms «type of text» and «genre of text» are especially worth defining. The «type of text» is understood as a universal basic unit of any text in communication, which can be represented by various genres [2], in turn, the «genre of text» is a model, which can be embodied in a specific set of specific speech (texts) [1]. The analysis of the styles identified by M. P. Brandes was regarded as a fundamental source for determination of the types of texts.

From the researcher's point of view, economic texts can be divided into three groups according to the style of speech they are written in and the purposes they are used for: for business, for journalism, and for science. Official-business style, according to the researcher, «makes up the macro-environment in the field of purely official human relationships...» [1, P. 30]. The official-business economic texts include, for example, trade and commercial agreements, commercial correspondence.

Newspaper and publicistic style covers texts which highlight reports on events and phenomena occurring in the field of economics. This type includes newspaper and magazine articles on economic issues. Apart from this, an economic text can be attributed to scientific and technical style, written genres of which are scientific articles, scientific papers, and monographies.

In their practical activities interpreters mostly deal with such genres of economic texts as contract, invoice, press-release, income statements (type: official-business documents), advertising letter, order-letter, business-letter, information letter (type: business letters), newspaper and magazine articles (type: newspaper and publicistic texts).

Regarding such a characteristic feature of economic texts, inherent in all genres, as terminological saturation, we will note that difficulties of translating terms from English into the Russian language are mostly connected with such phenomena as: firstly, the divergence of grammatical forms of terms of the source and translated languages, secondly, the difference in lexical and grammatical structure of the source and translated languages (maintenance – техническое обслуживание, proceeds – денежные поступления, security – ценная бумага), thirdly, the discrepancy in the lexical composition of terms, also the existence of ambiguity and variability in translation (to recognize the amount as income – признать сумму как доход, to reflect amounts in financial statements – отразить суммы в финансовой отчетности), and finally the existence of temporary non-equivalent terms⁴ (the translation of temporarily non-equivalent terms may be carried out by selection of a Russian term or a commonly used word or a word combination with a similar meaning, transliteration⁵, through descriptive interpretation).

Difficulties in the divergence of grammatical forms of terms of the source and translated languages may be connected with the change of the case form of a defining noun, the change of the case form of a defining noun with the introduction of a preposition, the change of both the singularity/plurality and the case form of a noun.

A set of examples of changing the form of the nominative case to the form of the genitive case presented illustrates a necessity to change a case form: risk figure – показатель риска, purchase price – цена приобретения, capital market – рынок капитала, tax rate – ставка налога. In addition to the change of the case form in some cases the preposition is used: income tax – налог на прибыль, sales tax – налог с продаж, market position – положение на рынке.

Not only the case form can change, but also the number of the defining noun: order (singular) inflow – поступление заказов (plural), share (singular) issue – эмиссия акций (plural), profit and loss (singular) account – отчет о прибылях и убытках (plural).

The discrepancy in lexical meaning can manifest itself in both defining and non-defining (indirect) components. For instance, utilization of losses – погашение убытков, even though literally – использование убытков (defining); cash in hand – денежные средства в кассе, even though literally – денежные средства в руке (non-defining).

⁴ Temporarily non-equivalent terms – terms, non-equivalence of which is conditioned by uneven spread of scientific achievements reacting into the situation when some innovations, present in the practical experience of native speakers of the source language, remain unknown for speakers of the translated language; however, after some time this inequality is neutralized, and the required term (usually due to transliteration) appears in the translated language [5].

⁵ Transliteration – interpretation of a foreign word using the letters of the Russian alphabet.

However, economic texts contain not only economic terms, but also scientific (technical)⁶ and commonly used words. The translation of the technical words can be considered on the example of: to draw current – потреблять ток, to call up data from memory – вызывать данные из памяти, to retrieve memory – выбирать, отыскивать данные.

There is an extensive group of words and terms, named «fake friends of interpreter»⁷, the translation of which may distort the general meaning of the text. For example, contribution – технологический, data – данные, decade – десятичный, instance – экземпляр, simulation – моделирование.

The results of the study allow us to conclude that the quality of professionally-oriented translation of English-language texts is affected by a certain number of various factors, connected with not only both language and cultural peculiarities, but also with characteristics of economic texts themselves, which should be taken into consideration in the course of written translation.

For more complete and comprehensive research of peculiarities of English-language economic texts, we assume that the most promising is further study of their stylistic and grammatical specifics as well as the definition of extra linguistic features of these texts as the components of the professionally-oriented discourse. In this regard genre classification deserves special attention because it would be useful to outline how relevant a block of problems, common to economic texts, is for certain genres. This would make possible to rank genres by complexity for translation, which would simplify creation of special skills programmes for training specialists who translate professionally-oriented texts.

References

1. Brandes, M.P. Pretranslation analysis of text (for universities and faculties of Foreign Languages): study manual / M.P. Brandes, V.I. Provotorov. – Kursk: ROSI, 2001. – 224 p.
2. Drozdova, T.V. Scientific text and problems of its (based on the material of English-language economic texts): diss. ... Candidate of Philological Sciences: 10.02.19, 10.02.04 / T.V. Drozdova. – M., 2003. – 46 p.
3. Karasik, V.I. Language circle: personality, concepts, discourse / V.I. Karasik. – Volgograd: Peremena, 2002. – 477 p.

⁶ Scientific (technical) words, unlike terms, do not designate concepts and objects of a certain field of science and at the same time are different from commonly used vocabulary as they serve only scientific purposes and together with terms determine the specificity of the scientific and technological style.

⁷ This category means words, which are spelt and pronounced similarly, but have different meanings.

4. Kondrashova, N.V. Teaching translation to senior students of the Faculty of Fine Arts of a pedagogical university (based on the material in German language): diss. ... Candidate of Pedagogical Sciences: 13.00.02 / N.V. Kondrashova. – Saint Petersburg, 2002. – 19 p.
5. Nelubin, L.L. Interpreter's thesaurus / L.L. Nelubin. – M.: Flinta: Science, 2003. – 320 p.
6. Shubert, K. International special communication: practice and theory in the course of change / K. Shubert. – Vestnik VSU. Linguistics and intercultural communication series. – 2002. – № 2. – P. 71-88.
7. Zaikova, I.V. Principles of selection of economic texts for teaching special translation / Vestnik BSU, 2009. – № 15. – P. 167-172.

УДК 721

РОЛЬ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ В СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

В.В. Вингурская, В.В. Кожухова

Московский политехнический университет

В статье раскрывается роль фирменного стиля в связях с общественностью и анализируются средства фирменного стиля. Чтобы определить роль фирменного стиля, был изучен отечественный опыт формирования фирменного стиля. В результате фирменный стиль позволяет создать имидж компании и помогает увеличить количество потребителей.

Ключевые слова: фирменный стиль, связи с общественностью, айдентика, логотип, корпоративные.

THE ROLE OF CORPORATE IDENTITY IN PUBLIC RELATIONS

V.Vingurskaya, V.Kozhukhova

Moscow Polytechnic University

The article reveals the role of corporate identity in public relations and analyzes the means of corporate identity. To determine the role of corporate identity, the domestic experience in the formation of corporate identity was studied. As a result, corporate identity allows to create an image of the company and helps to increase the number of consumers.

Key words: corporate identity, public relations, identity, logo, corporate colors, corporate font, trademark.

Modern society requires a continuous growth of offers on the market, in connection with which there is a rapid increase in the number of companies.

Due to the oversaturation of the market, when advertising and marketing communications have a great influence on the consumer, corporate identity can play a key role in the positive image of the company. Corporate identity is of great importance for any company.

When studying the discipline “Fundamentals of Public Relations”, we come across the concept of “corporate style”.

To understand the term, it is necessary to systematize the data obtained in the study of this discipline.

In this regard, we decided to analyze and systematize materials on corporate identity and its role in the field of public relations.

The object of the study is the role of corporate identity in the field of public relations.

The subject of the research is corporate identity as a public relations tool.

The tasks of the work were:

1. Analyze the concept of corporate identity.
2. To study the theoretical aspects of corporate identity;
3. Designate the role of corporate identity in the field of public relations.

The purpose of the scientific article is to study the role of corporate identity in public relations.

Corporate identity defines the initial attitude of consumers to the company and its products. It follows from this that corporate identity acts as a clue that this product or service is useful and important to the consumer.

The concept of "corporate style" is given many definitions. The modern advertising theorist A. Dobrobabenko gives the following concept: “Corporate identity is a set of color, graphic, verbal, typographic, design constant elements (constants) that ensure the visual and semantic unity of goods (services), all information coming from the company, its internal and external decoration" [4, P. 13].

An outstanding advertising figure David Ogilvy understood the following under the concept of corporate identity: Corporate (corporate) style is the “style foundation” of a modern company. This is a set and a successful combination of constituent graphic objects and font solutions that allow creating a recognizable image in the eyes of the consumer [7, P. 544].

Based on the previously given definitions, we can conclude: Corporate identity is a system of graphic and text elements that are used by a company in its visual image. It is one of the important elements of branding and helps to create recognition.

Corporate identity consists of several components, such as a logo, colors, typography, graphic elements, and more. All these elements must be coordinated with each other and consistent with the philosophy and values of the company.

Identity (corporate style) helps the company to create a unified and recognizable style in all its communications with the public. This can be especially important when creating press materials, organizing events or running social media campaigns.

In addition, corporate identity can serve as a tool to convey the company's key messages and values. For example, using certain colors or images can help a company associate with certain ideas or values that it wants to convey to its audience.

One of the key components of corporate style is the logo. A logo is a graphic image, symbol, or mark that represents a company, brand, product, or service. The logo is a visual element of branding and serves to identify and distinguish the company from others in the market. A good logo should be memorable, simple and unique [1, P. 8].

The color scheme is also of great importance. It must be harmonious and consistent with the purpose of the product or service that the company offers [5, P. 18].

Typography is also important for branding. It should be clear, easy to read and in line with the nature of the company. Graphic elements such as photographs, illustrations, lines, shapes, etc. can be used to create unique designs and add originality to a company's visual identity.

Corporate identity must be consistent with all materials used by the company, including websites, advertising brochures, product packaging, business cards, etc. This helps create a unified and recognizable image of the company [6, P. 8].

However, corporate identity should not be static. It may change in accordance with a change in the target audience, technological changes or a change in the company's philosophy. In any case, the changes must be agreed upon and gradually implemented in all materials of the company [3, P. 16].

Advertising symbol of the company – a character or image acting on behalf of the company in advertising and PR events.

Let us consider an example of a corporate identity for a company in our project. In connection with the rebranding of Mosgortrans, we created a brand book, the rebranding touched on the logo. For a more effective rebranding, we conducted a survey of respondents and most of them voted for a simplified look of the logo. Now a mark on the map is used as a key graphic element of the logo, that symbolizes a fast and comfortable trip.

White and blue were used as corporate colors of Mosgortrans State Unitary Enterprise, because these shades in the psychology of color reflect safety and comfort. For a transport company, the feeling of security is one of the most important. Other transport and airline companies often use these colors, for example, the Aeroflot logo also uses blue and white, the choice of these shades is just related to color perception.

The font Futura was chosen as the main one for Mosgortrans State Unitary Enterprise. It has a simple, clear and modern look, which is an addition to the sign of GUP "Mosgortrans". The Futura font is easily recognizable and stands out from other fonts and is very readable. Since Futura is the primary typeface, it should be used on all branded surfaces and in all communication materials produced. The creators of the font are Paul Renner, Vladimir Efimov, Alexander Tarbeev. Patterns are an important element of a brand's visual language. Patterns consist of repeating sections based on logo elements and emphasize the unified brand style. These elements of corporate identity will help increase the recognition of the company in the eyes of consumers.

Corporate identity plays a crucial role in public relations, as it is the visual representation of the company. It helps build brand awareness and trust with customers and partners. Corporate identity includes components that help create a unified style and image of the company [2, P. 622].

In public relations, corporate identity is used to create effective communication materials such as press releases, brochures, presentations, and websites [8, P. 496].

It also helps to establish a consistent style for advertising campaigns and marketing materials, which increases brand awareness and strengthens its image. In addition, corporate identity can be used to create social media pages and blogs, which helps improve customer interaction and expand the company's audience. Thus, corporate identity plays an important role in public relations, it helps the company to create a recognizable image and establish trusting relationships with customers and partners.

Библиографический список

1. Цапенко, А. М. Товарный знак в системе брендинга информационных технологий: учебник / А. М. Цапенко, Е. А. Данилина. – Москва: Патент, 2007. – 63 с.
2. Борисов, Б.Л. Технологии рекламы и PR: учебник / Б.Л. Борисов. – Москва: ФАИР-ПРЕСС, 2001. – 700 с.
3. Гермогенова, Л.Ю. Эффективная реклама в России. Практика и рекомендации. Практика бизнеса: учебник / Л.Ю. Гермогенова. – Москва: Гелла-принт, 2002. – 252 с.
4. Добробабенко, Н.С. Фирменный стиль: принципы разработки: учебник/ Н.С. Добробабенко. – Москва: Инфра-М., 1999. – 278 с.
5. Кузнецов, И.Г. Фирменный стиль компании: учебник / И.Г. Кузнецов. – Москва: ДоминионМ, 2009. – 180 с.
6. Лесняк, В.А. Графический Дизайн: Основы профессии: учебник / В.А. Лесняк. – Москва: Юпитер-Импэкс, 2011. – 416с.
7. Ромат, Е.В. Реклама: учебник / Е.В. Ромат. – СПб: Питер, 2009. – 544 с.

8. Чумиков, А.Н. Связи с общественностью: теория и практика: учебник / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. – Москва: Дело, 2003. – 548 с.

УДК 81'373.43

ЗАИМСТВОВАНИЯ ИГРОВОГО СЛЕНГА АНГЛИЙСКИМ ЯЗЫКОМ ИЗ НЕМЕЦКОГО, РУССКОГО И ИНДИЙСКОГО ЯЗЫКОВ

И. А. Галич, И.А. Савватеева

Иркутский национальный исследовательский технический университет

Статья посвящена исследованию процесса заимствования иностранной геймерской лексики английским языком и выявлению благоприятствующих данному процессу факторов. Объектом изучения послужил игровой сленг видео игр War Thunder, World of Tanks, PUBG Mobile, происходящий из немецкого, русского и индийского языков.

Ключевые слова: заимствование; игровая компьютерная лексика; сленг; английский язык; компьютерная игра.

BORROWING GAMING SLANG FROM GERMAN, RUSSIAN, AND INDIAN BY ENGLISH LANGUAGE

I. Galich, I. Savvateeva

Irkutsk National Research Technical University

The article is devoted to the study of the process of borrowing foreign gamer vocabulary by English and identification of factors conducive to this process. The object of the study is gaming slang of video games War Thunder, World of Tanks, PUBG Mobile, originating from German, Russian and Indian languages.

Key words: borrowing, computer game vocabulary, slang, English language, computer game.

Актуальность и новизна исследования объясняется массовым распространением игровой индустрии в мире, которая влияет и видоизменяет языки различных стран и национальностей.

Проблематика исследования связана с постоянным переходом лексических единиц между языками вследствие активного развития игровой индустрии и коммуникации игроков по всему миру.

Цель статьи – выявить заимствования английским языком иноязычной игровой лексики и определить влияющие на это факторы на примере компьютерных игр *War Thunder*, *World of Tanks*, *PUBG Mobile*.

В настоящее время виртуальный мир прочно вошел в нашу жизнь, а компьютерные игры стали его неотъемлемой частью. Игровая суть этой индустрии очевидна: игры имеют возможность перенести человека в мир фантазий, где он чувствует свободу действий. Человек вовлекается в совместную деятельность, перестаёт быть пассивным наблюдателем и активно влияет на текущие события [1]. Так, появился киберспорт, игровые студии и огромные корпорации, специализирующихся на играх [2]. Игровая индустрия приобрела массовый характер и получила большое распространение во всем мире.

Компьютерные игры объединяют в своем игровом процессе людей из разных стран и разных национальностей. Масштабное влияние игр на мировом уровне оказывает влияние и на язык каждого народа в отдельности – образуется совершенно новый мобильный пласт лексики – игровой сленг.

Игровой сленг обеспечивает наиболее продуктивное общение в игре, позволяет игрокам быстро реагировать на изменение ситуации в пределах игрового поля, что влияет на специфику игрового сленга: краткость, емкость и эмоциональность. Краткость и емкость помогают передать большое количество информации одним словом, а эмоциональность освобождает игрока от использования некорректных слов, скрывая их за игровым сленгом [3, С. 634].

Следует отметить, что игровая лексика формируется не только на основе родного языка игроков. Наиболее распространенным языком в игровой среде является английский язык. Английский язык, будучи международным, уже много лет является донором заимствований в различных областях жизни для множества языков. Значительное число компьютерных игр имеют англоязычный интерфейс: заставка игры, кнопки функций, задания, диалоги персонажей печатаются и произносятся на английском языке [4].

Таким образом, интерес вызывает вопрос, могут ли другие языки в такой же мере оказывать влияние на игровой сленг английского языка и какие факторы этому способствуют.

Рассмотрим заимствование иностранной лексики английским языком на примере следующих компьютерных игр: *War Thunder*, *World of Tanks*, *PUBG Mobile*, см таблицу 1.

Таблица 1

Game slang of War Thunder, World of Tanks, PUBG Mobile

Term	Part of speech	Country	Game	Definition
Panzer	noun	Germany	World of Tanks	Short for Panzerkampfwagen. German: "armored combat vehicle"
Kruppstahl	noun	Germany	War Thunder	A German equivalent to Stalinium

Railgun	noun	Germany	War Thunder	German low calibre high velocity cannons, likely being used to snipe you across Fulda Gap in a single shot.
Stalinium	noun	Russia	War Thunder	A metal alloy containing a composition of Communite and Cykinium. Likely found on domestically-built Russian tanks as armour which is surprisingly effective.
Germany Suffers	phrase	International	War Thunder	Refers to a joke about some vocal German players, who believe that whenever Germany isn't actively dominating everything, is a bad nation.
Russian Bias	phrase	International	War Thunder	Refers to features of gameplay when a Russian vehicle does something slightly well or is overpowered.
Boom-baam	noun	India	PUBG Mobile	Indian slang term which is used to describe intense firefights
Bum me bam bharde	phrase	India	PUBG Mobile	Slang term that means, "Toss a grenade at the opponent"
Daal daal pura daal	phrase	India	PUBG Mobile	Indian slang term said to a teammate which basically means, "Stuff them with bullets and confirm the kill"
Khopdi tod saale ka	phrase	India	PUBG Mobile	Indian slang term, which is usually said to a sniper teammate to pull off a headshot
Kya bolti public	phrase	India	PUBG Mobile	Indian slang term usually said by casters to engage with an audience which loosely translates to, "Come on, make some noise"
Patt se headshot	phrase	India	PUBG Mobile	Indian slang term used as a catchphrase by Dynamo Gaming when he manages a headshot
Tapa-tap	noun	India	PUBG Mobile	Indian slang term which means "headshot"

Всего было найдено 13 слов: из них 3 были заимствованы из немецкого языка, 1 – из русского, 7 – из индийского, 2 произошли из английского языка, но при этом отсылают к культуре Германии и России.

Среди слов 1 принадлежит сленгу игры World of Tanks, 5 – War Thunder, 7 – PUBG Mobile.

«*War Thunder*» – многопользовательская онлайн-игра, разработанная русской студией *Gaijin Entertainment*. Суть игры заключается в управлении полноценной боевой единицей (танком, самолетом, вертолетом или кораблем). При этом игроки управляют известной техникой, созданной в 10 странах мира: СССР, США, Германии, а также Швеции и Израиля, редко встречающихся в играх. В своей тематике онлайн-игра *World of Tanks*, разработанная белорусской студией *Wargaming*, очень похожа на *War Thunder*, единственное отличие заключается в возможности управлять только танковыми боевыми машинами.

В World of Tanks собраны танки 11 наций и 5 типов.

Мы видим, что английский заимствует лексику из немецкого и русского языков вследствие насыщенности игры объектами (техникой) как минимум двух стран – России и Германии. Отсюда можно сделать вывод, что фактором внедрения иноязычных слов в игровой сленг английского языка

может послужить культурная составляющая игры, которая неотъемлемо связана с ее сюжетом.

PlayerUnknown's Battlegrounds, чаще называемая **PUBG**, – одна из самых популярных многопользовательских battle royale-игр современности, выпущенная в 2017 году (PUBG Mobile вышла в 2018 году) и разработанная южнокорейской студией **PUBG Corporation**. Во время своего выхода игра вызвала всемирный ажиотаж, и такой пик популярности не обошел стороной и Индию, где он достиг еще более колоссальных оборотов – индийская аудитория стала одной из самых многочисленных, а игроки из Индии ежедневно проводят в игре наибольшее количество часов [8]. Такую популярность игры в Индии могут объяснить следующие причины:

- Индия – преимущественно мобильная страна, где 97% пользователей используют Android [8].
- PUBG Mobile вышла на Android раньше Fortnite (другой всемирно известной многопользовательской игры жанра battle royale) и также была бесплатной. Это дало игре преимущество «первопроходца» [8].
- PUBG может работать на бюджетных устройствах, если снизить настройки. Это позволяет игре обслуживать большую часть индийского рынка смартфонов, поскольку большинство телефонов, продаваемых в Индии, относятся к низкому или среднему классу [8].
- Быстрый игровой процесс, простота доступа для всех, у кого есть мобильный телефон, и одинаковые условия для всех уровней мастерства [7].

Превосходство в размере и заинтересованность индийской аудитории повлияла на игровой лексикон англоязычных геймеров. По этой причине, в стримах игр, турнирах наблюдается довольно динамичный процесс пополнения англоязычной геймерской лексики неологизмами индийского происхождения.

Обзор игрового сленга, предложенных в исследовании игр показал, что среди факторов, способствующих процессу пополнения игрового сленга английского языка из иностранных языков, присутствуют следующие:

Во - первых, количественные показатели аудитории, говорящей на определенном языке в игровом процессе;

Во - вторых, это культурная составляющая, неотъемлемо связанная с сюжетом игры.

Согласно полученным данным, можно сделать вывод о том, что основным фактором, влияющим на процессы заимствования игрового сленга английским языком, можно считать количественный показатель аудитории определенной нации в игровом процессе. Так, массовая аудитория задает вектор развития игрового сленга не только в пределах определенной страны, но и на международном уровне, и тем самым вносит новшества в состав игрового сленга других языков.

Итак, развитие и распространение компьютерных игр предполагает и развитие интересных и необычных явлений, сопровождающих процессы заимствования игровых неологизмов, когда происходит *не обогащение другого языка за счет английского, а, наоборот, английский язык обогащается иностранной лексикой.*

Библиографический список

1. Исакова, К.К. Компьютерные игры как феномен современной культуры / Исакова К.К. // III Международный конкурс научно-исследовательских и творческих работ учащихся «Старт в науке». – 2017. – URL: <https://school-science.ru/3/8/32266?ysclid=1ff4lplpvq392586556> (дата обращения: 10.03.2023)
2. Мартынов, В. В. Компьютерные игры как неотъемлемая часть культуры современного общества / Мартынов В. В. // Наука и образование on-line: научный портал: сайт. – URL: <https://eee-science.ru/item-work/2022-0514/?ysclid=1ff4sqlpj0278834537> (дата обращения: 17.03.2023)
3. Усманова, П. С. Linguistic features of the formation of the lexicon of computer game players in cyberspace / Усманова П. С. // Молодой ученый. – 2020. – № 22. – URL: <https://moluch.ru/archive/312/71015/?ysclid=ldjmrj2jrf951021055> (дата обращения: 27.02.2023)
4. Серваткин, Д. А. Влияние компьютерных игр на изучение английского языка / Серваткин Д. А. // Юный ученый. – 2018. – № 3 – URL: <https://moluch.ru/young/archive/17/1249/> (дата обращения: 07.03.2023)
5. World of Tanks Blitz Wiki: платформа для поклонников World of Tanks: сайт. – URL: https://wot-blitz.fandom.com/wiki/WoTB_Terms (дата обращения: 19.03.2023)
6. Steam: официальный онлайн-сервис цифрового распространения компьютерных игр и программ: сайт. – URL: <https://steamcommunity.com/sharedfiles/filedetails/?id=823280123> (дата обращения: 10.03.2023)
7. Rane, S. PUBG lingo you won't learn at school / Rane S. // Red bull: официальный сайт. – URL: <https://www.redbull.com/in-en/playerunknownsbattlegrounds-lingo-slang-terms> (дата обращения: 20.01.2023).
8. The rise and fall of PUBG in India // Игровой портал TheGamer: игровой портал: сайт. – URL: <https://www.thegamer.com/pubg-ban-india-tencent/> (дата обращения: 20.01.2023)

YOUGILE КАК ИНСТРУМЕНТ ДИСТАНЦИОННОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ НАД ПРОЕКТАМИ

Л.Д. Гетманцова, В.А. Поздняков, Н.Н. Кувшинова

Иркутский национальный исследовательский технический университет

В работе поднимается вопрос дистанционного обучения студентов, его необходимости и целесообразности. Говорится о дистанционных ресурсах и рассматривается электронная платформа Yougile как инструмент осуществления проектной деятельности дистанционно.

Ключевые слова: дистанционное обучение, Yougile, особенности обучения, самостоятельность студентов, совместная деятельность.

YOUGILE AS A TOOL FOR STUDENTS TO WORK REMOTELY ON PROJECTS

L.Getmantsova, V.Pozdnyakov, N.Kuvshinova

Irkutsk National Research Technical University

The paper is devoted to the issue of distance learning, its necessity and viability. The platform Yougile as a tool for students' project activities remotely are the objects of the study.

Key words: distance learning, Yougile, features of education, student's autonomy, collaborative activities.

Современная эпоха внесла существенные коррективы в дистанционное обучение. Дистанционное обучение долгое время считалось частью заочного, возникали вопросы к качеству обученности выпускников, качеству самого обучения, его организации. Сегодня ситуация изменилась кардинальным образом.

Внедрение новых технологий значительно расширяет и совершенствует арсенал педагогов высшей школы, поддерживая эффективность и действенность системы обучения в целом, так же, как и обучения иностранному языку в частности. Это позволяет стимулировать мотивацию студентов, инициативность и активность, их автономность в процессе приобретения и развития языковых навыков общения [1].

Особую актуальность приобрели авторские курсы, онлайн-школы, образовательные блоки, из которых каждый может выстроить свою образовательную парадигму. Одновременно с этим появилось большое количество

платформ для совместной работы (одновременной или поочередной), включающие в себя функции общения участников, совместной работы над файлами разного формата, возможностью скачать документы или хранить на сервисе и другие возможности.

Одной из ключевых характеристик современного образования в целом, и по отдельным дисциплинам, в частности, является его дистанционная форма работы. Безусловно, работа дистанционно имеет свою специфику и требует особой организации, при этом она полноценно вписывается в образовательный процесс.

Еще одной несомненной характеристикой современного образования являются формируемые и/или проявляемые личностные качества студентов, как составляющая их будущей профессиональной компетентности.

Необходимость сделать студента активным субъектом учебной деятельности, организовать его взаимодействие с другими студентами, придать учебному процессу реальную практическую направленность стимулирует отдавать предпочтение проектной деятельности. Именно эта технология в своей природе направлена на развитие познавательных навыков и проявление самостоятельности в процессе обучения, развитие критического мышления и других мягких навыков, а также самостоятельной ориентации в информационном пространстве. Современные инструменты обучения позволяют перенести преимущества проектной работы в онлайн область. В своей работе мы рассмотрим Yougile как инструмент осуществления проектной деятельности дистанционно.

Сначала разберем основные дидактические задачи проектной деятельности, чтобы в дальнейшем проанализировать возможности их реализации средствами Yougile.

В основу проектной деятельности заложена его прагматическая направленность на результат, который получается при решении практически или теоретически значимой проблемы. Этот результат можно увидеть, осмыслить, применить в реальной практической деятельности.

Проектная работа ориентирована на самостоятельную деятельность студентов – индивидуальную, парную, групповую работу, которую они выполняют в течение определенного отрезка времени.

Решение проблемы предусматривает, с одной стороны, использование совокупности разнообразных методов и средств, а с другой, – необходимость интегрирования знаний и умений из различных сфер науки и техники, технологий и творческих областей.

Результаты проектной работы должны быть «осязаемы», т.е. должно быть предложено конкретное решение проблемы или результат, готовый к внедрению [2, С. 10].

Проектная деятельность позволяет актуализировать учебно-познавательную деятельность студента и его личностный потенциал, что создает условия для развития креативности и других навыков, входящих в блок

softskills. Так студентам-участникам проекта предоставляется возможность выразить свои собственные идеи в удобной для них творчески продуманной форме: проведение интервью и исследований, демонстрация моделей с необходимыми комментариями, составление планов, карт и пр.

Среди разнообразных платформ организации дистанционного обучения мы выбрали Yougile для анализа ее потенциала при работе с проектами. Он представлен в таблице 1.

Анализ возможностей Yougile в реализации дидактических задач проектной деятельности

Таблица 1.

№	Дидактические задачи проектной деятельности	Возможности Yougile в реализации дидактической задачи проектной деятельности
1.	Наличие проблемы	Наличие опции создания задач колонок и досок
2.	Разнообразные формы работы, взаимодействие участников	Чаты (на которые подписаны; не подписаны, но есть доступ; личные и групповые) Участники могут видеть задачи других участников.
3.	Наличие временных рамок	Задачи можно представить в виде диаграммы Ганта, создать начало и дедлайн задачи. Также есть стикеры дедлайнов, функция определения регулярных задач.
4.	Разнообразие методов и средств	Наличие возможности построить свою иерархию, добавлять и сортировать участников, давать роль и функции, которыми он может пользоваться; Есть различные стикеры (дедлайн, исполнитель, стоимость и т.д.); лента событий.
5.	Интеграция с другими сферами	Колонки можно дублировать, а также создавать зеркало колонки, это позволяет передавать информацию между разными сферами и проектами.
6.	Осязаемость результатов	На платформе можно посмотреть отчеты, выполненные за последнюю неделю;

		<p>Можно отследить, что выполнил определенный участник в каком-либо проекте;</p> <p>В ленте событий видна активность участников, все события, и действия в определенном проекте.</p> <p>Есть график событий, на котором можно посмотреть прогресс по заданному отрезку времени.</p>
7.	Развитие личностного потенциала и мягких навыков (самостоятельности, креативности и др.)	Можно создавать свои задачи, менять фон колонок, создавать свои дедлайны (для этих задач), также пользоваться стикерами, и передавать другим, общаться в личных чатах.
8.	Разнообразие типов проектов (исследовательские, творческие, практико-ориентированные)	Есть право создавать несколько различных, не зависящих друг от друга проектов, давать им названия и добавлять в них новых участников.
9.	Разнообразие форм представления разработок (решения проблем, проектов)	Можно создавать отчеты, их также можно представить в виде диаграммы Ганте; смотреть в ленте событий результаты; создавать таблицы и тексты.

Результаты анализа показывают, что дидактические задачи проектной деятельности могут быть реализованы в полной мере средствами образовательной платформы Yougile.

В завершении стоит отметить, что грамотная организация проектной деятельности, на наш взгляд, является показателем высокой квалификации преподавателя, направляющего своих студентов, управляющего их деятельностью, направленной на личностно-значимый профессиональный результат.

Библиографический список

1. Иванцова Н.А. Реализация смешанного обучения иностранному языку в неязыковом вузе // Письма в Эмиссия. Оффлайн (The Emissia. Offline Letters): электронный научный журнал. – 2019. – №10. – URL: <http://www.emissia.org/offline/2019/2774.htm> (дата обращения: 20.04.2023).

2. Подласый И.П. Где помогут технологии? // Школьные технологии. – 2003. – №5. – С. 10–11.
3. YOUNGILE.COM: система управления проектами. – URL: <https://ru.yougile.com> (дата обращения: 17.04.2023).

УДК 65.012.7

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО НАДЗОРА В ЧАСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФИЛАКТИЧЕСКИХ МЕРОПРИЯТИЙ

Н.О. Губкин, В.В. Кожухова
Московский политехнический университет

В современном обществе реализация профилактических мер имеет решающее значение для государственного контроля. Эти меры помогают предотвратить возможные конфликты и опасные обстоятельства, а также способствуют добросовестному выполнению работы сотрудниками. Усиление государственного контроля за профилактическими мерами на федеральном уровне является первоочередной задачей. Для этого в статье изложено несколько подходов, включая использование научных методов, статистического анализа и общих методов сравнения и обобщения.

Ключевые слова: *государственный надзор, эффективность, премирование, нормативно-правовая база, информационное обеспечение, пропаганда.*

IMPROVING FEDERAL STATE SUPERVISION IN TERMS OF THE IMPLEMENTATION OF PREVENTIVE MEASURES

N. Gubkin, V. Kozhukhova
Moscow Polytechnic University

In contemporary society, the implementation of preventative measures is crucial for state oversight. These measures aid in the prevention of potential conflicts and hazardous circumstances, and also promote conscientious work performance among employees. Enhancing federal-level state control with regards to preventative measures is a primary objective. To achieve this, the article outlines several approaches, including the use of scientific methods, statistical analysis, and general methods of comparison and generalization.

Key words: *state supervision, efficiency, bonuses, legal framework, information support, propaganda.*

Introduction. State supervision is a crucial component of public administration, as it serves to evaluate the effectiveness of the state's influence on public relations. The success of entrepreneurship and the degree of freedom in exercising constitutional rights to engage in business activities are directly tied to the efficacy of state control.

The legislation on state control is in search of such a balance of private and public influence, which would ensure freedom of contract and a fair functioning of the market, on the one hand, and protection of the interests of various social groups, on the other [3].

Federal Law № 248-FZ of July 31, 2020 provides for preventive measures: informing; generalization of law enforcement practice; actions to stimulate good faith; announcement of a warning; counseling; self-examination; preventive visit [6].

In addition, Federal Law No. 248-FZ of July 31, 2020 expands guarantees for citizens, legal entities and individual entrepreneurs when state control (supervision), municipal control is carried out in relation to them [6].

The effectiveness and efficiency of control and supervisory activities, along with the optimal allocation of budget funds, largely depend on how well the control and supervisory bodies fulfill their obligations in implementing preventive measures. As a result, there is currently a significant need for the development of criteria and methodologies for evaluating the effectiveness of preventive activities performed by control and supervisory bodies, which can serve as effective management tools [2].

Regulations require an assessment of the effectiveness of control and oversight bodies' preventive activities but fail to provide indicators or methods for such evaluation.

Meanwhile, control and supervisory authorities have already prescribed the types and methods of prevention and set standards for their implementation through their regulatory legal acts [8].

Results. In this article, we have proposed several methods for improving preventive measures that can be considered and implemented at the federal level, such as:

1. Continuous training of workers in labor protection based on modern training technologies.
2. Information support and promotion of labor protection.
3. Improving the legal and regulatory framework for labor protection.
4. Improving the efficiency of compliance with labor legislation and other regulatory legal acts containing labor law norms.
5. Additional measures to encourage compliance with the norms and rules of labor protection [1].

Discussions.

Continuous training of employees in labor protection based on modern training technologies.

The training program is delivered by experienced and knowledgeable personnel, including heads and specialists of organizations authorized for labor protection, teaching staff with expertise in the field, members of commissions, and experts who have obtained the right to perform work on a special assessment of working conditions. The training covers a variety of topics related to labor protection, such as occupational safety, risk assessment, hazard identification, and compliance with regulations and standards. It may also include practical exercises, simulations, and case studies to help participants apply their learning to real-world situations. Overall, the training aims to equip participants with the necessary skills and knowledge to create a safe and healthy work environment and prevent accidents and injuries.

Distance learning has become increasingly popular during the pandemic, and modular training programs are widely used by educational organizations. Free online seminars are also being conducted to enhance the legal knowledge and skills of managers and specialists in the field.

It is also necessary to conduct frequent practical training and retraining of the workforce. For example, in order to reduce industrial accidents caused by falls from height, training grounds and practice facilities are built for workers of various professions related to working at height. Consolidation of practical skills will help reduce the number of accidents when working at height, in enclosed and confined spaces.

Improving the legal framework for labor protection.

In decisions with a legal and regulatory framework for labor, it is necessary to take into account the current regulations in the field of labor protection, which provide for preventive measures, changes and additions that improve performance indicators [9].

Information support and promotion of labor protection.

Lectures, reports, and conversations are important methods for promoting labor protection issues in the workplace. These communication tools can be used to educate employees on their rights and responsibilities, as well as to provide information on specific measures and procedures that can help improve working conditions. When conducted by knowledgeable and experienced trainers, lectures can help employees understand the importance of labor protection and how they can contribute to a safe and healthy work environment.

Reports, on the other hand, can be used to provide updates on compliance with labor protection regulations, as well as to highlight any areas that need improvement. By regularly reporting on labor protection issues, businesses can demonstrate their commitment to employee safety and fair treatment [4].

To further elaborate on this, conversations on labor protection issues are an important communication tool that are primarily intended for employees of individual production sites. These conversations are designed to address the most pressing problems that arise in the workplace, and they can cover a wide range of topics [5].

Some common topics for these conversations include recent accidents or incidents that have occurred on site, with a focus on analyzing the causes and identifying the necessary preventive measures.

The main objective of these conversations is to mobilize employees to take specific actions that will help eliminate the root causes of accidents and occupational diseases. This can include taking steps to improve workplace safety, following proper procedures and protocols, and reporting any issues or concerns to management.

In larger organizations, it may be necessary to implement a project to preserve employee health, which involves creating an interdepartmental working group to oversee and monitor the initiative. This group can work collaboratively with employees from various departments and levels within the organization to identify areas for improvement, implement new policies and procedures, and ensure that all employees are following best practices for workplace safety and health.

Improving the efficiency of compliance with labor legislation and other regulatory legal acts containing labor law norms.

It is important to note that executive authorities and local governments have a duty to monitor compliance with labor legislation and other regulatory legal acts that contain labor law norms [5].

These inspections can take various forms, such as routine inspections, thematic inspections that focus on specific issues, or targeted inspections that address complaints or reports of violations. The purpose of these inspections is to ensure that employers are following all relevant labor laws and regulations, including those related to workplace safety, wages, working hours, and social benefits.

Trade unions can conduct their own inspections and audits of workplaces to identify potential violations, and they can also provide support and guidance to employees who are concerned about workplace safety or other labor law issues [10].

Moreover, trade unions can work with employers to develop and implement policies and procedures that promote workplace safety, and they can also negotiate with employers on behalf of employees to ensure that their rights are protected and their concerns are addressed.

Overall, the collaboration between government authorities and trade unions is essential to ensure that employers are meeting their legal obligations and that employees are able to work in safe and healthy environments.

Additional measures to encourage compliance with the rules and regulations of labor protection.

It is important to note that providing incentives to employees for high-quality performance of labor duties related to labor protection is an effective way to promote a culture of safety and compliance in the workplace.

The incentives mentioned, such as bonuses, additional leave or days off, financing of additional education or training, and vouchers to sanatoriums and children's camps, can serve as tangible rewards for employees who prioritize workplace safety and adhere to established rules and recommendations [2].

Moreover, these incentives can help to create a positive work environment and boost employee morale, which can lead to increased productivity and improved job satisfaction. It is also worth noting that providing incentives can help to attract and retain skilled employees who are committed to upholding high standards of workplace safety and compliance.

To ensure that incentives are effective in promoting labor protection, it is important to establish clear criteria for eligibility and to communicate these criteria to employees.

Additionally, employers should regularly review and evaluate the effectiveness of their incentive programs to ensure that they are achieving their intended goals and making a positive impact on workplace safety and compliance. By implementing effective incentive programs, employers can encourage a culture of safety and compliance and create a safer and healthier workplace for all employees.

Conclusions. Improving preventive methods of state supervision in the field of labor protection is a joint responsibility of employees, supervisory authorities, and legislative bodies. At the enterprise level, it is crucial to introduce training, promotions, and knowledge testing on labor protection. Effective methods for assessing working conditions and the effectiveness of measures being introduced also need to be developed. Based on these assessments, proposals for changes and additions to regulatory legal acts must be made to enhance labor protection. Furthermore, it is important to continuously monitor and evaluate the effectiveness of the measures implemented in the workplace to ensure that they remain relevant and effective [7].

References

1. Гарант.Ру: Информационно-правовой портал: сайт. – Москва, 1990. – URL: <https://www.garant.ru/> (дата обращения: 02.04.2023).
2. Елин А.М., Елин А.М. Актуальные проблемы охраны и экономики труда: теория и практика: монография / А.М. Елин, А.М. Елин. – Москва: КнигИздат, 2020. – 674 с.
3. Касьяновой Г.Ю. Охрана труда. Универсальный справочник/под ред. Г.Ю. Касьяновой – Москва: АБАК, 2021. – 608 с.
4. Мажкенов С.А. Охрана труда: миссия выполнима: сборник статей /составитель С.А. Мажкенов. – Москва: Юстицинформ, 2020. – 176 с.

5. Методическое пособие. Совершенствование системы управления охраной труда на современном этапе/ Воловикова И.В., Рынзина Л.С., Иванов Ю.Е., Стулова Н.В. – Центральный Дом Армии Министерства обороны, 2021. – 40 с.
6. О государственном контроле (надзоре) и муниципальном контроле в Российской Федерации [Электронный ресурс]: Федер. закон Рос. Федерации от 31 июля 2020 г. № 248-ФЗ: принят Гос. Думой Федер. Собр. Рос. Федерации 22 июля 2020 г.: одобрен Советом Федерации Федер. Собр. Рос. Федерации 24 июля 2020 г. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс». – URL: <https://www.garant.ru/> (дата обращения: 02.04.2023).
7. Российская Федерация. Законы. Конституция Российской Федерации: принята 12 декабря 1993 г. Официальный текст. – Москва: Омега-Л, 2021. – 39 с. (Актуальное законодательство).
8. Российская Федерация. Законы. О системе и структуре федеральных органов исполнительной власти: указ Президента РФ от 9 марта 2004 № 314. – Москва: Собрание законодательства РФ, 2004. – 945 с. (Актуальное законодательство).
9. Российская Федерация. Законы. Трудовой кодекс Российской Федерации. – Москва: «Омега-Л», 2021. – 246 с. (Актуальное законодательство).
10. Тихонова Е.В. Органы, осуществляющие надзор и контроль за соблюдением законодательства о труде. / Тихонова Е.В. // Отдел кадров: сборник статей/ ответственный редактор Е. Коновод. – 2005. – № 10. – С. 57.

УДК 81.282.3

ВЕРБАЛЬНЫЕ СПОСОБЫ ВЫРАЖЕНИЯ СОГЛАСИЯ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ МЕЖЛИЧНОСТНОМ ОБЩЕНИИ

М.У. Дженсен, М.А. Казмирук, Ю.В. Туфанова

Иркутский национальный исследовательский технический университет

В статье представлены результаты исследования вербальных способов выражения согласия в англоязычном межличностном общении. Рассмотрены неофициальные ситуации употребления полного и частичного вербального согласия. Выявлены коммуникативно-прагматические особенности вербальных способов выражения согласия.

Ключевые слова: согласие; вербальные способы; межличностное общение; неофициальная ситуация; англоязычное общение; полное/частичное согласие.

VERBAL WAYS OF EXPRESSING CONSENT IN ENGLISH INTERPERSONAL COMMUNICATION

M. Jensen, M. Kazmiruk, Yu. Tufanova
Irkutsk National Research Technical University

The article presents the results of a study of verbal ways of expressing consent in English interpersonal communication. Informal situations of using full and partial verbal consent are considered. The communicative-pragmatic features of verbal ways of expressing consent are revealed.

Key words: consent; verbal ways, interpersonal communication, informal situation, English-speaking communication, full/partial consent.

В современном речевом общении исследователями отмечается активизация негативной вербальной оценки поведения и личности собеседника, при этом употребление вербального сожаления, извинения, согласия и т.п. уменьшается [2, С. 81]. Подобные вербальные способы поддержания кооперативной направленности общения в целом и рассматриваемое нами согласие, в частности, играют значительную роль в межличностной коммуникации. Неудивительно, что феномен согласия рассматривается в работах многих современных отечественных и зарубежных учёных (Алифанова О.Г., Крайнова А.С., Норман Б.Ю., Полякова Т.В., Reich W. и др.) [1], [2], [3], [5], [7]. Изучение принципов функционирования согласия в речевом общении представляется важным, поскольку уместное, корректное употребление вербальных способов выражения согласия может способствовать предотвращению и смягчению конфликтных ситуаций в условиях межличностной коммуникации.

Актуальность темы исследования обусловлена общей направленностью современного языкознания на изучение различных аспектов речевого поведения человека; значимостью вербального согласия в ситуациях межличностного общения; недостаточной изученностью принципов речевого взаимодействия коммуникантов в ситуации согласия.

Научная новизна данной работы заключается в проведении анализа прагматических характеристик вербальных средств выражения согласия в английском языке, а также в уточнении научного представления о функционировании вербального согласия в речевом общении.

Объектом научного исследования является коммуникативная ситуация согласия. Предметом исследования являются вербальные средства выражения согласия в современном английском языке в прагматическом аспекте.

Целью данного исследования является описание прагматических особенностей вербальных способов выражения согласия в межличностном англоязычном общении. В процессе работы использовались общенаучные методы (анализ, синтез, аналогия и обобщение).

Материалом для анализа послужили тексты художественной литературы современных англоязычных авторов (около 100 примеров диалогической речи).

Для проведения исследования вербальных способов выражения согласия необходимо, прежде всего, обозначить суть понятия «согласие». Независимо от языка согласие традиционно понимается как положительное отношение к чему-либо. Так, в русском языке *согласие* – это: 1. «Разрешение, утвердительный ответ на просьбу»; 2. «Единомыслие, общность точки зрения»; 3. «Дружественные отношения, единодушие» [4, С. 729].

В английском языке, по данным словаря Oxford Learner's Dictionary, *согласие* (consent) имеет следующие значения: «1) permission to do something, especially given by somebody in authority; 2) agreement about something; 3) an official document giving permission for something» [6].

Таким образом, *согласие* возможно определить «как признание чего-либо хорошим, правильным, как подтверждение своего единомыслия, общей точки зрения с кем-либо или чем-либо, то есть согласием является речевое поведение, направленное на принятие, поддержку или одобрение чего-либо» [5, С. 76].

Рассмотрим функционирование вербального согласия в диалогических единствах. Например:

(1) *Dad waves at a tower of cars and says, «Luke, cut off those tanks, yeah?»*

And Luke says, «Sure thing, Dad» [8, P.174].

В приведённом примере диалог происходит между отцом и сыном в неофициальной обстановке. На реплику (*Luke, cut off those tanks, yeah?*) второй говорящий (Luke) реагирует полным согласием при помощи выражения *Sure thing* (Конечно).

В следующем примере (2) первый говорящий (Shawn) на уточняющий вопрос собеседника (*Fish eyes?*) отвечает полным согласием (*Yup, fish eyes*), что является косвенным свидетельством его стремления к сохранению кооперативного настроения диалога:

(2) *«She's got fish eyes», he said.*

«Fish eyes?»

«Yup, fish eyes. They're dead stupid, fish. They're beautiful, but their heads're as empty as a tire» [8, P. 244].

В современном английском языке существует множество вербальных способов выражения согласия. При этом стоит отметить, что согласие может быть как частичным, так и полным. В данном исследовании мы рассматриваем неофициальные ситуации употребления вербального согласия. Самые распространенные варианты выражения согласия представлены в таблицах 1 и 2:

Таблица 1. Полное согласие

Выражение полного согласия	Перевод
Absolutely!	Да, конечно!, Совершенно верно!
Fair enough!	Резонно!, Справедливое замечание!
All right!	Конечно!, Разумеется!, Ладно!
Yes/Yeah!	Да!
Yep/Yup.	Ага.
Exactly!	Точно!, Именно
Precisely!	Совершенно верно!, Вот именно!
By all means!	Конечно!, Определенно!
True!	Точно!
That's so true.	Как это верно.
Fine!	Хорошо!, Отлично!
That's for sure!	Абсолютно точно!, Никаких сомнений!
Sure thing!	Конечно!, Безусловно!
Naturally!	Естественно!, Конечно!, Легко!
Well!	Что ж!, Ну, да!
Agreed!	Договорились!
It's a deal!	Договорились!, По рукам!
No problem!	Да!, Нет проблем!
Beyond a doubt!	Конечно!, Вне сомнения

Таблица 2. Частичное согласие

Выражение частичного согласия	Перевод
True enough, but...	Ты прав, но...
You could say that, however...	Можешь говорить так, однако...
I'm not really with you on that one.	Я не очень согласен с тобой в этом.
I see what you mean but have you thought about...?	Я понимаю, что ты имеешь в виду, но думал ли ты о... ?
Yes, OK, but perhaps...	Да, хорошо, но возможно...
Maybe, but isn't it more a question of...?	Возможно, но разве это не относится больше к... ?
I see what you mean but...	Я понимаю, о чем ты говоришь, но...
I wouldn't quite put it that way.	Я бы не стал так утверждать.

Таким образом, приведённые в таблицах слова, выражающие согласие, являются словами-предложениями или частью сложного предложения. В межличностном общении они могут выполнять следующие коммуникативно-прагматические функции:

1. Служить развитию диалога (например, в виде утвердительного ответа на поставленный вопрос или реплики-согласия с чьим-либо высказыванием);
2. Выражать общую положительную тональность высказывания;
3. Являться маркером психологических установок говорящего.

Библиографический список

1. Алифанова, О.Г. Вариант коммуникативной ситуации согласие как модель успешного коммуникативного взаимодействия / О.Г. Алифанова // Педагогическое образование в России. – 2015. №10. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/variant-kommunikativnoy-situatsii-soglasie-kak-model-uspeshnogo-kommunikativnogo-vzaimodeystviya> (дата обращения: 28.01.2023).
2. Крайнова, А.С. Согласие и несогласие в русском речевом общении: лингвистический и коммуникативный аспекты / А.С. Крайнова // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии. – 2012. №4 (14). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/soglasie-i-nesoglasie-v-russkom-rechevom-obschenii-lingvisticheskiy-i-kommunikativnyy-aspekty> (дата обращения: 28.01.2023).
3. Норман, Б.Ю. Согласие и несогласие в свете теории речевых актов / Б.Ю. Норман // Коммуникативные исследования. – 2020. №2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/soglasie-i-nesoglasie-v-svete-teorii-rechevyh-aktov> (дата обращения: 28.01.2023).
4. Ожегов, С.И. Толковый словарь русского языка / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова // РАН. Институт рус. яз. им. В. В. Виноградова. – М.: Азбуковник, 1999. – 944 с.
5. Полякова, Т.В. Функционально-семантическое поле согласия в коммуникативном аспекте / Т.В. Полякова // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. – 2018. №1 (212). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/funktsionalno-semanticheskoe-pole-soglasiya-v-kommunikativnom-aspekte> (дата обращения: 28.01.2023).
6. Oxford Learner's Dictionary URL: https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/consent_1?q=consent (дата обращения: 18.04.2023).
7. Reich, W. The cooperative nature of communicative acts / W. Reich // Journal of Pragmatics. – 2011. Vol.43. – pp. 349-1365.

8. Westover, T. *Educated* / T. Westover. – New York: Random house, 2018. – 715 p.

УДК 81.282.3

ГАСТРОНОМИЧЕСКИЕ МЕТАФОРЫ BREXIT В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ НОВОСТНЫХ ТЕКСТАХ

У.П. Деранжулина, О.Ю. Полонская

Иркутский национальный исследовательский технический университет

В статье предпринимается попытка выявить и охарактеризовать средства и механизмы формирования образов в современных новостных англоязычных текстах в рамках сценария выхода Великобритании из Евросоюза. Гастрономические метафоры являются средствами создания образов на политической арене Brexit. Проведенный анализ помогает сделать вывод, что пищевые метафоры делают более наглядным сложнейший процесс, проходящий в современном англоязычном обществе, формируя у читателей определенные стереотипы. Отрицательная оценка данного политического процесса преобладает в большинстве проанализированных метафор, что служит неоспоримым доказательством негативного восприятия данного явления в аксиологической картине, вербализуемой новостными англоязычными текстами. В частности, представлены аналогии, которые истолковывают природу Brexit с точки зрения характера возникающих проблем (например, невозможность вынуть яйца из пирога), а твиты опираются на сравнения для выражения эмоциональных реакций.

Ключевые слова: сравнение, аналогия, Твиттер, повествование, Brexit, выражение эмоций

GASTRONOMIC METAPHORS OF BREXIT IN ANGLOPHONE MEDIA TEXTS

U. Deranzhulina, O. Polonskaya

Irkutsk National Research Technical University Irkutsk

The article attempts to identify and characterize the means and mechanisms of image formation in modern Anglophone media texts within the framework of the scenario for the UK's exit from the European Union. Gastronomic metaphors are the means of creating images in the Brexit political arena. The analysis carried out helps to conclude that food metaphors make the most complex process taking

place in the modern English-speaking society more visible, forming certain stereotypes in readers. A negative assessment of this political process prevails in most of the analyzed metaphors, which serves as indisputable evidence of the negative perception of this phenomenon in the axiological picture verbalized by Anglophone media texts. In particular, analogies are presented that interpret the nature of Brexit in terms of the nature of the issues involved (such as being unable to take eggs out of a pie), and tweets rely on comparisons to express emotional reactions.

Key words: *simile, analogy, Twitter, narrative, Brexit, expression of emotion*

Среди лингвистов существует согласие относительно важности и распространенности метафоры. Джордж Лакофф и Марк Джонсон [5] обратили внимание на концептуальные пространства и на то, как они взаимодействуют с областями знаний. В современной лингвистике метафора рассматривается с когнитивной точки зрения. Признано, что метафора является инструментом мышления, рассуждения о мире. Теория метафоры была обогащена Золтаном Кёвечешем, который утверждал, что контекстуальные метафоры также являются концептуальными [3], разрабатывал теорию объема метафоры [4].

В статье рассматривается пищевая метафора как базовая когнитивная метафорическая модель «Brexit – это Еда». Brexit освещался и представлялся в средствах массовой информации и в социальных сетях с помощью языка и образов еды. Еда – это двигатель и источник метафорических смыслов, пронизывающих нашу жизнь. Яблоки могут включать отсылки к греху, помидоры – к крови. Фаст-фуд символически представляет для многих пункты американской мечты. Оливки считаются символом мира.

Обусловлено ли это реальными опасениями по поводу последствий, которые выход из единого европейского рынка окажет на британские продовольственные пути, или особым лексиконом, используемым при создании метафор Brexit, гастрономические прочтения различных «текстов» о Brexit могут обеспечить продуктивные способы как понимания, так и контекстуализации политики настоящего момента.

Как популярные СМИ и социальные сети представляют реакцию общественности на процесс реализации Brexit? Как посты в социальных сетях, и традиционные средства массовой информации использовались и понимались во время кампании Brexit? Какие фразы и метафоры были ключевыми во время и после референдума о Brexit 2016 года? На эти и многие другие вопросы можно ответить только посредством систематического анализа фактического языка, используемого в отношении Brexit различными вовлеченными сторонами.

Прекращение членства Великобритании в Европейском союзе – это беспрецедентное и сложное решение. За этим, несомненно, последовали различные реакции, которые привели к дискуссиям. Безусловно, это можно

анализировать с учетом разных мнений, использовать классические теоретические подходы к политическому дискурсу [1, С. 8]. Вместе с тем, немаловажно узнать какое именно воздействие произвела эта ситуация на общественность. В настоящей статье представлены менее серьезные аспекты Брексита – юмористические высказывания политиков (опубликованные журналистами на основе неофициальных переговоров), твиты, комментарии некоторых изданий. Такие неформальные примеры интересны как для общего анализа реакций, вызванных выходом Великобритании из Евросоюза, так и для разбора с лингвистической точки зрения. Подобные фразы богаты различными метафорами и сравнениями, так аспекты Брексита сравниваются с абстрактными объектами.

Обсуждение Брексита сопровождается множеством самых уникальных метафор, поэтому хотелось бы в первую очередь обратить внимание именно на них. Стоит начать с фразы, которую использовал Гэри Бэйнбридж (Gary Bainbridge), редактор новостных рассылок, пользователь социальной сети Twitter. Он объяснил свои рассуждения о сложности Брексита таким образом:

«The people who have been pressing hardest for Brexit are obsessed with cakes. The former Foreign Secretary was convinced in public that we could “have our cake and eat it”. John Redwood, the perfectly normal former Welsh Secretary, talked about making our own cakes instead of helping other countries with their cakes» [6]. (Люди, настаивающие на выходе Великобритании из ЕС, одержимы тортами. Бывший член кабинета министров Джон Редвуд публично уверял, что мы сможем “иметь свой торт и есть его”. Джон Редвуд совершенно адекватный бывший секретарь Уэльса говорил о том, чтобы делать свои собственные торты, а не помогать другим странам с их тортами.)

Аналогия с тортом, приведенная Гэри Бэйнбриджем, истолковывается как процесс выпечки пирога, где все ингредиенты смешиваются вместе, а впоследствии выпекаются, создавая желаемую однородную структуру. Как невозможно достать яйца из уже готового торта, так невозможно и покинуть ЕС без ущерба. Эта аналогия рационализирует представление о ЕС как целостной структуре, но непреднамеренно подразумевает, что пирог (ЕС) также может быть уничтожено путем изъятия яиц. Метафора “достать яйца из торта” стала пользоваться популярностью в обсуждении брексита среди пользователей Twitter.

Еще одно интересное выражение в переносном смысле употреблено Хьюго Джеймсом Рифкингом (Hugo James Rifkind), британским журналистом и обозревателем одной из самых известных газет Великобритании – The Times:

«It's a submarine built out of chees... How good could it possibly be?» [7] (Это сырная подводная лодка. Насколько такое может быть хорошим?)

“Сырная подводная лодка” звучит крайне неаппетитно. Естественно, что подводная лодка из сыра не смогла бы стать съедобной, да и функционал

как морского судна был бы утрачен. Таким образом, объясняется то, что план Брексит появился для достижения чего-то, не имеющего смысла.

Комик Джеймс Уильям Эйкастер (James William Acaster) сравнил Брексит с чайным пакетиком.

«Leave the tea bag IN, he said, you get a stronger cup of tea. Get the tea bag OUT, you get a weaker cup of tea. But, once the tea bag is OUT, it goes straight in the bin» [2]. (Оставив чайный пакетик внутри, ты получишь более сильную крепкую чашку чая. Вытащив чайный пакетик, получите более слабую чашку чая. Но как только чайный пакетик вынут из чашки, то он отправляется прямо в мусорное ведро.)

По сравнению с предыдущими метафорами – эта более сложная в понимании, она касается понимания слова “сила”. Сравнение Джеймса Эйкастера опирается на условную форму (конкретно, на представление будущего сценария), а затем обращается к ошибочному восприятию, как это может показаться. Суть в том, что возможно сделать Евросоюз крепче, оставив чайный пакетик (Великобританию), а если достать пакетик, то чай становится менее крепким (про ЕС). Однако в любом случае, чайный пакетик будет выброшен. Схоже с первой метафорой Гэри Бейнбриджа про торт. Важно избежать результата, который ослабит обе стороны.

Ознакомившись с вышеуказанными остроумными шутками и юмористическими аналогиями, становится ясно, что общественность восприняла выход Великобритании из Евросоюза довольно эмоционально. Метафоры в дискурсе, как правило, не сфокусированы только на эмоциональной или эмпирической стороне, они сочетают в себе чувство разочарования. Так мы смогли узнать больше о роли различных форм фигурации в публичном дискурсе.

Библиографический список

1. Dancygier, Barbara. 2021. Narrativised simile and emotional responses to Brexit. *Russian Journal of Linguistics* 25 (3). 663–684. <https://doi.org/10.22363/2687-0088-2021-25-3-663-684> (дата обращения: 12.03.2023)
2. Europa star. URL: <https://www.europastar.com/magazine/editorials/1004089003-keep-calm-carry-on-brexite-brewing-exit.html#:~:text=Brits%20ask%20you%20when%20breing,a%20weaker%20cup%20of%20tea> (дата обращения: 15.03.2023)
3. Kövecses Z. *Extended Conceptual Metaphor Theory*. Cambridge University Press, Cambridge, 2020, pp. 93-116.
4. Kövecses Z. *Metaphor and Metonymy at the Crossroads*. Metaphor. de Gruyter Mouton, Berlin, 2003, pp.79-92.
5. Lakoff G., Johnson M., *Metaphors We Live By*. The University of Chicago Press, Chicago & London, 1980, pp. 3-147

6. The poke. URL: <https://www.thepoke.co.uk/2018/11/16/you-wont-find-a-better-metaphor-for-brexit-than-this-one-involving-cake/> (дата обращения: 17.03.2023)
7. [Twitter.com.hugorifkind/status/1072222352035987456](https://twitter.com/hugorifkind/status/1072222352035987456) (дата обращения: 17.03.2023)
8. Zeppettini, Franco. 2021. The UK as victim and hero in the Sun's coverage of the Brexit 'humiliation'. *Russian Journal of Linguistics* 25 (3). 645–662. <https://doi.org/10.22363/2687-0088-2021-25-3-645-665> (дата обращения: 13.03.2023)

УДК 82-343.4

КОНЦЕПТ «СЕМЬЯ» В РУССКИХ И АНГЛИЙСКИХ СКАЗКАХ

Е.В. Долгополова, Т.В. Горбунова

Иркутский национальный исследовательский технический университет

Статья посвящена исследованию концепта «семья» в картине мира русского и английского народов на материале сказок. Сказки, являясь народным творчеством, сохранившим в неизменном виде отношение нации к явлениям окружающей действительности, позволяют проникнуть в глубинную структуру концепта «семья».

Ключевые слова: картина мира, концепт «семья», культура, словарная дефиниция, язык

CONCEPT «FAMILY» IN RUSSIAN AND ENGLISH FAIRYTALES

E. Dolgopolova, T. Gorbunova

Irkutsk National Research Technical University

The article is devoted to the study of concept “family” in the picture of the world of Russian and English people reflected in fairytales. Fairytales contain peoples' attitude to the surrounding reality which allows to understand deeper concept «family».

Key words: picture of the world, concept «family», culture, definition, language

На протяжении всей истории человечества семейные отношения являются остаются одной из констант культуры разных народов. Иерархия семейных отношений, распределение обязанностей внутри семьи, а также

формирование, сохранение и передача семейных ценностей составляют исторический и культурный портрет той или иной страны, в общем, и ее народа, в частности. Культура находит свое отражение в языке, который, в свою очередь, формирует языковую картину мира, то есть вербализует доступными языковыми средствами окружающую народ действительность. Под влиянием языковой картины мира формируется языковая личность человека, способная посредством языковых средств (слов, предложений, крылатых выражений и других средств) выражать видение окружающей его действительности для достижения определенной цели. Языковая личность человека может проявляться не только в повседневном общении, но и в народном творчестве (которыми и являются сказки). Концепт – ментальный конструкт, содержащий в себе не только общие и частные случаи употребления согласно общепринятым значениям, но и специфические черты, характерные именно для этой культуры. Концепт является отражением знаний о мире человеком (языковой личностью) и, как следствие, участвует в формировании языковой картины мира народа [1].

В своей работе мы рассматриваем концепт «семья» в русских и английских сказках, так как сказки, являясь народным творчеством, содержат в себе наиболее полную картину мира народа, которому эта сказка принадлежит. В ней наиболее полно и точно сохраняется видение мира человеком, которое он вербализует в словесной форме через сказку.

Для анализа лексической специфики концепта «семья» мы обратились к словарным дефинициям в толковых словарях английского и русского языков. Рассмотрев трактовку понятия «семья» в русских и английских словарях [2, 4, 6, 7, 9, 10, 11], мы пришли к выводу, что в обоих языках «семья» обозначает группу близких родственников (муж, жена, дети, родители, бабушка, дедушка и другие кровные родственники), живущих вместе, а также может обозначать группу животных / растений и родственных языков. Интересным представляется тот факт, что, несмотря на различное географическое положение, историческое развитие, культурные особенности и принадлежность языков к разным языковым семьям, концепт «семья» имеет одинаковые словарные дефиниции. Для дальнейшего анализа мы будем использовать только первое определение, так как нас интересует концепт «семья» применительно к группе людей.

На основе анализа русских и английских сказок нами были выделены некоторые типы семей, которые расширяют словарную дефиницию и формируют более полное представление о семье:

1) Полная семья, состоящая из отца, матери и детей. Это может быть многодетная семья или семья с одним или более детьми.

Для примера можно привести такие русские сказки как «Птичий язык», в которой семья состояла из отца, матери и их сына: «жил купец с купчихою, и родился у них сын не по годам смысленый» [3, С. 90], «Ведьма

и солнцева сестра», в которой семья также состояла из родителей и единственного сына: «жил-был царь с царицей, у них был сын Иван-царевич» [3, С. 100] и «Финист – ясный сокол», в которой семья состояла из родителей и трех дочерей: «жили-были старик со старухой. И было у них три дочери» [3, С. 73]. В английской литературе тоже есть такие сказки. Например, сказка «The Golden Snuff-box» («Джек и золотая табакерка»), в которой «there lived a poor woodcutter and his wife <...> and they had one son named Jack» [10, P. 131] и «Molly Whipple» («Молли Ваппи»), в которой «a poor couple who lived in a little house with their sons and daughters» [10, P. 151]. Интересным представляется тот факт, что как в русских, так и в английских сказках родители часто называются *старик со старухой* и *old man and old woman*, что не характеризует их как бабушку и дедушку. Возможно, это связано с тем, что продолжительности жизни была короткой, и к 30 годам люди уже считались старыми.

2) Неполная семья, в которой упоминается один родитель и дети.

Из русских сказок примером может быть сказка «Сивка-Бурка», в которой упоминается только отец и трое его сыновей: «жил-был старик, у него было три сына» [3, С. 57]. Из английских сказок в качестве примера можно привести сказку «Jack and the beanstalk» («Джек и бобовый стебель»), в которой старая вдова жила вместе со своим сыном: «there was a poor widow who lived in a cottage with her only son, Jack» [10, P. 105].

3) Семья, в которой есть злая мачеха без или со своими собственными детьми.

Например, английская сказка «The well of the three heads» («Три головы в колодце»), в которой король остался вдовцом с дочерью и женился на другой женщине с дочерью: «the King Colchester had a daughter called Joanna <...> the King has no wife; she had died ten years ago <...> the King at last married a rich lady, who was ugly, ill-tempered, and spiteful. And the rich lady had a daughter» [10, P. 95]. Из русских сказок в пример можно привести сказки «Василиса Прекрасная», в которой овдовевший купец с дочерью женился на вдове с двумя дочерьми, а также «Баба-яга – костяная нога», в которой овдовевший дед привел в дом мачеху для своей дочери.

4) Семья, состоящая из бабушки, дедушки и внука/внучки. Примером такой сказки могут послужить «Колобок» и «The Gingerbread Man» («Пряничный человечек»), которые имеют схожий сюжет. Несмотря на то, что действующим лицом является хлебобулочное изделие, получившее одушевление, отношение героев друг с другом указывает на то, что они являются семьей. Так, колобок, сбежав из дома, говорит: «Я от дедушки ушел, я от бабушки ушел» [5, С. 38], что может быть интерпретировано, что он считает их своими бабушкой и дедушкой. В английской же сказке бабушка и дедушка названы *old woman and old man* [8, P. 409], что может быть также интерпретировано как бабушка и дедушка.

5) Семья состоит не только из людей, но и из животных, с которыми человек проживает под одной крышей. Примером такой семьи является семья из сказки «Репка», в которой семья состоит не только из бабушки, дедушки, внуки, но и домашних животных (кошки, собаки и даже домашней мыши). В качестве примера английской семьи мы снова можем привести сказку *The Gingerbread Man* («Пряничный человечек»). В данной сказке поймать убежавшего человечка пытались не только бабушка с дедушкой, но и собака с кошкой, корова и лошадь, свинья и петух. Данное объединение людей и животных для достижения общей цели – поймать человечка и вернуть в семью – может рассматриваться как семейное объединение по признаку совместного проживания, заботы друг о друге. Подобное наблюдаем и в русской сказке «Репка», где люди объединились с животными для выполнения общей задачи – вытащить репку из земли.

Таким образом, мы видим, что видение семьи русским и английским народом, вербализованное в сказках, имеет сходные черты: семья, в основном, состоит из людей, которые объединены между собой кровными узами или же, проживающими под одной крышей (как в сказках с мачехой), а также может состоять из людей и животных, которые проживают совместно и готовы объединяться для достижения общей цели.

Библиографический список

1. Воркачев, С.Г. Лингвокультурология, языковая личность, концепт: становление антропоцентрической парадигмы в языкознании. – Филологические науки. – 2001. – №1. – С. 64–72.
2. Даль, В.И. Толковый словарь живого великорусского языка. – М.: Советская энциклопедия, 1982. – 874 с.
3. Золотые русские сказки. – Ростов-на-Дону: Издательский дом «Проф-Пресс», 2018. – 128 с.
4. Ожегов, С.И. Толковый словарь русского языка / С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. – М.: Азбуковник, 1997. – 943 с.
5. Русские детские сказки. – Москва: Росмэн, 1998. – 78 с.
6. Словарь русского языка / под ред. С.И. Ожегова. – М.: Азбуковник, 1999. – 944 с.
7. Ушаков, Д.Н. Толковый словарь русского языка. – М.: Астрель-АСТ, 2000. – 187 с.
8. *Five-minute stories*. – Essex: Miles Kelly Publishing, 2013. – 511 p.
9. *Macmillan Dictionary*. – URL: <https://www.macmillandictionary.com> (дата обращения: 10.04.2023).
10. *Merriam-Webster Dictionary*. – URL: <https://www.merriam-webster.com> (дата обращения: 10.04.2023).
11. *Oxford Dictionary*. – URL: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com> (дата обращения: 10.04.2023).

12. Reeves, J. Stories from England. – Oxford: University Press, 2013. – P. 194.

УДК 81

О ФЕНОМЕНЕ МОНДЕГРИНА В СОВРЕМЕННОМ АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Ю.Д. Дорошенко, Е.Ю. Холдеева

Иркутский национальный исследовательский технический университет

В статье исследован механизм зарождения мондегринов при восприятии речи. Выявлены причины появления ослышек при прослушивании песенных композиций на иностранном языке. Обнаружено, что возникновение мондегринов часто носит массовый характер. Проанализированы примеры частотных мондегринов, формирующихся при аудиальной перцепции песенных текстов на английском языке. Рассмотрен феномен ослышки при восприятии современных английских песен на примере русскоязычных студентов ИРНИТУ. Доказано, что ослышки являются неотъемлемой частью нашей жизни.

Ключевые слова: мондегрин, ослышка, восприятие, песня, речь.

ABOUT THE PHENOMENON OF MONDEGREEN IN MODERN ENGLISH

Yu. Doroshenko, E. Kholdeyeva

Irkutsk National Research Technical University

The article investigates the mechanism of occurrence of mondegreens during speech perception. The reasons for occurrence of mishearing when listening to song compositions in a foreign language are revealed. It has been found that mondegreens are a mass phenomenon. Examples of frequency mondegreens that occur when perceiving English songs are analyzed. The phenomenon of misinterpretation in the perception of modern English songs on the example of Russian-speaking students of INRTU is considered. It has been proven that mishearing is an integral part of our lives.

Keywords: mondegreen; mishearing; perception; song; speech.

Для человеческой коммуникации характерны ситуации, когда участники диалога являются представителями разных культур или носителями различных языков. В результате могут возникнуть трудности в интерпретации воспринимаемой речи. Анализ их причин имеет важное практическое

значение, так как способствует преодолению коммуникативных неудач [1, С. 3].

Нас интересует феномен ослышки при восприятии современных английских песен. Отметим, что неправильное восприятие и переосмысление текстов песен на иностранном языке часто носит массовый характер. Этот факт можно подтвердить тем, что в сети Интернет публикуются и обновляются списки песен, строчки из которых часто переосмысливаются [3], [9]. Очевидно, что исследование причин возникновения случаев искажения аудиальной перцепции можно отнести к важным источникам информации для изучения восприятия речи. Таким образом, цель данной статьи – исследовать механизм порождения ослышек, которые возникают у русскоязычных слушателей англоязычных песенных текстов.

Слова, которые являются результатом переосмысления неправильно услышанного утверждения или текста песни, описываются как *мондегрины* (ср., напр.: *mondegreen* – «*a series of words that result from the mishearing or misinterpretation of a statement or song lyric*» [8]). Впервые этот термин был использован американской писательницей Сильвией Райт в 1954 году в эссе, опубликованном в журнале *Harper's Magazine*. В публикации автор описала личный опыт встречи с мондегрином в детстве, когда она неправильно расслышала слова баллады и подсознательно заменила строку «*And laid him on the green*» на «*And Lady Mondegreen*». Именно в таком виде термин закрепился в английском языке [7, С. 255]. В русском языке нами было обнаружено описание мондегринов как феномена «скрипки лисы» [6]. Первоисточником такого обозначения стала песня *Скрип колеса* Игоря Саруханова, слова которой аудитория массово воспринимала неправильно как «*скрипка лиса*». Автору песни пришлось даже официально зарегистрировать оба названия песни, чтобы поддержать часто ошибающихся слушателей.

Возникновение мондегринов связано с двухступенчатым процессом обработки аудиоинформации – восприятием и осмыслением. При аудиальной перцепции человек легко воспринимает то, что ему давно известно и соответствует его ожиданиям. Если же знак не распознается, то слушатель неосознанно пытается придать ему знакомые черты. Таким образом, мондегрины являются тем способом, с помощью которого люди преодолевают психологический дискомфорт, который связан с непониманием воспринимаемого текста [2, С. 66].

В первую очередь, к причинам возникновения мондегринов при восприятии песенных текстов на иностранном языке относятся недостаточное владение лексикой и незнание грамматических конструкций. Кроме того, активный словарный запас слушателя также влияет на понимание воспринимаемого текста. Реципиент, скорее всего, услышит в песне те слова, которые он активно употребляет в речи. Шум и отсутствие визуального контакта также вызывают неопределённость, которую наш мозг пытается «разрешить» с помощью мондегринов [4]. К тому же, распространённой причиной

для появления ослышек при восприятии иностранной речи считаются сложносоставные слова. Воспринимая в потоке речи длинный набор звуков, наш мозг старается их логически сгруппировать и разделить на несколько слов поменьше, в итоге искажая смысл всей фразы [5, 6].

Интересно отметить, что самые частотные случаи песенных ослышек связаны с едой и животными [7]. Рассмотрим несколько случаев возникновения мондегринов при восприятии композиций на английском языке, подтверждающих эту мысль:

1. Исходная строчка из песни *Sweet Dreams* исполнителя Eurythmics «*Sweet dreams are made of these*» привела к появлению мондегрин «*Sweet dreams are made of cheese*»;

2. Исходная строчка из песни *Smells like teen spirit* исполнителя Nirvana «*Here we are now, entertain us*» массово понимается как «*Here we are now, in containers*»;

3. Оригинальная строчка из песни *Scarborough Fair* в исполнении Silmon and Garfunke «*Are you going to Scarborough Fair*» была воспринята некоторыми слушателями как «*Are you going to starve an old friend*»;

4. Исходная строчка из песни *Chasing Pavements* в исполнении Адель «*Or should I just keep chasing pavements*» часто воспринимается как «*Or should I just keep chasing penguins*»;

5. Оригинальная строчка из песни *Blowing in the Wind* певца Bob Dylan «*The answer, my friend*» привела к возникновению мондегрин «*The ants are my friends*».

Для того чтобы проследить механизм возникновения мондегринов у русскоговорящих слушателей при восприятии текстов на иностранном языке, группе студентов второго курса ФГБОУ ВО «Иркутский национальный исследовательский технический университет» (14 человек) было предложено прослушать строки из английских песен, которые часто приводят к появлению ослышек. Результаты проведенного эксперимента выявили следующие моменты.

В песне *Ticket to ride* группы The Beatles строчку «*She's got a ticket to ride*» студенты слышали, как «*She's got a chicken to ride*» (5 человек), «*She is gonna talk to the mind*» (3 человека) или «*She's going to learn to ride*» (2 человека). 4 реципиента расслышали предложенный фрагмент из песни верно.

В песне *Groovin* группы The Rascals вместо «*You and me endlessly*» 8 студентов слышали «*You and me and Leslie*». 6 респондентов восприняли строку правильно.

Фрагмент «*Hopelessly devoted to you*» из одноименной композиции в исполнении Olivia Newton-John был распознан как «*Hope the city voted for you*» (10 человек). У 4 реципиентов строчка не привела к возникновению ослышек.

В песне *Bad moon rising* американской рок-группы Creedence Clearwater Revival вместо «*There's a bad moon on the rise*» 8 студентов услышали «*There's a bathroom on the right*». У 4 студентов возникла ослышка «*Bad move to the right*». Услышали строку без ошибок 2 человека.

Строка «*My world crumbles when you are not here*» из композиции *I Try* в исполнении Masy Gray была услышана как «*I blow bubbles when you are not here*» (7 человек) или как «*My world is a trouble when you're not here*» (5 человек). 2 реципиента восприняли текст без ослышек.

Таким образом, анализ случаев искажения аудиальной перцепции подтверждает тот факт, что слушатели часто переосмысливают непонятные для них сочетания звуков воспринимаемого текста через простые, понятные им слова. В тех случаях, когда английское слово не понимается, слушатели осуществляют поиск сходных лексем в своем активном словарном запасе. К причинам возникновения ослышек участники эксперимента отнесли недостаточный уровень владения иностранным языком. Кроме того, респонденты отметили, что на неправильное восприятие песенного текста зачастую влияли акцент и произношение исполнителей.

Итак, мондегрины являются неотъемлемой частью нашей жизни. Мы часто не замечаем их наличие, пока не ознакомимся с самим текстом произведения в письменном виде. С помощью мондегринов мы бессознательно стараемся снять трудности, связанные с непониманием воспринимаемой информации. Наш мозг мгновенно находит смысл в хаотичном наборе звуков, так что мы не испытываем никакого напряжения. Мондегрины могут быть очень забавными, но при этом они являются важным источником информации для исследования механизма восприятия речи. Стоит отметить, что полностью избежать ослышек невозможно, потому что они возникают из-за особенностей работы мозга. Даже отлично владея языком, человек все равно время от времени будет попадать в эту ловушку. Поэтому, так важно проверять поступающую нам информацию и расширять свой лексический запас, изучая новые слова и конструкции для исключения возникновения ослышек.

Библиографический список

1. Белогривцева, Е.А. Ослышки при восприятии и интерпретации диалектной речи / Е.А. Белогривцева, В.Е. Гольдин // Филологические этюды: сб. науч. ст. молодых ученых. – 2014. – Вып. 17 в 2 кн. – Кн. 2. – С. 3–6.
2. Ефимова, Н.Н. Туманность леди Мондегрин // Вестник ИГЛУ. – 2013. – №4 (25). – С. 64–70.
3. О чем же в песне поется: статьи по английскому на Study.ru. – URL: <https://www.study.ru> (дата обращения: 13.04.2023).

4. Песни на английском: как слышу – так и пою. – URL: <https://englishpara.by/> (дата обращения: 13.04.2023).
5. Почему мы неправильно слышим слова песен. URL: <http://www.lookatme.ru/> (дата обращения: 13.04.2023).
6. «Скрипка лиса» и другие мондегрины (ослышки). URL: <https://www.livejournal.com/> (дата обращения: 11.04.2023).
7. Цалко, Н.Н. Лингвистические аспекты ослышки в текстах англоязычных песен / Н.Н. Цалко, А.В. Чайкисова // Концепт. – 2017. – №37. – С. 255–257.
8. American Heritage Dictionary. – URL: <https://ahdictionary.com/> (дата обращения: 10.04.2023).
9. Nordquist, R. Definitions and Examples of Mondergreens // ThoughtCo.com is the World's Largest Education Resource. – 2020. – URL: <https://www.thoughtco.com> (дата обращения: 13.04.2023).

УДК 378.147.227

ОРГАНИЗАЦИЯ КОМАНДНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ СРЕДСТВАМИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПЛАТФОРМ

Е.А. Ермолов, В.В. Ромме, Н.Н. Кувшинова

Иркутский национальный исследовательский технический университет

В работе поднимается вопрос организации командной работы студентов. Говорится о критериях по выбору платформы для совместной работы. Составлен список платформ, электронными инструментами которых возможна организация эффективной совместной работы студентов.

Ключевые слова: цифровая образовательная среда, образовательные платформы, командная работа, совместная деятельность.

ORGANIZATION OF STUDENTS' TEAM WORK ON EDUCATIONAL PLATFORMS

E. Ermolov, V. Romme, N.N. Kuvshinova

Irkutsk National Research Technical University

The paper regards organization of students' teamwork. The article includes criteria for choosing educational platforms for co-working. The study opens up the list of platforms to level up teamwork with digital tools.

Key words: *digital educational environment, educational platforms, teamwork, co-working.*

За последние пять лет система образования претерпела существенные изменения. Если несколько лет назад дистанционное обучение считалось мощным вспомогательным средством очного и заочного обучения, развивалась идея цифрового пути развития образования [4], то в настоящее время в преподавании технологии дистанционного обучения не столько применяются повсеместно, сколько обязательны к использованию. Популярны электронные учебники, обучающие программы, системы онлайн-тестирования, сервисы и платформы совместной работы. Электронные комплексы обладают большим потенциалом и являются настолько же значимыми и естественными для обучения, как занятия в стенах учебного заведения. Их возможности повышения эффективности обучения и влияния на обучающихся графическими, аудиовизуальными средствами неоспоримы.

Сегодня это не столько форма дистанционного контроля, а средство повышения мотивации учебной деятельности, развития самостоятельности, инициативы студентов, самооценки, самоорганизации, самореализации и саморазвития. Они повышают скорость работы, постановку и реализацию задач превращают в комфортный, интенсивный, эффективный процесс, осуществляемый 24/7 из любой точки мира. Из этого сделаем промежуточный вывод, современное образование основывается на учете индивидуальных особенностей студентов, имеющих свои характерные черты, склонности, интересы, темп работы. Каждый обучающийся обладает своим стилем учебной деятельности, который реально организовать средствами дистанционной работы.

Одной из основополагающих технологий в настоящее время считается метод проектов, отраженный в Федеральных государственных образовательных стандартах высшего образования (ФГОС ВО). Рассмотрим ФГОС ВО направления 21.03.01 Нефтегазовое дело (бакалавриат). Согласно документу, студенты готовятся к решению задач профессиональной деятельности проектного типа. Проектная практика является одним из видов производственной практики студентов [4, С. 3].

Анализ универсальных компетенций будущего выпускника показывает необходимость качественной и грамотной организации командной работы.

Стоит отметить, во ФГОС ВО зафиксировано право образовательной организации «проведения учебных занятий, процедур оценки результатов обучения... с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий; взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и (или) асинхронное взаимодействия

посредством сети «Интернет» [4, С. 8]. Это в совокупности выделяет данную технологию среди прочих и позволяет ее рассматривать как характеризующую высшее образование сегодня.

На основе анализа нормативных документов и ведущих технологий высшего образования (дистанционных технологий и метода проектов), были определены черты современного высшего образования. Они могут быть представлены следующим образом и далее будут рассмотрены в качестве критериев отбора платформ для организации командной работы студентов над проектами:

- самостоятельность студентов в процессе обучения, выражается в определении целей и задач, в выборе приемов, которые являются для них предпочтительными, в совместной разработке программы обучения;
- межпредметность, проявляющаяся в опоре на имеющиеся знания в различных областях;
- учет социокультурных особенностей студентов и их образа жизни;
- учет эмоционального состояния, морально-этических и нравственных ценностей;
- целенаправленное формирование учебных умений в составе универсальных компетенций;
- перераспределение ролей преподавателя и студента в учебном процессе, где инициатива смещается в сторону студента;
- использование аутентичных материалов.

В практике вузов широко распространена работа в цифровых образовательных средах. В нашей стране образовательная платформа Moodle является одной из широко используемых [1]. Однако, есть и другой подход, согласно которому цифровая образовательная среда может рассматриваться как совокупность ресурсов, обеспечивающих учебный процесс [2]. Мы отобрали 6 платформ, которые можно внедрить в учебный процесс для работы в команде. Представим их функции в таблице 1.

Возможности образовательных платформ для использования в процессе командной работы студентов

Таблица 1.

№	Образовательная платформа	Функция для организации командной работы
1.	Trello	Наличие досок, колонок, карточек. Присутствует возможность поддержать порядок заданий, отследить сроки выполнения, координировать командную работу. Есть возможность создания условий для обсуждения идей и совместной их реализации.

2.	Yougile	Наличие наглядных досок, есть возможность иерархии объектов, можно назначить исполнителей с функцией автоматического оповещения. Есть напоминания, стикеры, групповые чаты, просмотр выполненных и невыполненных задач, сортировка задач по дедлайнам, наличие отчетов, to-do листов.
3.	Яндекс Wiki	Сервис представляет собой базу знаний для коллективного создания страниц. Присутствует функция наполнения информацией и возможностью совместного редактирования.
4.	Sboard	Данная платформа помогает организовать работу для решения индивидуальных и командных задач с помощью досок.
5.	Miro	Платформа представлена интерактивной доской. Работает на любых устройствах. Предлагает более 100 интеграций с внешними инструментами, с которыми участники уже работали. Возможна организация мозгового штурма, составления диаграмм, встречи, SCRUM, картирование. Доступны дизайн-исследования и планирование работы.
6.	Mural	Это англоязычный аналог MIRO. Платформа для организации командной работы на английском языке.

В данной работе мы придерживаемся альтернативного пути достижения целей высшего образования – использования внешних образовательных платформ на примере организации командной работы. Нами был составлен список тех, которые максимальным образом способствуют формированию представленных универсальных компетенций и будут соответствовать реалиям высшего образования. На наш взгляд, обогащение образовательного процесса данными инструментами окажет положительное влияние на эффективность работы и мотивацию студентов. В перспективе дальнейших исследований считаем возможным рассмотреть этот вопрос в подобном аспекте.

Библиографический список

1. Зайкова, И.В. Реализация межкультурного подхода к обучению иностранному языку магистрантов в цифровой образовательной среде технического вуза // Межкультурное многоязычное образование как фактор социальных трансформаций: становление и развитие научной

- школы: сборник научных статей. – М.: Общество с ограниченной ответственностью "Языки Народов Мира", 2021. – С. 100-105. – EDN KLCLQF.
2. Лапин, В.Г. Цифровая образовательная среда как условие обеспечения качества подготовки студентов в среднем профессиональном образовании // Инновационное развитие профессионального образования. – 2019. – №1 (21). – С. 55–59.
 3. Тарева, Е.Г. Цифровая эпоха и педагогические профессии // Вестник московского городского педагогического университета. Серия: Философские науки. – 2018. – №3 (27). – С. 85-90.
 4. ФГОС ВО 21.03.01 Нефтегазовое дело: сайт. – Москва, 2018 – URL: <https://fgos.ru/fgos/fgos-21-03-01-neftegazovoe-delo-96/> (дата обращения: 17.04.2023).
 5. MIRO: визуальная платформа для совместной работы: сайт – URL: <https://miro.com/ru> (дата обращения: 17.04.2023).
 6. MURAL: collaborative intelligence company: site. – URL: <https://www.mural.co> (дата обращения: 17.04.2023).
 7. SBOARD: Онлайн-доска для совместной работы и преподавания: сайт. – URL: <https://sboard.online> (дата обращения: 17.04.2023).
 8. TRELLO: управление командами с любого устройства: сайт. – URL: <https://trello.com/ru> (дата обращения: 17.04.2023).
 9. YOUNGILE.COM: система управления проектами: сайт. – URL: <https://ru.yougile.com> (дата обращения: 17.04.2023).
 10. YANDEX WIKI: бесплатная база знаний для сотрудников компании: сайт – URL: <https://wiki.yandex.ru> (дата обращения: 17.04.2023).

УДК 81'373.47

СПОСОБЫ ОБРАЗОВАНИЯ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ В ОБЛАСТИ БИОТЕХНОЛОГИИ

С.А. Золотарев, А.С. Зайкова

*Частное общеобразовательное учреждение средняя школа Леонова,
г. Иркутск*

Статья посвящена изучению способов образования англоязычных терминов в сфере биотехнологии. Материалами послужили англоязычные глоссарии. Рассматриваются лексические и стилистические способы образования терминов в разных видах биотехнологии.

Ключевые слова: *термин; аффиксация; метафора; аббревиатура; биотехнология; способы образования.*

ENGLISH-LANGUAGE TERMINOLOGY FORMATION IN THE FIELD OF BIOTECHNOLOGY

S. Zolotarev, A. Zaykova

Irkutsk Private Educational Institution 'Leonov Secondary School'

The paper aims to study the formation of English-language terms in the field of biotechnology. The materials include English-language glossaries. Lexical and stylistic ways of forming terms in different spheres of biotechnology are considered.

Key words: *term, affixation, metaphor, abbreviation, biotechnology, methods of formation.*

Интенсивное развитие науки и техники, обусловленное объективной закономерностью эволюции общества, способствует появлению новых понятий и терминов. В этой связи изучение англоязычного терминологического аппарата биотехнологии как ведущего и перспективного направления научно-технического прогресса представляет особый интерес с точки зрения лингвистики.

Исследованию биотехнологической терминологии в английском языке посвящены работы отечественных и зарубежных ученых [1-6]. Так, Е.А. Мышак рассматривает понятие термина «биотехнология», предлагает классификацию англоязычной биотехнологической терминологии [4, 5]. Е.А. Сиротина изучает категорию признака в терминологии биотехнологии, выявляет способы ее выражения в английском языке [6]. Т.А. Кудинова исследует тенденции образования синонимичных терминов и терминологических словосочетаний в биотехнологии, их значимость в процессе коммуникации [2, 3].

Анализ показал, что специфика англоязычной терминологии по биотехнологии с точки зрения способов образования и ее распространенности в сфере биотехнологии еще недостаточно изучена.

Цель данного исследования – изучить способы образования англоязычной терминологии в сфере биотехнологии.

Методами исследования послужили обзор литературы, метод сплошной выборки, лексико-стилистический анализ.

Материалом исследования являются данные англоязычных глоссариев по биотехнологии [7-10].

На первом этапе исследования методом сплошной выборки было отобрано и затем проанализировано около 500 терминов, содержащихся в глоссариях. Как показал анализ, большинство терминов образовано с помощью **аффиксации**. Яркими примерами являются использование приставки *bio*: *biomietics* – биомиэтика, *biocontrol* – биконтроль, *biofuel* –

биотопливо, biostimulation – биостимуляция, а также суффиксов *sis* и *tic*, означающих процесс / состояние: *prothesis – протез*, *endomitosis – эндомитоз*, *antiseptic – антисептик*, *antibiotic – антибиотик*.

Другим способом образования терминов можно назвать **метафоризацию**. Например, в геной и клеточной инженерии и клонировании было выявлено 30 терминов, образованных с помощью данного способа. Приведем ряд примеров:

butterfly skin – кожа бабочки, термин образуется на основе ассоциации с пораженной кожей пациентов, у которых она является очень хрупкой на ощупь, как крылья бабочки.

jumping genes – прыгающие гены, означает участки ДНК организмов, которые способны к передвижению и размножению в пределах генома.

wet weight – влажный вес, означает вес продукта с полным содержанием воды либо вес полностью увлажненной ткани,

relaxed circle – расслабленный круг, означает процесс, при котором происходит выделение плазмидной ДНК из бактериальной клетки.

Кроме выше перечисленных способов образования терминов по биотехнологии можно выделить **аббревиатуры**. Например, *DNA – дезоксирибонуклеиновая кислота*, *RNA – рибонуклеиновая кислота*, *ARS – автономная реплицирующаяся последовательность* и т.д. Аббревиатуры *ГМО – генетически модифицированный организм*, *FISH – флуоресцентная гибридизация*, *HIV – вирус иммунодефицита человека* являются словами, образованными с помощью сокращения слова или словосочетания и читаются по алфавитному названию начальных букв или по начальным звукам слов, которые входят в него [1].

На следующем этапе исследования был проведен анализ способов образования англоязычных терминов, принадлежащих разным сферам биотехнологии. Для проведения анализа использована традиционная классификация биотехнологии. Термины глоссариев были ранжированы по сферам данной предметной области и по способам их образования. Результаты исследования представлены в таблице 1.

Способы образования терминов в разных сферах биотехнологии

Таблица 1

Сферы Биотехнологии	Аффиксация	Метафоризация	Аббревиатура
Бионика	<i>prothesis – протезирование</i> <i>biomietics – биомиетика</i>	<i>butterfly skin – сплошная кожа</i>	fMPI – новый ингибитор металлопротеиназ
Генная и клеточная инженерия	<i>nanotubes – нанотрубки</i>	<i>scale up – ферментация микроорганизма из</i>	<i>DNA – дезоксирибонуклеиновая кислота</i>

	<i>endomitosis</i> – эндоми́тоз	мелкого масштаба в более крупный	<i>RNA</i> – рибонуклеиновая кислота
Искусственный отбор, гибридизация	<i>heterosis</i> – гетерозис	<i>naked bud</i> – почка, не защищенная чешуйками	<i>GMO</i> – генетически модифицированный организм <i>FISH</i> – флуоресцентная гибридизация
Клонирование	<i>degenerative</i> – дегенеративный <i>implantation</i> – имплантация	<i>pupal stage</i> – стадия куколки <i>clone bank</i> – коллекция биологических образцов человека <i>jumping genes</i> – транспозоны	<i>ARMS</i> – амплификация системы невосприимчивых мутаций <i>SCNT</i> – перенос ядер соматических клеток
Биоинженерия	<i>biocontrol</i> – биоконтроль <i>biofuel</i> – биотопливо	<i>brain-computer interface</i> – нейрокомпьютерный интерфейс	<i>NFT</i> – кольцевая молекула ДНК <i>AI</i> – искусственное оплодотворение
Биомедицина	<i>antiseptic</i> – антисептик <i>blastocyst</i> – бластоцист	<i>label</i> – лейбл <i>friendly microbe</i> – полезный микроб	<i>AIDS</i> – синдром приобретённого иммунного дефицита.
Биофармакология	<i>antibiotic</i> – антибиотик <i>inhibitor</i> – замедлитель	<i>reciprocating shaker</i> – возвратно-поступательный шейкер	<i>ADEPT</i> – ферментативная терапия пролекарствами
Биоинформатика	<i>stimulator</i> – стимулятор <i>protein</i> – протеин	<i>jumping libraries</i> – наборы фрагментов геномной ДНК, созданные путем скачков хромосом	<i>GWAS</i> – полногеномный поиск ассоциаций
Биоремедиация	<i>biofouling</i> – биообрастание <i>ecology</i> – экология	<i>water stress</i> – процесс подачи воды к их корням становится лимитирующей	<i>VOCs</i> – летучие органические вещества <i>WP</i> – точка увядания

Как можно заключить, в каждой сфере биотехнологии присутствуют термины, образованные с помощью всех рассмотренных лексических и стилистических средств, что свидетельствует о достаточном разнообразии способов образования терминов данной предметной области.

Библиографический список

1. Головин, Б.Н. Кобрин Р.Ю. Лингвистические основы учения о терминах: Учеб. пособие для филол. спец. вузов. М.: Высшая школа. – 1987. – 104 с.
2. Кудинова, Т. А. Проблема грамматической омонимии при статистическом анализе корпуса текстов английского подъязыка биотехнологий / Т. А. Кудинова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2017. – № 4-2(70). – С.122-124.
3. Кудинова, Т. А. Структурно-семантические особенности многокомпонентных терминов в подъязыке биотехнологий (на материале русского и английского языков): специальность 10.02.19 "Теория языка»: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Кудинова Татьяна Анатольевна. – Орел, 2006. – 21 с.
4. Мышак, Е. А. Классификация англоязычной терминологии биотехнологии / Е. А. Мышак // Studia Humanitatis. – 2019. – № 2. – С. 17.
5. Мышак, Е. А. Специфика дефиниции термина "биотехнология" / Е. А. Мышак // Studia Humanitatis. – 2018. – № 3. – С. 19.
6. Сиротина, Е. А. Метафорический способ образования терминов в современной английской терминологии биотехнологии / Е. А. Сиротина // Studia Humanitatis. – 2020. – № 1. – С. 19.
7. Nill, K. R. Glossary of Biotechnology Terms, glossary / K. R. Nill. – CRC Press LLC, 1998. – 264 с.
8. Glossary of biotechnology and genetic engineering: glossary / A. Zaid, H.G. Hughes, E. Porceddu, F. Nicholas; under the general editorship A. Zaid. – Rome, 1999. – 248 с.
9. Soil Treatability Study: сайт. – США, 2020. – URL: https://www.dtsc-ssfl.com/files/lib_doe_area_iv/soiltreatstudies/stig_mtg_docs/66942_Glossary_020614.pdf (дата обращения: 20.03.2023).
10. Yanke Bionics: сайт. – Экрон, 2023. – URL: <https://www.yankebionics.com/patients/glossary> (дата обращения: 20.03.2023).

«ВСЬ ЭТОТ JAZZ»: ДИСТАНЦИОННЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

К.Д. Иванова, Н.А. Корепина

Иркутский национальный исследовательский технический университет

Данная статья посвящена проблеме внедрения дистанционных образовательных технологий в вузы и школы России. Был проведен сравнительный анализ четырех бесплатных приложений для видеоконференций «Jazz», «Zoom», «Discord», «Google Meet». В результате анализа выявлены преимущества вышеперечисленных приложений. Установлено, что российское приложение «Jazz» заслуженно лидирует по своим характеристикам и отвечает основным запросам участников образовательного процесса.

Ключевые слова: дистанционные образовательные технологии, «Jazz», «Zoom», «Discord», «Google Meet», дистанционное обучение, информационные технологии.

«ALL THAT JAZZ»: PEDAGOGICAL DISTANCE TECHNOLOGY

K. Ivanova, N. Korepina

Irkutsk National Research Technical University

This article is devoted to the implementation of distance learning technologies in universities and schools in Russia. The comparative analysis of four video conferencing applications "Jazz", "Zoom", "Discord", "Google Meet" was carried out. It highlighted the advantages of the above-mentioned applications. It has been concluded that the Russian application "Jazz" is deservedly in the lead in terms of its characteristics and meets the basic needs of the participants involved in the education activities.

Key words: distance learning, distance learning technologies, «Jazz», «Zoom», «Discord», «Google Meet», information technology.

The 21st century is the age of the explosion of digital technologies, the achievements of the fourth industrial revolution, the age of the emergence and development of a new Alpha generation, the children of millennials born between 2010 and 2024. Recently, generation Z was the future. However, a new generation, called the first letter of the Greek alphabet, has now emerged. The fact is that generation Z grew up on the principles of teamwork, system work and project management. In contrast, the new, younger generation Alpha is creating new principles: *individualism, personal space and emotional intelligence.*

According to the research by the Australian sociologist Mark McCrindle, the number of the Alpha generation representatives is increasing by 2.74 million people every week, and by 2030, more than 11% of the entire workforce will be millennials [1].

As can be seen, the new generation determines the new future of planet Earth. Therefore, a very important aspect of the development and upbringing of the younger generation is a quality education that meets all modern trends. Undoubtedly, in recent years, the issue of intensive introduction of distance learning technologies in teaching not only schoolchildren, but also students has become increasingly relevant. Coronavirus pandemic of 2020–2021 shocked the whole world. M.S. Oborin argues that the transition to distance learning caused stress not only for students and teachers, but also influenced the leaders of educational institutions [5].

E.A. Karpinskaya in her study also noted that during the pandemic higher education institutions were forced to quickly solve many pressing issues related to the transition to distance learning [7]. However, G.A. Krasnova and A.O. Polushkina in their research study came to the conclusion that most countries were able to create educational platforms for distance learning in a short time [2]. All spheres of public life, including the educational process, have undergone changes. Circumstances have literally forced all teachers and learners to switch to an online format. For most, this format of training is a novelty, but for many it seemed more convenient and practical than offline classes. According to EdTech research, after the end of the coronavirus pandemic, by 2025 the volume of investments in distance education will grow to \$350 billion, and in another 5 years it can reach \$1 trillion dollars [4]. Based on this, we can conclude that during all the restrictions associated with the lockdown, many appreciated the use of distance learning technologies in education.

«Distance learning technologies are understood as educational technologies implemented with the use of information and telecommunication networks when students and teaching staff interact at a distance» [9].

It follows from the definition that in real conditions, the educational process must comply with the main trends in the informatization of society. The use of modern digital resources in teaching and learning is one of the components of individualisation, contributing to the development of the student's plan and pace of work. The key principle is the constant contact of students with the teacher, interacting via distance learning technologies.

Compliance with all the principles will create a comfortable and effective learning process. In addition to constant online interaction, students will have the opportunity for self-study.

N.E. Otekina assesses the importance of distance learning in their research work. She argues that IT-based training will provide equal opportunities for each

category of people: schoolchildren, students, military specialists, etc. Universities, academies and institutes will be able to enhance their capacity for personnel training [6].

I.A. Petrozhitskaya also supports the idea of introducing distance learning technologies (DLT, as follows in the definition) in universities: «DLT will make learning more result-oriented, as well as provide the possibility of independent learning taking into account different styles» [8, P. 155]. Analysing the author's opinion, we can conclude that distance learning technologies are quite relevant in the modern information space, and, accordingly, can become a source of high-level knowledge not only in obtaining basic, but also higher education.

However, the digital age is showing rapid breakthroughs, marked by the dynamic replacement of the old with the new. So, applications become outdated very quickly and are replaced by others, newer, more functional and corresponding to all user requests. For example, «Evernote» and «Bear», quite popular note-taking and small text applications, have now been replaced by the standard built-in «Notes» utility. The «WinRAR» program, which helped users reduce the amount of information needed to write or decrypt a floppy disk, has now become completely irrelevant, due to a new feature in the computer's operating system that does this automatically. One of the most popular messengers, «ICQ», has been superseded from the application market by other more relevant analogues, «VK» (VKontakte), «OK» (Odnoklassniki), and «Telegram».

The question of choosing an educational application that will be user-friendly, effective and multifunctional remains unresolved. It is important that the application complies with all the principles of distance learning. An online lesson should not limit the educational process and bring any discomfort. The solution to this question has not yet been found, which is why the present study is relevant.

The methods used in this study were: observation, evaluation, classification, analysis and synthesis, and description.

The purpose of this paper is to provide a structural overview of the video conferencing application «Jazz» and compare it with similar applications.

In 2023, due to the introduction of anti-Russian sanctions, more and more attention is being paid to the domestic producer of not only goods and services, but also to information technology. An important factor was the creation of a worthy import-independent analogue of the video conferencing application and the abandonment of such programmes as: «Zoom», «Discord» and «GoogleMeet» in favour of a Russian manufacturer.

The Central Bank of the Russian Federation «Sber» has released a new video conferencing service called «Jazz», which has already caught the attention of many Russian companies. According to the project's analysts, more than 400 largest companies in our country are already conducting «Jazz» video conferences, while more than half use the free version of the application. One of the leading universities in Russia, Moscow State University, has chosen this application as a service for online events and seminars [3].

In the current educational context, «Jazz» is one of the most competitive applications with a number of advantages. Next, let us consider the results of a comparative analysis of the application functions presented in Table 1.

Comparative analysis of video conferencing applications «Jazz», «Discord», «Google Meet», «Zoom»

Table 1

Feature	Jazz	Discord	Google Meet	Zoom
Free use	+	+	+	+
Maximum number of connections	200	10	100	100
Data privacy	+	-	-	+
Availability of a chat room	+	+	+	+
Raise your hand function	+	-	+	+
Noise reduction	+	+	-	-
Maximum duration of the call	Not limited	24 hours	1 hour	40 minutes
Free connection	+	-	-	-
Text transcript of meetings	+	-	-	-
Recording of the conference	+	+	+	+
Screen demo	+	+	+	+
Interactive whiteboard	-	+	+	+

As can be seen, based on the results of the analysis, the «Jazz» application is the leader. Compared to the other applications, up to 200 connections are possible at the same time with no limit on the maximum call duration. Other distinctive features of the application are free connections to the conference without passwords and the option of meeting text transcripts. In addition, the data transmitted during the online sessions is completely confidential. In our view, the only drawback of the application is the lack of an interactive whiteboard. On the other hand, the software developers have time to refine the product, taking into account the wishes and feedback of users.

The use of «Jazz» is relevant for lectures, seminars, workshops and team interactions regardless of which disciplinary field this or that discipline belongs to. For example, when learning a foreign language, the discussed application will help in the process of mastering and developing foreign language skills.

The key productive skills of foreign language communication represented by *speaking* (oral communication skills) and *writing* (written communication

skills) can be effectively practised in the application environment: oral communication is developed in direct communication between communicants, supported by video and audio options; written communication finds its realisation in a shared chat room that can be created in a foreign language. The development of receptive skills related to listening comprehension (*listening*) as well as the extraction of information from written sources (*reading*) are also supported by this application. Listening will be assisted by the function of providing access to audio on the gadget during a conference. The instructor will be able to play an audio recording for students followed by online assignments. Reading of any required text on a topic is done from the general chat. Students can either download a file from the chat or follow a link to a document designated by the teacher.

Without a doubt, only practice can develop authentic, competent speech. In this case, users will benefit from the noise reduction and automatic background function. For a more comfortable feeling, a background can be switched on to hide all extraneous distractions.

Writing helps you absorb the material you have learned and structure it in your memory. To practise writing, there is a chat room where you can send both text and a link to the required material.

Reading, especially aloud, helps you practise all the skills you have learned. For repetition, you can use automatic chat recording and transcribing it into text.

In addition, during a videoconference several participants can concurrently switch on the screen display.

Since the application is created in Russia (this is one of its clear advantages), each user can be fully assured that their data will not be hacked. Moreover, the maximum number of connections in «Jazz» will allow for mass streaming lectures using presentations.

As a result of the comparative analysis of the above-mentioned video conferencing applications, in our opinion, the Russian application «Jazz» proved to be more effective. Despite the fact that the programme is rather new it is gaining its popularity. Following the rapid development of technology, it is important to keep the focus on updating and improving the distance learning technologies.

To summarise, we can say that distance learning technologies are on the verge of the future. In the professional world, the term «remote working» is increasingly appearing, and the emergence of the term «distance learning» is not so far away. Especially since the 2019–2021 pandemic made it clear that remote lessons and the delivery of distance classes are not so problematic and difficult to access.

The main positive outcome is the fact that, even in the face of sanctions and the challenges on the international market, Russian programmers were able to create a versatile video conferencing application that is not only as good as foreign ones, but is superior in many respects. This allows us to say that Russia will be able to develop its distance learning technologies without the use of foreign applications and companies.

References

1. Generation Alpha infographics // GenerationAlpha.com URL: <https://generationalalpha.com/> (access date: 05.04.2023).
2. Krasnova, G.A., Polushkina, A.O. State and prospects of distance learning during Covid-19. Series: Informatization of Education. – 2021. – No1. – pp. 36-44.
3. MSU chose Russian service SberJazz to organise distance learning / Lomonosov Moscow State University URL: https://www.msu.ru/science/news/mgu-vybral-rossiyskiy-servis-sberiazz-dlya-organizatsii-distantsionnogo-obucheniya.html?sphrase_id=4073016 (access date: 22.03.2023).
4. Between the First and the Second: Online Education in the Wave of the Pandemic // Forbes Education - Training and Education in Russia and Abroad URL: <https://education.forbes.ru/authors/online-education-vs-covid> (access date: 29.03.2023).
5. Oborin, M.S. The impact of the Covid-19 pandemic on the educational process // Service in Russia and abroad. – 2020. – No5. – pp. 153-163.
6. Otekina, N.E. E-learning, distance learning technologies // International Scientific Journal "Innovative Science". – 2017. – No4. – pp. 127-128.
7. COVID-19 pandemic: effects on higher education // RIAC: Russian International Affairs Council URL: <https://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/analytics/covid-19-effekty-dlya-vysshego-obrazovaniya/> (access date: 03.04.2023).
8. Petrozhitskaya, I.A. Information technologies as a training tool in higher education // Problems of Modern Pedagogical Education. – 2021. – No.77-4. – pp. 154-157.
9. Federal Law of 29.12.2012 N 273-FZ (ed. from 17.02.2023) "On Education in the Russian Federation" (with amendments and additions, in force from 28.02.2023) ConsultantPlus URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_140174/9ab9685e5291f25d698665301ab79c23f0055ca4/ (access date: 05.04.2023).

НОВЫЙ ШЕЛКОВЫЙ ПУТЬ: КАК ПОДНЕБЕСНАЯ ИМПЕРИЯ ХОЧЕТ ЗАВОЕВАТЬ МИР

К.Д. Иванова, А.А. Лыгденова, Mou Xinrui

Иркутский национальный исследовательский технический университет

Данная статья посвящена проблемам и перспективам инициативы «Один пояс, один путь», так называемого Нового шелкового пути. В статье рассматривается исторический предшественник Великого шелкового пути. Кроме того, рассматривается маршрут Нового шелкового пути для морского и наземного транспорта. Проанализировано заявление о начале строительства Шелкового пути, его возможное влияние на сотрудничество между нашими странами, экономику Китая и России, как ключевого партнера и сопредельных стран, даны выводы.

Ключевые слова: Великий Шелковый путь, Новый Шелковый путь, китайская экономика, проект, маршрут Нового Шелкового пути.

THE NEW SILK ROAD: HOW THE CELESTIAL EMPIRE WANTS TO CONQUER THE WORLD

K. Ivanova, A. Lygdenova, Mou Xinrui

Irkutsk National Research Technical University

This article is devoted to the problems and prospects of the "One Belt, One Road" initiative, the so-called New Silk Road. The article discusses the historical predecessor of the Great Silk Road. In addition, the route of the New Silk Road for sea and land transport is considered. The statement on the beginning of the construction of the Silk Road, its possible impact on cooperation between our countries, the economy of China and Russia, as a key partner and adjacent countries, was analyzed, conclusions were given.

Key words: The Great Silk Road, the New Silk Road, the Chinese economy, the project, the route of the New Silk Road.

"One Belt, One Road" is the name given to China's economic project in 2013. After assuming the throne and becoming General Secretary of the Communist Party of China in 2012, Xi Jinping launched a number of new innovative projects that, according to him, will lead China to a leading position in the international market. This project will be aimed at creating a new transport, energy

and trade corridor between the countries of Europe, Asia and Russia, and subsequently the whole world [2].

The project was announced and presented in Kazakhstan in 2013, and in May 2015 received approval from Russian President Vladimir Putin. He noted that the New Silk Road is a prospect of reaching a new level of partnership, which implies a common economic space on the entire Eurasian continent [7].

But why are experts increasingly disapproving of this idea and calling it the "Marshall Plan", while China is ready to invest billions in it? However, if, according to the Chinese leader, the project is so promising and will bring only a positive effect to each participating country, then why has its implementation been postponed for more than 10 years? This issue remains relevant to this day [9].

The name "New Silk Road" is conditional; at the official level, the name has not yet been approved. But, such a great, though unofficial, name it received in honor of its ancient predecessor – the Great Silk Road. In the II century BC there was a caravan road that connected China and Europe. Up to the XIX century, most of the goods were supplied from China. The Great Silk Road was called the main trade artery of the whole world, it became the most important factor of political and economic progress.

But can the New Silk Road become a worthy continuation of history or is this project doomed to failure?

In their research on the New Silk Road, Bazarov B.V., Bazarov V.B., Nolev E.V. came to the conclusions that the development of this strategy will lead to a shift of the centers of economic activity to the Eastern part of Eurasia. Russia, in turn, will change its geopolitical orientation from West to East [1, P. 32].

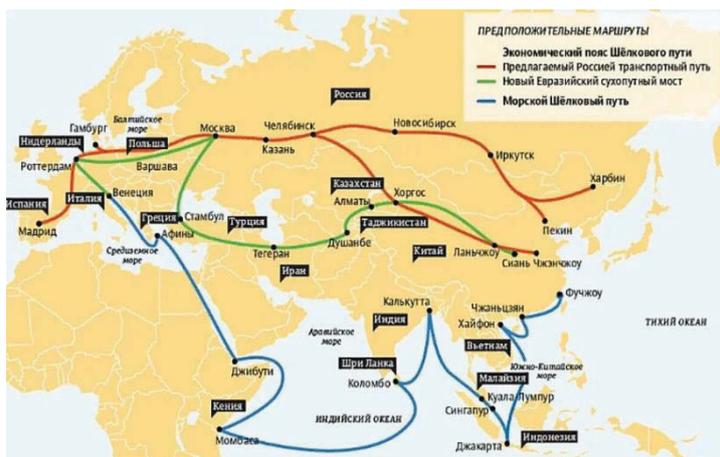
Undoubtedly, the project has many positive prospects. According to experts, more than 4 billion people will be involved in the project, it will bring additional jobs, new businesses, factories, cities, highways and develop all related infrastructure. Russia will be able to develop underdeveloped areas of Siberia and the Far East. Mongolia will join its economic project "Steppe Way" and form a new path, which has already been named the "Chinese-Mongolian-Russian Economic Corridor" at the Council of Heads of State.

Of course, the project is not only comprehensive, but also very costly. According to the idea of China, two ways will be implemented: sea and land.

The overland route originates in the Chinese province of Shaanxi, Xi'an, then follows to the city of Urumqi, and then passes through Iran, Iraq, Syria, Turkey, Russia, Italy.

The sea route looks no less grandiose. It starts in the city of Quanzhou, then through the Strait of Malacca, enters Kuala Lumpur, Calcutta, Colombo, stops in the Maldives, Nairobi, passes through the Red Sea to Djibouti, goes to Athens and in Italy closes with the land Silk Road.

At the Council of Heads of State, Russian President Vladimir Putin proposed a new overland route of the New Silk Road, which will run along the Trans-



Siberian railway. Figure 1 shows three variants of the New Silk Road: the land and sea routes, as well as the land route proposed by Russia.

Figure 1. The route of the New Silk Road

Undoubtedly, the New Silk Road looks grandiose, but, like any large-scale project, it requires considerable investments, according to experts, China's total investments in the New Silk Road will amount to \$ 22 trillion [4].

Pervukhin V.V. identified 5 main whales on which the New Silk Road will be based: Exchange of political ties; Connection of roads; Free trade; Monetary circulation of different currencies; Improvement of friendly relations. In his opinion, the project is promising. It will not bring losses and will not affect regional ties in any way [5].

But with such a bright and positive assessment of the PRC of its project, the remaining 27 member states are still in doubt. One of the key factors in the promotion of this project is China's desire to gain a foothold as a global superpower. Xi Jinping plans to implement the project by 2049, but there are 2 problems on his way: firstly, the political one, it is quite possible that not all countries will agree to peaceful implementation on their territory, and secondly, the financial component exceeding their annual GDP level, which for 2022 amounted to 18.3 trillion dollars.

Russian-Chinese relations are currently the best in their entire history. The two powerful countries have reached a new level and are ready to strengthen not only their ties, but also their positions on the international economic market. An Agreement on Good-neighborliness, Friendship and cooperation was signed on July 16, 2001 between Russia and China and both sides are still fulfilling all agreements.

Russia has repeatedly expressed its support for the initiative of the PRC [10]. Thus, during President Xi's visit to Russia on May 8-10, 2015, a Joint statement was adopted on cooperation on the conjugation of the construction of the Eurasian Economic Union and the Silk Road Economic Belt: "The parties will continue to search for interface points within the framework of the Silk Road Economic Belt in the interests of ensuring sustainable economic growth" [8]. Also, during Putin's return visit in 2017 to Beijing, it was pointed out that Russia highly appreciates China's initiative to create the "Silk Road Economic Belt" and the "Maritime Silk Road of the XXI Century" and considers it an important concept

aimed at developing trade, economic and investment cooperation in the region [6].

In addition, news about the informal relationship between Xi Jinping and Vladimir Putin, which is often called friendship, is often discussed on social networks. Indeed, the heads of state themselves admitted that they are not only business partners, but also good friends. Vladimir Putin confirmed that he meets with the president of the Celestial Empire more often than with other colleagues. Whether such friendly relations can give an invisible impetus to the launch of the New Silk Road construction project is still unknown.

The heads of state stated that they are going to maintain special trusting relations and direct all efforts to unlock the potential of bilateral economic cooperation. Moreover, they are ready to make full use of all opportunities to achieve maximum results and solve all economic problems for the revival of Russia and China [11].

Summing up, we can say that despite all the encouraging proposals of the PRC, the construction of the New Silk Road is under great question and requires in-depth scientific analysis from all aspects. However, due to the political situation and the introduction of anti-Russian sanctions, Russia's participation in the New Silk Road is under a very big question. Nevertheless, despite the fact that the route that will pass through Russian territory is the most profitable, China is considering other trajectories of the New Silk Road [3].

References

1. Bazarov, B.V. The New Silk Road: the open policy of the open society of China / B.V. Bazarov, V.B. Bazarov, E.V. Nolev // Power. – 2016. – № 11. – pp. 29-34.
2. THE WORLD OF SCIENCE: interesting things around: Zen site. – Moscow, 2018. – URL: <https://dzen.ru/a/YSy6cBk3ng7ALC9b> (accessed: 06.04.2023).
3. Trans.info: Positive website about transport: site. – Wroclaw, 2010. – URL: <https://trans.info/ru/novyyi-shelkovyyi-put-bez-rossii-298153> (accessed 07.05.2023).
4. FB.ru: site. – Moscow, 2018. – URL: <https://fb.ru/article/208819/novyyi-shelkovyyi-put-marshrut-shema-kontseptsiya> (accessed: 05.04.2023).
5. Pervukhin, V.V. New Silk Road / V.V. Pervukhin // Energy policy. – 2014. – No. 3. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=21821024> (accessed: 05.04.2023).
6. RBC – a group of companies providing information, services and technologies: site. – Moscow, 1995. – URL: <https://www.rbc.ru/politics/14/05/2017/59159e0d9a7947318586f81f> (accessed: 04.05.2023).
7. TASS News Agency: site. – Moscow, 1999. – URL: <https://tass.ru/ekonomika/1957941> (accessed: 05.04.2023).

8. President of Russia: site. – Moscow, 2000. – URL: <http://www.kremlin.ru/supplement/4969> (accessed: 05/04/2023).
9. 钮维敢,马桂彪.“一带一路”遭遇欧美大国经济冷战思维挑战的研究现状及新构想[J].社会科学论坛,2023(02):198-213.DOI:10.14185/j.cnki.issn1008-2026.2023.02.003.
10. 刘彦,刘蒙阒.俄罗斯“一带一路”研究的进展、议题与启示[J].西伯利亚研究,2022,49(05):43-55+118.
11. 薛君,陶林.“一带一路”视角下的中俄合作:机遇、挑战与对策[J].财富时代,2022(02):60-62.

УДК 316.334.2

ПРОБЛЕМЫ ВОСПРИЯТИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯМИ РЕКЛАМНЫХ НОСИТЕЛЕЙ ВО ВРЕМЯ PR-КАМПАНИЙ

Д.В. Карпушин, В.В. Кожухова
Московский политехнический университет

В современном быстро меняющемся мире кампании по связям с общественностью стали важным инструментом для брендов и организаций для продвижения своих сообщений и охвата более широкой аудитории. Рекламные носители являются важнейшим компонентом кампании по связям с общественностью и могут помочь в создании благоприятного имиджа бренда или организации в глазах общественности. Однако потребители могут столкнуться с рядом проблем при восприятии рекламных носителей во время кампании по связям с общественностью, что может повлиять на эффективность кампании. В данной статье мы обсудим проблемы восприятия рекламных носителей потребителем в ходе пиар-кампании и рассмотрим пути их преодоления.

Ключевые слова: потребители, доверие, PR-кампании, проблемы восприятия потребителей

PROBLEMS OF PERCEPTION OF ADVERTISING MEDIA BY A CONSUMER DURING A PUBLIC RELATIONS CAMPAIGN

D. Karpushin, V. Kozhukhova
Moscow Polytechnic University

In today's fast-paced world, public relations campaigns have become an essential tool for brands and organizations to promote their messages and reach a wider audience. Advertising media is a crucial component of a public relations campaign and can help in building a favorable image of the brand or organization in the eyes of the public. However, consumers may face several challenges while perceiving advertising media during a public relations campaign, which can affect the effectiveness of the campaign. In this article, we will discuss the problems of perception of advertising media by a consumer during a public relations campaign and explore ways to overcome these challenges.

Key words: *consumers, credibility, public relations campaign, problems of consumer perception.*

One of the significant challenges that consumers face while perceiving advertising media during a public relations campaign is credibility. Consumers are increasingly becoming skeptical of advertising media and are more likely to believe recommendations from family and friends or other trusted sources rather than advertising [1, P. 179]. This skepticism can lead to a lack of trust in the brand or organization's message and affect the effectiveness of the public relations campaign. To overcome this challenge, brands and organizations must focus on building credibility through their advertising media. One way to do this is by using testimonials from satisfied customers or collaborating with influencers who have a large and engaged audience. By using real people who can vouch for the quality and authenticity of the brand or organization's message, they can build credibility and trust in the eyes of the public.

Another challenge that consumers face while perceiving advertising media during a public relations campaign is information overload. Consumers are bombarded with advertising media from various sources, and it can be challenging to distinguish between the messages and determine which ones are relevant to their needs [2, P. 8]. This information overload can lead to a lack of attention and interest in the advertising media, making it challenging for brands and organizations to reach their target audience effectively. To overcome this challenge, brands and organizations must focus on creating advertising media that is concise, clear, and relevant to the target audience. They should avoid using jargon or technical terms that may be difficult for the audience to understand. Additionally, they can use visuals such as images and videos to convey their message effectively and engage the audience.

Misinterpretation is another challenge that consumers may face while perceiving advertising media during a public relations campaign. Consumers may misinterpret the brand or organization's message, leading to confusion or a lack of understanding of the message's intended meaning [2, P. 10]. This problem can lead to a negative perception of the brand or organization's message and affect the effectiveness of the public relations campaign. To overcome this challenge, brands and organizations must ensure that their advertising media is clear and easy to understand. They should avoid using ambiguous language or messaging that can be misinterpreted. Additionally, they can use visuals and storytelling to convey their message effectively and engage the audience.

Skepticism is another challenge that consumers may face while perceiving advertising media during a public relations campaign. Consumers may be skeptical of the brand or organization's message and may question the accuracy or authenticity of the information presented in the advertising media [3, P. 13]. This skepticism can lead to a lack of trust in the brand or organization's message and affect the effectiveness of the public relations campaign. To overcome this challenge, brands and organizations must focus on building trust and transparency in their advertising media. They should provide accurate and up-to-date information and avoid exaggerating or misrepresenting their products or services. Additionally, they can use social proof, such as reviews or testimonials from satisfied customers, to build credibility and trust in the eyes of the public.

A lack of relevance is another challenge that consumers may face while perceiving advertising media during a public relations campaign. Consumers may not find the advertising media relevant to their needs or interests, leading to a lack of engagement and interest in the message [4, P. 77]. To overcome this challenge, brands and organizations must focus on understanding their target audience's needs and interests and creating advertising media that resonates with them. They can use data and analytics to gather information about their target audience and create personalized messaging that speaks directly to their needs and interests. Additionally, they can use targeted advertising on social media platforms to reach their audience more effectively and increase the relevance of their message.

Distractions are another challenge that consumers may face while perceiving advertising media during a public relations campaign. With the rise of mobile devices and social media, consumers are constantly bombarded with notifications, messages, and other distractions, making it challenging to capture and maintain their attention [5, P. 98]. To overcome this challenge, brands and organizations must focus on creating advertising media that is visually appealing and attention-grabbing. They can use bold colors, catchy slogans, and captivating visuals to capture the audience's attention and keep them engaged. Additionally, they can use social media platforms such as Instagram and TikTok to create short, attention-grabbing videos that are easy to consume and share.

A lack of emotional connection is another challenge that consumers may face while perceiving advertising media during a public relations campaign. Consumers are more likely to remember and engage with advertising media that evokes an emotional response, such as joy, fear, or excitement. If the advertising media fails to create an emotional connection with the audience, it may be forgotten or ignored. To overcome this challenge, brands and organizations must focus on creating advertising media that evokes an emotional response from the audience. They can use storytelling, humor, or other creative elements to create a memorable and emotional connection with the audience. Additionally, they can use social media platforms to create interactive campaigns that allow the audience to participate in the brand or organization's message, creating a deeper emotional connection.

An example of problems with the perception of a scientific and technical text based on a Tesla car advertisement.

Tesla's advertising often emphasizes the technical specifications of its electric vehicles, such as battery range, acceleration time, and charging speed. The company also uses scientific language to describe the technology behind its vehicles, such as "regenerative braking" and "autonomous driving."

The following are problems that the consumer may encounter:

Inaccuracy: Despite Tesla's use of technical language, there is always the possibility that the advertising message may not accurately reflect the performance or capabilities of the vehicles. This can lead to consumers feeling misled or deceived, which can damage Tesla's reputation and credibility.

Limited Appeal: Tesla's focus on technical language may limit the appeal of its advertising to a more niche audience of consumers who are interested in the technical specifications of electric vehicles. This may make it harder for Tesla to reach a wider audience of consumers who may be more interested in other aspects of the vehicles, such as design or price.

Greenwashing: Some critics have accused Tesla of engaging in «greenwashing», or using environmental claims in its advertising without actually following through on those claims in practice. This can lead to consumer skepticism and distrust of the company's advertising messages.

Complexity: Technical language can be complex and difficult to understand for some consumers. This may lead to confusion or frustration, and can make it harder for consumers to make informed decisions about whether to purchase a Tesla vehicle.

Overall, while Tesla's advertising may be effective in appealing to consumers who are interested in the technical and scientific aspects of electric vehicles, there are still potential problems with consumer perception of this type of advertising.

An example of problems of consumer perception based on m&m's advertising using conversational style.

Overexposure: M&M's has been running ads for many years, and some consumers may feel that they have seen the same messaging too many times. This can lead to ad fatigue and make it harder for new campaigns to break through.

Ineffectiveness: While M&M's ads may be entertaining and memorable, they may not be very effective at actually driving sales. Consumers may enjoy the ads but not feel compelled to actually purchase M&M's as a result.

Insensitivity: M&M's ads may inadvertently offend certain groups or cultures, either through cultural insensitivity or by trivializing serious issues. This can lead to negative publicity and harm the brand's reputation.

Overall, while M&M advertising campaigns have been successful in capturing consumer attention and building brand awareness, there are potential consumer perception issues that can affect the effectiveness of these campaigns over time.

In conclusion, the problems of perception of advertising media by a consumer during a public relations campaign can be challenging for brands and organizations. Credibility, information overload, misinterpretation, skepticism, lack of relevance, distractions, and a lack of emotional connection are all potential challenges that can affect the effectiveness of the public relations campaign. However, by understanding their target audience's needs and interests, creating clear and concise messaging, building trust and transparency, and creating emotional connections with their audience, brands and organizations can overcome these challenges and create successful public relations campaigns.

References

1. Chiang, K. P., & Dholakia, R. R. (2003). Factors driving consumer intention to shop online: An empirical investigation. *Journal of Consumer Psychology*, 13(1-2), 177-183. [Electronic resource]. – URL: [https://www.scirp.org/\(S\(lz5mqp453edsnp55rrgjt55\)\)/reference/ReferencesPapers.aspx?ReferenceID=2538967](https://www.scirp.org/(S(lz5mqp453edsnp55rrgjt55))/reference/ReferencesPapers.aspx?ReferenceID=2538967) (accessed: 25.04.2023).
2. Griffin, M., & Hauser, J. R. (1993). The voice of the customer. *Marketing Science*, 12(1), 1-27. Heath, R. L., & Nairn, A. (2005). Measuring the hidden power of emotive advertising. *Journal of Advertising Research*, 45(3), 255-268. [Electronic resource]. – URL: <https://www.jstor.org/stable/183735> (accessed: 25.04.2023).
3. Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, measuring, and managing customer-based brand equity. *Journal of Marketing*, 57(1), 1-22. [Electronic resource]. – URL: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/002224299305700101> (accessed: 25.04.2023).
4. Laczniak, G. R., & Muehling, D. D. (2005). *Ethical marketing decisions: The higher road*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall. [Electronic resource].

resource]. – URL: https://books.google.ru/books/about/Ethical_Marketing_Decisions.html?id=2C96mQEACAAJ&redir_esc=y (accessed: 26.04.2023).

5. Lee, M., & Youn, S. (2009). Electronic word of mouth (eWOM) how eWOM platforms influence consumer product judgement. *International Journal of Advertising*, 28(3), 473-499. [Electronic resource]. – URL: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.2501/S0265048709200709> (accessed: 26.04.2023).

УДК 81'25

ОСОБЕННОСТИ СУБТИТРИРОВАНИЯ ВИДЕОИНТЕРВЬЮ О ЗДОРОВОМ ОБРАЗЕ ЖИЗНИ С АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ

В.А. Коновалова, С.В. Варнавская, А.И. Олейникова, Ю.В. Привалова
Институт в экологических, экономических и социальных системах,
г. Таганрог

Работа посвящена исследованию особенностей субтитрирования видеointервью о здоровом образе жизни. Объектом изучения послужили видеоматериалы, размещенные на видеохостинге Youtube. В статье также рассматриваются основные переводческие трансформации при субтитрировании видеointервью.

Ключевые слова: перевод; создание субтитров; видеointервью; здоровый образ жизни; культурные различия; лингвистические аспекты; технические нюансы; переводческие стратегии, терминология, трансформации.

PECULIARITIES OF SUBTITLING HEALTHY LIFESTYLE VIDEO INTERVIEWS FROM ENGLISH INTO RUSSIAN

V. Konovalova, S.Varnavskaya, A. Oleynikova, Y. Privalova
Institute in Ecological, Economic and Social Systems,
Taganrog

The article is devoted to the study of subtitling peculiarities of video interviews about healthy lifestyle. The object of the study is video footage uploaded by the video hosting site Youtube. The article also discusses the most common translation transformations when subtitling video interviews.

Key words: translation; subtitling; video interview; healthy lifestyle; cultural differences; linguistic aspects; technical nuances; translation strategies, transformations.

В современном российском обществе всё чаще наблюдается культ здорового образа жизни. Всё больше людей молодого и среднего возраста стремятся избегать вредных привычек, придерживаются рационального режима труда и отдыха, соблюдают правильное питание и поддерживают в норме коэффициент физической активности. В поисках новых знаний и полезной информации по теме ЗОЖ профессионалы и любители обращаются к популярным интернет-платформам. Одной из самых популярных платформ на сегодняшний день является YouTube.

На данном видео-хостинге авторитетные фигуры или эксперты в своем деле могут делиться с пользователем знаниями, личным опытом, последними новостями и тенденциями в мире изучаемой ими отрасли. Многие российские и зарубежные блогеры, изучающие и освещающие тему спорта и здоровья приглашают к себе известных спортсменов и врачей и берут у них интервью. Актуальность нашего исследования заключается в том, что спрос на переводы таких видеointервью непрерывно растет. Однако в условиях языкового и межкультурного барьеров, у русскоязычного пользователя нет возможности полноценно понять, что имеет в виду интервьюируемый. Мы решили выяснить какими отличительными чертами обладает жанр видеointервью, с какими трудностями может столкнуться переводчик при субтитровании видеointервью и какие трансформации чаще всего используются при субтитровании видеointервью о здоровом образе жизни. Данная работа может быть использована при переводе различных видео и создании субтитров к ним. Работа может быть интересна лингвистам и переводчикам, желающим ознакомиться со спецификой субтитров как способа перевода видеoinформации.

Стоит начать с определения жанра интервью. В журналистике обычно встречается два определения интервью: как способ получения информации и как способ ее представления.

Прежде всего, интервью – это диалог. Выделяются следующие базовые признаки жанра интервью как жанра:

- 1) ориентация на СМИ;
- 2) публичный характер разговора;
- 3) максимальная значимость персоны, у которой берут интервью;
- 4) прямое взаимодействие собеседников;
- 5) структура диалога в виде вопросов и ответов;
- 6) адресация – предназначенность для информирования и воздействия не только на участников диалога, но и на читателя (зрителя, слушателя).

Существуют несколько видов интервью: интервью в печатных и электронных СМИ, интервью на радио и телевидении.

Видеоинтервью представленные на веб-сервисах отличаются от традиционных телевизионных или радиоинтервью тем, что они не ограничены рамками эфирного времени. Помимо этого, пользователь имеет право выбора в том, что и когда ему смотреть. Также, по сравнению с телевидением, радио и газетами, на веб-сервисах менее ощутимо редакторское давление. Интервьюер в праве задавать те вопросы, которые посчитает наиболее интересными для своей аудитории. Всё это увеличивает интерес зрителя к данному жанру. Важно отметить, что сам интервьюер должен обладать авторитетом среди своей аудитории и на его канале должно быть не только большее число подписчиков, но и внушительное число видео просмотров.

Созданные субтитры, как любой перевод, должны отвечать требованиям адекватности, эквивалентности и точности. Для этого переводчику необходимо владеть терминологией конкретной области или областей знания. При создании субтитров к видеороликам существуют ограничения по количеству текста на экране. Это связано с физиологической особенностью людей говорить быстрее, чем читать. Всё это в совокупности составляет сложность перевода видеороликов и созданию субтитров к ним.

Для достижения адекватного и эквивалентного перевода фильма переводчик использует лексические, грамматические и лексико-грамматические трансформации. Мы проанализировали и выявили переводческие трансформации, которые наиболее часто встречаются при переводе и создании субтитров к видеоинтервью.

Переводчик довольно часто использует приём опущения, так как ему необходимо избавляться от семантически избыточных слов в целях экономии места на экране (дополнительные слова: «you know», «well»); тавтологические прилагательные/наречия; ответные выражения: «yes», «no», «ok», «please», «thanks»). Например, *You know number one put a plan together and that plan until three specific things* [4] – *Первое – это составление плана. Он включал в себя три конкретных пункта.*

С той же целью переводчик прибегает к лексическим заменам: *Addiction is obsession, addiction is very very strong obsession with the food* [5] – *Зависимость – это одержимость, зависимость – это **чрезмерное** пристрастие к еде.*

В данном примере переводчик опускает наречие «очень» и заменяет словосочетание «очень сильное» на обобщающее синонимичное прилагательное «чрезмерное».

Членение предложений также является наиболее частой трансформацией. Это обуславливается количеством символов на экране. Если количество символов будет превышать 40, то это затруднит чтение фразы. Например, *And what happened and I know you've heard about this several times the placebo effect is something where you get a positive injunction from somebody*

who's an authority figure [4] – Это был «эффект плацебо», о котором вы неоднократно слышали. Когда авторитетный для вас человек, говорит о позитивном исходе болезни, у вас происходят положительные сдвиги в здоровье.

Одной из трудностей при переводе выступила безэквивалентная лексика, а именно название напитка Sunny D. Можно применить описательный перевод, который поможет русскоязычному пользователю понять смысл. «Sunny D» – это напиток на основе воды и кукурузного сиропа с апельсиновым вкусом, содержащий небольшое количество витамина С. Однако, в условиях ограниченности символов на экране при переводе субтитров мы не можем воспользоваться этой трансформацией. Поэтому, мы заменяем название этого напитка, на известную в русской культуре «Фанту». *And I was on what I called the tough diet at the time which is typical university food. So I'm no joke I'm eating pizza daily. My vitamin C is coming like from Sunny D* [4] – Поначалу я был на «жесткой диете», ел типичную университетскую еду. Я не шучу, я каждый день ел пиццу. Мой витамин С поступал в дозировках, содержащихся в **Фанте**.

Мы считаем, что так нам удалось достичь адекватного восприятия оригинала реципиентом ПЯ, а также равнозначного оригиналу эмоционального воздействия перевода, поскольку «Фанта», также как и «Sunny D», изготавливается на основе воды и кукурузного сиропа с добавлением большого количества вкусоароматических добавок, консервантов и красителей, придающих напитку характерный оранжевый цвет и имеет в своем составе витамин С. Рассказчик имеет в виду, что его рацион был очень скуден и однообразен, в связи с чем в его организм совершенно не поступало питательных веществ. В этом примере он в ироничной форме говорит о том, что единственным источником его витамина С на тот момент служил напиток Sunny D.

Так как выбранные нами видеointервью обладали узконаправленной тематикой ЗОЖ, мы столкнулись с множеством медицинских терминов и спортивной лексики и выявили, что эквивалентная лексика является одной из наиболее часто используемых трансформаций. Например, *Get knowledge, you know, learn about it, get somebody telling you about the brain, reptilian brain, the reward system* [5] – Приобретать знания, изучать тему. Пусть кто-нибудь расскажет вам о **рептильном мозге**, о **системе вознаграждения в мозге**.

And at the time being 16 years old, you know, you have the hormones of like a Greek god, you know, so you know you get the kind of standard of care, you know, take these NSAIDs, stay off the leg you'll get better [4] – Тогда мне было 16. Гормоны, как у греческого бога. Я получал стандартное лечение, мне говорили принимать **НПВП** (нестероидные противовоспалительные средства), не нагружать ногу и обещали, что я пойду на поправку.

But it doesn't work like that. Your discs get hydrated through a process called "remote diffusion" [4] – Но это работает не так. Ваши диски получают жидкость по принципу «отдаленной диффузии».

Итак, мы выяснили, что видеоподобное интервью является разновидностью интервью, обладающей характерными особенностями. При субтитровании видеоподобного интервью переводчику нужно создавать субтитры с учетом множества ограничений. Важна их сжатость и лаконичность для лучшего восприятия информации реципиентом. В зависимости от тематики видеоподобного интервью могут использоваться специальные профессиональные термины и аббревиатуры, которые требуют дополнительного изучения и перевода. Также важно понимать контекст и культурные особенности текста, чтобы избежать риска неточностей и соблюсти нормы ПЯ.

Библиографический список

1. Иванова, И.В. Жанр интервью: формы бытования и языковые особенности: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Астрахань, 2009.
2. Комиссаров, В.Н. Современное переводоведение. М.: ЭТС, 2001. – 424с.
3. Сахнова, Е. Б. Жанр интервью и его модификации // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия Филология. Журналистика, вып. 13, № 4, 2013, с. 98–103.
4. Цвик, В. Телевизионная журналистика: учеб. пособие для студентов вузов. М. – 2009. – С. 272.
5. Шлейермахер, Ф. О разных методах перевода / Ф.Шлейермахер // Вестник Моск. ун-та. Сер.9. Филология. – 2000. – № 2.
6. How to get free from food addiction [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=IWXXvOJ4SKI&t=394s> (Дата обращения: 08.01.2023).
7. Why sleep Is MORE IMPORTANT Than Diet [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=4Mtw3vBQYOg&t=305s> (Дата обращения: 05.01.2023).

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ИДЕНТИЧНОСТИ В ИСКУССТВЕ XX ВЕКА

М.А. Корзенникова, Ю.Н. Карыпкина

Иркутский национальный исследовательский технический университет

Статья посвящена исследованию репрезентации идентичности в работах художников 20 века. В работе анализируются различные аспекты идентичности, такие как раса, пол, национальность, социальный класс и т.д. Также исследуется то, каким образом на идентичность человека влияют социальный, культурный и исторический контексты.

Ключевые слова: *идентичность, социальный, культурный, исторический контекст.*

THE IDENTITY REPRESENTATION IN MODERN ART

M. Korzennikova, Yu. Karypkina

Irkutsk National Research Technical University

The article is devoted to the study of the representation of identity in the works of contemporary artists of the 20th century. The paper analyzes various aspects of identity, such as race, gender, nationality, social class, etc. It also explores how a person's identity is influenced by the social, cultural and historical contexts.

Keywords: *identity, social, cultural, historical context.*

Identity refers to the characteristics, traits, beliefs, and experiences that define an individual or a group of individuals. It is multifaceted construct that includes factors such as race, ethnicity, gender, sexuality, age, religion, social class, and nationality among others. Identity is an important aspect of an individual's sense of self and influences their personal and social interactions, as well as their value systems and perspectives. It can also shape an individual's experiences of privilege, marginalization, and oppression, as well as a sense of belonging to a community or group. However, identities are not fixed or static and can change over time, as individuals develop and interact with different environments and contexts. Moreover, identities are influenced by larger social, cultural, and historical factors, and are shaped by both personal and social experiences [1].

The topic of identity in modern art is highly relevant today because it continues to spark conversations and debates about power, representation, and social justice. As we live in a world that is becoming increasingly diverse and interconnected, it is important to understand how artists use their work to engage with

social and political issues related to identity. Additionally, modern art has had a significant impact on contemporary culture, influencing everything from fashion, design, and advertising to film, music, and literature. By exploring identity representation in modern art, we can gain a deeper understanding of how artists create meaning and challenge dominant narratives around race, gender, sexuality, and other social categories.

Moreover, the historical, social, and cultural contexts that have shaped modern art offer crucial insights into how art reflects and responds to the world around it. By examining the intersections between art and society, we can better understand the human experience and the complex ways in which identity is shaped and represented. The *objective* of the article is to analyse factors and processes that influenced artists in 20th century the most. But it is worth noting that an artist cannot create a work based on only one event, factor or process taking place in the world.

Here some aspects of identity are presented:

1. *Ethnicity and race.* These pertain to one's cultural and ancestral heritage, which influences language, customs, values, and beliefs. The best representatives are:

- *Kara Walker.* Walker uses her art to expose the legacy of slavery and the ongoing effects of racial inequality in America. Her cut-paper silhouettes, sculptures, and installations often challenge stereotypes and myths surrounding race, gender, and sexuality. In her work, Kara Walker addresses themes of racial inequality and violence on this basis. Her work was significantly influenced by her past. At the age of 13, her family moved to Stone Mountain, Georgia, where the infamous Ku Klux Klan was still active at that time. Kara is a multidisciplinary artist. Her practice includes both painting and sculpture, engravings, installations, drawings and even filmmaking. Often uses silhouettes and shadow installations in her work. Applying shadows to her work helps reveal the racial context of her works. Shadows indicate not only the skin color of the heroes, but also the painful past of the black population of the United States. All provocative scenes of life, violence and oppression remain "in the shadows." Thanks to the work of Kara Walker, the viewer is immersed in a deeper study of racial and gender stereotypes [5].

- *Jean Michael Basquiat.* Basquiat was an American artist of Haitian and Puerto Rican heritage who used his art to challenge dominant narratives about race and identity. He often incorporated text, symbols and iconography from African, Haitian, and Aztec cultures into his work. The work of Jean-Michel Basquiat must be analyzed in the context of two polar processes that take place in the United States in 1960-1980 – reaganomics (the economic strategy of the US government during the reign of Ronald Reagan) and the struggle for human rights in the 1960s. The main characters of his works were often black people and the artist himself, among other things. The themes of his work were personal experiences related to the situation of black people in the United States in the 1980s.

2. *Gender and sexuality.* These reflect one's sense of self in terms of masculinity, femininity, or gender non-conformity, as well as sexual attraction and romantic interests.

- *Egon Schiele.* The leitmotif passing through all the works of Egon Schiele is a reflection on the unconscious. His work fell on the era of the development of psychology as a science. Egon Schiele is not interested in beauty and appearance. His research focuses on fear, pain, anxiety, various mental abnormalities, and the unconscious side of the individual. In his work, the unconscious is associated with sexuality. Many nudes can be seen in his work, and due to the image of naked teenagers, he went to prison for 24 days. He portrayed people naked, shocking. He portrayed children and adolescents interested in sexual activity. And the women in his works are far from ideal, they are broken and sharp [6; 3].

- *Gustav Klimt.* Gustav Klimt's paintings celebrate sexuality, eroticism and femininity. His paintings abound in female bodies, the artist considered them perfection. Gustav Klimt was even nicknamed 'Freud from painting' because he was very deeply immersed in the theme of femininity.

3. *Nationality and citizenship.* These denote one's legal status and nationality, which can impact one's rights, privileges, and obligations as a citizen.

- *Edward Hopper.* Edward Hopper is an American artist whose favorite theme has become a deserted and impersonal city. Compositions depicting the modern city with its inhabitants are photographically verified. People on his canvases are impersonal and lonely. Many people have a sense of fear, anxiety and loneliness after watching the works of Edward Hopper. The artist was able to convey these feelings, so relevant in the 'stone jungle' of America. According to art critic Lloyd Goodrich, Hopper was "a supremely national artist who, like no other, was able to show the real America on his canvases".

- *Robert Rauschenberg.* Robert Rauschenberg was an American artist, one of the founders of pop art in the United States, a 'titan of American art' of the 20th century according to the New York Times. The United States had a huge influence on the art of Robert Rauschenberg. He was born in Port Arthur, Texas in 1925, and grew up during the Great Depression and World War II, which greatly influenced his views and creative style [2].

4. *Religion and spirituality.* These reflect one's beliefs, values, and practices related to the divine, faith, and morality.

- *Frida Kahlo.* Religion and spiritualism play an important role in the work of the artist Frida Kahlo. Her works contain many symbols related to Christian religion and folk mythology, for example, crosses, angels, black cats, skulls and flowers. She also portrays scenes from biblical stories such as 'Adam and Eve' or 'Caligula'. However, Frida Kahlo not only used religious symbols in her works, but also displayed her own spirituality. She believed in posthumous life and often used images of death as a symbol of the transition from earthly life to another world. Also, she sometimes depicted herself as her Mexican ancestors,

and mentions them in her letters as her guardian angels. Her works often contain images of dead people who appear before her, pointing her to the path. Frida Kahlo is a unique artist whose works observe all the topics chosen by the authors. From the topic of motherhood to nationality.

Frida Kahlo takes a special place in Modern art. She could be included into all mentioned above groups:

Ethnicity and race. The Mexican artist, Frida Kahlo, is known for her self-portraits, which often depict her physical and emotional pain. Kahlo used her art to explore her identity as a woman, a Mexican, and a person with a disability. Her paintings have many contexts. During her life, she underwent many trials: illness from childhood, an accident in her youth, the inability to become a mother, marriage to Diego Rivera. Virtually all of Frida Kahlo's legacy is riddled with national Mexican motives.

Gender and sexuality. In the work of Frida Kahlo, it is impossible to single out one theme, motive or event that influenced her works. And the topic of femininity and motherhood remains important. As a result of the accident at a young age and the illness suffered in childhood, Frida Kahlo could not have children. Therefore, in her paintings you can see reflections on the topic of motherhood. The artist wonders about whether it is possible to consider herself a woman without the opportunity to have children

Nationality and citizenship. One of the many prominent motifs in Frida Kahlo's art is that of nationality. Kahlo was well aware of her country's history and was in great awe of Mexican culture. For example, 'A Self-Portrait between Mexico and the United States of America' (1932) is a work reflecting Frida Kahlo's love of the homeland. She stands between two worlds. On the one hand, full of the life of Mexico, where the harmony of nature and man reigns, the natural life cycle, and on the other hand, the lifeless United States of America with its technology and industrialization. Another work on the border life between Mexico and the United States is the painting 'My Dress Hangs Here, or New York' (1933). In this painting, Frida Kahlo depicted a 'portrait' of capitalism in the United States [4].

- Marina Abramovic. Marina Abramovic is known for her performances, in which she explores themes of religion, spirituality and philosophy. Some of her more famous works include:

- ✓ "The House with the Ocean View" (2002) – in performance, Marina Abramovic spent 12 days without food or drink, sitting on three platforms above the ocean. She used meditation and breath control to hold out for a living.

- ✓ "The Artist is Present" (2010) – in this performance Marina Abramovic spent 736 hours sitting without movement on a chair at the Moma Museum in New York. Visitors to the museum could sit across from her and she looked them in the eye for a few minutes. It was a study of the emotional connection between people and the possibility of exploring the inner world through contact with other people.

✓ “512 Hours” (2014) – In this performance, Marina Abramovic spent 512 hours at the Serpentine Gallery in London, where she invited visitors to participate in several ritual activities, including meditation and the practice of useless movement. It was a study of the power of collective experience and how we can achieve a state of presence and consciousness.

✓ “The Life and Death of Marina Abramović” (2011) was a theatrical play in which Marina Abramovic explored her personal history and her relationships with her parents and other loved ones. She used dance, songs and other elements to tell her story and explore issues of life and death [7].

Summarizing mentioned above, we may conclude that these artists demonstrate how modern art has become a powerful platform for exploring and representing identity. In various ways, these artists subvert dominant cultural narratives and give voice to underrepresented and marginalized communities. Therefore, the selected artists only reflect to a greater extent certain tendencies and events of society, based on their own life experience.

References

1. Rezchikova, V.V. Social and personal aspects of the identity of a person of modern society / V.V. Rezchikova // Вестник Санкт-Петербургского университета, 2009. – Серия 12. – Вып. 2. – Ч. 1. – С. 254-260.
2. About Robert Rauschenberg, Part one. – URL: https://dzen.ru/a/X9yY_XyRnkbAPHqS (дата обращения: 10.02.2023).
3. Izmailova, A.O. Life description of Austrian artist Egon Schiele, “hysteria” as a cause of formation of expressionism / A.O. Izmailova, E.N. Alekseeva. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zhizneopisanie-avstriyskogo-hudozhnika-egona-shile-isteriya-kak-prichina-stanovleniya-ekspressionizma/viewer> (дата обращения: 09.02.2023).
4. National motives in the work of the Mexican artist Frida Kahlo. – URL: <https://bank.nauchniestati.ru/primery/nauchnaja-statja-na-temu-nacionalnye-motivy-v-tvorchestve-meksikanskoj-hudozhnicy-fridy-kalo> (дата обращения: 29.01.2023).
5. Felix, Doreen St. Kara Walker’s next step. – URL: <https://www.vulture.com/2017/04/kara-walker-after-a-subtlety.html> (дата обращения: 08.02.2023).
6. Schiele, Egon: exploring the depth of the psyche. – URL: <https://dzen.ru/a/YPO-pxFvQijQOmhe> (дата обращения: 09.02.2023).
7. Iconic Artworks: The Marina Abramovic performance ‘The House with the Ocean View’. – URL: The Marina Abramovic: The House With The Ocean View (artland.com) (дата обращения: 02.02.2023).

МЕХАНИЗМЫ ДЕТЕРМИНОЛОГИЗАЦИИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ТЕРМИНОВ

А.В. Корякина, М.И. Попова

Иркутский национальный исследовательский технический университет

Актуальность данного исследования обусловлена возрастающей ролью профессиональной терминологии в обогащении общеупотребительной лексики. Целью исследования является изучение и анализ механизмов детерминологизации экономических терминов, что предполагает выявление закономерностей перехода терминов из экономической терминосистемы в сферу общеупотребительной лексики. В ходе исследования использовались: метод анализа словарных дефиниций, контекстуально-ситуативный и интерпретативный анализ. В результате исследования был определен наиболее распространенный механизм детерминологизации базовых экономических терминов, которым является метафорическое переосмысление. Рассмотренные термины, которые, как и термины практически любой другой терминосистемы, не имеют эмоциональной окраски, однако в результате метафоризации приобретают ярко выраженную отрицательную коннотацию.

Ключевые слова: детерминологизация, терминосистема, метафоризация, общеупотребительная лексика, отрицательная коннотация

DETERMINOLOGIZATION OF ECONOMIC TERMS

A. Koryakina, M. Popova

Irkutsk National Research Technical University

The urgency for this research has been caused by the increasing role of professional terminology in the enrichment of the common language. The purpose of the research is to examine and analyze the mechanisms of economic terms determinologization which involves identifying the regularities of the transition of terms from the economic term system into the common language. During the research the method of dictionary definitions analysis, contextual and interpretative analysis have been used. As a result of the study, the most common mechanism of determinologization of basic economic terms was determined which is metaphorical reinterpretation. The paper considers the terms which have no special emotional coloring but as a result of metaphorization acquire the negative connotation.

Key words: determinologization, term system, common language, metaphorization, negative connotation

Исследованию теории термина, отраслевых терминосистем и их лингвистическим и экстралингвистическим особенностям традиционно посвящается целый ряд работ как в отечественной, так и в зарубежной лингвистике, так как в любой терминосистеме происходят постоянные изменения. В качестве причин обычно указывают на расширение международных связей, глобализацию, активный рост образовательного уровня, рост качественно новых научных достижений и возрастание роли средств массовой информации. Как отмечают К.М. Шилихина и Е.А. Кузьминова, «изменения в терминологии наиболее остро проявляются в кризисные или переломные периоды развития общества либо в период бурного развития определенной сферы деятельности» [9]. Каждое новое исследование часто влечет за собой другое исследование, способствуя тем самым уточнению и развитию общей теории терминоведения. А поскольку любая терминосистема занимает важное место в общем словарном составе языка, такие исследования остаются актуальными.

В результате активного роста образовательного уровня, возрастания роли средств массовой информации и компьютеризации всех видов деятельности происходит повышение роли специальной терминологии в обогащении общего словарного состава языка. По мнению Л.А. Морозовой, происходит миграция термина, т.е. «выход специальной единицы за пределы узкотерминологического употребления» [6, С. 123]. При этом, как отмечает Л.Н. Лубожева, язык специалистов становится «донором для общеупотребительного языка» [3].

Выход специальной единицы за пределы узкотерминологического употребления получил название 'детерминологизация'. Под детерминологизацией в общем смысле этого слова понимается механизм обмена между общеупотребительной и специальной лексикой, при котором происходит утрата термином конститутивных свойств в связи с его выходом за пределы терминологической системы и его превращением в общеупотребительное слово [4], [5]. При этом, по мнению Т. Кабре, происходит «банализация терминологии» [10], а Ю.В. Акинин считает, что активное использование терминов неспециалистами «интеллектуализирует неспециальный текст» [1].

Целью данного исследования является изучение и анализ механизмов детерминологизации базовых экономических терминов, утративших свои терминологические свойства и перешедших в общеупотребительный язык. Эта цель предполагает выявление закономерностей перехода терминов из экономической терминосистемы в сферу общеупотребительной лексики. В работе использовались: метод анализа словарных дефиниций, контекстуально-ситуативный и интерпретативный анализ. В качестве объекта исследу-

дования выступают ключевые экономические термины. Примеры употребления в контексте анализируемых единиц были получены из национального корпуса русского языка (НКРЯ).

Исследования, посвященные детерминологизации, рассматривают несколько механизмов вхождения термина в сферу общеупотребительной лексики в нескольких направлениях: а) переход термина в общелитературный язык в своем исходном значении; б) метафоризация термина; в) образование омонима термина. Кроме того, ряд ученых утверждают, что в процессе детерминологизации появляется омоним термина (см., например, [2. С. 30], [8]).

Используя Интернет-ресурсы, освещающие вопросы экономики, был составлен список наиболее актуальных терминов в этой сфере. Как показал анализ примеров, наиболее частым механизмом при переходе этих экономических терминов в сферу общеупотребительной лексики является метафоризация. В результате появляется новое, более абстрактное значение, основанное на сходстве функций. Кроме того, метафоризованный термин создает дополнительный образ, т.е. становится стилистически окрашенным. Рассмотрим несколько примеров подробно.

Одним из наиболее частотных терминов в сфере экономики в настоящее время является слово «инфляция». Словарь экономических терминов определяет понятие «инфляция» как «повышение общего уровня цен, переполнение каналов обращения денежной массы сверх потребностей товарооборота, вызывающее обесценивание денежной единицы и рост цен». Анализ следующих примеров (1-4) показывает, что при переходе термина в сферу общеупотребительной лексики происходит упрощение понятия. Выйдя за рамки специальной лексики, слово «инфляция» приобретает значение «обесценивание, потеря значимости».

(1) *Активно обсуждаемая сегодня проблема **инфляции языка**, обусловленная переизбытком информации – слов и текстов, перманентно распространяемых огромным количеством традиционных и новых медиа, ...* («Личность в координатах медиа» коллективная монография, 2022);

(2) *На дворе **инфляция, гиперинфляция** идеалов.* («Без скидок на обстоятельства. Политические воспоминания» В. Фалин, 2022);

(3) ***Инфляция власти**, страшнее, чем всякая иная, разрушает наше государство, общество* (НКРЯ);

(4) ***Инфляция слов** страшнее инфляции денег* (НКРЯ).

Контекстуальный анализ приведенных примеров показывает, что слово «инфляция» имеет ярко выраженную отрицательную оценочную коннотацию; в значении данного слова отражается эмоциональное отношение говорящего. Это означает, что термин теряет одно из своих главных качеств – стилистическую нейтральность.

Интересно то, что и в случае с термином «дивиденд» (примеры 5-8), также претерпевший преобразование путем метафоризации, в общеупотребительном значении наблюдается появление отрицательной оценочной коннотации. Словарь экономических терминов даёт следующее определение этого понятия: «дивиденд – прибыль акционерного общества, ежегодно распределяемая между акционерами в соответствии с количеством (суммой) и видом акций, находящихся в их владении». При переходе термина в сферу общеупотребительной лексики оно приобретает значение «преимущество, выгода от чего-либо» и может употребляться в тексте, не имеющим никакого отношения к экономике.

(5) *Ты вот драпанул на Запад, купаешься там в ихней демократии, собираешь с нее свой дивиденд* («Черное перо серой вороны» В. Мануйлов, 2011);

(6) *Малодушие – дивиденд, явно выдаваемый дьяволом* («Лиловый рай» Э. Джикирба, 2019);

(7) *Общение, даже мимолётное, с твоей стороны – уже дивиденд, выданный без предварительных условий беспроцентный кредит, разрешение на вторжение* («Лиловый рай» Э. Джикирба, 2019);

(8) *Кушать Иван любил, ел много и в охотку, как бы принудительным порядком выбирая с опережением срока дивиденды от случившегося в жизни новообразования* («Дивертисмент братьев Лунио» Г. Ряжский, 2011).

Анализ примеров (1-8) показывает, что детерминологизированные экономические термины «инфляция» и «дивиденд», вошедшие в сферу общеупотребительной лексики путем метафоризации, имеют больше общего с художественными метафорами, чем с метафорами специального текста. Данные примеры представляют собой случаи полной детерминологизации, когда на основе прямого значения термина образуется переносное значение.

Помимо полной, существует частичная детерминологизация экономических терминов. По определению Ф.А. Никитиной, частичная детерминологизация связана с употреблением термина в прямом смысле в неспециальных текстах [7]. Например, в выражении «приватизация войны» наблюдаем сочетание частично детерминологизированной единицы и слова иного семантического плана, что приводит к появлению оценочной коннотации. В данном случае «приватизация» означает «оказание военных услуг частными компаниями».

В целом, анализ наиболее частотных экономических терминов, пополнивших общеупотребительную лексику, показал, что процесс детерминологизации, как правило, сопровождается метафорическим переосмыслением. Несмотря на то, что все рассмотренные экономические термины не имеют эмоциональной окраски, выходя за пределы своей терминосистемы, они становятся основой для эмоционально окрашенных выражений, которые, как правило, имеют отрицательную коннотацию.

Библиографический список

1. Акинин, Ю.В. Детерминологизация английской экономической терминологии: дис. ... канд. филол. наук / Ю.В. Аникин. – Самара, 2010. – 194 с.
2. Богданович, Л.А. К вопросу о детерминологизации лингвистических терминологических единиц вне научного дискурса / Л. А. Богданович // Вестник Мозырского государственного педагогического университета им. И.П. Шамякина. – 2021. – № 1(57). – С. 85-91.
3. Лубожева, Л.Н. Расширение состава общеупотребительного языка за счет профессиональной лексики // СИСП. – 2019. №5-1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rasshirenie-sostava-obsheupotrebitelnogo-yazyka-za-schet-professionalnoy-leksiki> (дата обращения: 08.04.2023).
4. Мартемьянов, Ю.С. Логика ситуации. М. – 2004. Егон. –1027 с.
5. Мелех, Н.Н. Проникновение терминологических единиц в общеупотребительную лексику: экспериментально-сопоставительное исследование на материале разностилевых английских и русских текстов: автореф. дисс. ... к. филол. н. Пятигорск. – 2004. –18 с.
6. Морозова, Л.А. Терминознание: Основы и методы. М.: ГНО «Прометей» МПГУ. – 2004. – 144 с.
7. Никитина, Ф.А. О некоторых новых тенденциях в терминологическом словообразовании [Текст] / Ф.А. Никитина // В кн. Структура и математическая лингвистика. – К.: Вища школа, 1978. – Вып. 6. – С. 60-68.
8. Суперанская, А.В., Подольская Н.В., Васильева Н.В., Общая терминология. Вопросы теории. М: ЛИБРОКОМ. – 2012. – 248 с.
9. Шилихина, К.М., Кузьминова Е. А. Влияние исторических факторов на изменение терминосистемы сферы образования в русском языке // Вестник ВГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2022. – №3. URL:<https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-istoricheskikh-faktorov-na-izmenenie-terminosistemy-sfery-obrazovaniya-v-russkom-yazyke> (дата обращения: 08.04.2023).
10. Cabré, M.T. Terminology: Theory, methods and applications, Philadelphia PA, John Benjamins [transl. of La Terminologia. La teoria, els mètodes, les aplicacions, Barcelona, Emúries. – 1992. – 248 p.

ПЕРСПЕКТИВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ВОДОРОДА КАК ЭНЕРГОНОСИТЕЛЯ БУДУЩЕГО

А.И. Крысанова, А.А. Плисенко

Иркутский национальный исследовательский технический университет

Статья посвящена исследованию перспектив использования водорода в качестве энергетического источника. Кратко изложена история открытия и использования водорода в энергетике, представлены способы его использования в настоящее время в России и других странах, рассмотрены виды водорода с точки зрения теории цвета, преимущества и недостатки его использования в качестве энергоносителя и сделан вывод о том, что водородная энергетика имеет большие перспективы развития.

Ключевые слова: водород, энергетика, энергоноситель, источники энергии, углекислый газ, будущее.

PROSPECTS FOR USE OF HYDROGEN AS AN ENERGY CARRIER OF THE FUTURE

A. Krysanova, A. Plisenko

Irkutsk National Research Technical University

The article is devoted to the study of the prospects for the use of hydrogen as an energy source. The history of the discovery and use of hydrogen in the energy sector is briefly outlined. The methods of its current use in Russia and other countries are presented. The types of hydrogen are considered from the point of view of color theory as well as the advantages and disadvantages of its use as an energy carrier. It is concluded that hydrogen energy has great development prospects.

Key words: hydrogen, energy, energy carrier, energy sources, carbon dioxide, future.

В программе бакалавриата по направлению подготовки 13.03.01 «Теплоэнергетика и теплотехника» прописаны следующие универсальные компетенции: выпускник должен владеть способностью осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, а также создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества [5]. Именно внедрение технологий произ-

водства водорода как источника экологически чистой энергии и предпосылки обеспечения глобальной энергетической безопасности определяет актуальность обращения к проблематике статьи. Необходимость данного исследования обусловлена также отсутствием темы развития водородной энергетики в России и зарубежных странах в процессе подготовки специалистов указанного выше направления.

Цель данной статьи – выяснить перспективы использования водорода как энергоносителя будущего в России и за рубежом.

Реализация данной цели предполагает решение следующих задач:

- 1) кратко представить историю открытия и использования водорода в энергетике;
- 2) проанализировать использование водородной энергии в России и других странах и сделать выводы о перспективах, включая существующие и планируемые проекты и технологии;
- 3) рассмотреть преимущества и недостатки использования водорода как энергоносителя.

В качестве методов исследования использовался анализ литературы по изучаемой проблеме, в том числе анализ особенностей водорода как энергоносителя и его использования в России и других странах.

История использования водорода в энергетике начинается в XIX веке, когда французский химик Жан-Батист Дюмон изобрел газовый двигатель, который работал на водороде. В 1950-х годах водород начали применять для запуска ракет, а в 1960-х годах водородные топливные элементы начали применяться в космических аппаратах. В 2015 году Тойота заявила на весь мир о появлении в ее линейке первой модели на водородном двигателе. Однако, следует отметить интересный факт, что еще в 1976 году прототип такого автомобиля был создан и успешно прошел испытания в СССР. После этого проектную документацию навсегда отправили в архив. Примечательно, что опытный образец остался просто курьезом в истории советского автопрома [2].

В настоящее время использование водорода в энергетике уже получило широкое распространение во многих странах мира, включая Россию. Можно назвать несколько проектов и технологий, связанных с производством, транспортировкой и использованием водорода как топлива.

В России, например, водородная энергетика развивается в рамках национальной программы «Водородная энергетика России». Данная программа предусматривает планы по созданию водородной инфраструктуры, в том числе производства, хранения и транспортировки водорода. Кроме того, планируется использование водорода в различных областях, включая транспорт, производство электроэнергии и производство водородных топливных элементов [1].

Другие страны, в том числе Германия, также активно развивают водородную энергетику [6]. Например, Япония уже внедрила водородные топливные элементы в автомобили и запустила массовое производство водородных станций заправки. Более того, в США, Китае и других странах также проводятся исследования и разработки водородных технологий, которые могут привести к расширению применения водорода как энергоносителя.

Так, например, авиастроительный гигант Airbus планирует создать пассажирский самолёт на водородном топливе к 2035 году. Однако реализация этих планов зависит от развития необходимой инфраструктуры, которая первоначально потребует лишь в нескольких аэропортах, а затем её можно будет расширить. Разработкой водородных самолётов занимается и немецкая компания H₂Fly из Штутгарта, в аэропорту которого сейчас строится центр для водородно-электрических полётов. Предполагается, что впервые году он должен подняться в воздух в 2025 году [4].

Таким образом, водород играет важную роль в качестве энергоносителя. Следует отметить, что со способом выработки водорода и количеством вредных выбросов связана цветовая градация водорода. Хотя водород бесцветен и не имеет запаха, в дискуссиях о водородной экономике используется так называемая теория цвета водорода: зеленого, серого, голубого и жёлтого.

Зеленый водород получают методом электролиза воды только из возобновляемых источников, при этом CO² не образуется. Таким образом, зеленый водород считается лучшим вариантом в долгосрочной перспективе.

Серый водород получают из ископаемого топлива. Паровая конверсия природного газа имеет решающее значение для производства серого водорода. Данный способ добычи является самым распространенным и дешевым, однако при добыче серого водорода происходит выделение большого количества углекислого газа, что негативно сказывается на экологии. Кроме того, добыча и транспортировка природного газа вызывают вредные для климата выбросы метана. Несмотря на данный фактор около 90% водорода – серый водород.

Голубой водород – это водород, полученный из природного газа с использованием процесса улавливания и хранения углекислого газа. Углекислый газ, образующийся при производстве водорода, не попадает в атмосферу, водород считается CO²-нейтральным. Данный способ, хоть и хорош, но труднореализуем при добыче в промышленных масштабах, так как, во-первых, необходимо крупнейшее хранилище для уловленного углерода, во-вторых, для улавливания углерода используют метан, который нагревает атмосферу в разы сильнее.

Желтый водород производится при помощи атомной энергии путём электролиза воды. В данном способе отсутствуют выбросы углекислого газа, но он является самым дорогостоящим [7].

Привлекательность использования водорода в энергетике объясняется рядом его преимуществ как энергоносителя:

1. Высокая энергетическая эффективность, которая связана с тем, что водород имеет высокую энергетическую плотность и может содержать большое количество энергии на единицу массы. При этом при сгорании водорода не выделяется углекислый газ, что снижает выбросы парниковых газов и негативное воздействие на окружающую среду.

2. Экологическая значимость использования водорода заключается в том, что он является чистым топливом, при сгорании которого не образуется никаких вредных выбросов, в том числе углекислого газа и других вредных веществ. При этом водород может быть произведен из возобновляемых источников энергии, таких как солнечная и ветровая энергия, что дополнительно уменьшает негативное воздействие на окружающую среду.

3. Универсальность использования водорода состоит в том, что он может быть использован в различных областях, включая производство электричества, автомобильную промышленность и отопление домов. Кроме того, водород может являться средством хранения энергии, полученной из возобновляемых источников, что повышает эффективность их использования.

4. Использование водорода в качестве топлива может снизить зависимость от ископаемых источников энергии, что является важным фактором обеспечения энергетической безопасности России. Кроме того, с развитием технологий производства и хранения водорода стоимость производства и использования водорода может снизиться, что сделает его более доступным для широкого использования.

Несмотря на указанные преимущества, использование водорода в качестве энергоносителя связано и с некоторыми недостатками и техническими проблемами, которые необходимо учитывать при его применении в энергетике:

1. Водород является легковоспламеняющимся газом, что делает его хранение и транспортировку более сложными в сравнении с традиционными видами топлива. Необходимо обеспечить высокий уровень безопасности, чтобы предотвратить возможные аварии, связанные с утечкой водорода.

2. На данный момент производство водорода является дорогостоящим процессом, что делает его менее конкурентоспособным по сравнению с традиционными ископаемыми. Это может быть препятствием для широкого внедрения водородной энергетики.

3. Для использования водорода в качестве топлива необходимо использовать специализированное оборудование, которое может быть дорогостоящим и не всегда доступным для массового производства [3].

4. Хотя водород является самым распространенным элементом во Вселенной, на Земле его можно найти только в соединении с другими элементами. Это ограничивает доступность его запасов и усложняет производство в больших масштабах.

5. Производство водорода требует большого количества энергии, что может приводить к высоким выбросам парниковых газов, если эта энергия производится из традиционных источников, таких как уголь и нефть. Решение этой проблемы может потребовать использование возобновляемых источников энергии, таких как солнечная и ветряная энергия, что может быть дорогостоящим и сложным в плане инфраструктуры.

На основе рассмотренных преимуществ и недостатков использования можно сделать вывод, что использование водорода как энергоносителя имеет перспективы в будущем и может стать важным элементом перехода к более устойчивой и экологически чистой энергетической системе. Однако для достижения этих целей необходимо продолжать инвестировать в научные исследования и разработки новых технологий, а также создавать инфраструктуру для производства, хранения и транспортировки водорода. Именно нашему поколению предстоит решать эти важные задачи.

Библиографический список

1. Водородная энергетика России: состояние и перспективы. – URL: <https://energypolicy.ru/a-mastepanov-vodorodnaya-energetika-rossii-sostoyanie-i-perspektivy/energoperehod/2020/14/23/> (дата обращения 07.04.2023)
2. В СССР был Москвич на воде, он мог перевернуть мир. Почему этого не произошло? – URL: <https://dzen.ru/a/YyB3LmLdBC7cWjVg> (дата обращения: 10.04.2023).
3. ГОСТ Р ИСО 14687-1-2012. Топливо водородное. Технические условия на продукт. Часть 1. Все случаи применения, кроме использования в топливных элементах с протоннообменной мембраной, применяемых в дорожных транспортных средствах. – Москва: Стандартиформ, 2014. – 15 с. (Актуальное законодательство).
4. Пассажирские самолёты на водородном топливе скоро станут реальностью – Федеральное министерство иностранных дел Германии (diplo.de) – URL: <https://germania-online.diplo.de/ru-dz-ru/wirtschaft/Energie/-/2577262> (дата обращения: 15.04.2023).
5. Приказ Минобрнауки России от 28.02.2018 N 143 (ред. от 08.02.2021) "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 13.03.01 Теплоэнергетика и теплотехника" (Зарегистрировано в Минюсте России 22.03.2018 N 50480) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2021 – URL: [130301_B_3_08112022.pdf](https://fgosvo.ru/130301_B_3_08112022.pdf) (fgosvo.ru)

- https://fgosvo.ru/uploadfiles/FGOS%20VO%203%2B%2B/Bak/130301_B_3_08112022.pdf (дата обращения: 28.04.2023).
6. EU und Japan führen bei Wasserstoff-Patenten – DER SPIEGEL – URL: <https://www.spiegel.de/wissenschaft/eu-und-japan-fuehren-bei-wasserstoff-patenten-a-81794a20-5564-4a41-96ba-d3366f568e68> (дата обращения: 15.04.2023)
 7. Goldmeer J. Hydrogen for power generation. Experience, requirements, and implications for use in gas turbines / J. Goldmeer, J. Catillaz // GE, 2021 – URL: <https://www.ge.com/gas-power/future-of-energy> (дата обращения: 15.04.2023).
 8. Wasserstoff für das Energiesystem der Zukunft (gas.info) – URL: <https://gas.info/energie-gas/wasserstoff> (дата обращения: 15.04.2023).

УДК 81.282.3

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ АУТЕНТИЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ РАЗВИТИЯ НАВЫКОВ АУДИРОВАНИЯ

А.Э. Курилова

Южный федеральный университет, г. Ростов-на-Дону

Работа посвящена актуальности использования аутентичных аудиоматериалов в процессе обучения английскому языку. Описываются основные трудности, с которыми сталкиваются обучающиеся и преподаватели, а также рассматриваются основные принципы и этапы работы с данными материалами.

***Ключевые слова:** аудирование, коммуникативный подход, аутентичные материалы, аутентичность учебных действий, коммуникативное задание.*

USING AUTHENTIC ENGLISH LANGUAGE MATERIALS FOR DEVELOPING LISTENING SKILLS

A. Kurilova

Southern Federal University, Rostov-on-Don

The article is devoted to the relevance of authentic audio materials in English language teaching. The main difficulties faced by the learners and teachers are outlined and the basic principles and stages of working with these materials are considered.

Key words: *listening, communicative approach, authentic materials, authenticity of the learning process, communicative task.*

Аудирование является комплексным процессом речемыслительной деятельности, включающим в себя восприятие звуков, анализ значений и контекста. Значимость навыка аудирования в процессе овладения иностранным языком все более возрастает, так как он является ключевым для говорения.

Наибольшую актуальность приобретает использование коммуникативного подхода в обучении аудированию, целями которого является устранение языкового барьера и развитие навыков общения. Н.В. Елухина пишет, что «реальная коммуникация всегда совершается в определенных условиях (место время), в общение вступают конкретные лица, имеющие определенный социальный статус и социальные роли» [1, С. 29-30]. Таким образом, процесс аудирования является имитацией общения, в котором обучающийся погружается в языковую среду, выступая в роли слушающего. О.А. Обдалова отмечает, что аудирование формирует у обучаемых «необходимую лингвистическую и психологическую базу из знаний, навыков и умений. В процессе аудирования формируются механизмы, обеспечивающие восприятие и понимание иноязычной речи на слух... [2, С. 224]».

Основными принципами коммуникативного подхода являются [3, С. 101]:

- 1) изучение языка посредством использования его в коммуникации;
- 2) аутентичная и осмысленная коммуникация;
- 3) беглость речи;
- 4) интеграция различных языковых умений;
- 5) отношение к ошибкам как к результату креативного конструирования.

Все возрастающее значение в обучении иностранным языкам приобретают аутентичные материалы. Эффективность их использования признается достаточно широким спектром российских и зарубежных авторов. Данные материалы нашли применение в рамках коммуникативного подхода в обучении иностранному языку вне языковой среды.

Среди исследователей не угасают споры о том, какие материалы могут быть признаны аутентичными. Одни рассматривают аутентичные материалы как материалы, созданные носителями языка для носителей языка. Другие предполагают, что аутентичные материалы - это материалы, созданные носителями языка как для носителей, так и для обучаемых, выглядящие и звучащие аутентично.

Использование аутентичных материалов в обучении иностранному языку имеет достаточно большое количество преимуществ. Как утверждают

Н.В. Токарева и И.Г. Гуткина, «... функциональность, эффективность и ориентированность этих материалов на реальное применение создают иллюзию приобщения к естественной языковой среде... [4, С.79]».

Несмотря на высокую эффективность использования аутентичных аудиоматериалов, обучающиеся могут столкнуться как с фонетическими, так и с лексическими трудностями, что обусловлено особенностями английского языка. Основными из них являются: быстрый темп речи говорящего, особенности артикуляции, сложности распознавания омофонов, паронимов, ассимиляция звуков, расхождение в написании и произношении слов и др.

В свою очередь, с определенными трудностями при работе с аутентичными материалами сталкиваются и преподаватели. Восприятие аутентичного текста на слух, а также порождение максимально аутентичного речевого продукта является наиболее сложной задачей для преподавателя, не являющегося носителем языка. Следует отметить, что поиск материала в наше время не представляет большой сложности. Наиболее значимым фактором и трудоемким процессом является подбор соответствующих заданий, позволяющих сделать работу с аутентичным текстом более продуктивной.

Г. Уиддоусон говорит об аутентичности учебных действий как важном условии эффективного использования аутентичных материалов [7]. Это означает, что цель использования подобранного материала в рамках учебного процесса должна совпадать с целью использования данного материала носителями языка. При этом Л.Ф. Бахман и А.С. Палмер называют аутентичность одной из отличительных черт коммуникативного задания, что подразумевает степень его соответствия реальной жизненной коммуникативной ситуации [5]. В процессе общения первичным звеном является восприятие информации на слух. Далее следует реакция на полученную информацию, которая может быть выражена вербально и невербально. Следовательно, задания на аудирование должны быть направлены на комплексное развитие соответствующих навыков (listening and speaking, listening and writing).

Российскими и зарубежными исследователями, как правило, выделяются три этапа в процессе аудирования и соответствующие типы заданий к ним:

- 1) до прослушивания (pre-listening activities);
- 2) во время прослушивания (while-listening activities);
- 3) после прослушивания (post-listening activities).

На первом этапе происходит подготовка к прослушиванию, погружение обучающихся в контекст. Каждый человек имеет предварительные знания о предмете обсуждения. Д. Хармер обозначает такое знание понятием *schemata* [6]. Это позволяет нам предугадать, о чем пойдет речь и правильно интерпретировать услышанную информацию.

Второй этап предполагает непосредственную работу с аудиотекстом. Задания должны соответствовать целям аудирования (listening for detailed information, skim listening, listening for partial comprehension).

На третьем этапе используются задания на продуктивные виды речевой деятельности: говорение и письмо. Учащимся может быть предложено выразить свою точку зрения по данному вопросу или использовать полученные знания в других контекстах.

Таким образом, развитие навыков аудирования требует особого внимания не только со стороны обучающегося, но и со стороны преподавателя. Знание особенностей данного процесса, создание максимально аутентичной коммуникативной среды, использование на занятиях аутентичных материалов и аутентичных видов учебной деятельности являются основными условиями поддержания мотивации и успешности обучения.

Библиографический список

1. Елухина, Н.В. Обучение аудированию в русле коммуникативно ориентированной методики // Иностранные языки в школе. – 1989. – №2. – С. 28-36.
2. Обдалова, О.А. Обучение аудированию как средство развития коммуникативного потенциала обучаемых // Вестник Томского государственного университета. – 2003. – № 277. – С. 224-226.
3. Пассов, Е.И. Основы коммуникативной теории и технологии иноязычного образования: метод. пособие для преподавателей русского языка как иностранного. – М.: Русский язык. Курсы, 2010. – 568 с.
4. Токарева, Н.В., Гуткина И.Г. Повышение мотивации в обучении иностранным языкам в вузе с помощью интернет-технологий // Вестник МИТУ-МАСИ. – 2020. – № 2. – С.76-81.
5. Bachman, L., Palmer A. Language testing in practice. – Oxford: Oxford University Press, 1996. – 377 p.
6. Harmer, J. The Practice of English Language. 3rd edition. – Longman, 2001. – 384 p.
7. Widdowson, H.G. Aspects of language teaching. – Oxford: Oxford University Press, 1990. – 213 p.

ОНЛАЙН-ИНСТРУМЕНТЫ ДЛЯ УВЕЛИЧЕНИЯ СЛОВАРНОГО ЗАПАСА ПРИ ИЗУЧЕНИИ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

С.А. Литвинцев, Ю.С. Беляева

Иркутский национальный исследовательский технический университет

В работе представлен обзор современных онлайн-инструментов, способствующих лучшему запоминанию слов при изучении иностранных языков и английского языка, в частности. Был изучен функционал работы приложений или сайтов, в том числе для самостоятельной работы. Все онлайн-инструменты являются существующими и доступными для любого изучающего английский язык.

Ключевые слова: активизация словарного запаса, приложения для запоминания слов, Quizlet, Memrise, Brainscape, Wordstool.

ONLINE TOOLS FOR ENHANCING AND IMPROVING ENGLISH LANGUAGE LEARNERS' VOCABULARY

S. Litvintsev, Yu. Belyaeva

Irkutsk National Research Technical University

The paper examines contemporary online tools which help learners of the English language to improve and enhance their vocabulary. In this paper several popular applications and sites were chosen to observe their features. All applications and websites in this research are free to use for any English learner and can be really helpful for language acquisition.

Key words: enhancing English language vocabulary, applications and websites for vocabulary acquisition, Quizlet, Memrise, Brainscape, Wordstool.

В настоящее время любой человек, изучающий иностранный язык, понимает насколько важно не только разбираться в тонкостях грамматических конструкциях изучаемого языка, но и владеть большим словарным запасом на изучаемом языке. На смену привычным некоторое время назад пришли современные технологии – специализированные веб-приложения, выполняющие роль того самого тетрадного словарика, но отличающиеся более удобным, разнообразным и эффективным функционалом.

Именно им мы и посвятим эту статью, а именно рассмотрим 5 наиболее популярных инструментов для заучивания слов: Memrise [3], Quizlet [4], Wordstool [5], Dictionary [2], Brainscape [1]:

Memrise. Существует две версии этого приложения: с подпиской и без. Рассмотрим что в них общего, а потом – что дает платная подписка. В данном приложении заучивание слов строится на базе создания курсов – определенных сборников слов, которые вы хотите изучить. Вы можете создать свой собственный курс или принять участие уже в созданном кем-то курсе и проходить его вместе. Сам курс может иметь срок прохождения: вы дробите исходный сборник на части и за определенный период времени изучаете каждую часть по очереди. Нужно отметить, что сам процесс изучения слов похож на игру:

- разнообразие заданий, проверяющих знание слов;
- наличие рейтинговой системы, которая поддерживает соревновательный дух при групповом прохождении курса.

Однако функционал бесплатной версии имеет некоторые ограничения, при оплате минимальной подписки владельца курса или участника курса увеличивается разнообразие заданий, открывается доступ ко всем закрытым курсам.

Далее рассмотрим такой инструмент как Quizlet, который существует в двух версиях: с подпиской и без. Quizlet, также как и Memrise, завязан на похожих курсах. Отличие их заключается в том, что они значительно проще. Функционал Quizlet и Memrise в целом похожи, также большой курс можно разбить на некоторое количество сетов. Бесплатная версия Quizlet ограничивает обучающихся в способах заучивания материала, платная подписка предоставляет большее разнообразие в режимах заучивания и типах вопросов. Следует также отметить особенность, которая не представлена у Memrise: сам этот тест может быть разбит на несколько раундов, каждый из которых формируется из слов, в которых вы ошиблись. Как показало изучение данного ресурса, Quizlet используют не только для заучивания иностранных слов, но также для заучивания материала и по другим предметам, например, математика, физика и т.п. Есть возможность копирования сетов и редактирования, например, если вам необходимо сфокусироваться не на всем объеме курса, а только на отдельных элементах, однако данная функция появляется с платной подпиской.

Приложение Dictionary буквально является, уже написанным за вас, словарём английского языка. Здесь нет привычных тестов или заданий, направленных на заучивание слов. Вдобавок к этому, оно полностью на английском языке, что свидетельствует о том, что приложение скорее подойдет вам, если вы уже владеете английским языком на базовом (Elementary) уровне. Стоит отметить, что в данном приложении рубрикация более расширенная, например, могут быть интересны рубрики: Word of the day, Synonym of the day, Word of the year. Также в данном приложении имеется

удобный поиск слов с описанием их значения, и также информация об их происхождении; мини-игры, такие как: Quizzes, Crossword, Puzzle, Scrabble (но в них будут представлены абсолютно случайные слова, а не те, которые вы бы хотели); разделы со статьями про слова и выражения из разных областей жизни: Slang, Memes, Pop Culture.

Следующее приложение является не таким популярным как представленные выше Memrise и Quizlet, однако Wordstool абсолютно бесплатное приложение, а точнее веб-сайт (не имеет приложения). По своей функциональности он близок к Memrise и Quizlet, однако он работает гораздо проще. Буквально, Wordstool – это просто тот самый тетрадный словарик, реализованный как веб-приложение. Например, в Wordstool вы можете создавать множества, включающие в себя определенный набор слов. К любому добавленному слову вы можете добавить подробное описание с иллюстрацией. Вся эта информация будет представлена в виде карточек для каждого слова, которые вы можете пролистывать и таким образом учить слова. Wordstool является публичным, то есть созданными вами множествами слов можно поделиться с другими пользователями и наоборот, любой другой может поделиться с вами своими множествами. Таким образом, можно узнавать новые слова.

Еще один сервис, который мог бы быть полезным изучающим английский язык является Brainscape. Данный сервис схож по своей функциональности к вышеперечисленным ресурсам. Здесь также есть функция создания определенного курса, который может быть разбит на несколько модулей с определенными словами, как в Memrise и в Quizlet. К добавленным словам вы можете написать их словесное описание, как в Wordstool. Процесс заучивания несколько отличается от вышеупомянутых сервисов. Для этого Brainscape предлагает такой тест:

- 1) Вам показывают слово;
- 2) Вы мысленно вспоминаете его значение;
- 3) Проверяете себя, нажав на специальную кнопку и получив заранее написанный вами ответ.

- 4) Далее вам предлагается оценить, насколько хорошо вы знаете это слово от 1 до 5. В зависимости от оценки, это слово может повторно проверяться. Данный тест может быть для одного модуля, или для одного курса, или для всех курсов. По окончании теста Brainscape выставляет количественный показатель изученной лексики в процентах, обучающийся может самостоятельно принять решение, пройти ли курс заново или нет. Платная подписка позволяет добавлять в описание слов картинки и звуковое произношение, создавать "избранное" и заполнять его определенными карточками со словами, а также снимает ограничение по количеству карточек.

В заключении следует отметить, что все приложения имеют более или менее схожий функционал, но есть между ними существенные различия, которые позволяют выбрать обучающемуся или учителю ресурс, подходящий

под поставленные задачи. Большинство из приложений имеет, в том числе платную подписку, однако в бесплатном варианте сервисы позволяют осуществлять работу над запоминанием слов, что позволит облегчить их активизацию и внедрение в активный словарь изучающего английский язык.

Библиографический список

1. BRAINSCAPE: вебсайт с карточками: сайт. – Нью-Йорк. – URL: <https://www.brainscape.com/> (дата обращения: 01.04.2023).
2. DICTIONARY: приложение для запоминания слов. – Детройт. – <https://www.dictionary.com/e/apps/> (дата обращения: 03.04.2023).
3. MEMRISE: вебсайт с карточками: сайт. – Лондон. – URL: <https://www.memrise.com/ru/> (дата обращения: 10.04.2023).
4. QUIZLET: вебсайт с карточками: сайт. – Сан-Франциско. – URL: <https://quizlet.com/ru> (дата обращения: 05.04.2023).
5. WORDSTOOL: веб-сайт с карточками: сайт. – Казань. – <https://wordstool.com/> (дата обращения: 01.04.2023).

УДК 721

СТЕРЕОТИПЫ В РЕКЛАМЕ. СРАВНЕНИЕ МЕЖДУ ИКЕА И RED BULL

К.А. Макаров, В.В. Кожухова

Московский политехнический университет

Данная работа выполнена для изучения и объяснения способов манипулирования и понимания стереотипов в рекламе. Также рассказывается об Ikea и red bull, также объясняются их преимущества в рекламных кампаниях.

Ключевые слова: *стереотип, реклама, гендер, рекламные каналы, PR, социальная реклама, стереотипное мышление.*

STEREOTYPES IN ADVERTISING. A COMPARISON BETWEEN IKEA AND RED BULL

K. Makarov, V. Kozhukhova

Moscow Polytechnic University

This work is done to explore and explain ways of manipulating and understanding stereotypes in advertising. Also, talk about Ikea and Red bull, also explaining their advantages in advertising campaigns.

Key words: *stereotype, advertising, gender, advertising channels, PR, social advertising, stereotypical thinking.*

The main aspects of stereotyping in advertising companies and in advertising. Advertising is a powerful marketing tool used by companies to promote their products and services. However, advertising can not only be an effective promotional tool, it can also be a source of stereotypes. In this article, we will look at the different types of advertising stereotypes and their effects on society. Types of gender stereotypes: This is one of the most common types of advertising stereotypes [1].

Gender stereotyping consists of the use of culturally established notions of what men and women should be like. For example, an advertisement may portray women as caring for the home and children, and men as strong and confident leaders. Racial stereotypes: Advertisements can also use racial stereotypes based on ideas of what people of different races and ethnic groups should be like.

For example, advertisements may portray African Americans as athletes or musicians and Asians as intellectuals or technology gurus. Social stereotyping: This type of advertising stereotyping is the use of culturally established ideas of what people should be like based on their social status [3].

For example, advertisements may portray rich people as successful and confident, while poor people may be portrayed as hopeless and hopelessly in debt. Effects advertising can reinforce stereotypes that already exist in society. For example, if there is a stereotype in society that women should be caring and do household chores, an advertisement that portrays a woman in this role reinforces this stereotype [1].

Limiting choice: Advertising stereotypes can also limit consumers' choices, as they can create certain expectations about products and services. For example, if an advertisement constantly portrays a woman as a housewife, it may limit the choices of women who do not want to be limited to this role in life [1]. Negative impact on self-esteem: Advertising that reinforces stereotypes about how people should be can have a negative impact on people's self-esteem. For example, if women are consistently portrayed as objects for the male gaze in advertisements, this can lead to a decrease in women's self-esteem and an increase in their feelings of dissatisfaction with their bodies. Negative impacts on society: Advertising that reinforces stereotypes can lead to negative impacts on society as a whole. For example, the use of racial stereotypes can lead to discrimination and the division of society into different racial groups.

How to avoid advertising stereotypes, companies should be more conscious in their advertising campaigns and use diverse representations of people of different genders, races and social groups [2]. They can also research and analyse advertisements to identify stereotypes that may reinforce or limit consumers' choices. Finally, advertising stereotypes can have negative effects on society, including reinforcing stereotypes, restricting choice, negatively affecting self-image

and negatively affecting society as a whole. Companies should consider these factors and try to avoid the use of stereotypes in their advertising campaigns.

As for comparison between Ikea and Red bull the advertising campaigns play an important role in today's world, helping brands achieve their goals and attract new customers. However, depending on the product and audience, different strategies and approaches are used. In this article, we look at the difference between stereotypes in advertising campaigns by IKEA and Red Bull.

On the one hand the furniture and interior design company IKEA is known for its colourful and original advertising campaigns. The focus is always on the products themselves, their quality and affordability. In commercials and photographs, IKEA usually uses spaces in the home, emphasizing the functionality and style of its products. The visual imagery in IKEA's commercials follows the stereotype of homeliness and comfort, and is designed to create a positive association with the brand [3].

On the other hand, stimulant drink company Red Bull takes a more daring and extreme approach in its advertising campaigns. The main idea that Red Bull pursues is an active and healthy lifestyle, adventure and risks. Red Bull's advertising campaigns show athletes skydiving, kite surfers and snowboarders doing difficult stunts on mountain slopes. Red Bull ads fit the stereotype of an active lifestyle, freedom and the opportunity to do something unique and unforgettable. However, stereotypes in advertising can cause problems for companies if they create restrictions for audience.

If a brand always emphasises the same message and uses the same images, it can lead to boredom and alienation on the part of the audience. Companies must constantly evolve and change their approach to advertising to attract new customers and retain the interest of existing ones.

References

1. Dines G., Gender, race, and class in media. – Thousand Oaks, Calif.: Sage, 1995.– URL: <https://archive.org/details/genderrace-classi0000dine/page/n9/mode/2up> (дата обращения: 15.04.2023).
2. Goffman E., Gender advertisements. – New York: Harper & Row, 1979. – URL: https://archive.org/details/genderadvertisem0000goff_k2l2 (дата обращения: 12.03.2023).
3. Katz J., Advertising and the construction of violent white masculinity. – 1979. – URL: <file:///C:/Users/V/Downloads/Telegram%20Desktop/jackson-katz.pdf> (дата обращения: 12.02.2023).

ФОРМИРОВАНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Т.А. Мамедов, Е.Ю. Холдеева

Иркутский национальный исследовательский технический университет

В статье доказывается, что любые экономические процессы непременно обогащают язык новыми лексическими единицами. Авторы анализируют экономическую терминологию в английском языке на примере мирового финансового кризиса 2008 года. В ходе исследования были описаны наиболее продуктивные способы формирования новых слов в период мирового экономического кризиса. Установлено, что новые термины чаще всего служат для описания последствий кризиса и мер для борьбы с ними.

Ключевые слова: кризис; экономика; термин; аббревиатура; эпоним; метафора; эвфемизм.

FORMATION OF ECONOMIC TERMINOLOGY IN THE ENGLISH LANGUAGE

T. Mamedov, E. Kholdeyeva

Irkutsk National Research Technical University

The article proves that economic processes enrich the language with new words. The authors analyze English economic terminology using 2008 global financial crisis as an example. The study describes the most productive ways of forming new words during the global economic crisis. It has been established that new terms are often used to describe the consequences of the crisis and measures to deal with them.

Ключевые слова: crisis; economy; term; abbreviation; eponym; metaphor; euphemism.

Все значительные события, связанные с хозяйственной деятельностью, непременно отражаются в языке. Изменения экономической ситуации приводят к появлению новых лексических единиц, которые передают определенную историческую стадию развития общества. Поскольку при экономической нестабильности в мире наблюдается рост интереса к вопросам этой отрасли, экономическая терминология применяется не только в профессиональной сфере, но и в повседневной речи. Широкая пропаганда эко-

номических новостей средствами массовой информации также способствует проникновению специальной терминологии в общеупотребительный слой языка [4, С. 61]. Следует отметить, что усвоение экономической лексики часто вызывает трудности у студентов, изучающих язык, для преодоления которых необходимо обращать внимание на особенности, характерные для подобной терминологии [7, С. 223].

Цель данной статьи – выявить способы образования новых экономических терминов в английском языке. В качестве примера нами будут проанализированы лексические единицы, которые появились в условиях мирового финансового кризиса 2008 года. Этот кризис, вспыхнувший в США из-за проблем с банковской системой, привел к значительному упадку мирового ВВП, росту безработицы, падению мировых фондовых рынков и возникновению напряженной экономической ситуации во всем мире [3, С. 16].

При исследовании словарных статей нами было обнаружено, что новые экономические термины часто образуются с помощью префиксации и суффиксации:

1) *Securitization* (*секьюритизация*) – этот финансовый термин описывает трансформацию предоставленных кредитов и других неликвидных активов в легко реализуемые ценные бумаги [1]. Считается, что *секьюритизация* была главным движущим фактором мирового финансового кризиса 2008 года, так как она подтолкнула многие крупные финансовые учреждения США принимать рискованные решения [2].

2) Термин *subprime* (*субстандартный*) применяется для описания кредитов, предоставляемых заемщиками с более низким кредитным рейтингом, чем у первоклассных заемщиков [1].

Для экономических терминов в английском языке часто характерны определения, которые образуются с помощью цепочек существительных:

3) *Credit default swap* представляет собой соглашение, по которому кредитор обязуется выплачивать некоторую сумму другому лицу. Данное лицо обязуется выкупить у кредитора кредитное обязательство заемщика (третьего лица), если он не погасит свое кредитное обязательство вовремя [1].

4) *Swap execution facility* – термин, служащий для обозначения электронной платформы, которая позволяет участникам покупать и продавать свопы регулируемым и прозрачным образом. Данная платформа появилась в результате радикальных американских реформ по устранению последствий мирового кризиса, вытекающих из закона Додда-Франка 2010 года [10].

При исследовании языкового материала было обнаружено множество аббревиатур, связанных с мировым кризисом 2008 года. Образование сокращенных терминов в английском языке вызвано необходимостью кратко и емко обозначить новое понятие:

5) *FATCA* обозначает *Foreign Account Tax Compliance Act*. Выделенная аббревиатура описывает Закон о налоговой отчетности по иностранным счетам, который Барак Обама подписал в 2010 году. Закон обязывает все зарубежные банки предоставлять данные о своих клиентах, связанных как-либо с США. Таким образом, у американского правительства появилась возможность препятствовать уклонению от налогов и снизить уровень безработицы после мирового кризиса 2008 года [10].

6) Аббревиатура *SIFMA* расшифровывается как *Securities Industry and Financial Markets Association*. Термин обозначает торговую группу, представляющую фирмы по ценным бумагам, банки и компании по управлению активами в США и Гонконге. Цель данной группы заключается в укреплении финансовых рынков, создании рабочих мест и содействии экономическому росту, что способствует уверенности в финансовой отрасли [10].

При анализе терминологии, появившихся в интересующий нас период времени, было обнаружено несколько примеров эпонимов, образованных от фамилий известных экономистов того времени:

7) *Volcker rule* – правило Волкера. Барак Обама назначил Пола Волкера главой совета по вопросам экономического восстановления США в 2009 году. Термин служит для обозначения федерального постановления, созданного экономистом для того, чтобы минимизировать возможность повторения нового финансового кризиса. Правило запрещает банкам осуществлять определенную инвестиционную деятельность со своими собственными счетами и ограничивает их сделки с инвестиционными фондами спекулятивного характера, занимающимися высокорискованными операциями. *Volcker rule* направлено на защиту клиентов банка, не позволяя банкам совершать определенные виды спекулятивных инвестиций, которые способствовали финансовому кризису 2008 года [9].

8) *Vickers Report* – отчет Викерса. Джон Викерс был председателем Независимой комиссии по банковскому делу, основанной в Великобритании в 2010 году. Главной задачей комиссии являлось реформирование банковского сектора страны для установления финансовой стабильности после кризиса. В отчете экономиста содержалось несколько ключевых предложений для достижения поставленной цели. К примеру, банкам нужно было разделять розничные и инвестиционно-банковские операции для изолирования внутренних клиентов от потенциального краха [9].

9) *Dodd-Frank Act* – закон Додда-Франка о реформировании Уолл-Стрит и защите потребителей, названный в честь меценатов, которые спонсировали проект. Закон был призван предотвратить новый мировой кризис [9].

Некоторые рассмотренные финансовые термины, описывающие явления мирового кризиса 2008 года, образовались на основе метафорического переноса. Проанализируем несколько примеров:

10) *Dark pools* (черные пулы или темные пулы ликвидности) – термин служит для обозначения частных торговых площадок, которые работают параллельно с основным биржевым рынком и позволяют участникам совершать сделки без публичного отображения котировок. Термин отображает тот факт, что участники торгов скрываются друг от друга в «темной воде», не показывая свои намерения остальным участникам рынка [6].

11) *Balloon payment* описывает более крупный платеж в момент истечения срока ссуды. Этот вид ипотеки позволял людям взять такой ипотечный платеж, который они могли себе позволить хотя бы в первые годы выплат [1].

12) *Real Estate bubble* описывает явление, когда цена на жилье растет непрерывно, намного превышая зарплаты. Рост цен на недвижимость вынуждает людей брать ипотечные кредиты, которые они потом не могут погасить. Финансовый кризис 2008 года возник в результате «лопнувшего пузыря» на рынке недвижимости, который зародился с начала 2000-х годов в большинстве стран мира [8].

Следует отметить, что сообщения о кризисе часто включают в себя эвфемизмы, которые используются для смягчения его отрицательных последствий:

13) *Too big to fail* (слишком большой для банкротства) – этот международный финансовый термин используется для обозначения крупных организаций, банкротство которых будет являться значительной угрозой для экономики [1]. Эта лексическая единица вошла в употребление после событий мирового кризиса 2008 года в связи с банкротством одного из крупнейших американских инвестиционных банков Lehman Brothers. Эвфемизм в данном случае делает акцент на мощности организации, а не на последствиях, связанных с ее крушением.

14) *Know your customer* (знай своего клиента) – термин служит для обозначения принципа работы финансовых институтов, в соответствии с которым они должны идентифицировать личность клиента перед тем, как он сможет выполнять различные операции. Благодаря этому принципу банк определяет, кто может стать его клиентом, а также может получить базовые данные о клиенте, отслеживать и оценивать его транзакции, повышать безопасность этих транзакций [5]. Необходимость клиентам предоставлять личную информацию «завуалирована» с помощью эвфемизма.

Таким образом, небольшой проведенный анализ лексических единиц, вошедших в употребление в результате мирового финансового кризиса 2008 года, подтвердил тот факт, что важные экономические события значительно обогащают язык. Этот исторический момент способствовал тому, что в английском языке образовались термины, с помощью которых описывались последствия мирового кризиса. Также в употребление вошло много новых лексических единиц, которые обозначают меры борьбы для предотвращения новых финансовых крахов. В ходе анализа языкового материала было

выявлено, что самыми продуктивными способами образования новой экономической терминологии являются префиксация, суффиксация и атрибутивные цепочки существительных. Также новые емкие лексические единицы преобразуются в аббревиатуры. Имена экономистов, которые борются с последствиями кризиса, закрепляются в общеупотребительных эпонимах. При этом некоторые экономические термины образуются с помощью метафорического переноса. Негативные последствия кризиса смягчаются за счет использования новых эвфемизмов.

Библиографический список

1. Англо-русский словарь финансовых терминов: сайт. – 2010. – URL: <https://eng-rus-efin-dict.slovaronline.com/> (дата обращения: 15.04.2023).
2. Ариповская, А.В. Секьюритизация как фактор, повлиявший на развитие финансового кризиса 2007-2008 г.г. / А.В. Ариповская // Российское предпринимательство. – 2010. – № 6. – С. 9-14.
3. Бабаева, Э.Э. Мировой финансовый кризис 2008-2009 годов: причины и последствия для мировой экономики / Э.Э. Бабаева // Экономика и управление в XXI веке: тенденции развития. – 2014. – № 15. – С. 12-16.
4. Полунина, Т.С. Возникновение новых экономических терминов в английском языке в условиях мирового финансового кризиса / Т.С. Полунина // Гуманитарные науки. – 2012. – № 2(6). – С. 60-64.
5. Решетникова, М. Проверка личности и оценка рисков: что такое KYC и AML / М. Решетникова // РБК Тренды: сайт. – 2021. – URL: <https://trends.rbc.ru/trends/> (дата обращения: 16.04.2023).
6. Финансовый словарь Smart-Lab: сайт. – URL: <https://smart-lab.ru/finansoviy-slovar/dark-pool> (дата обращения: 15.04.2023).
7. Чибисова, Е.Ю. Специфика экономических терминов в английском языке / Е.Ю. Чибисова // Альманах современной науки и образования. – 2008. – № 8 – С. 223-224.
8. Herold Financial Dictionary: сайт. – USA, 2014. – URL: <https://www.financial-dictionary.info/> (дата обращения: 14.04.2023).
9. Investopedia: Financial Terms Dictionary: сайт. – New York, 1999. – URL: <https://www.investopedia.com/> (дата обращения: 15.04.2023).
10. Mills D. Financial regulations: glossary / D. Mills // Medium: сайт. – 2016. – URL: <https://medium.com/> (дата обращения: 15.04.2023).

ВЛИЯНИЕ АНГЛИЦИЗМОВ НА РЕЧЬ СОВРЕМЕННОГО СТУДЕНТА (НА ПРИМЕРЕ РЕЧИ СТУДЕНТОВ ИРНИТУ)

И.А. Манданов, Е.Ю. Холдеева

Иркутский национальный исследовательский технический университет

В статье представлены результаты опроса, проведенного среди студентов ИРНИТУ. В статье проанализированы мнения учащихся университета о полезности использования заимствований из английского языка в повседневной речи. Авторы рассматривают основные причины внедрения англицизмов в русский язык с точки зрения студентов. Делается вывод о том, что англицизмы являются неотъемлемой частью повседневной жизни современного студента.

Ключевые слова: заимствование; англицизм, студенты, опрос, сленг.

THE INFLUENCE OF ANGLICISMS ON YOUTH SPEECH: OPINION OF INRTU STUDENTS

I. Mandanov, E. Kholdeyeva

Irkutsk National Research Technical University

The article presents the results of a survey conducted among INRTU students. The opinions of university students about the usefulness of using borrowings from the English language in everyday speech are analyzed. The authors consider the main reasons for the introduction of anglicisms into the Russian language from the point of view of students. It is concluded that anglicisms are an integral part of the daily life of a modern student.

Key words: borrowing, anglicisms, students, survey, slang.

Изменения в политической, экономической, научно-технической сферах современного общества оказывают влияние на то, как развивается язык и формируются новые слова. Английские слова и выражения незаметно проникают в нашу речь. Поток информации, получаемый с экранов телевизоров, из СМИ и Интернета, провоцирует нас на употребление различных иностранных слов, таких как *кейс*, *коворкинг*, *коллаборация*, *инсайт*, *коуч*, *маркетплейс* и др. Подобные примеры составляют группу англицизмов, которые используются в русском языке не только в качестве молодежного сленга или профессиональной жаргонной лексики, но и в качестве средств быденной, разговорной речи [3, С. 401].

Заимствование слов из иностранных языков считается закономерным аспектом формирования любой языковой системы. Однако мнения исследователей о масштабном пополнении современного русского языка за счет англицизмов достаточно противоречивы. Некоторые из них считают это явление закономерным следствием процесса мировой межкультурной интеграции. Другие считают, что подобные заимствования представляют собой опасность для уникальности русского языка [2, С. 199].

Различные исследования динамики речевого поведения говорящих отмечают, что старшее поколение носителей языка стремится к стандартности и литературности в речи. В то время как молодежь формирует и использует особый язык, для которого характерна выразительная экспрессивность лексических средств. Особой приметой молодежного языка являются сленговые слова, которые иногда вызывают непонимание или даже раздражение людей среднего или пожилого возраста [4]. Однако, речевое поведение молодежи как наиболее социально-активного общественного слоя влияет на развитие других подсистем языка [1, С. 238].

Таким образом, цель исследования – установить степень проникновения англицизмов в речь современной молодежи, а также выявить отношение молодых людей к употреблению подобных заимствований в повседневной речи. Материалом для анализа послужили результаты анкетирования, проведенного в апреле 2023 года среди студентов ФГБОУ ВО «Иркутский национальный исследовательский технический университет» (ИРНИТУ). В исследовании приняли участие 55 учащихся в возрасте от 18 до 23 лет.

Опрос выявил, что практически все студенты знакомы с термином *заимствование*. Большинство респондентов понимают под заимствованием использование в речи слов из другого языка или «внедрение» слов одного языка в другой. Интересно отметить, что 2 студента охарактеризовали заимствование как «украденные» слова из других языков.

Что касается отношения студентов ИРНИТУ к употреблению англицизмов в речи, 47% респондентов положительно реагируют на такие слова. 45% опрошенных отметили, что нейтрально относятся к употреблению заимствований из английского языка. Только 4 студента (7%) признались, что отрицательно относятся к наличию англицизмов в русском языке. При этом на вопрос «Как часто Вы используете англицизмы в своей речи?» 37% респондентов ответили «часто», 56% – «иногда», 4% – никогда.

Для того чтобы выявить причины, по которым студенты употребляют в своей речи англицизмы, учащимся был задан вопрос «Почему Вы используете англицизмы?». Большинство студентов (42%) употребляют англицизмы, так как в русском языке нет соответствующих эквивалентов. 16 студентов (29%) используют заимствования из английского языка для того, чтобы их речь была более выразительной и яркой. 8 респондентов (14,5%)

находят использование англицизмов модным и престижным. Такое же количество опрошенных употребляют англицизмы, так как они звучат более кратко и просто, чем их эквиваленты из русского языка.

Было интересным выявить, какие англицизмы чаще всего употребляют в своей повседневной речи студенты ИРНИТУ. Проведенный анализ выявил, что большой популярностью в молодежном сленге пользуются слова, имеющие ярко выраженную эмоциональную окраску: позитивную (*ОК, найс, изи*) и негативную (*кринж, треш, скам*). Заметим, что многие слова, указанные студентами в качестве примеров англицизмов, которые они используют ежедневно, были связаны с негативной деятельностью (*хейтить, спамить, хайп, фейк, лагать* и др.). Студенческий сленг также включает в себя множество слов, связанных с процессом обучения (*дедлайн, скил, фича, паттерн, гуглить* и др.). Однако большее количество англицизмов, указанных респондентами, обозначают предметы или события, связанные с внеучебной деятельностью (*чилл, драйв, краш, пати, уикенд* и др.).

Сами респонденты отметили, что больше всего англицизмов они встречают в сфере информационных технологий (49%), моды (25%), экономики (9%), спорта (9%) и политики (7%). При этом студенты отмечают, что большинство людей в их окружении понимают англицизмы. Только 10 студентов (18%) заявили, что заимствования из английского языка часто непонятны для людей старшего поколения.

В ходе опроса студентам ИРНИТУ было предложено оценить пользу англицизмов для русского языка. На вопрос «Есть ли польза от применения англицизмов для русского языка?» 64% опрошенных ответили, что подобные заимствования полезны для их родного языка. 27% респондентов считают, что использование англицизмов не приносит пользу русскому языку. 5 студентов (9%) верят, что англицизмы приносят как пользу, так и вред для их родного языка. При этом большая часть опрошенных (78%) считает, что англицизмы способствуют обогащению русского языка. 15% респондентов отметили, что заимствования из английского языка обедняют русский язык. Некоторые студенты (7%) заявили, что англицизмы дополняют, видоизменяют или упрощают их родной язык.

Опрос выявил, что использование англицизмов в повседневной речи вызывает раздражение лишь у 16% респондентов. Отметим, что лишь 9 студентов (16%) заявили, что смогли бы обойтись без употребления англицизмов в повседневной речи. 22 студента (40%) считают, что могут обойтись без заимствований из английского языка, но это будет достаточно сложно. 24 респондента (44%) не смогли бы полностью отказаться от употребления англицизмов.

На вопрос «Стоит ли бороться с англицизмами?» 76% респондентов ответили «нет», 16% – «да». 8% считают, что нужно бороться лишь с некоторыми англицизмами.

В ходе исследования студенты ИРНИТУ попытались выявить причины того, что в русском языке много заимствований именно из английского языка. Практически все опрошенные видят причину в том, что английский язык является самым распространенным языком международного общения. Некоторые респонденты отметили, что в российских школах чаще всего изучается именно английский язык. Несколько респондентов уверены, что с развитием технологий появляется множество новых слов, которые не имеют эквивалентов в русском языке и которые часто восполняются англицизмами.

Таким образом, современный молодежный сленг является интересным лингвистическим явлением, которое стремительно развивается и оказывает влияние на все подсистемы языка. Данное исследование показывает, что современные молодые люди хорошо понимают, что такое заимствования, и считают англицизмы неотъемлемой частью своей речи. Они положительно относятся к употреблению заимствований из английского языка и не готовы отказаться от их применения в своей речи. С помощью англицизмов молодежь называет предметы и события, которым нет обозначения в русском языке. Также заимствования из английского языка помогают современной молодежи выразить эмоции и придать выразительности их речи. Было установлено, что большая часть студентов активно употребляет англицизмы и считает, что они способствуют обогащению русского языка. Безусловно, сохранение национального языка имеет большое значение для современного общества. Однако активное вхождение англицизмов в нашу речь следует считать закономерным последствием формирования глобального информационного пространства.

Библиографический список

1. Воронкова, А.А. Функциональные особенности молодежного сленга современных студентов / А.А. Воронкова, С.М. Мальцева, Е.М. Ульянкина // Балтийский гуманитарный журнал. – 2020. – № 2 (31). – С. 237-240.
2. Лошакова, Н.А. История и адаптация англицизмов в русском языке / Н.А. Лошакова, В.Г. Павленко // Концепт. – 2019. – № 5. – С. 199-205.
3. Романов, А.Ю. Современный русский молодежный сленг / А.Ю. Романов. – Мюнхен, 2004. – 205 с.
4. Старчикова, И.Ю. Жизнь англицизмов в речи студенческой молодежи / И.Ю. Старчикова, Е.С. Шакурова, Е.С. Старчикова // Перспективы науки и образования. – 2019. – № 3 (39). – С. 399-409.

К ВОПРОСУ О ФУНКЦИОНИРОВАНИИ ФИТОНИМОВ И ЗООНИМОВ В НЕМЕЦКИХ ПОСЛОВИЦАХ И ПОГОВОРКАХ

Д.Н. Мокрицкая, П.И. Болдаков

Иркутский национальный исследовательский технический университет

Интерес к изучению фразеологических единиц других народов растет непрерывно. Статья имеет целью анализ функционирования фитонимов и зоонимов в немецких пословицах и поговорках как определенного способа восприятия и освоения этносом окружающей действительности и формирования в обыденном сознании немцев представлений о мире. В работе были использованы описательный, сопоставительный методы. Семантика зоонимов и фитонимов в немецких пословицах и поговорках связана с условиями проживания народа. Символизм некоторых животных и растений имеет архаические черты и уходит корнями в мифологическую картину мира. Функционирование в пословицах и поговорках фитонимов и зоонимов может обладать характеризующим и оценочным характером.

Ключевые слова: фитонимы, зоонимы, национальная культура, фразеологизмы, пословицы, поговорки, языковая картина мира

FUNCTION OF PHYTONYMS AND ZOONYMS IN GERMAN PROVERBS AND IDIOMS

D. Mokritskaja, P. Boldakov

Irkutsk National Research Technical University

Interest in the study of proverbs and idioms of other peoples is continuously growing. The article aims to analyze the function of phytonyms and zoonyms in German proverbs and idioms, which are considered as a special way of perceiving and mastering the surrounding reality by an ethnic group and forming ideas about the world in the ordinary consciousness of Germans. In this work descriptive, comparative methods were used. The semantics of phytonyms and zoonyms in German proverbs and idioms are related to the living conditions of the people. The symbolism of some animals and plants has archaic features and it is rooted in myths. Functioning in proverbs and idioms of phytonyms and zoonyms can possess a characterizing and evaluative character.

Key words: phytonyms, zoonyms, national culture, proverbs, idioms, language picture of the world

Интерес к изучению фразеологических единиц как к культурному наследию других народов является непреходящим. В пословицах и поговорках содержится этнокультурная информация, характеризующая национальные черты и выраженная в образной форме. Дешифрование образных смыслов позволяет глубже понять представления о мире и образ жизни конкретного этноса, выраженный речевыми средствами. В пословицах и поговорках встречаются фитонимы и зоонимы, так как растения и животные тесно связаны с бытом каждого народа.

В. Гумбольдт и А.А. Потебня рассматривали фразеологию как культурную динамическую систему народа и познания мира. Таким образом, можно констатировать непосредственную связь культуры и языка.

Целью работы является анализ функционирования фитонимов и зоонимов в немецких пословицах и поговорках как определенного способа восприятия и освоения этносом окружающей действительности и формирования в обыденном сознании немцев представлений о мире. Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи: проанализировать немецкие пословицы и поговорки как способ познания мира и человека; сделать выводы на основе полученных результатов. В данной работе были использованы описательный и сопоставительный методы.

Человек – носитель культуры, которая при помощи кодов формирует и направляет процессы освоения им окружающей действительности. Исследователи [3], [8] отмечают, что коды культуры универсальны по своей природе и свойственны человеку как *homo sapiens*.

В.В. Красных определяет код культуры как сетку, «которую культура набрасывает на окружающий мир, членит, категоризует, структурирует и оценивает его» [3, С. 5]. Ученый высказывает мнение о глубокой взаимосвязи кодов культуры с древнейшими архетипическими представлениями человека. По мнению исследователя, проявления кодов культуры, «удельный вес каждого из них в определенной культуре, а также метафоры, в которых они реализуются, всегда национально детерминированы и обуславливаются конкретной культурой» [3, С. 5].

В современной науке выделяют биоморфный код культуры, который в системе этнокультурной информации репрезентирует названия животных, птиц, растений [3], [8]. Л.В. Савченко выделяет в биоморфном коде культуры зооморфный и фитоморфный коды [9, С. 171]. Таким образом, национальная культура отображает окружающий мир, а код культуры создает условия и инструментарий для оценки явлений действительности.

Одним из важнейших инструментов познания мира является язык, который выражает культурные представления как отдельного индивидуума, так и целого этноса. В языковой репрезентации феноменов окружающего мира происходит пересечение двух семиотических систем: языка и культуры. Фразеология пословиц и поговорок изучается не только в рамках лингвистики, но и в лингвокультурологическом аспекте [6], [7].

С.Г. Тер-Минасова, говоря о соотношении языка и культуры, отмечает, что язык является не только составной частью культуры, понятой как «совокупность результатов человеческой деятельности в разных сферах жизни человека» [7, С. 15], но и стоит как форма существования мышления и средство общения в одном ряду с культурой. Следовательно, культура и язык тесно взаимосвязаны. Взаимодействие языка и культуры проявляется в возникновении и функционировании языковых единиц, имеющих универсальный характер (метафоры, фразеологизмы, поговорки, пословицы и др.). При этом наблюдается взаимоотношение универсального (архетипического) и национального уровней культуры с мифологической картиной мира.

Поскольку в нашей работе объектом исследования были выбраны немецкие пословицы и поговорки, а предметом содержащиеся в них зоонимы и фитонимы, то целесообразно кратко описать мифологическую картину мира древних кельтов, чтобы проследить закономерности употребления названия животных и растений в пословицах и поговорках.

Центральным образом кельтского мироустройства является Древо мировое (ясень, дуб, тис). Оно символизирует трехчленную вертикальную структуру миропорядка. В кельтской мифологии встречаются предания о тотемных животных, нередко связанные с представлениями о картине мира. Ирландский эпос «Похищение быка из Куальнге» повествует о происхождении имен и названий различных мест по всей стране после поединка быков Финдбенах и Донн Куальнге. Дикий кабан или свинья были особо почитаемыми животными, связанными с потусторонним миром. Охота на кабана, приводящего своих преследователей в потусторонний мир, один из распространенных мотивов кельтской мифологии [4, С. 633-637].

Особое место занимают мифологические представления, связанные с лошадью. Культ лошади и связанной с ней богини Эпоны был широко распространен в представлениях древних людей. Божественный персонаж обычно представлялся или в виде лошади, или как скачущий на ней всадник [2], [4]. Таким образом, зоонимы и фитонимы не только присутствуют в мифологической картине мира древних кельтов, но и имеют свою символику.

В работе мы проанализировали характеризующую (метафорические характеристики человека) и оценочную (положительное или отрицательное, эксплицитное или имплицитное отношение субъекта к объектам действительности) функцию зоонимов и фитонимов в фразеологизмах, содержащих объективные характеристики животных и растений. Следует отметить, что семантико-стилистические переносы значений зоонимов и фитонимов связаны с воззрениями человека на природу.

Все зоонимы в пословицах и поговорках можно разделить на группы, например, домашние и дикие животные. Сначала мы обратим наше внимание на домашних животных. Одним из древнейших видов скотоводства на территории Германии было свиноводство. Поскольку сельское хозяйство в

Германии и, следовательно, уклад жизни крестьян были тесно связаны со свиноводством, немцы досконально знают повадки и привычки этих животных. Отсюда занимаемое место этим животным в языковом фонде современного немецкого языка [1]. Например, поросенок, как вид домашнего животного, является символом достатка и благополучия. Другие фразеологизмы с компонентом *Schwein* учитывают поведенческие особенности этого животного и характеризуют нечистоплотного, невоспитанного человека.

Наряду со свиноводством, многовековую традицию имеет в Германии коневодство. Известны несколько немецких пород лошадей. В пословицах можно наблюдать восприятие людьми повадок этих животных и их роль в жизни людей: помощь в ведении хозяйства в качестве тягловой силы, трудолюбие, красоту и благородство лошадей.

Вторую группу составляют названия диких животных. Медведь в немецком языке обозначает крепкого, сильного, но неуклюжего человека. Фразеологизмы с данным зоонимом характеризуют неуклюжего, грузного человека.

Волк в кельтской мифологии считается тотемным животным или животным предком. Не случайно во фразеологических единицах с зоонимом «волк» отсутствуют значения глупый, неуклюжий, нечистоплотный. Такие признаки волка как агрессивность, обитание в стае находят свое воплощение в фразеологизмах, характеризующих человека как опасного или конформистского.

Мы отметим две пословицы с зоонимом волк, значения которых, возможно, не напрямую связаны с воззрениями немцев на природу, а имеют признаки культурного трансфера из античной культуры и латинского языка и являются почти дословным переводом латинского выражения (лат. *lupus in fabula*, нем. *Der kommt wie der Wolf in der Fabel*) и его парафразом *Wenn man vom Wolfe spricht, ist er nicht weit*.

Растительный мир также оказывал огромное влияние на жизнь людей, в результате чего появились фразеологические сочетания, содержащие фитонимы.

Часто встречается фитоним яблоко или яблоня. Германия известна издревле как регион, в котором возделывают яблони. Важнейший продукт не только для обеспечения собственной продуктовой безопасности, но и важная статья экономической жизни немцев, не мог не отразиться во фразеологизмах.

Разнообразные деревья в народных представлениях немцев часто персонифицировались, то есть наделялись качествами живых существ: чувствовали, дышали, разговаривали между собой или с людьми. Каждое из растений приобретало человеческие признаки и черты, что отразилось в пословицах и поговорках, происхождение которых может быть связано с воображением человека, с его осознанием своего места в природе. Растения, цветы и

травы, отражают характер людей, добавляют к образу человека легкость или наоборот утяжеляют его.

Семантика зоонимов и фитонимов в немецких пословицах и поговорках связана с условиями проживания (климат, животный и растительный мир, география). Различия в семантико-стилистических переносах названий животных и растений у немцев и у других этносов могут быть связаны с миграционными, экономическими и культурными процессами в истории немецкого народа. Важно отметить тот факт, что символизм некоторых животных и растений уходит корнями в мифологическую картину мира. Животные являются тотемами, то есть считаются первопредками.

В результате нашего исследования мы пришли к выводу, что функционирование в пословицах и поговорках фитонимов и зоонимов может носить характеризующий и оценочный характер. Использование названий растений и животных во фразеологизмах обусловлено образным отражением жизни людей, их наблюдений над природой и поведением домашних и диких животных, воззрениями людей на природу и персонификации ее явлений, значением растений и животных для человеческой жизни.

Библиографический список

1. С.В. Буренкова Зооморфные образы немецкой и русской фразеологии. КиберЛенинка – научная электронная библиотека: сайт. – URL:<https://cyberleninka.ru/article/n/zoomorfnye-obrazynemetskoj-i-russkoj-frazeologii/viewer> (дата обращения 22.08.22).
2. Древний мир. Энциклопедический словарь. КЕЛЬТСКАЯ МИФОЛОГИЯ: сайт. – URL: http://cult-lib.ru/doc/dictionary/ancient-world-encyclopedia/articles/18/keltskaya_mifologiya.htm?ysclid=lgoytjpnso459739338 (дата обращения 22.08.22).
3. Красных В.В. Коды и эталоны культуры (приглашение к разговору). / Язык, сознание, коммуникация: Сб. статей / Отв. ред. В.В. Красных, А.И. Изотов. – М.: МАКС Пресс, 2001. – Вып. 19. – 164 с. – URL: https://www.philol.msu.ru/~slavphil/books/jsk_19_01krasnych.pdf (дата обращения 27.03.22).
4. Мифы народов мира. Энциклопедия [Текст]: в 2 т. / [гл. ред. С.А. Токарев]. Т. 1. – М.: НИ Большая Российская энциклопедия, 1997. – 796 с.
5. Пословицы о животных: сайт. – URL: <https://www.tierchenwelt.de/specials/tierleben/3258-tierischesprichwoert-er.html><https://www.tierchenwelt.de/specials/tierleben/3258-tierischesprichwoerte-r.html> (дата обращения 22.08.22).
6. Телия В.Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический, лингвокультурологический аспекты. М.: Языки русской культуры. – 1996. – 288 с.

7. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация (Учеб. пособие) – М.: Слово/Slovo. – 2000. – 624 с.
8. Савченко Л.В. Иерархическая модель биоморфного кода культуры // Культура народов Причерноморья. 2014. № 273. / eLIBRARY: Научная электронная библиотека: сайт. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=27250911> (дата обращения: 27.03.22).

УДК 81'23

СЛУШАНИЕ КАК НЕОТЪЕМЛЕМЫЙ ПРОЦЕСС В СТРУКТУРЕ КОММУНИКАЦИИ

А.В. Моногошева, А.А. Ходырев, Е.Д. Ю

Иркутский национальный исследовательский технический университет

В статье рассматривается понятие процесса слушания, его классификация и описание различных видов слушания. Отмечаются особенности разных видов слушания. Нами представлены несколько исследовательских проектов в данном русле, приведены примеры хорошего слушателя. Объектом изучения послужил материал, относящийся к области психологии коммуникации.

Ключевые слова: слушание, слушатель, умение слушать, собеседник, коммуникация.

LISTENING AS AN INTEGRAL PROCESS IN THE STRUCTURE OF COMMUNICATION

A. Monogosheva, A. Khodyrev, E. Yu

Irkutsk National Research Technical University

This article focuses on details of the concept LISTENING, its classification and description of various types. We have studied and represented the peculiarities of those different types. We also consider the certain illustrative research projects, some examples of a good listener are given. The object of the study is the material related to the field "Psychology of Communication".

Key words: listening, listener, listening ability, interlocutor, communication.

Для успешного взаимодействия необходимо обладать не только навыком устной речи, но и умением слышать собеседника, давать обратную связь и грамотно пользоваться полученной информацией. Умение слушать

является важной частью межличностного общения и оказывает большое влияние на качество взаимодействия коммуникантов.

Как показывают исследования Бернарда Феррари в данной области, у каждого человека формируется уникальное умение слушать других. Статистика, полученная Джорджем Келли, демонстрирует, что человек в среднем тратит от 42 до 53% времени на то, чтобы слушать других людей, в то время как время на разговор около 16–32%, на чтение информации – 15–17%, а на письмо – 9–14% [2]. Эти данные демонстрируют, что слушание как метод коммуникации используется гораздо чаще, чем чтение и письмо вместе взятые, что подчеркивает важность владения этим умением для каждого человека.

Существует несколько типов слушаний. Вместе они образуют спектр, в котором каждый стиль опирается на предыдущие для создания эффективной коммуникации; проанализированные типы имеют свои преимущества и недостатки в различных ситуациях с людьми из разных слоев общества или разных культур. Изучив классификацию видов слушания по Дж. Келли, остановимся на следующих: активное, эмпатическое, пассивное, критическое.

Активное слушание

Этот стиль основан на словах говорящего, без излишних уточнений. Его можно использовать, когда одному человеку нужно взять на себя ответственность за поддержание концентрации внимания во время разговора. Активные слушатели хорошо улавливают и отражают слова ораторов для того, чтобы говорящий чувствовал себя услышанным.

Техника активного слушания условно делится на 2 типа: мужскую и женскую. Мужской вид активного слушания больше относится к навыкам делового общения. Здесь важна правильная подача информации, ее понимание и анализ. Поэтому при активном слушании представителей мужского пола наиболее часто задаваемыми вопросами являются «где», «сколько», «когда», «за что», «как». Женский вид активного слушания сосредоточен на чувствах и эмоциях. Важна не столько точность информации, сколько отношение к ней или собеседнику. Основными методами активного слушания являются стремление уловить суть речи собеседника, по возможности помочь ему [5].

Активное слушание появилось в результате исследования, проведенного в начале 1940-х годов. Его автор Карл Роджерс со своими коллегами по клинической психологии анализировали, почему некоторые люди лучше других справляются с личными проблемами. Они обнаружили, что те, кто больше слушал, чем говорил, были более эффективны. До тех пор считалось, что помощь людям в решении их личных проблем – это задавать направляющие вопросы, предоставлять информацию, давать советы, судить, интерпретировать и успокаивать. В 1957 году Карл Роджерс и Ричард Фарсон

ввели термин «активное слушание» в небольшой книге. Томас Гордон, коллега Роджерса, пропагандировал активное слушание как коммуникативный навык в рамках своей программы обучения родителей в 1962 году. В 1970 году Гордон опубликовал книгу о физиотерапии, благодаря которой его идеи получили широкую популярность как форма современной философии воспитания. Позже Гордон также составил список из 12 препятствий на пути коммуникации, включающий в себя многие традиционные стратегии, такие как консультирование и поддержка, которые когда-то считались главными для оказания помощи людям [4].

Эмпатическое слушание

Этот стиль основан на том, что слушатели проявляют интерес к тому, что хочет сказать оратор, и проявляют активное сочувствие к переживаниям, устанавливая связь при помощи таких заявлений, как «Я знаю, что Вы чувствуете», «Это звучит сложно» или «Вам это небезразлично». Данный тип используется, когда один человек проявляет сострадание к чувствам или переживаниям другого. Слушатели-эмпаты очень хорошо распознают различные эмоции, которые испытывают говорящие, такие как страх, печаль и гнев. Проанализировав различные источники, мы выделили следующие правила эмпатического слушания:

1. Перед началом разговора нужно сосредоточиться на рассказе собеседника и отвлечься от своих личных проблем и установок, чтобы понять переживания и эмоциональное состояние другого человека.

2. В ответ на высказывание собеседника необходимо точно передать его чувства и эмоции, чтобы показать, что вы понимаете и принимаете его состояние.

3. Важно давать собеседнику время на обдумывание Вашего высказывания и обратную реакцию, а не заполнять паузы своими дополнительными комментариями.

4. Целью эмпатического слушания является не предположение о причинах поведения собеседника, а понимание его чувств и эмоций. При этом важно передать переживания собеседника.

Пассивное слушание

Этот стиль основан на том, чтобы слушать и принимать во внимание мысли и мнения других людей. Он используется, когда одному человеку необходимо создать общее понимание с учетом остальных точек зрения. Слушатели, работающие совместно, очень хорошо воспринимают мнение докладчиков и используют это как возможность для развития своих идей.

Критическое слушание

Основано на слушании таким образом, чтобы обеспечить обратную связь с говорящим. Следовательно, его можно использовать, когда одному человеку нужно ободрить или заверить в том, что другой человек поделился с ним чувствами, мыслями и переживаниями. Такие слушатели хорошо умеют давать обратную связь, которая укрепляет отношения между ними и

выступающими; они также понимают, о чем идет речь, устанавливая связи со своим собственным жизненным опытом.

В проекте 2016 года, проведенном группой иранских исследователей, рассматривалось, насколько руководители больниц умеют эффективно слушать. Участники обнаружили, что топ-менеджеры на самом деле демонстрировали более слабые навыки активного слушания, чем менеджеры среднего звена, в то время как худшим навыком активного слушания среди всех менеджеров было умение избегать перебивания. Другим примером коммуникации, основанной на умении слушания, является тесное общение с пациентами. В нём проявляется реализация надлежащего ухода. Очевидно, что умение слушать важно не только для руководителей больниц, но и для других медицинских работников, таких как врачи и медсестры, поскольку пациенты часто чувствуют, что их не слушают. Исследование, опубликованное в 2018 году, показало, что только у 36% пациентов медперсонал спросил о причине визита, при этом для специализированной помощи этот показатель снизился до 20%.

Программа Volvo «Дизайн вокруг меня». Шведский автопроизводитель в партнерстве с Microsoft создал цифровое рабочее место, основанное на активном слушании, чтобы улучшить работу своих сотрудников. По словам Мари-Луизы Берг Конверс, директора по персоналу Volvo, программа началась с политики, которая гласит: «Не сидите в штаб-квартире и не думайте, что знаете, чего хотят люди». Если мы не будем участвовать в поездках разных сотрудников, от менеджеров до заводских рабочих, мы никогда не улучшим общее впечатление от рабочего места». Платформа позволяет собирать отзывы от местных офисов с целью создания рабочего места, где сотрудники чувствуют, что их ценят.

Критическое слушание часто содержит совет или завершается им. Когда к нам обращаются с какой-либо проблемой, совет является одной из самых частых слушательских реакций. Однако, давая советы, нужно принимать во внимание следующие обстоятельства:

1. Действительно ли человек хочет слышать ваши советы? Подтверждением этого является просьба о совете: «Что, ты думаешь, я должен сделать?»

2. Оценить: готов ли человек принять совет?

3. Понимать уникальность личного опыта: то, что было полезным для вас, может не быть таковым для других [1].

Подводя итог, ещё раз отметим, что умение правильно слушать – это важный навык каждого человека, который помогает улучшать качество межличностных отношений и решать многие проблемы. Использование различных видов слушания в зависимости от ситуации существенно повышает результативность коммуникативного процесса [3].

Следовательно, одной из ключевых характеристик коммуникативной компетентности является умение не просто слышать слова собеседника, но

и научиться слушать его настоящие мысли и чувства [6]. Человек, который умеет слушать, способен помочь собеседнику, решить многие личностные проблемы, выслушивая его с вниманием и пониманием. Однако, важно отметить разницу между простым *слушать* и осознанным *услышать*: если мы только слушаем голос собеседника, не уделяя внимания содержанию его слов, то это не является настоящим слушанием. Слушание подразумевает понимание не только сказанного, но и того, что может скрываться за словами, анализ причин, которые привели собеседника к высказываниям, понимание его эмоционального состояния. Все это помогает нашему собеседнику почувствовать себя настолько важным, насколько он действительно является им, и создает основу для дальнейшего понимания.

Таким образом, главное в процессе коммуникации – показывать собеседнику, что его внимательно слушают и понимают. Подача обратной связи – серьезная работа, требующая сосредоточенности, смелости, уважения к себе и другим.

Библиографический список

1. Казаринова, Н.В. Эффективное слушание. СПб.: Питер Пресс. – 2001. – 49 с.
2. Келли, Джордж А. Психология личности. Теория личных конструктов. СПб.: Речь, 2000. – 249 с.
3. Кузин, Ф.А. Культура делового общения: практическое пособие. 6-е изд., перераб. и доп. М.: Ось-89. – 2002. – 320 с.
4. Мадэлин, Беркли-Ален. Забытое искусство слушать. СПб.: Питер Пресс. – 1997. – 256 с.
5. Панфилова, А.П. Психология общения. М.: Издательский центр «Академия». – 2013. – 368 с.
6. Столяренко, Л.Д. С 81 и управления. Ростов н/Д: Феникс. – 2005. – 416 с.

УДК 81'347.78.034

К ВОПРОСУ О ПЕРЕДАЧЕ ОЦЕНОЧНЫХ ВЫСКАЗЫВАНИЙ В НОВОСТНЫХ ТЕКСТАХ СМИ

М.Н. Москвина, Е.Ю. Пишкова

Южный федеральный университет, г. Ростов-на-Дону

Работа посвящена исследованию оценки в текстах СМИ и её воздействию на мировоззрение и идеологическую направленность общества. Особое внимание уделяется анализу употребления оценочных средств в англоязычных новостных статьях и способам их адекватного перевода.

Ключевые слова: оценка, оценочная лексика, медиатекст, СМИ, перевод.

TO THE ISSUE OF THE TRANSFERRING OF EVALUATIVE STATEMENTS IN NEWS MEDIA TEXTS

M. Moskvina, E. Pishkova

Southern Federal University, Rostov-on-Don

The article is devoted to the study of evaluation in media texts and its impact on the worldview and ideological orientation of society. Particular emphasis is laid on the analysis of evaluative expressions in news articles in English and their adequate translation into Russian.

Key words: evaluation, evaluative lexis, media text, mass media, translation.

Оценочная лексика является одним из базовых элементов стилистики журналистской речи. Она считается неотъемлемым компонентом реализации одной из важнейших функций СМИ – идеологической, и выступает средством реализации творческого замысла журналиста – интенциональности.

Характерной чертой языка СМИ является идеологическая и оценочная направленность, присутствие аналитически-комментирующих элементов. Лингвистические компоненты массмедийного дискурса являются идеальным инструментом, который способен развязать информационную войну, осветить события именно так, как это необходимо для достижения поставленных перед СМИ целей: сформировать положительный образ одной из сторон противостояния и дискредитировать вторую.

Природа оценочной лексики неодинакова. Первую группу составляет лексика, у которой оценочный смысл «вложен» в значение слова. Вторую группу образует изначально безоценочная лексика, которая приобретает

оценочность в контексте. Как правило, контекстуальная оценочная лексика имеет большую воздействующую силу, отличается образностью и экспрессивностью. Это свойство активно используется СМИ для выражения своего отношения, что нередко ведет к сдвигу общественного мнения и выработке новых стереотипов.

Результаты лексического и переводческого анализов новостных текстов политической направленности зарубежных и отечественных СМИ демонстрируют, что формирование определенной позиции, закрепление положительного либо отрицательного образа того или иного референта в обществе осуществляется посредством различных средств выражения оценки, включая эксплицитные и имплицитные. В нашей работе особое внимание уделяется следующим способам выражения оценки:

1. Употребление лексических единиц, содержащих оценочное семантическое значение либо коннотацию. Слова и словосочетания с положительным либо отрицательным оценочным значением наиболее частотны в медиатекстах. Они позволяют автору выразить свою позицию эксплицитно, что способствует реализации главных функций медиатекста. Например:

*1. But other economists say the Kremlin has **significant** reserves of money that haven't been hit by sanctions [11]. Однако другие экономисты указывают на то, что в распоряжении Кремля есть **значительные** запасы финансовых средств, которых не коснулись западные санкции [7].*

В данном предложении демонстрируется использование прилагательного с положительным оценочным значением *significant* (*Cambridge Dictionary: important or noticeable*), которое характеризует положение дел казны Российской Федерации. В тексте на переводящем языке использован точный эквивалент «значительный». Следовательно, прагматический эффект, подразумеваемый автором, полностью сохранён.

2. Манипулирование при помощи идеологически-модальной лексики. В актуальных новостных текстах особое место отводится лексическим единицам с политико-оценочной коннотацией:

*2. He [Biden] is perpetuating the **hegemonic** project that brought the US into Iraq in the first place [13]. Забывая очевидное, Байден увековечивает тот **гегемонистский** проект, что однажды привел США в Ирак [1].*

Автор статьи прибегает к имплицитному оцениванию действий американского президента Джо Байдена, которые влекут за собой серьёзные военные конфликты. Негативная оценка приобретает в контексте за счёт использования политического термина *hegemonic* (*Cambridge Dictionary: strong and powerful and therefore able to control others, or relating to the idea that a country is like this*). В русском варианте текста данная лексическая единица передается посредством использования калькирования «гегемонистский», которое также приобрело статус устоявшегося термина. Данное прилагательное применяется по отношению к исторически обусловленному

процессу, который характеризуется политическим, экономическим и военным господством государства, часто приводящему к разделению мира на лагеря.

3. Использование стилистических приёмов. Оценочный компонент также зачастую содержится в многочисленных стилистических приемах, включая сравнения, метафоры и т.п. Сравнения и метафоры делают язык медиатекстов более экспрессивными, помогают автору скрыто выразить отношение к описываемой ситуации. Таким образом, языковые выразительные средства несут большую смысловую нагрузку, одновременно реализуя на уровне языка воздействующую и интерпретационную функции медиадискурса.

3. *At such a time, war has all the best tunes. It ridicules argument, honours danger and jeers at caution [14]. В такое время музыка войны звучит громче всего. Она издевается над логическими аргументами, превозносит опасность и насмехается над осторожностью [4].*

В приведённом выше примере автор оригинального текста использует сразу несколько стилистических приёмов: метафору (*war has all the best tunes*), описывающую апогей войны, а также олицетворение (*It [war] ridicules argument, honours danger and jeers at caution*), характеризующее её как неоправданно опасное явление. Как в первом, так и во втором случае переводчику удаётся сохранить экспрессивность высказываний при помощи подбора эквивалентных вариантов и грамматических замен, которые соответствуют нормам русского языка.

Всё чаще в медиатекстах политической направленности наблюдается тенденция отказа от прямых манипуляций и пропаганды. Новостные издания предпочитают скрыто оказывать влияние на мировоззрение публики. К данному выводу в своих работах приходит Т. В. Маркелова: «большинство современных средств массовой коммуникации отошло от прямого идеологического давления на адресата, используя скрытые языковые механизмы формирования оценки» [6, С. 233]. Из вышесказанного следует, что в современном языке СМИ отдаётся предпочтение использованию имплицитной оценки, которая безотказно действует на формирование отношения читателя к определённым событиям либо деятелям. Как следствие, он будет воспринимать эту оценку как свою, не подвергая её сомнению и не требуя её подтверждения.

4. Употребление фразеологических единиц. Зачастую в новостных текстах, оценивание личности либо ситуации, выступающей объектом, приобретает в контексте – при помощи использования фразеологических единиц (ФЕ), в сему которых не входит оценочный компонент. В данном случае речь идёт об имплицитной оценке.

4. *The images suggest the West's much vaunted sanctions on Russia, imposed to punish President Putin for his invasion, are not having a deep bite [10].*

Создается ощущение, что **хваленые** западные санкции в отношении России, призванные наказать президента Путина за спецоперацию на Украине, **особенно сильного воздействия не оказывают** [5].

В примере 5 содержится как эксплицитная, так и имплицитная оценка воздействия санкций на экономику России. В первом случае она выражена при помощи оценочного прилагательного *much-vaunted* (*Cambridge Dictionary: praised often in a way that is considered to be more than acceptable or reasonable*). В переводе данная ЛЕ выражена посредством эквивалента «хваленые» и опущения семантически избыточного, в данном контексте, наречия *much*. Как видим из контекста, прагматический эффект данного высказывания полностью сохранён, т.к. и в ИЯ, и в ПЯ они несут оттенок иронии. При переводе имплицитной оценки, выраженной при помощи ФЕ *to have a deep bite* (*Cambridge Dictionary: to have a bad or unpleasant effect*), используется контекстуальная замена «сильного воздействия не оказывают», а также лексическое добавления наречия-интенсификатора «особенно» с целью интенсификации.

5. Особое синтаксическое построение фразы. В новостных статьях наблюдается большая концентрация вопросительных, восклицательных предложений, а также инверсий, т.к. они могут усиливать эффект воздействия, интенсифицировать оценочное значение.

5. *This is further evidence that Humza Yousef is out of his depth. This is embarrassing!* [12] Вот вам еще одно доказательство, что Хамза Юсаф не в себе. **Стыдоба-то какая!** [9].

Автор текста на ИЯ сначала негативно оценивает высказывания шотландского политика Хумзы Юсафа, употребляя идиому *out of his depth* (*Cambridge Dictionary: not having the knowledge, experience, or skills to deal with a particular subject or situation*), а затем интенсифицирует своё высказывание, прибегая к использованию эмоционального восклицания с прилагательным, содержащим негативную оценочную сему: «*How embarrassing!*». Переводчик полностью придерживается данной стратегии, подбирая фразеологический аналог «не в себе» и сохраняя экспрессивное восклицательное предложение, прибегнув к модуляции.

Таким образом, главной особенностью новостных текстов СМИ является использование разнообразных стилистических и синтаксических средств, выражающих мнение и оценку автора. Подбор лингвистических единиц играет ключевую роль в манипулировании сознанием коллективного адресата, что является способом реализации информативной и воздействующей функций медиатекстов. Не менее важным является и воспроизведение оценочного компонента лексических единиц в тексте перевода, что оказывает влияние на передачу смыслового ядра текста оригинала, сохранение оценочного потенциала.

Библиографический список

1. Вот уже 20 лет США пытаются забыть о войне в Ираке (The Guardian, Великобритания) [Электронный ресурс] // URL: <https://inosmi.ru/20230317/irak-261464640.html> (дата обращения: 30.03.2023).
2. Дейк, Т.А. Язык. Познание. Коммуникация / Т.А. ван Дейк; составление В.В. Петрова ; пер. с англ. яз. под ред. В.И. Герасимова; вступ. ст. Ю.Н. Караулова, В.В. Петрова. – Москва: Прогресс. – 1989. – 310 с.
3. Добросклонская, Т.Г. Лингвистические способы выражения идеологической модальности в медиатекстах / Т.Г. Добросклонская // Вестник Московского университета. Серия 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2009. – №2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/lingvisticheskie-sposoby-vyrazheniya-ideologicheskoy-modalnosti-v-mediatekstah> (дата обращения: 30.03.2023).
4. Зеленский хочет получить самолеты. Запад должен очень хорошо подумать, прежде чем ему их давать (The Guardian, Великобритания) [Электронный ресурс] // URL: <https://inosmi.ru/20230210/samolety-260502529.html> (дата обращения: 30.03.2023).
5. Как санкции разрушают жизнь русских, если их прилавки ломаются от свежих продуктов, а в Британии нормируют продажу яиц и овощей? (Daily Mail, Великобритания) [Электронный ресурс] // URL: <https://inosmi.ru/20230308/produkty-261192761.html> (дата обращения: 30.03.2023).
6. Маркелова, Т.В. Аксиологичность как имманентное свойство газетно-публицистического текста / Т.В. Маркелова // Язык и стиль современных СМИ: межвузовский сборник научных трудов Всероссийской конференции, посвященной 80-летию проф. Н. С. Валгиной. М.: МГУП. – 2007. – С. 231-238.
7. Российская экономика выдерживает давление санкций, но нарастающие трудности становятся серьезной проверкой для Путина (The Independent, Великобритания) [Электронный ресурс] // URL: <https://inosmi.ru/20230315/sanktsii-261391251.html> (дата обращения: 30.03.2023).
8. Солганик, Г.Я. Язык СМИ на современном этапе / Г.Я. Солганик // МИРС. – 2010. – №2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/yazyk-smi-na-sovremennom-etape> (дата обращения: 30.03.2023).
9. Хумза Юсаф из Шотландской национальной партии сел в калошу, спросив украинских беженков, где их мужья (Daily Mail, Великобритания) [Электронный ресурс] // URL: <https://inosmi.ru/20230317/shotlandiya-261465254.html> (дата обращения: 30.03.2023).
10. Are sanctions REALLY wrecking life in Russia? As British supermarkets ration eggs and vegetables – thanks in part to Putin's war in Ukraine – shelves

- in a provincial Russian city are groaning under piles of fresh food (Daily Mail) [Электронный ресурс] // URL: <https://www.dailymail.co.uk/news/article-11827765/Are-sanctions-REALLY-wrecking-life-Russia-British-supermarkets-ration-eggs-vegetables.html> (дата обращения: 30.03.2023).
11. Russia's economy holds up, but growing challenges test Putin (The Independent) [Электронный ресурс] // URL: <https://www.independent.co.uk/news/russia-ap-kremlin-moscow-vladimir-putin-b2299563.html> (дата обращения: 30.03.2023).
 12. SNP's Humza Yousaf branded 'embarrassing' over leadership campaign gaffe which saw him ask female Ukrainian refugees why no men came to Scotland with them (Daily Mail) [Электронный ресурс] // URL: <https://www.dailymail.co.uk/news/article-11868801/SNPs-Humza-Yousaf-branded-embarrassing-gaff-female-Ukrainian-refugees.html> (дата обращения: 30.03.2023).
 13. Two decades later, it feels as if the US is trying to forget the Iraq war ever happened Stephen Wertheim (The Guardian) [Электронный ресурс] // URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2023/mar/17/iraq-war-20-years-later-us-forgetting-ukraine-russia> (дата обращения: 30.03.2023).
 14. Zelenskiy wants jets. The west should think very carefully before giving them (The Guardian) [Электронный ресурс] // URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2023/feb/09/zelenskiy-jets-west-ukraine-battlefield-peace> (дата обращения: 30.03.2023).

УДК 372.881.111.1

ПРЕИМУЩЕСТВА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ДИСТАНЦИОННОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПЛАТФОРМЫ «MOODLE» ДЛЯ ИЗУЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ

А.Г. Мурадян, М.А. Егорова

Иркутский национальный исследовательский технический университет

Данная статья посвящена исследованию преимуществ применения одной из дистанционных образовательных платформ для изучения иностранных языков в техническом ВУЗе. Объектом изучения послужили электронные образовательные ресурсы, созданные для обучения иностранному языку на данной платформе. Для проведения исследования были выбраны такие методы, как наблюдение, сравнение, анализ и анкетирование.

Ключевые слова: дистанционное образование, образовательная платформа, преимущества, иноязычная коммуникативная компетенция.

ADVANTAGES OF USING THE EDUCATIONAL PLATFORM «MOODLE» FOR LEARNING FOREIGN LANGUAGES

A. Muradyan, M. Egorova

Irkutsk National Research Technical University

This article is devoted to the study of the advantages of using one educational platform for learning foreign languages at Technical University. The object of the study was electronic educational resources created on this platform for teaching foreign languages. Such methods as observation, comparison, analysis and survey were chosen for the study.

Key words: *distance education, educational platform, advantages, foreign language communicative competence.*

В последние годы сложно представить обучение современного студента без применения дистанционных образовательных технологий. Применение данных технологий делает обучение более удобным и доступным для отдельных категорий граждан. Студенты с ограниченными возможностями, студенты из отдаленных районов или иностранные студенты имеют возможность обучаться в любой точке мира и в любое удобное время. Они могут самостоятельно составлять свой график обучения, состоять в группах с неограниченным количеством пользователей, а процесс обучения может контролироваться с помощью различных графиков и постоянного мониторинга. Однако дистанционные технологии могут не только полностью заменить очное образование, но и активно использоваться в качестве дополнительных технологий для получения очного образования в ВУЗе.

Дистанционное образование в современном ВУЗе может быть организовано с применением одной или нескольких из следующих образовательных платформ: iSpring Online, eLearning Server, iWebinar, Eliademy, Ё-СТАДИ, OLAT, Diskurs, среди которых достаточную популярность приобрела платформа MOODLE [3].

Данная платформа является оптимальным решением для организации дистанционного обучения, в рамках, которого можно самостоятельно подбирать график и последовательность изучения материала. Более того, можно контролировать усвоение материала и выявлять сильные и слабые стороны. Использование MOODLE также позволяет широко применять тренировочное тестирование, осуществлять предварительную сдачу контрольных работ. Среди преимуществ данной платформы можно выделить отсутствие проблем приобретения учебных материалов и пособий. Студент получает доступ к комплекту необходимых учебных материалов в современном электронном виде. На данной платформе существует возможность органи-

зовать синхронное (при помощи видеоконференций) и асинхронное (электронную переписку) общение. Платформа MOODLE имеет множество инструментов для создания электронных ресурсов, где можно свободно загружать видео-лекции, прикреплять файлы, тестовые задания и многое другое [2].

Данная платформа также широко используется в Иркутском национальном исследовательском техническом университете, на которой активно создаются электронные образовательные ресурсы для обучения студентов, в том числе и ресурсы по иностранным языкам, которые широко используются студентами разных курсов и направлений.

Среди данных ресурсов можно выделить обязательные электронные образовательные ресурсы, которые разработаны в соответствии с образовательными программами и дополнительные ресурсы, которые направлены на совершенствование отдельных навыков, необходимых для формирования иноязычной коммуникативной компетенции.

Среди студентов первого курса (общее количество которых составило 76 человека) был проведён опрос, какие преимущества использования различных ресурсов для изучения иностранного языка они выделяют?

Согласно результатам опроса, в качестве преимуществ использования дистанционной образовательной платформы «MOODLE» для изучения иностранных языков были выделены следующие:

1) удобство использования данных курсов (отметили 33% студентов первого курса)

Например, можно выполнять домашнее задание в любое время суток и загружать на ресурс в различных форматах (текст в doc, pdf, xls, csv; изображения в jpeg, png, gif; аудио в mp3, aac, flac, m4a, oga, ogg, wav [1]).

Есть возможность пройти пропущенный материал самому, так как весь материал, предусмотренный программой, представлен на ресурсе.

2) доступность дополнительных курсов (24%)

На ресурсе есть весь материал необходимый для усвоения программы.

Среди электронных образовательных ресурсов есть курсы с дополнительными материалами для изучения лексики и грамматики, ориентированные на разные уровни студентов. Например, для студентов с элементарным уровнем владения иностранным языком представлен курс «Вводно-коррективный курс по английскому языку». Для студентов с продвинутым уровнем владения иностранным языком есть курс по грамматике «Практикум по грамматике английского языка», для отработки грамматических навыков.

Также есть отдельный курс по подготовке к олимпиаде, необходимый студентам для ознакомления с примерными заданиями.

3) наличие обратной связи (20%)

В любое время можно связаться с преподавателем по интересующему вопросу и быть уверенным, что тебе ответят в ближайшее время. Например, с преподавателем можно связаться по средствам личных сообщений в чате

или обсудить вопросы на форуме. Также студент и преподаватель имеют возможность обмена информацией посредством написания комментариев по теме или грамматическому упражнению.

4) наличие справочных материалов (24%)

К каждому курсу прилагается справочный материал, который может помочь в решении тестов и восполнить утраченные знания, подготовиться к занятиям. Каждый справочник имеет свою структуру, что значительно облегчает их использование.

В заключение можно отметить, что в ходе опроса было выявлено – применение данных электронных ресурсов по иностранным языкам является отличным дополнением к очным занятиям, так как изучение иностранного языка лучше проходит при живом общении в аудиториях, а данные ресурсы, созданные на платформе MOODLE позволяют оттачивать необходимые навыки для формирования иноязычной коммуникативной компетенции в любое удобное время и в любом удобном месте.

Библиографический список

1. 10 систем и платформ для организации дистанционного обучения URL:<https://xn--h1alcbjgh.xn--90ais/news/o-distantcionnom-obrazovanii/10-sistem-i-platform-dlya-organizacii-distancionnogo-obucheniya> (дата обращения: 04.04.2023)
2. Бехтерев А.Н. Использование системы дистанционного обучения «MOODLE» при обучении профессиональному иностранному языку / А.Н. Бехтерева, А.В. Логинова // Открытое образование. – 2013. – №4 (99). – С.91–97. URL:[https://doi.org/10.21686/1818-4243-2013-4\(99\)-91-97](https://doi.org/10.21686/1818-4243-2013-4(99)-91-97) (дата обращения: 07.04.2023)
3. Система электронного обучения и тестирования Moodle: обзор возможностей URL:<https://www.ispring.ru/elearning-insights/moodle>(дата обращения: 02.04.2023)

К ВОПРОСУ О ПЕРЕВОДЕ НАЗВАНИЙ ТРАДИЦИОННЫХ КИТАЙСКИХ БЛЮД НА РУССКИЙ ЯЗЫК

Чжен Мьяолэй

Иркутский национальный исследовательский технический университет

Чи Пэн

Ляонинский педагогический университет, Китай

В статье рассматривается проблема перевода названий традиционных блюд китайской кухни на русский язык. Такие названия создаются либо реалистичным, либо образным способом. Автор приходит к выводу, что названия, созданные по реалистичной модели, могут переводиться дословно, в то время как предпочтительным способом перевода образных названий является описание.

Ключевые слова: *гастрономический дискурс, названия китайских блюд, перевод, замена, дословный перевод, описательный перевод.*

REVISITING TRANSLATION OF TRADITIONAL CHINESE DISH NAMES INTO RUSSIAN

Zheng Miaolei

Irkutsk National Research Technical University

Chi Peng

Liaoning Normal University, Jinan, China

The paper deals with an issue of translating traditional names of Chinese cuisine into Russian. Such names are coined either by a realistic or figurative model. The author concludes that while names created by the realistic model can be translated word-by-word, the preferred way of dealing with figurative names is descriptive translation.

Key words: *gastronomic discourse, names of Chinese dishes, translation, replacement, word-for-word translation, descriptive translation.*

Китай – страна с богатой развитой культурой питания, а еда занимает особое место в жизни обычных людей. Так, заболев, китаец охотнее прибегает к еде, чем к лекарствам, угощение считается лучшим способом выразить симпатию и заботу, важные вопросы решаются за обеденным столом, а не за столом переговоров, и прервать трапезу обедающего китайца – прак-

тически оскорбление. Можно с уверенностью утверждать – что еда, искусство ее приготовления и поглощения являются неотъемлемой частью культуры Китая, что естественным образом находит свое отражение в гастрономическом дискурсе.

Термин «гастрономический (глуттонический) дискурс» был введен в 2003 г. А. В. Оляничем и рассматривался как особый вид коммуникации, связанный с состоянием пищевых ресурсов и процессами их обработки и потребления [4, С. 426]. Гастрономический дискурс представляет собой смешанный тип коммуникации, личностно-ориентированный, проявляемый в бытовой сфере общения, и статусно-ориентированный, носящий институциональный характер [ibid.].

Говоря о гастрономическом дискурсе, в частности о названиях блюд, нужно отметить, что его основными признаками следует считать национально-специфическую и личностную направленность, а также организацию языка в виде особой знаковой системы, в которую входят такие факторы, как символы национальной культуры, гендерные, социальные, религиозные и прочие характеристики [5, С. 119]. Соответственно, можно предположить, что сопоставление различных аспектов гастрономического дискурса, в частности названий блюд, в процессе межкультурной коммуникации, коей является перевод, будет ожидаемо порождать ряд трудностей.

Очевидно, что перевод названий блюд — серьезный вопрос, требующий многократных проверок и глубоких размышлений. Это относительно новая область, в которой еще предстоит решить много проблем, которые не в последнюю очередь связаны с культурными различиями между Россией и Китаем.

Например, в русской гастрономической культуре существуют «пельмени», а в китайской – «баоцзы» и «юаньсяо», которые по аналогии неопытный переводчик может перевести как «пельмени». Однако это совершенно разные блюда, которые при видимом сходстве (небольшие приготовленные пирожки из тонкого теста с начинкой из разнообразных продуктов) имеют разное культурное происхождение, ингредиентный состав и традиционные способы подачи.

Пельмени – род маленьких пирожков из пресного теста с мясной начинкой, отваренных в крутом кипятке [2]. Их готовят впрок и хранят в замороженном виде. Обычно пельмени подают на обед или на ужин в бульоне со сметаной и/или зеленью.

В отличие от пельменей, баоцзы (包子) формируются в виде маленьких круглых булочек с начинкой и готовятся на пару. Кроме того, начинка может быть как мясной, так и овощной и даже сладкой. В баоцзы можно класть любые ингредиенты, главное – чтобы продукты сочетались между собой. Их едят на завтрак или как перекус.

Юаньсяо (元宵) – это особый вид клецек из рисовой муки, который подается на праздничный стол во время Праздника фонарей (15-е число 1-

го месяца по лунному календарю). Юаньсяо бывают двух видов: без начинки и с начинкой, которая может быть как сладкой, так и соленой. Их отваривают в горячей воде, после чего достают шумовкой и подают на стол [6].

Несмотря на внешнее сходство этих традиционных китайских кушаний с русским блюдом, замена их на «пельмени» при переводе может привести к эффекту обманутого ожидания у русского клиента. Следовательно, смысловую замену нельзя считать предпочтительным способом перевода подобных названий китайских блюд.

Принято считать, что названия блюд на китайском языке очень сложны и с трудом поддаются переводу. Отчасти это можно объяснить большим разнообразием блюд из-за географической протяженности Китая и проживания на его территории более пятидесяти национальностей, у каждой из которых есть свои культурные особенности. Существуют так называемые восемь видов китайской кухни (中国八大菜系), которые отличаются не только по вкусовым качествам и предпочтительным ингредиентам, но также теми способами, которые используются для обработки продуктов питания. Сами китайцы обычно описывают особенности своей национальной кухни следующим выражением: 南甜北咸东辣西酸 «на юге сладкая, на севере соленая, на востоке острая, на западе кислая» [3].

Китайская гастрономическая культура содержательна, а названия особых блюд разнообразны, что легко может привести к неправильному переводу. Китайские блюда обычно называют двумя способами: реалистично и образно. Реалистичные методы часто заключаются в создании простого и прямого именованья, когда название позволяет людям легко узнать ингредиенты, способы приготовления, цвет, аромат, форму и происхождение блюда. В таких случаях переводчику не нужно тратить слишком много времени на поиск эквивалента, достаточно переводить информацию полностью, например:

- 芝麻酥鸡 «хрустящая курица с кунжутом»,
- 松鼠黄鱼 «жареный желтый горбыль в форме белки»,
- 红烧牛肉 «говядина, тушенная в красном соусе (тушенная говядина)»,
- 北京烤鸭 «жареная утка по-пекински»,
- 蒜香排骨 «чесночные свиные ребрышки (чесночные ребрышки)».

Образные названия блюд, как следует из названия, в основном эстетичны и поэтичны. Китайцы любят использовать метафоры, метонимии, символы и другие риторические приемы в сочетании с аллюзиями и другими увлекательными и красивыми легендами и историями, чтобы приготовить блюда, в названиях которых скрыт значительный и/или незабываемый смысл. Подобные названия очень романтичны и не могут не вызывать интерес у посетителей. Например: 翡翠豆腐 «нефритовый тофу» (суп с тофу и

шпинатом) или 金玉满堂 «горы золота и нефрита» (креветки и тофу с зелеными овощами) или 凤鸣朝阳 «феникс поёт навстречу утреннему солнцу» (жареная курица с вареными яйцами). Последнее название основано на литературной аллюзии, перекликающаяся с цитатой из древней книги песен и гимнов «Шицзин» (раздел «Великие оды»): «凤凰鸣矣，于彼高冈；梧桐生矣，于彼朝阳» («Феникс поет на высокой горе, платан растет навстречу утреннему солнцу...») [1, С. 93]. В Китае Феникс – один из императорских символов процветания и благоденствия. Образ Феникса, поющего во время восхода солнца, означает счастливое предзнаменование или успешную возможность проявить свой талант.

Поскольку существует большая разница между китайской и западной культурами, а китайский и русский языки значительно различаются, то чрезвычайно сложно правильно сопоставить русский перевод с названиями традиционных китайских блюд. Неадекватный перевод будет неуместен, вызовет насмешки и даже культурное непонимание.

Например, полный дословный перевод названия 红烧狮子头 (буквально «красная обожженная голова льва») будет полной загадкой для русского клиента китайского ресторана. На самом деле это фрикадельки из свинины, процесс приготовления которых включает стадию тушения в небольшом количестве воды и позже в особом соусе. Следовательно, описательный перевод «*тушеные фрикадельки в коричневом соусе*» будет предпочтительнее [1, С. 92].

Другим примером может быть 夫妻肺片 (буквально «Легкие мужа и жены»). Это популярное блюдо появилось в Чэнду в 30-е годы 20 века. В его основе лежит реальная история: торговец по имени Го Чаохуэй и его супруга готовили отличную нарезку из холодной легочной массы. В шутку люди называли блюдо «легкие супругов». Очевидно, что полный дословный перевод может вызвать у русскоязычного клиента культурный шок, поэтому предпочтительнее использовать перевод «*холодные бычьи легкие по рецепту супругов Чаохуэй*» [1, С. 92].

Можно сделать вывод, что предпочтительным способом перевода разного наименования блюда является описательный перевод разной степени детальности. При этом переводчик также может прибегать к транскрипции отдельных содержательных элементов.

Способности переводчика также в значительной степени влияют на уровень перевода. Как было сказано выше, уникальный способ наименования китайской еды делает сам перевод крайне ограниченным, а перевод названия блюда является не только простой языковой конверсией, но и фактически возможностью культурного обмена. Поэтому переводчику необходимо иметь четкое представление о китайской цивилизации и обладать культурной грамотностью, знать названия блюд. Кроме того, ему необходимо учитывать последовательный образ мышления жителей Запада и их

понимание китайской культуры, чтобы с одной стороны преобразовать изысканные образные названия блюд в яркие русские выражения, и с другой стороны точно доносить до клиентов основную информацию о блюдах. Только таким образом можно в наибольшей степени сохранить значение и коннотацию, а также лингвокультурные особенности наименований китайских блюд.

Библиографический список

1. Ван, Хэйянь Русский перевод названий китайских блюд в аспекте транскультурной коммуникации / Ван Хэйянь // Вестник Калмыцкого университета. – 2018. – №38(2). – С. 88-94. – URL:<https://cyberleninka.ru/article/n/russkiy-perevod-nazvaniy-kitayskih-blyud-v-aspekte-transkulturnoy-kommunikatsii> (дата обращения: 04.05.2023)
2. ГРАМОТА.РУ – справочно-информационный интернет-портал «Русский язык»: сайт. – URL: <http://gramota.ru/slovari/dic?word=пельмени&all=x> (дата обращения: 04.05.2023)
3. Ковалёв, Е.Д. Особенности названий блюд в ресторанных меню на китайском языке (структурно-семантический и прагматический подходы) / Е.Д. Ковалёв, И.Р. Кожевников // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов: Грамота, 2018. – № 7. – Ч. 2. – С. 329-333. – <https://www.gramota.net/materials/2/2018/7-2/23.html> (дата обращения: 04.05.2023)
4. Олянич, А.В. Презентационная теория дискурса: монография / А.В. Олянич. – Волгоград: Парадигма, 2004. – 507с. – URL: https://www.academia.edu/4359587/Монография_Олянича (дата обращения: 06.05.2023)
5. Файзуллина, И.И. Номинация гастрономического дискурса: отражение в языковом сознании жителей полиэтничного города / И.И. Файзуллина // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. – 2012. – №5 (3). – С. 118-125. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/nominatsiya-gastronomicheskogo-diskursa-otrazhenie-v-yazykovom-soznanii-zhiteley-polietnichnogo-goroda> (дата обращения: 06.05.2023)
6. Энциклопедия Китая: сайт. – URL:<https://www.abirus.ru/content/564/623/625/646/661/11043/11050.html> (дата обращения: 04.05.2023)

**К ВОПРОСУ О ПОСТРЕДАКТИРОВАНИИ
АВТОМАТИЗИРОВАННОГО ПЕРЕВОДА ЛЕКЦИЙ
С АНГЛИЙСКОГО НА РУССКИЙ ЯЗЫК**

А.А. Орлова

Иркутский национальный исследовательский технический университет

Ся Шуан

Шаньдунский университет, Китай

В статье представлена рефлексия опыта постредактирования автоматизированного перевода лекций по академическому письму с английского на русский язык. Выявляются ключевые источники коммуникативных сбоев в текстах автоматизированного перевода, описываются стратегические подходы к решению задач постредактирования с учётом транслатологических характеристик текстов оригинала.

Ключевые слова: *постредактирование, автоматизированный перевод, перевод лекций*

**REVISITING POST-EDITING BASED ON AUTOMATIC
TRANSLATION OF LECTURES FROM ENGLISH INTO RUSSIAN**

A. Orlova

Irkutsk National Research Technical University

Xia Shuang

Shandong University, China

The paper does an introspection of postediting reflection based on automatic translation of lectures on academic writing from English into Russian. It indicated the key reasons of communicative disruptions, and describes strategies of postediting determined by translational characteristics of translated texts.

Key words: *postediting, automated translation, translation of lectures*

В современном пространстве глобального цифрового образования, основной идеей которого является массовость, универсальность и общедоступность, широкое распространение приобрели вспомогательные автоматизированные системы перевода. Данные инструменты обеспечивают пользователям возможность доступа к образовательному контенту независимо от того, на каком языке он создан. К таким системам относятся автоматически генерируемые тексты лекций видеокурсов, которые, с одной стороны,

снимают языковой барьер и увеличивают аудиторию слушателей, но, при этом создают ряд проблем, которые в современных исследованиях описывают как стадию эволюции и улучшения качества машинного перевода [1].

Данная работа основана на опыте постредактирования автоматизированного перевода на русский язык англоязычных материалов мультимедийного курса *Getting Started with Essay Writing* от Калифорнийского университета. В курс входят 12 видео лекций с оригинальными несокращенными субтитрами (скриптами), тестовые задания, вопросы для обсуждения и практические задания, направленные на формирование навыков написания научного текста. В курсе доступна функция автоматизированного перевода скриптов видео лекций на русский язык (а также на другие языки), для этого используется облачный переводческий сервис компании ABBY Lingvo – платформа автоматизированного Smart CAT. Бесплатный сервис автоматизированного перевода на данной платформе предоставляется компанией «Яндекс» в обмен на сбор данных, полученных в результате редактирования полученных переводов.

Сопоставительный анализ оригинальных скриптов лекций и скриптов автоматизированного перевода показывает, что содержание сгенерированных лекций далеко не всегда соответствует исходному содержанию курса. Очевидно, что автоматизированный перевод препятствует выполнению ключевых функций специализированных текстов, в данном случае – обучающей, дидактической функции текстов лекций. Постредактирование текстов автоматизированного перевода позволяет сохранить дидактическую ценность оригинального контента, оптимизировать временные затраты на перевод, а также выявить и систематизировать причины коммуникативных сбоев [2].

Следует отметить, что любой учебный курс выстраивается на основе комплекса понятий, в языковом выражении представленного словами-терминами и терминологическими сочетаниями. Опыт использования системы показывает, что именно данная группа лексики вызывает значительные коммуникативные сбои, нарушает понятийную структуру оригинала и требует постредактирования, сравните:

(1): Каждый *абзац тела* даст еще один повод для поддержки тезиса.

Анализ высказывания (1) выявляет необходимость постредактирования. Помимо коммуникативно незначимых ошибок, которые можно квалифицировать как нарушения стиля, серьезный коммуникативный сбой вызывает буквальный перевод ключевого термина курса академического письма, описывающего структуру научного текста. Терминологическое сочетание «body paragraph» является результатом антропоморфной метафоры: основной абзац или несколько таких абзацев (тело текста) следуют за вводным абзацем (головой текста). Они передают основное содержание академического эссе, в них раскрывается тема текста, выстраивается аргументация, поэтому каждый такой абзац или параграф начинается с дополнительной

идеи – предложения, поддерживающего главный тезис эссе. При выборе стратегии форенизации и метода калькирования для передачи специализированной лексики наблюдаются потери понятийной составляющей оригинала, что нарушает не только концептуальные связи в пределах текста, но и не дает возможности пользователю выстроить систему понятий для дальнейшего применения знаний [3]. Стратегия доместикации, предполагающая семантические методы перевода лексики научных текстов [4], а в данном случае и деметафоризацию, напротив, позволяет сохранить семантические связи и дидактическую функцию текста оригинала, ср.: сочетания «основной абзац» / «основной параграф» семантически связаны с тем, что понимается под основным содержанием текста.

Синтаксические конструкции текста оригинала также становятся объектами постредактирования, поскольку часто являются источником сбоев коммуникации. Нарушения смысла возникают в том случае, когда нетипичные для русского языка синтаксические структуры переводятся методом синтаксического уподобления, то есть последовательного копирования синтаксических функций элементов конструкции оригинала, сравните:

(2) Оригинал: *The body paragraphs help to develop the thesis statement. That means they give reasons and examples.*

Автоматизированный перевод: *Пункты тела помогают в разработке тезиса. Это означает, что они приводят причины и примеры.*

В оригинальном предложении в позиции подлежащего неодушевленное существительное (body paragraphs / основные абзацы). В английском языке в позиции подлежащего может употребляться и одушевленное, и неодушевленное имя, но в русском языке есть ограничение. Функцию подлежащего при глагольной форме в активном залоге должно выполнять одушевленное имя. Иначе смысл искажается, необходимо изменить функцию имени или глагольную форму, например:

(3) *В основных абзацах эссе тезис раскрывается. Это означает, что в его поддержку приводятся доводы и примеры.*

В условиях масштабирования систем и инструментов автоматизированного перевода, возникает потребность в систематизации подходов к переводческому постредактированию. Выделяют несколько ключевых направлений: 1) сплошное редактирование перевода, когда проверке подвергаются сегменты текста оригинала и автоматизированного перевода; 2) применение текста автоматизированного перевода в качестве подстрочника с фокусом на отдельные лексические или грамматические соответствия и подбор вариантов их перевода; 3) выборочная корректировка текста машинного перевода с обращением к тексту оригинала; 4) выборочная корректировка текста машинного перевода без обращения к тексту оригинала [5].

Следует отметить, что транслатологические характеристики исследуемых текстов требуют применения постредактирования первого или второго типов, ориентированных на системный характер изменений текста. Это

обусловлено, прежде всего содержательными свойствами текстов лекций, относящихся к научному функциональному стилю, одним из центральных характеристик которого является научность текста. Она, в числе прочего, формируется на основе таких свойств, как концептуальная насыщенность, интертекстуальность, метафоричность.

Эти свойства обуславливают тактику переводческой деятельности – правильно понять и сохранить систему концептов (концентрированное знание) и обеспечить адресату перевода возможность их применять, что в данном случае обусловлено дидактическими параметрами текста лекций, которые в ряде исследований относятся к коммунальному переводу [6], обеспечивающему базовые гуманитарные потребности человека, в число которых входит возможность получить образование.

В курсе лекций по академическому письму центром концептуальной системы является понятие *academic essay* (академическое эссе), репрезентирующее лингвокультурную специфику курса [7] и систематизирующее знания о данном явлении, представляя его структурные элементы: вводный абзац (*introductory paragraph*), содержащий тезис (*thesis statement*), объединяющий тему (*topic*) и определяющую идею (*controlling idea*); основные абзацы (*body paragraph*), начинающиеся с вводящего предложения (*topic sentence*), представляющего дополнительную тему (*supporting topic*) и дополнительную идею (*supporting idea*), повторяя структуру тезиса, дополненного доводами (*reasons*) и подкрепленного примерами (*examples*); заключение (*conclusion*). Каждый компонент концептуальной системы описан в связке с другими элементами, их структурой и функциями. Для применения знаний курса пользователем (написания хорошего эссе) требуется понимание всей системы в целом, установление всех концептуальных связей. Следовательно, описание явлений должно быть простым и максимально четким, что требует системного редактирования синтаксических конструкций.

Подводя итоги, переводческое постредактирование исследуемых текстов будет определяться следующими задачами: концептуальной системы оригинала; учет различий в жанрах академических текстов в английской и русской лингвокультурах; подбор соответствий терминов с учетом их функционирования в терминотерминологии и дидактического потенциала; простота конструкций; иллюстративность; доступность и четкость изложения; научность изложения.

Библиографический список

1. Бездорожев, С. В. Новый взгляд на роль переводчика: проблема использования машинного перевода / С. В. Бездорожев // Вестник Московского государственного областного университета. – 2013. – № 2. – С. 15.

2. Гацура, Н. И. Чему учит редактирование перевода? Сущность деятельности и перспективы / Н. И. Гацура // Омские научные чтения – 2020: материалы Четвертой Всероссийской научной конференции, Омск, 30 ноября 2020 года. – Омск: Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, 2020. – С. 1097-1101.
3. Крашенинникова, Е. И. Использование лексических трансформаций при переводе научных текстов / Е. И. Крашенинникова, О. А. Мирончева // Наука и школа. – 2020. – № 1. – С. 177-185. – DOI 10.31862/1819-463X-2020-1-177-185.
4. Латышева, С. В. Опыт локализации английского видеокурса «academic writing» в русском лингвокультурном пространстве / С. В. Латышева // Инновационный путь развития как реакция на вызовы новой эпохи : сборник статей Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Стерлитамак, 13 декабря 2022 года. Том Часть 2. – Уфа: Общество с ограниченной ответственностью "Аэтерна". – 2022. – С. 181-186.
5. Latysheva, Svetlana. (2021). Intersubjective approach to pre-translation analysis of architectural criticism: reaching after the balance. Journal of Teaching English for Specific and Academic Purposes. 247. 10.22190/JTESAP2102247L.
6. Марчук, Ю. Н. Типология текстов и машинный перевод / Ю. Н. Марчук // Вопросы прикладной лингвистики. – 2011. – № 4. – С. 62-70.
7. Ю, Д. Х. Новые сферы деятельности коммунального переводчика и его множественная роль / Д. Х. Ю // Вестник Московского университета. Серия 22: Теория перевода. – 2015. – № 3. – С. 38-49.

УДК 811.111

**ПРИНЦИП ‘EDUTAINMENT’ КАК СОВРЕМЕННЫЙ СПОСОБ
ПРЕПОДАВАНИЯ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА В НЕЯЗЫКОВОМ
ВУЗЕ (НА МАТЕРИАЛЕ РЕАЛИТИ-ШОУ)**

Т.С. Орлова

Санкт-Петербургская государственная художественно-промышленная академия им. А.Л. Штиглица

Работа посвящена анализу функционирования принципа «edutainment» в преподавательской практике на материале реалити-шоу. В статье синтез «обучения» и «развлечения» предлагается как современный метод обучения иностранному языку студентов творческих специальностей.

Ключевые слова: ESL; ESP; английский язык; преподавание; профессиональная коммуникация.

'EDUTAINMENT' AS A MODERN WAY OF TEACHING A FOREIGN LANGUAGE IN NON-LINGUISTIC UNIVERSITIES (A CASE-STUDY OF USING REALITY SHOWS)

T. Orlova

Saint Petersburg Stieglitz State Academy of Art and Design

The article is devoted to the functioning of the "edutainment" principle in our teaching practice, based on watching reality shows (Canada; Great Britain). A synthesis of 'education' and 'entertaining' is suggested as a modern method for teaching a foreign language to students of artistic specialties.

Key words: ESL; ESP; English; teaching; professional communication.

В современных условиях возникают новые вызовы при академической подготовке выпускников вузов, личные и профессиональные качества которых должны соответствовать высоким стандартам знаний и умений, а также позволять успешно выстраивать профессиональную коммуникацию на международном уровне.

Современная теория высшего образования отражает эту тенденцию рынка труда, в котором признаются компетентные и конкурентоспособные специалисты, с уровнем знаний и умений, соотносимых в соответствии с международными стандартами высшего образования. Выпускники университетских программ должны быть подготовлены к реалиям современного рынка труда в условиях жесткой конкуренции.

В частности, для достижения целей и задач современного образования необходимо не только предоставлять качественное образование, но и инвестировать в инновационные методы обучения для того, чтобы обеспечить студентов необходимыми навыками и знаниями. Иными словами, цели современного образования не могут быть достигнуты без регулярной актуализации образовательных методик и подходов к обучению иностранному языку в вузах.

Инновационные подходы в процессе преподавания английского языка позволяют поддерживать интерактивность во время занятий, которая позволяет сохранить концентрацию и мотивацию студентов. Поэтому с каждым годом растет число преподавателей, которые обращаются к использованию видеоматериалов в качестве оптимального формата донесения информации для «digital native» поколения [3, Р. 2], т. к. начиная с поколения зумеров можно говорить о практически полной смене парадигмы восприятия информации. Согласно аналитике CNN за 2015 г., подростки проводят 6–9 часов в

день в медиа-пространстве: просмотр телевидения, видео и фильмы в социальных сетях и на стриминговых сервисах, видеоигры и др. [6].

В современных классах традиционные методы обучения языку и культуре уже не оказывают прежнего влияния на студентов, принадлежащих к поколению зумеров. Необходимы новые методы, чтобы заинтересовать их и побудить зумеров учиться. Поэтому, в нашу технологическую эпоху создание и проведение эффективного занятия невозможно без использования инновационных технологий, повышающих концентрацию и мотивацию студентов-зумеров во время занятий.

Несмотря на определенный прогресс в технологиях возможность общения с носителями языка у среднего студента остается весьма ограниченной. Преподаватель должен искать доступные компенсирующие способы для развития у студентов неязыковых вузов коммуникативной компетенции, в частности, для практической реализации знаний и навыков в профессионально-ориентированном коммуникативном акте. Например, эффективность от аудиторных занятий можно повысить за счет использования интерактивных цифровых инструментов и современных медиа. Они создают цифровую, а, следовательно, более динамичную среду для обучения и запоминания новой информации. Кроме того, современные технологии позволяют преподавателям создавать не только интерактивные и увлекательные уроки, что приводит к лучшему запоминанию информации учащимися, но и электронные системы мониторинга прогресса у студентов.

Для того, чтобы помочь студентам овладеть английским языком, можно использовать мультимедиа. Если мультимедиа адекватно интегрированы в образовательный процесс, в результате занятия у студентов будет возможность наиболее полно взаимодействовать с материалами в разнообразных формах: получить больше учебного материала, снизив при этом когнитивные и эмоциональные нагрузки во время прохождения курса на английском языке.

Для достижения целей современного образования, а также для успешного включения мультимедиа в образовательный процесс современному преподавателю неязыкового вуза необходимо следовать принципу “edutainment”. Этот метод состоит в использовании традиционного учебного материала, развивающих методик через инновационные платформы, поддерживающие возможность подачи информации в развлекательной форме. Таким образом, “edutainment” – это сочетание образования и развлечения, целью которого является обучение через развлечение с целью вовлечь студентов в преподаваемый материал и сделать для них процесс обучения более приятным.

Представляется, что аутентичные реалити-шоу являются одним из тех искомых, современных и эффективных инструментов для преподавателей иностранного языка в неязыковом вузе. Как источник информации и современный способ обучения, реалити-шоу являются неистощимым источником

материала. Подход с использованием на занятиях реалити-шоу позволяет учащимся получать знания об английском языке в занимательной форме, что повышает мотивацию студентов неязыковых вузов к изучению иностранного языка. Кроме того, благодаря принципу “edutainment”, студенты получают уникальную возможность развивать свои языковые навыки в веселой и интерактивной форме, что повышает вероятность сохранения новой информации в памяти студентов.

Практика применения эпизодов реалити-шоу на занятиях в неязыковом вузе доказала свою эффективность в повышении мотивации и вовлеченности учащихся. В качестве материала мы использовали канадское и британское соревновательное шоу по выдуванию стекла и керамики и применили их на занятиях в группах по соответствующей специальности. Это реалити-шоу, в котором участники должны сотрудничать с людьми из разных культур, чтобы выполнить определенное конкурсное задание. Таким образом, реалити-шоу поощряют развитие навыка сотрудничества друг с другом, что помогает создать более сплоченную учебную среду. Реалити-шоу могут дистанционно помочь студентам перенять опыт у профессионалов, представителей других стран, получить ценную информацию о развитии отрасли за рубежом и подготовить студентов к будущей карьере.

Хотя просмотр реалити-шоу на уроках английского языка в неязыковых вузах может быть отличным средством обучения в группах творческих специальностей в неязыковом вузе, многие преподаватели отдают предпочтение более традиционным методам [1, С. 23]. Однако в традиционных обучающих видео по английскому языку, специально разработанных для занятий в классе, речь часто замедлена или нарочито затруднена грамматическими оборотами; ситуации скучны, неправдоподобны и банальны.

Видеоматериалы в жанре реалити-шоу нравятся студентам, а, как известно, студенты активнее вовлечены в процесс обучения, когда это доставляет удовольствие [2, Р. 517; 4, Р. 8; 5, Р. 50]. Этот тип медиа помогает разрушить монотонность традиционных лекций и побуждает студентов больше узнать о своей профессии, других языках и культурах.

Кроме того, учащиеся могут более эффективно учиться по аудиовизуальным материалам, поскольку они могут получить к ним доступ в любое время и могут воспроизвести их для повторения материала. Это помогает гарантировать, что студенты понимают материал и запоминают его дольше. Реалити-шоу позволяют продемонстрировать студентам неязыковых вузов аутентичный современный английский язык, предоставляют возможность познакомиться с различными вариантами этого языка, дают представление о том, что существует не только стандартизированная версия английского языка, изложенная на страницах учебников, отстающих от текущего состояния языка, но и беглая, разговорная речь носителей и неносителей английского языка. Просмотр серий аутентичных реалити-шоу улучшают навыки

аудирования эффективнее, чем тесты по аудированию и специальные записи к учебникам.

В дополнение, изучение иностранного языка в современном высшем образовании должно предполагать изучение культуры, в которую входит невербальный язык общения. Незнание данной специфики может создавать значительные преграды для успешной коммуникации. Именно реалити-шоу дают возможность студентам увидеть реализацию правил англоязычной невербальной системы в реальных жизненных ситуациях, демонстрируемых в реалити-шоу.

Зачастую в аутентичных реалити-шоу отражены праздники, традиции и обычаи англоговорящих стран. Таким образом, реалити-шоу представляют собой хороший способ расширения культурной компетенции у студентов.

Не менее важным для реализации здорового учебного процесса в современном образовании представляется и то, что реалити-шоу демонстрируют реальные ситуации в сочетании с юмором. Это снижает у студентов стресс от занятий на иностранном языке.

Каждая серия реалити-шоу позволяет находить полезные выражения, связанные с профессиональной областью работы студентов, которых обычно нет в учебниках или интересные речевые конструкции, которых не найти в классических грамматических пособиях. При коллективном обсуждении каждого эпизода реалити-шоу студенты знакомятся с профессиональными тонкостями, которыми используются за рубежом и развивают коммуникативный навык.

Таким образом, современному преподавателю необходимо понимать, что технологии и медиаресурсы должны стать незаменимыми инструментами в организации современного занятия, которое должно характеризоваться синтезом познавательного и развлекательного, сочетанием теории и практики. Благодаря внедрению в учебный процесс просмотра соревновательных реалити-шоу, можно не только поднять уровень лексико-грамматического овладения иностранным языком у студентов, но и помочь сформировать компетенции, необходимые для развития специалиста, готового к профессиональной межкультурной коммуникации на международной арене.

Библиографический список

1. Буренина, Н.В. Преподавание английского языка для профессиональных целей: методические и организационные проблемы // Вестник Самарского государственного технического университета. Серия: Психолого-педагогические науки. – 2019. – Т. 16. – № 3. – С. 19-30.
2. Hall, A. Perceptions of the authenticity of reality programs and their relationships to audience involvement, enjoyment, and perceived learning //

- Journal of Broadcasting & Electronic Media. – 2009. – № 53(4). – P. 515-531.
3. Prensky, M. Digital Natives, Digital Immigrants // On the Horizon. – NCB University Press. – 2001. – Vol. 9. – № 5. – 79 p.
 4. Raines, C. Managing millennials. – URL: <http://generationsatwork.com/articles/millennials.html> (access date: 02.04.2023).
 5. Taylor, M.L. Generation next comes to college: 2006 updates and emerging issues // Focusing on the needs and expectations of constituents. – North Central Association of Colleges and Schools. – 2006. – № 2. – P. 48-55.
 6. Teens spend a ‘mind-boggling’ 9 hours a day using media. – URL: <https://edition.cnn.com/2015/11/03/health/teens-tweens-media-screen-use-report/index.html> (access date: 10.04.2022).

УДК 811.111:81'25

**ЛИНГВОСТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ
АНГЛОЯЗЫЧНОГО ИНТЕРНЕТ-КОМИКСА
*DEAR ALICE***

Д.Е. Пакулов, Т.С. Рыжкова

Иркутский национальный исследовательский технический университет

Статья исследует лингвостилистические особенности англоязычного интернет-комикса Dear Alice. Материалом являются текстовые фрагменты комикса, сопровождающие и поясняющие серию рисунков. В работе определены стилистические, языковые и синтаксические особенности повествования.

Ключевые слова: комикс; элементы комикса; жанр; языковые средства; разговорная речь; неформальный стиль общения.

**LINGUOSTYLISTIC FEATURES
OF THE ENGLISH COMIC *DEAR ALICE***

D. Pakulov, T. Ryzhkova

Irkutsk National Research Technical University

The article considers the linguistic and stylistic features of English-language web-comic Dear Alice. The research is based on text fragments of the comic which explain the series of drawings. The conducted research makes it possible to reveal linguistic, stylistic and syntactic features of the narrative.

Key words: *comic; comic book elements; genre; everyday language; means of language; informal communication style.*

Комикс как особый способ повествования представляет собой серию рисунков и текстовых фрагментов, передающих диалогические или монологические высказывания, которые включают мысли, суждения, эмоции главных персонажей, представляющих собой единое целое. Анализ словарных дефиниций комикса позволил отнести его к графически-повествовательному жанру, представляющему собой «связное повествование» [1] на основе серии рисунков с текстом, преимущественно «легкого» [3, С. 287], «приключенческого» [6] или юмористического содержания, ср.: *stories told in pictures* [9]; *stories told in a series of drawings* [11].

Выбор темы исследования обусловлен устойчивым интересом ученых-лингвистов, изучающих лингвостилистические особенности комикса [2; 4-5; 7-8; 12], и не снижающейся популярностью комиксов, часть которых успешно экранизируется или создается на основе мировых книжных изданий.

В данной статье предпринимается попытка анализа лингвостилистических особенностей англоязычного интернет-комикса *Dear Alice*, основанного на идее книги Льюиса Кэрролла «Алиса в стране чудес», который повествует о событиях повседневной жизни двух друзей в форме переписки, ср.:

*Dear Alice, i hope you are feeling better today*⁸.

Сообщения друзей характеризуются неформальным, непринужденным стилем общения. Автор в большинстве случаев использует написание имен собственных со строчной буквы, например:

✓ имена и фамилии людей, ср.:

dear alice; dear lucky; but thackery wasn't afraid; ms mullein;

✓ клички животных, ср:

He met cheshire for the first time.

Кроме того, в переписке друзей отмечается написание со строчной буквы местоимения I, что в настоящее время является типичным маркером дружеского общения в социальных сетях, ср.:

Dear Alice, i hope you are feeling better today; I wish i knew where you are staying.

Следующим визуальным маркером неформального дружеского стиля общения друзей является употребление строчных букв в начале предложения и отсутствие точек в конце, что создает иллюзию потока мыслей, разделенных не столько на предложения, сколько на отдельные сообщения, сопровождающие иллюстрации, ср.:

⁸ Данный пример и все последующие приведены из интернет-комикса *Dear Alice*, см. список литературы № 10. *Dear Alice*: вебкомикс: сайт. – URL: https://www.webtoons.com/en/challenge/dear-alice/list?title_no=391029&page=1 (дата обращения 29.03.2023).

it's rainy season by the way; my doctor came back from his trip recently; this is the only way we can communicate now.

Главные герои комикса строят свои сообщения преимущественно от первого лица, рассказывая о своих переживаниях, чувствах, событиях в жизни и школе, ср.:

dear alice, i think i'm in love; dear alice, I bought new shoes today; dear alice, I had a great weekend.

Отметим следующие специфические особенности повествования, типичные для разговорной речи, которые создают эффект живого общения:

✓ употребление прямого порядка слов в вопросительном предложении, ср.:

dear alice, you know thackery?

✓ использование незаконченных предложений, смысл которых легко угадывается по рисунку или непосредственно воздействует на воображение читателя, который заполняет самостоятельно существующее пространство между кадрами, ср.:

she thanked me and... ; and yet i believe... ; however...; If it were me...

✓ присутствие восклицательных предложений в текстовой части комикса, которые помогают автору передать читателю широкий спектр эмоций, ср.:

dear lucky, that's great! but it ran away! Stop! Please!

✓ употребление эллиптических конструкций предложений, в которых отсутствует сказуемое, подлежащее, второстепенные члены предложения ср.:

dear alice, on my way home from school today; not running?

Среди синтаксических особенностей ярким примером максимального приближения к структурам предложений, типичных для живого, непринужденного общения следует отнести использование неполных, предельно коротких, односоставных предложений в диалогической речи героев, ср.:

please? Alice? Alice, cookies?

Среди лексических особенностей отбора и употребления языковых средств комикса *Dear Alice* следует выделить лексические единицы с ярко выраженной разговорной окраской, с пометой в толковом словаре *informal*, которые приносят экспрессивность и эмоциональность с целью достижения эстетического воздействия на читателя и вовлечения его в круговорот событий повествуемой истории, ср.:

it would be cool to talk to her (cool 'классно' – informal); *dear alice, I'm sorry you are been feeling down* (feel down 'быть в плохом настроении' – informal); *he seems high all the time* (high 'подвыпивший' – informal).

С целью оживления повествования и придания ему выразительности автор использует литературные приемы, например, эпитеты при описании Чеширского кота, ср.:

it was a very polite cat.

Отметим значительное присутствие в комиксе языковых единиц, вербализующих звуки, издаваемые человеком, природой, животным, предметами, которые в истории повествования наделяются значительной смысловой нагрузкой, ср.:

waaaaa or waaaahh – звуки плача; *huff huff* – пыхтеть; *knock knock* – тук-тук.

Данные языковые единицы на фонетическом уровне позволяют автору максимально задействовать воображение читателя, воздействуя на его эмоциональное восприятие событий.

Среди языковых особенностей комикса, в том числе, следует выделить употребление сокращенных форм слов, которые в свою очередь являются также маркером непринужденного общения, ср:

Doc and my father were engrossed in their conversation (doc, полная форма ‘doctor’ – ‘врач’, informal); *I have been taking my meds and meals just as you advised* (meds, полная форма ‘medicines’ – ‘лекарства’, informal); *she will come back to uni soon* (uni, полная форма ‘university’ – ‘университет’, informal).

Анализ лингвостилистических особенностей комикса позволил выделить языковые средства на лексическом и фонетическом уровнях, а также обозначить синтаксические особенности повествования, создающие уникальный стиль комикса, который позволяет вербализовать неформальный, дружеский стиль общения между главными героями. В целом, монологические и диалогические высказывания персонажей комикса характеризуются лаконичностью и максимальной приближенностью к разговорному стилю общения.

Библиографический список

1. Большая советская энциклопедия: сайт. М., 1955. – URL: <https://bse.slovaronline.com/> (дата обращения: 30.03.2023).
2. Бондаренко, Е.В., Радович, М.А. Влияние английского языка американских комиксов на язык комиксов Германии и России / Е.В. Бондаренко, М.А. Радович // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2015. – № 12-1. – С. 128-131.
3. Ожегов, С.И., Шведова, Н.Ю. Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений / Российская академия наук; Институт русского языка им. В.В. Виноградова. – М.: «А ТЕМП». – 2004. – 944 с.
4. Панина, Н.В. Актуализация потенциала междометий в англоязычном креолизованном тексте (на материале собрания комиксов «Disney Magic Kingdom Comics») / Н.В. Панина // Вестник Самарского университета. История, педагогика, филология. – 2021. – Т. 27. – № 1. – С. 122-128.

5. Радюк, К.А. Языковые средства комического в англоязычном дискурсе комикса / К.А. Радюк // Дискурс профессиональной коммуникации. – 2022. – № 3. – С. 29-38.
6. Словарь русского языка / под ред. А.П. Евгеньевой: сайт. Москва, 1999. – URL: <http://feb-web.ru/feb/mas/mas-abc/default.asp> (дата обращения: 30.03.2023).
7. Соловьева, С.И. Лингвостилистические особенности французского комикса / С.И. Соловьева // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2015. – № 6-2 (48). – С. 159-163.
8. Харченко, М.С., Берсенева, Я.Д. Лингвостилистический анализ языка современных английских комиксов (на примере комикса «Чёрная вдова») / М.С. Харченко, Я.Д. Берсенева // Лингвистика и лингводидактика в свете современных научных парадигм: сборник научных трудов / ответственный редактор А.В. Федорюк. – 2021. – С. 200-207.
9. Collins English Dictionary: толковый словарь английского языка: сайт. – URL: <https://www.collinsdictionary.com> (дата обращения: 29.03.2023).
10. Dear Alice: вебкомикс: сайт. – URL: https://www.webtoons.com/en/challenge/dear-alice/list?title_no=391029&page=1 (дата обращения 29.03.2023).
11. Macmillan English Dictionary for Advanced Learners: толковый словарь английского языка: сайт. – URL: <https://www.macmillandictionary.com/> (дата обращения: 29.03.2023).
12. Starodubtseva, E.A. Phonostylistic peculiarities of English-language comic books / E.A. Starodubtseva // Russian Linguistic Bulletin. – 2021. – № 3 (27). – С. 86-90.

УДК 81.282.3

**РЕЧЕВЫЕ АКТЫ В АРГУМЕНТАТИВНОМ ПАРЛАМЕНТСКОМ
ДИСКУРСЕ (НА МАТЕРИАЛЕ БРИТАНСКИХ
ПАРЛАМЕНТСКИХ ДЕБАТОВ 2019-2021 ГГ.)**

А.О. Посёлкина, Ю.О. Синёва

Иркутский национальный исследовательский технический университет

Статья посвящена анализу речевых актов аргументативного характера, употребленных парламентариями в ходе дебатов заседаний парламента. Было выявлено, что в канве аргументативного дискурса используются только четыре типа речевых актов из пяти представленных в классификации Джона Серля – ассертивы, директивы, комиссивы и экспрессивы. Объектом исследования является британский парламентский дискурс.

Ключевые слова: парламентский дискурс, аргументативный дискурс, речевой акт, ассертив, директив, комиссив, экспрессив, тексты парламентских дебатов

SPEECH ACTS IN ARGUMENTATIVE PARLIAMENTARY DISCOURSE (BASED ON THE MATERIAL OF THE BRITISH PARLIAMENTARY DEBATES 2019-2021)

A. Poselkina, Yu. Sinyova

Irkutsk National Research Technical University

The article deals with the analyzing of argumentative speech acts used by parliamentarians during debates of parliamentary meetings. It was revealed that only four types of speech acts of the five presented in John Searle's classification are used in the outline of argumentative discourse. There are assertives, directives, commissives and expressives. The object of the study is the British parliamentary discourse.

***Key words:** parliamentary discourse, argumentative discourse, speech act, assertive, directive, commissive, expressive, texts of parliamentary debates*

Изучение политического дискурса является одной из самых сложных и актуальных проблем современной лингвистики, так как политическая деятельность занимает значительное место в жизни любого общества. Именно поэтому необходимо отметить значимость аргументации как в политическом дискурсе в целом, так и в парламентском дискурсе в частности.

Цель данной работы – выявить и проанализировать типы речевых актов в британском парламентском дискурсе. Объектом исследования является британский парламентский дискурс. Особенности речевых актов аргументативного дискурса, рассмотренные на материале британских парламентских дебатов 2019-2021 годов легла в основу исследовательской траектории, что и определило научную новизну работы.

Само понятие «дискурс» находится в центре внимания сразу нескольких лингвистических дисциплин: функциональная лингвистика, рассматривает дискурс через функции языковых форм; когнитивная лингвистика исследует дискурсивные структуры сознания, мышления и познания. По определению С.Н. Плотниковой, дискурс является сообщением любого типа. Таким образом, за дискурс принимаются и текст, и беседа, и их фрагменты, и их совокупности, серии. Также необходимо различать не только вербальный дискурс, но и невербальный, созданный при помощи знаков других типов (музыки, живописи, графики, танца, жестов, одежды и т.п.). Изучение разных типов дискурса, в том числе политического, является одним из активно развивающихся направлений современной лингвистики, поскольку дискурс

представляет собой общение в реальной коммуникативной ситуации, а описание его составляющих позволяет выявить ситуативно и культурно обусловленные характеристики речевой деятельности [15, С. 40-51].

В работах А.Н. Баранова рассматривает политический дискурс как совокупность «всех речевых актов, используемых в политических дискуссиях, а также правил публичной политики, освященных традицией и проверенных опытом» [3, С. 33]. Также это понятие можно интерпретировать в более узком значении как «разновидность дискурса, целью которого является завоевание, сохранение и осуществление политической власти» [4, С. 5-20; 15, С. 40-51].

В современной лингвистике отсутствует чёткое разделение между политическим и парламентским дискурсами. Часть исследователей выделяют парламентский дискурс как самостоятельное определение, тем не менее большая часть рассматривает парламентский дискурс как часть политического [1, С. 92-93].

Таким образом, можно заключить, что парламентский дискурс произведен от политического дискурса, но имеет свои отличительные характеристики.

Прежде всего, это институциональность дискурса, оказывающая влияние в первую очередь на чёткую регламентированность парламентской коммуникации, которая проявляется в репликах, организующих ход дебатов, таких как открытие заседания, оглашения повестки дня, предоставление слова тому или иному спикеру.

Далее, тематическая релевантность: политическая коммуникация включает в себя публичные выступления политиков, публикация в СМИ, их комментарии в различных социальных сетях, в то время как парламентский дискурс далёк от многих аспектов, свойственных политическому дискурсу.

Третьей характеристикой является дискурсивная когерентность и интертекстуальность. Данный признак напрямую связан с тем, что любое выступление политика, так же, как и партии протокольно фиксируются в ходе дебатов, что в свою очередь обеспечивает последовательность и ответственность [15, С. 40-51].

Таким образом, парламентский дискурс является видом институционального дискурса, который представляет собой общение людей, возлагающих на себя определенные социально-значимые роли [5, С. 525].

Теория речевых актов является довольно развитым направлением исследования в лингвистике, а само понятие речевого акта представляет собой важную составную часть лингвистической прагматики, в фокусе внимания которой находится исследование языка как средства коммуникации. Создатель теории речевых актов Дж. Остин считал, что, человек, продуцируя любое высказывание в условиях речевого взаимодействия, в действительности совершает некоторое действие (выражает просьбу или дает обещание), а сам

речевой акт представляет собой минимальную единицу речевой деятельности, реализующую коммуникативную цель говорящего [9, С. 142].

По определению Н.Д. Арутюновой, речевой акт рассматривается как «целенаправленное речевое действие, совершаемое в соответствии с принципами и правилами речевого поведения, принятыми в данном обществе; единица нормативного социоречевого поведения, рассматриваемая в рамках прагматической ситуации» [2, С. 412].

Таким образом, речевой акт является необходимым для того, чтобы донести до слушателя намерения и желания говорящего, его эмоциональное состояние, то есть достичь коммуникативной цели.

Главной функцией речи, согласно Дж. Серлю, является не описание чего-либо, а сообщение определенного намерения, при этом минимальной единицей коммуникации становится «осуществление определенного вида актов, таких, как констатация, вопрос, приказание, описание, объяснение, извинение, благодарность, поздравление и т.д.», а не предложение или высказывание, как было принято считать ранее [7, С. 151-169]. Именно им было предложено понятие «иллокутивный акт» как основная единица языкового общения между людьми [8, С. 170-194]. Таким образом, любое высказывание в условиях речевого взаимодействия фактически становится определенным действием, которое совершает говорящий, произнося данное высказывание. Такими действиями будут являться, например, вопрос, просьба, объяснение, приказание или же негодование. Как пишет Дж.Р. Серль, «совершение иллокутивного акта относится к тем формам поведения, которые регулируются правилами» [7, С. 151-152]. Иллокутивная цель при этом является основой коммуникативного смысла высказывания и определяется как замысел, внутренне присущий тому или иному типу иллокутивного акта [7, С. 151-152].

В известной классификации американского исследователя выделяется 5 типов речевых актов, каждый из которых несет собственную коммуникативную, или иллокутивную цель:

1. ассертивы;
2. директивы;
3. комиссивы;
4. экспрессивы;
5. декларативы [7, С. 151-152].

Рассматривая любой речевой акт как действие, можно определить эту цель как коммуникативное намерение говорящего подвести слушателя к совершению определенных поступков или привести его в нужное душевное состояние.

Чтобы выявить особенности функционирования речевых актов в аргументативном дискурсе парламентской коммуникации, в качестве материала исследования были использованы стенограммы заседаний британского парламента за период 2019-2021 годов, посвященные наиболее актуальным

проблемам Великобритании последних лет, таким как выход из состава Европейского союза в 2019 году, одобрение послабления мер в борьбе с вирусом Covid-19 в 2021 году и т.д., размещенные на сайте <https://hansard.parliament.uk/>.

Была выявлена частотность каждого типа речевых актов, употребленных парламентариями в попытке доказать оппонентам свою точку зрения. Как показал анализ эмпирического материала, наибольшее количество речевых актов в аргументативном дискурсе составляют ассертивы – 30%, составляют речевые акты комиссивы, а соотношение экспрессивов и директивов составляет 23 % и 22,2 % соответственно.

Ассертивы как наиболее часто встречающийся тип речевого акта в аргументативном дискурсе, вербализуются с помощью глаголов «to assure», «to know», «to understand», «to believe», «to think». Иллокутивная цель этого типа – подвести слушающего к принятию истинности высказывания (сообщение, утверждение, мнение). Данный тип РА встречается, как и у спикера, который используя речевые акты ассертивов определяет очередность говорящих, предоставляет слово парламентариям, а также оглашает временной регламент для выступления, как это представлено в примере:

*We will start with a **three-minute limit**, in order to accommodate all Members who wish to contribute to this very, very important debate;*

так и у самих парламентариев:

***I think**, in this very, very difficult time, with these difficult trade-offs, people would be prepared to trade some urgency and some haste for more certainty and more reliability, and that is what we aim to give [10].*

В данном примере, говорящий использует речевой акт ассертива для выражения своего мнения, обращая внимание аудитории на необходимость принятия взвешенного решения.

Следующий по частотности тип речевых актов – комиссивы. Коммуникативное намерение в данном случае – выразить решение говорящего выполнить, претворить в жизнь заявленную пропозицию, которая может выступать как обещание, клятва или гарантирование обязательств. Наиболее частотными глаголами для вербализации комиссивов являются «to commit», «to promise», «to offer». Кроме того, были обнаружены случаи вербализации комиссивов с помощью вспомогательного глагола *will*, использующегося для выражения намерения и обещания говорящего претворить в жизнь некую пропозицию.

Следующий пример взят из выступления премьер-министра Б. Джонсона, говорящего о послаблении мер по борьбе с Covid-19. В своем выступлении политик прибегает к речевым актам комиссива, выражая тем самым свое решение претворить в жизнь заявленную пропозицию, а именно: постепенно выйти из локдауна и улучшить эпидемиологическую ситуацию в стране с помощью новых мер:

We will do all we can to ensure that British people remain safe: working to keep uptake of the vaccine high, continuing to ramp up testing, including normalising workplace testing as people return to their workplace in increasing numbers, and ensuring that we take proportionate steps at our borders to protect against new variants from abroad and, indeed, to protect the progress we have made as a country [11].

Важно отметить, что политик не только заявляет о намерении, но и приводит конкретные примеры действий, например, наращивание темпов вакцинации и проведение тестов, что в свою очередь также способствует повышению убедительности аргументов в пользу новых мер. В проанализированных скриптах заседаний Палаты Общин третьим по частотности употребления типом речевых актов в аргументативном дискурсе является тип речевых актов экспрессивов, с помощью которых говорящий выражает эмоциональное состояние. Характерными глаголами, используемыми для вербализации экспрессивов являются следующие: «to thank», «to congratulate», «to apologize», «to deplore». Создание эмоционального фона является одной из необходимых составляющих для воздействия на адресата. В анализируемом материале наблюдается активное обращение парламентариев к данному типу речевых актов. Иллокутивная цель данных высказываний заключается в выражении внутреннего психического состояния самого говорящего, в качестве реакции на текущее положение дел.

I am deeply sorry to say that the number of people that have been taken from us has surpassed 100,000, as the House was discussing only an hour or so ago [12].

В следующем примере говорящий вербализует экспрессив с помощью глагола sympathize, стремясь выразить своё эмоциональное состояние и апеллируя к эмоциям слушающих. Оратор также описывает эмоции, которые испытывает большинство населения из-за ограничений, связанных с распространением Covid-19, а также обещает скорейшее улучшение ситуации.

Of course, there will be others who believe that we could go faster on the basis of the vaccination programme. I understand their feelings, and I sympathise very much with the exhaustion and the stress that people and businesses are experiencing after so long in lockdown [13].

Наименее частотным типом речевых актов в проанализированном аргументативном дискурсе парламентской коммуникации был выделен тип директивов, служащих для выражения просьб, приказов или рекомендаций. Характерными глаголами для вербализации данного типа речевых актов являются «to ask», «to recommend», «to urge». Данный тип речевых актов наблюдается в основном у спикера, который, являясь лицом с высшей социальной властью в Парламенте, осуществляет контроль, управление и урегулирование действий парламентариев, используя клишированные речевые акты. Цель такого рода высказываний – заставить слушающего вести себя

так, чтобы его поведение соответствовало правилам, просьбам, запретам. Примером директивного речевого акта будет являться призыв к соблюдению порядка:

Order. I do not think this has anything to do with the question.

I am suspending the House for three minutes to enable the necessary arrangements for the next business to be made [14].

Так как анализ имел целью поиск речевых актов аргументативного характера, направленных на отстаивание тех или иных интересов, в ходе исследования было выявлено, что в канве аргументативного дискурса анализируемых заседаний парламента используются только четыре типа речевых актов из пяти представленных в классификации Дж. Серля – ассертивы, директивы, комиссивы и экспрессивы. Отсутствие пятого типа речевых актов, декларативов, возможно объяснить тем, что нами были проанализированы заседания парламента, в ходе которых парламентарии обсуждали планируемый законопроект, а не вводили закон. Декларативы же в свою очередь направлены на создание нового положения вещей в мире, регламентацию, закрепление социальных фактов, а не на их обоснование. Декларируя некоторое новое положение, речевой акт декларации делает его существующим в реальном мире, то есть говорение констатирует факт:

I declare the ballot open.

Подводя итоги, можно сделать вывод, что в парламентском дискурсе в целях аргументации используются четыре типа речевых актов: ассертивы, комиссивы, экспрессивы и директивы. Встречаются все 5 базисных типов речевых актов. Первое место среди них занимают комиссивные речевые акты с иллокутивной целью возложить обязательства, следуя которым, говорящий должен будет совершить некие действия или следовать определенной линии поведения в будущем, и экспрессивные речевые акты, их цель – выразить психологическое состояние говорящего. Проведенный анализ речевых актов аргументативного характера позволил выделить и описать особенности речеактовой структуры аргументативного дискурса парламентской коммуникации.

Библиографический список

1. Алферова, А. А. О дискурсивном статусе и категориях парламентской коммуникации: подходы к исследованию. / А. А. Алферова, Е. Ю. Кустова // Политическая лингвистика. – 2014. – № 3(49). – С. 24–32.
2. Арутюнова, Н. Д. Речевой акт. / Н. Д. Арутюнова // Лингвистический энциклопедический словарь. – М.: Советская Энциклопедия, 1990. – С. 412–413.
3. Баранов, А. Н. Парламентские дебаты: традиции и новации / А. Н. Баранов, Е. Г. Казакевич. – М.: Знание, 1991. – 64 с.

4. Карасик, В.И. О типах дискурса // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс. / В.И. Карасик. // Сб. науч. тр. – Волгоград: – Перемена. – 2000. – С. 5–20.
5. Кубрякова, Е.С. Язык и знание / Е.С. Кубрякова. – М.: Языки славянской культуры. – 2004. – 556 с.
6. Плотникова, С. Н. Языковое, дискурсивное и коммуникативное пространство / С. Н. Плотникова // Вестник Иркутского Государственного Лингвистического Университета сер. Филология. – Иркутск. – 2008. – №4. – С. 131–136.
7. Серль, Дж. Р. Что такое речевой акт? // Новое в зарубежной лингвистике: Вып. 17. Теория речевых актов. Общ ред. Б.Ю. Городецкого. М.: Прогресс, 1986. С. 151–169.
8. Серль, Дж.Р. Классификация иллокутивных актов // Новое в зарубежной лингвистике: Вып. 17. Теория речевых актов. С. 170–194.
9. Austin, J. L. How to do things with words. The William James Lectures delivered at Harvard University in 1955. / J. L. Austin. – Oxford: Clarendon Press, 1962. – 166 p.
10. UK Parliament: Hansard - Commons: 22 February 2021 – URL: <https://hansard.parliament.uk/commons/2021-02-22/debates/7F26D493-AF6A-46A4-A1C3-61A39DD527CE/Covid-19RoadMap> (Дата обращения: 22.11.2022)
11. UK Parliament: Hansard - Commons: 22 February 2021 – URL: <https://hansard.parliament.uk/commons/2021-02-22/debates/E9089B82-E35E-4630-9CF1-9E2B0DFB2BAA/Covid-19> (Дата обращения: 22.11.2022)
12. UK Parliament: Hansard - Commons: 8 June 2020 – URL: <https://hansard.parliament.uk/Commons/2020-06-08/debates/4CC344EF-ABF6-451E-9852-86E6250ABF8D/Covid-19RRateAndLockdownMeasures> (Дата обращения: 24.12.2022)
13. UK Parliament: Hansard - Commons: 22 February 2021 – URL: <https://hansard.parliament.uk/commons/2021-02-22/debates/7F26D493-AF6A-46A4-A1C3-61A39DD527CE/Covid-19RoadMap> (Дата обращения: 24.12.2022)
14. UK Parliament: Hansard - Commons: 8 June 2020 – URL: <https://hansard.parliament.uk/Commons/2020-06-08/debates/4CC344EF-ABF6-451E-9852-86E6250ABF8D/Covid-19RRateAndLockdownMeasures> (Дата обращения: 25.12.2022)
15. Верхотурова, В.В., Синёва Ю.О. Роль аргументации в парламентском дискурсе // Язык, наука и техника в диалоге культур. Материалы II Всеросс. студ. науч.-практ. конф. с междунар. участием (г. Иркутск, 11–18 апреля 2022 г.): сб. материалов. – Иркутск: Изд-во ИРНИТУ. – 2022. – С. 40-51.

**ЛЕКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ И СТРАТЕГИИ ПЕРЕВОДА
РЕКЛАМНЫХ СЛОГАНОВ
(НА МАТЕРИАЛЕ НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА)**

А.И. Прокофьев, Н.И. Мокрова

Иркутский национальный исследовательский технический университет

В современном мире роль рекламы для продвижения товаров на рынок и развития экономики трудно переоценить. Статья демонстрирует, что рекламные слоганы являются важнейшей частью коммуникации и создают наибольшие трудности при переводе. В процессе перевода основной задачей переводчика является воздействие на адресата таким же образом, как это делает исходный текст. При этом переводчик должен учитывать целевую аудиторию, функции, цели слогана, а также межкультурный аспект. В данной статье рассматриваются стратегии перевода рекламных слоганов с немецкого языка на русский язык. Затрагиваются также основные лингвистические характеристики рекламного текста в контексте теории перевода.

Ключевые слова: перевод, рекламный текст, слоган, стратегии, сообщение

**LEXICAL FEATURES AND TRANSLATION TECHNIQUES
OF ADVERTISING SLOGANS
(WITH THE REFERENCE TO THE GERMAN LANGUAGE)**

A. Prokofjev, N. Mokrova

Irkutsk National Research Technical University

In the modern world the advertising business is playing an considerable role in promoting sales of commodities and prospering of economy. This paper demonstrates that translating advertising slogans is a very important communication area and a major challenge in the translation of printed advertisements. When translating advertising texts, the translator's main purpose is to transmit a message that would produce the same impact on almost all the readers of the target text. Meanwhile the translator should not ignore audience, function, purpose of the text and cross-cultural context. The present paper aims to examine the translation strategies of slogans from German into Russian. It considers some of the principal linguistic characteristics of advertising, and how these give new insights into long-debated issues of translation theory.

Key words: translation, advertisement text, slogan, techniques, message

В эпоху глобализации увеличивается потребность продвижения многочисленных товаров на международный рынок. Важнейшим инструментом для достижения этой цели является реклама. При этом возникает проблема перевода рекламных слоганов на другие языки. При выпуске рекламы на международный рынок она должна соответствовать языковым и культурным особенностям целевой аудитории. Для успешного продвижения товара создатели рекламы должны попытаться выбрать такой слоган, чтобы он не просто привлек внимание потребителя, но и прочно и надолго закрепился в его сознании. Поэтому важным моментом при создании рекламного слогана является креативный подход, предполагающий, например, игру слов, а также другие стилистические приемы. Перед переводчиком возникает сложная задача: используя различные стратегии, он должен не просто передать содержание слогана, а успешно «импортировать» его в культурную среду определенной страны.

Несмотря на то, что реклама воспринимается как современное явление, она существует с древних времен, с момента, когда люди научились говорить и писать. Появление бумаги и книгопечатания способствовало широкому распространению рекламы. Позднее источниками рекламы стали газеты и журналы. В 20 веке развитие радио и телевидения пробудило массовый интерес к рекламе как языковому и культурному феномену. Сегодня реклама – важнейшее средство продвижения товаров на глобальный рынок, без которого немислима современная экономика.

Цель данной статьи – рассмотреть различные стратегии перевода рекламных слоганов с немецкого языка на русский, которые помогают преодолеть трудности языкового, прагматического и культурного плана.

Перевод – это процесс преобразования речевого произведения на одном языке в речевое произведение на другом языке при сохранении неизменного плана содержания, т.е. значения [1, С. 11]. Таким образом, перевод представляет собой замену знаков одного языка посредством знаков другого языка. При этом очень важным является сохранение смысла и эквивалентности переводимого сообщения. Переводчик должен обращать пристальное внимание не только на текст, но и на дискурс, которому этот текст принадлежит.

В центре переводческого процесса находится личность переводчика, который является как реципиентом сообщения на языке оригинала, так и продуцентом сообщения на языке перевода. Переводчик осуществляет непосредственно процесс перевода, исходя не из собственных намерений, а ориентируясь на адресата, неся ему, тем самым, определенный посыл. Однако каждый переводчик обладает собственным стилем, поэтому результат (сообщение) перевода может существенно различаться. Поэтому предполагается, что переводчик будет достаточно компетентным, чтобы правильно

воспринять исходный текст. В идеале переводчик должен быть «бикультурным», т.е. выступать не просто транслятором (передатчиком) сообщения, а продуцентом текста на языке перевода, адекватно передающим намерение автора и культурный контекст исходного текста [5, С. 13].

Следует отметить, что реклама имеет свою специфику. Она призвана оказывать влияние на целевую аудиторию и определенным образом воздействовать на нее. Передавая информацию с помощью визуального ряда и текста, реклама нацелена на возбуждение интереса к представляемому товару, способствует формированию положительного образа продукта, что, в итоге, вызывает у потребителя желание приобрести товар [6, С. 238].

Реклама – это особый вид непрямой коммуникации, где внимание уделяется каждой детали. При создании рекламного слогана необходимо учитывать целый ряд факторов: структуру сообщения, характеристики адресата (возраст, происхождение, образование и т.п.), особенности культурного кода, канал передачи информации [3, С. 45]. При переводе рекламных слоганов переводчик должен выбирать такие стратегии, с помощью которых наилучшим образом реализуются цели рекламы. В конечном итоге товар должен найти своих потребителей на рынке другой страны.

Присущая текстам рекламного характера апеллятивная функция реализуется через употребление таких языковых средств как метафора, игра слов, интертекстуальность, риторические фигуры и другие стилистические приемы. В процессе перевода переводчик должен использовать все свои знания не только иностранного языка, но и культуры адресата, чтобы адекватно передать смысл сообщения и правильно воздействовать на аудиторию.

Неоспоримым является тот факт, что важнейшим инструментом рекламного текста является язык. Именно с помощью языка можно быстрее и точнее достичь рекламных целей. Язык рекламного слогана должен быть простым, понятным и легко запоминающимся, чтобы слоган был более убедительным для реципиента.

Рассмотрим основные *особенности* языка рекламы:

- 1) употребление императива (обращение к потребителю напрямую);
- 2) большое количество вопросительных предложений (стремление вызвать интерес у адресата, создать подобие диалога);
- 3) употребление восклицательных предложений (стремление оказать воздействие);
- 4) эллиптические предложения (стремление к краткости и запоминаемости);
- 5) использование наречий времени (стремление сподвигнуть потребителя к покупке как можно быстрее);
- 6) частое использование прилагательных (для красочного и наглядного описания свойств и преимуществ товара);

7) применение целого спектра стилистических средств – метафора, метонимия, персонификация, омонимия и др. (для достижения образного эффекта);

8) использование риторических фигур: аллитерация, анафора, параллелизм и т.п. (для лучшего запоминания рекламного слогана с опорой на наглядность) [4, С. 55-56].

Самым распространенным и наиболее изученным рекламным текстом является слоган, который служит визитной карточкой товара или бренда. Удачные рекламные слоганы могут использоваться на протяжении многих лет без изменений, так как они уже становятся частью имиджа марки.

Рекламный слоган – это запоминающийся девиз или фраза, используемая в коммерческом контексте как повторяющееся выражение идеи с целью убедить представителей определенной целевой группы [2, С. 10]. Слоган – это важное звено, связующее марку и потребителя. Слоган, состоящий зачастую всего лишь из пары слов, призван глубоко врезаться в сознание и память аудитории, сформировать положительный образ марки/товара и, в конечном итоге, заставить покупателя совершить покупку. Необходимо отметить, что слоган следует рассматривать не только как часть текста рекламы, но и как часть маркетинговой стратегии.

Перейдем теперь непосредственно к процессу перевода слоганов с одного языка на другой. В ходе сравнительного анализа рекламных слоганов на немецком и русском языках нами было выявлено, что в целом можно выделить следующие переводческие *стратегии*:

1. *Отсутствие перевода*. Такая стратегия используется чаще всего для рекламы товаров класса люкс (парфюмерия, алкогольная продукция, премиальные марки автомобилей). В таких случаях наибольший воздействующий эффект имеет слоган именно на языке оригинала, который подкрепляется запоминающимся визуальным рядом.

Например, в рекламном слогане Opel «Wir leben Autos» при переводе потерялся бы смысл игры слов, основанной на созвучии двух немецких глаголов leben – lieben. Приведем еще ряд примеров: Das Auto (реклама автомобильной марки Volkswagen), Quadratisch. Praktisch. Gut. (шоколад Ritter Sport). В процессе перевода все эти слоганы утратили бы свою экспрессивную окраску и эффективность воздействия на целевую аудиторию.

2. *Прямой перевод*. Эта стратегия является наименее популярной при переводе рекламных слоганов, так как в таком случае меньше всего учитываются культурные особенности реципиента. Например, Technik fürs Leben – Техника для жизни (реклама производителя бытовой техники Bosch).

3. *Адаптация*. При использовании данной стратегии текст рекламного слогана при сохранении визуального ряда подвергается значительным изменениям. Цель такой трансформации – вызвать позитивные ассоциации с товаром, учитывая культурные особенности целевой аудитории. Этот спо-

соб наиболее распространен при переводе рекламы. Например, Actimel aktiviert Abwehrkräfte. – Укрепи иммунитет с Actimel; Erstmal entspannen! – Прелести отдыха ощути в Испании! (реклама турфирмы); Der Morgen macht den Tag. – Завтрак с Nutella – начало хорошего дня; Das Beste oder nichts. – Всё или ничего (реклама Mercedes-Benz).

4. *Транскреация.* Данная стратегия представляет собой межкультурный перевод, предполагающий творческую адаптацию. Текст исходного рекламного слогана подвергается целостной трансформации при сохранении его апеллятивной функции, т.е., в сущности, создается новый слоган. Например, Milky Way schmeckt toll. Leicht und locker, wundervoll. – Молоко вдвойне вкусней, если это Milky Way; Trau dich, zart zu sein. – Поделись своей нежностью (реклама шоколада Milka).

Таким образом, очевидно, что теория перевода тесно связана с другими дисциплинами, например, с маркетингом. Продвижение товаров на международный рынок немыслимо без перевода, где важнейшее значение играет не только язык, но и культурный контекст. Только при учете обоих факторов реклама способна достичь намеченной цели. Одним из самых главных составляющих рекламы является слоган, призванный с помощью экспрессивных языковых средств (метафоры, игры слов, сравнения, рифмы) пробудить интерес потребителя, запомнившись ему на долгое время. Большинство брендов стремятся создать креативный и оригинальный слоган, что существенно затрудняет процесс его перевода. Поэтому переводчик должен владеть определенными стратегиями и тактиками, позволяющими создать соответствующий требованиям адекватности и эквивалентности рекламный слоган на языке перевода.

Библиографический список

1. Бархударов, Л.С. Язык и перевод / Л.С. Бархударов.– М.: Международные отношения. – 1975. – 190 с.
2. Бернадская, Ю.С. Текст в рекламе / Ю.С. Бернадская // Учебное пособие для студентов вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА. – 2008. – 288 с.
3. Горлатов, А.М. Функциональный стиль рекламы в современном немецком языке / А.М. Горлатов. – М: МГЛУ, 2002. – 257 с.
4. Ekicim, E.U. Die Analyse der Übersetzungsstrategien von Werbeslogans vom Deutschen ins Türkische / Esra Uludag Ekicim. – 2021. – 78 S.
5. Nord, C. Textanalyse und Übersetzen / Christian Nord.–Tübingen: Julius Groos Verlag. – 2003. – 345 S.
6. Handbuch Translation / M. Snell-Hornb, H.G. Hönl, P. Kußmaul, P.A. Schmitt. –Tübingen: Stauffenburg Verlag. – 2003. – 230 S.
7. www.slogans.de (дата обращения: 12.04.2023).

ФОРМИРОВАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ЖАРГОНА

М.С. Проскурин, Ю.Л. Барановская

Иркутский национальный исследовательский технический университет

В статье исследуются области применения профессиональных жаргонизмов, принципы и тенденции их образования. Целью данной работы является анализ специальной лексики, которая может способствовать ускорению обмена информацией в области новейших достижений науки и техники среди специалистов разных стран. В качестве примеров используются жаргонизмы из области медицины и нефтегазовой отрасли.

Ключевые слова: словообразование, межкультурная коммуникация, профессиональные жаргонизмы, нефтегазовая отрасль, медицина.

FORMATION OF PROFESSIONAL JARGON

M. Proskurin, I. Baranovskaia

Irkutsk National Research Technical University

The article explores the areas of application of professional jargon, the principles and trends of their formation. The purpose of this work is to analyze special vocabulary, which can help accelerate the exchange of information in the field of the latest achievements of science and technology among specialists from different countries. Jargon from the fields of medicine and the oil and gas industry are used as examples.

Key words: word formation, intercultural communication, professional jargon, oil and gas industry, medicine.

In any modern profession, there are a number of figurative and emotionally colored words and phrases with a certain connotation, most often mocking, ironic or parodic, which, however, are not official terms, but their synonyms. Such expressive similar words are called «professional jargon».

In contrast to the codified special vocabulary used in formal communication, whether oral or written, jargon is used mainly in informal settings, in colloquial speech or in correspondence on professional topics. Only representatives of one profession are able to understand the jargon used in speech, and then only when communicating on professional topics. You should not think that, using jargon, specialists are trying to protect themselves from «outsiders». Professional jargon only emphasizes the specifics of the profession.

The lexicon of professional jargon is something between terminological vocabulary and general literary vernacular. Jargons are evaluative in nature, it convey the attitude of a given professional team to the subject of work and life. In simple terms, professional jargon is a stylistically reduced synonym for the terms and words of the literary language [1].

The story of the word «jargon» is connected with the word «jargoun», which, in Old French, means «twittering». The first appearance of this word in English, according to University of Bergamo professor Maurizio Gotti, author of *The Language of Thieves and Vagabonds*, occurred in *The Canterbury Tales* by Geoffrey Chaucer [2]. Dictionary.com refers to «jargon» today as «unintelligible, or meaningless talk or writing; gibberish» [3].

However, such a definition does not fit professional jargon. It is a specialized or technical language. This is an abbreviated, for the sake of convenience, language used in the conversation of experts in a particular field.

It is necessary to distinguish between jargons and terms, since the difference between them is significant. Translating such vocabulary requires a special approach and special knowledge. The key difference lies in the area of use. Jargons are informal synonyms for technical terms that are inconvenient to use in everyday speech. They can be found in dictionaries, but in this case, they must be separated from the terms, for this, a special mark can be used. These words can be combined into one layer, which can be called professional slang or professional jargon [4, P. 30-41].

Jargons are very often used to refer to production processes, production tools, raw materials, manufactured products, etc. Such things, of course, can be called official terms and names, but in colloquial speech this can be very inconvenient and cumbersome. Moreover, professional jargon is often the product of creative rethinking, the result of fantasy, a highly specialized phenomenon. This may be a metamorphic transfer of meanings from everyday speech to terminological concepts. Examples can be given from the oil and gas industry, where the concept of «exploration» becomes in jargon «wildcat» [5, P. 292], and «an assembly of valves, casing spools, and fittings used to regulate the flow of pipes» becomes in jargon an attribute of the Christmas holidays, «christmastree» [6]. Such replacement proceeds quite simply and contributes to the formation of a change in the perception of special speech. It becomes more alive and mastered, and, most importantly, faster to use and understand.

Based on the above, we can conclude that professional jargon is used only by small groups of specialists united by one type of activity. They are not terms, but rather «semi-official» words, without a strictly scientific character.

Jargons are formed either by rethinking commonly used words, or by new formation from them. Often they are based on an approximate external resemblance to some object, phenomenon or process. And sometimes the basis of jargon can be a very distant association.

We have identified the main methods for the formation of special vocabulary, they are presented below.

The semantic method consists in rethinking common or special words when introducing them into a new professional language sphere, for example, jargon «wildcat well» means «a search well».

The morphological method contains three different variants of word formation:

- *Suffixation*. A method based on adding a suffix to the original word. In this case, there is a change in the part of speech;

- *Prefixation*. A method based on adding a prefix to the original word. Unlike suffixation, the part of speech does not change;

- *Compounding*;

Abbreviation is the creation of shortened versions of phrases, names and other verbose definitions using the first letters or syllables. GSW = gunshot wound.

After we have considered the main ways of forming special vocabulary, we can conclude that the enrichment of professional vocabulary is ongoing. Professional jargon - words and expressions used in various areas of a person's professional activity, which, however, are not widely used in the literary language. Its scope remains limited. Just like terms, jargons are created and function mainly in a practical environment, and not in a theoretical one.

We have analyzed the list of jargon in two professional industries, namely: the oil and gas industry and medicine.

Below is a list of oil and gas jargon.

1. **AAPL** - acronym for American Association of Petroleum Landmen. Pronounced like the well-known word «apple» [6];

2. **Blowout** - a sudden escape of Hydrocarbons from a Well, often caused by uncontrolled high pressure [6];

3. **Catwalk** - an elongated platform that runs adjacent to the rig floor, which is used as a staging area for pipe and other Drill String tools prior to lifting them into the Derrick [6];

4. **Derrick** - a support structure for the drilling equipment used to raise and lower the Drill String in and out of the Wellbore [5, P. 300];

5. **EBITDAX** - earnings before interest, taxes, depreciation, depletion, amortization and exploration expense [6];

6. **Farmee** - pursuant to a Farm-In or Farmout, the party to receive an assignment of an interest in Oil and Gas Properties in exchange for conducting, or a commitment to conduct, certain development operations with respect to the properties [6];

7. **Gusher** - a colloquial term used to describe a prolific Well that will usually result in a happy Lessor and Lessee [6];

8. **Gumbo** - a colloquial term used to describe the wet clay frequently encountered in certain types of subsurface Formations [6];

9. **Fish** - a colloquial term used to refer to obstructions or debris in a Wellbore, including tools lost Downhole during operations, pieces of damaged Drill Pipe or naturally occurring obstructions such as rock Cuttings [6];

10. **NORM** is an abbreviation of Naturally Occurring Radioactive Material [6].

Words numbered 1, 5 and 10 are abbreviations; numbers 3, 4, 8 and 9 are formed by the semantic method. The rest were formed with the help of suffixes.

For the field of medicine, suffixations and prefixations are most characteristic, as ways of forming new words. Moreover, this area has its own list of suffixes and prefixes:

- **ation**: Process;
- **ectomy**: Surgery removal of tissue or an organ;
- **ismus**: Spasm or contraction;
- **itis**: Inflammatory disease;
- **lysis**: Decomposition, dissolving or loosening;
- **ology**: Branch of study;
- **osis**: Non-inflammatory disease;
- **otomy**: A surgical incision made in an organ or part of it;
- **pathy**: Illness or treatment;
- **plasty**: Plastic surgery;
- A-, an-**: Lack of trait or quality;
- Dys-**: Indicates a disorder, difficulty in function;
- Macro-**: Large size of something;
- Melan/o-**: Black or dark coloration;
- Micro-**: Small size of something;
- Poly-**: Multiple, extensive, diverse composition of something;
- Pseudo-**: Superficial, false resemblance to something;
- Retro-**: Located behind something, directed back [7].

Other word-formation methods are also present, but are used less frequently.

Semantic method:

1. **Rape kit** - a package containing envelopes for the collection of hair, sperm, and blood samples of a rape victims, as well as the official reporting forms [8];

2. **GI cocktail** - a commonly used mixture of liquid donnatal, viscous lidocaine and mylanta [8].

Abbreviation:

1. **LOL** - abbreviation for «Little Old Lady» [8];

2. **KUB** - shorthand for kidney, ureter, and bladder tests [8];

3. **Gomer** - ER slang for «Get Out of My Emergency Room» and is a derogatory term for geriatric patients with multiple complicated medical problems [8].

Summing up, we can say that small groups of people united by a profession use professional jargon. They are a kind of carriers of knowledge in a certain area of professional activity. Thanks to the competent use of professional jargon, it is

possible to increase the degree of efficiency of professional communication and the qualitative result of work. However, the difficulties of translating jargon are one of the main obstacles that must be overcome in order to achieve the effectiveness of intercultural communication.

References

1. Serdobintseva, E.N. Professional vocabulary as a structural unit of the language system. – Penza: PSPU im. V. G. Belinsky. – 2011. – 549 p.
2. American Express Company, American multinational financial services, website. URL: <https://www.americanexpress.com/en-us>
3. DICTIONARY.COM The world's leading online dictionary, website. URL: <https://www.dictionary.com>
4. Glushkova, K.A. Syntactic features of parceled constructions in the popular science style of the modern English language // Functional characteristics of communication units in the English language. – Vladivostok. – 1990. – С. 186.
5. Mining English-Russian Dictionary, Siberian State Industrial University / Shcherbina G.S. – 2014. – 306 p.
6. Latham & Watkins LLP, American multinational law firm, website. URL: <https://www.lw.com/en>
7. St. George's University, private medical school and international university, website. URL: <https://www.sgu.edu/>
8. William Marsh Rice University, private research university, website. URL: https://www.ruf.rice.edu/~kemmer/Words04/usage/jargon_medical.html

УДК 721

РАЗРАБОТКА ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ СОЗДАНИЯ ВІМ МОДЕЛИ ЗДАНИЯ НА ЭТАПЕ ЭКСПЛУАТАЦИИ И СВЯЗИ С WEB-ПРИЛОЖЕНИЕМ КСУТО

П.А. Птушкин, В.В. Кожухова
Московский политехнический университет

В данной статье мы рассмотрели этапы разработки и создания программного обеспечения для проектирования 3D моделей зданий на этапе эксплуатации с использованием ВІМ технологий. Определили проблему, на которую направлено программное обеспечение, обозначили задачи для решения в ходе разработки. Провели анализ целевой аудитории и конкурентов. Рас-

смотрели, как подобная программа может повлиять на экономику Российской Федерации; ушедшие аналоги, и сравнили их с отечественными решениями. Также мы продемонстрировали, как государство может поддержать продукт и его разработку, рассказав про грантовую поддержку, поддержку через мероприятия, поддержку от первых лиц государства.

Ключевые слова: BIM, эксплуатация, программное обеспечение, разработка, целевая аудитория, КСУТО, web-приложение.

DEVELOPMENT OF SOFTWARE FOR CREATING BIM MODEL OF A BUILDING AT THE OPERATIONAL STAGE AND COMMUNICATION WITH THE WEBAPPLICATION CSUTO

P. Ptushkin, V. Kozhukhova
Moscow Polytechnic University

In this article we will look at the stages of development and creation of software for creating 3D models of buildings at the operational stage using BIM technologies. We define the problem that the software is aimed at, identify the tasks that need to be solved during development. We analyze the target audience and competitors. Also, in the light of recent political events, we consider how such a program can affect the economy of the Russian Federation as a whole, consider the past analogues and compare them with domestic solutions from the sphere. At the end of the article, we also demonstrate how the state can support the product and its development, talking about grant support, support through events, support from top officials of the state.

Key words: BIM, operation, software, development, target audience, CSUTO, web application

Currently, digitalization of various spheres is a priority direction of the policy of the Russian Federation, automated information systems are being introduced into medicine, creating and implementing a unified medical information and analytical system in institutions. Inside the medical institutions themselves, convenient information boards are put up for the convenience of patients. The field of education is being digitalized, instead of paper journals, an electronic journal diary is now being used, which allows students to quickly view their grades and homework, and teachers to post homework and give grades. And finally, the trend of digitalization has not bypassed the construction sector, we will consider it in more detail below. The construction of any building is several stages: design, construction, operation, dismantling. Let's deal with the stage of operation. During the use of the building, scheduled and unscheduled work takes place, major repairs are made and changes that are made to the real object are not

documented. The technical plans remain the same as during the construction phase. In order to digitize applications, plans, and business processes, it is necessary to implement a system in which it would be possible to automatically create technical plans and assign applications. Application allows you to digitize technical plans.

After analyzing the market, we identified a problem that needs to be solved by creating software, identified tasks that need to be solved during development.

The software is aimed at solving the problem of the lack of information in the operational documentation and the difficulty of obtaining up-to-date information about the building at the operational stage. In the course of development, it is necessary to solve the tasks of collecting and visualizing data about the building and its systems, as well as communication with the web application of CSUTO (our partner).

The target audience is operating organizations, management companies, developers. Competitors are Autodesk Revit, Graphisoft Archicad, Nemetschek Allplan. Domestic analogues are represented by Compass-3D, Renga Software. However, we have a number of competitive advantages: price, approach to development, intuitiveness.

At the stage of software development, it is necessary to determine the technological platform on which the program will be developed. We consider the following platforms:

1. Web (the application works in the browser)
2. Mobile (the application for iOS and Android)
3. Desktop (a Windows, macOS, Linux-based PC application) The Desktop platform is the most suitable for this software, since the program is primarily designed to work with large amounts of data and three-dimensional visualization.

When developing software, it is necessary to:

1. Collect and analyze the initial data about the building and its systems
2. Develop a software concept, its structure and interface
3. Develop a module for three-dimensional visualization of the building and its systems
4. Develop an integration module with the KSUTO web application
5. Conduct software testing, debugging and optimization
6. Create technical documentation for the software
7. To train users to work with the software

After analyzing the subject area, we determined which programming library we would use to create the application we chose - three.js (WebGL based library). In 1.5 years, we have created an application with the functionality:

1. Downloading the technical plan
2. Drawing a diagram
3. Building a wall model according to the scheme
4. Building models of engineering communications according to the scheme

5. Building equipment
6. A bundle of locations with KSUTO

This application is currently being tested on end users.

The development of such a program will increase the efficiency of the operation of buildings and structures in Russia, reduce maintenance and repair costs. The state can support the development through grants, contests of innovative projects, as well as direct support from the Ministry of Construction of Russia and the Ministry of Communications of Russia. In 2020, Mishustin issued a decree on digitalization of the construction sector, and on January 25, 2023, the President of the country stressed the relevance of using such solutions.

Now the project can be submitted to the competition from Rosmolodezh - "Student Startup" and win 1 million rubles for development. The team of Petr Ptushkin, the author of the article is planning to apply for this competition.

In conclusion, we would like to note the relevance of the development of such software to improve the efficiency of management of buildings and structures in Russia. Government support will speed up the process of product development and implementation, as well as make it more accessible to end users.

References

1. Article about the product and the creator. – URL: <https://mel.fm/deti/podrostki/1803649-nado-by-eto-monetizirovat-podrostok-o-tom-kak-on-prevratil-shkolny-proyekt-v-biznes> (access date: 11.03.2023).
2. Decree of Prime Minister Mikhail Mishustin on the strategy for the development of the construction industry and housing and communal services until 2030. – URL: <http://government.ru/docs/46950/> (access date: 11.03.2023)
3. Integrated Maintenance Management System. – URL: <https://ksuto.ru/> (access date: 11.03.2023).
4. Library three.js. – URL: <https://threejs.org/manual/#en/fundamentals> (access date: 11.03.2023).
5. Meeting of the President with university students on the occasion of the Day of Russian Students. – URL: http://www.kremlin.ru/events/president/transcripts/community_meetings/70394 (access date: 11.03.2023).
6. National project "Digital Economy of the Russian Federation". – URL: https://digital.gov.ru/ru/activity/directions/858/?utm_referer=https%3a%2f%2fyandex.ru%2f (access date: 03.03.2023).

**АНАЛИЗ ПОЛИТИЧЕСКИХ РЕАЛИЙ СКВОЗЬ ПРИЗМУ
ТРАНСПАРЕНТНОСТИ
(НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СМИ)**

Д.Р. Рахимова, Е.В. Дворак

Иркутский национальный исследовательский технический университет

В статье рассматривается явление манипуляции общественным сознанием на примере анализа публикаций зарубежных СМИ. Методами исследования послужили обзор литературы, анализ словарных дефиниций, метод сплошной выборки, лексико-стилистический анализ. За основу для проведения лингвистического анализа был выбран принцип семантической транспарентности. Проведенный анализ выявил манипуляторный потенциал использования эвфемизмов и позволил сделать вывод о том, что «прозрачность» одного и того же термина, используемого для репрезентации идентичных политических реалий, оформляется различными языковыми средствами.

Ключевые слова: *политический текст, эвфемизмы, транспарентность, манипуляция, манипуляция общественным сознанием*

**ANALYSIS OF POLITICAL EVENTS THROUGH THE PRISM
OF TRANSPARENCY (ON THE MATERIAL OF THE ENGLISH
MASS MEDIA TEXTS)**

D. Rahimova, E. Dvorak

Irkutsk National Research Technical University

The article deals with the phenomenon of manipulation of public consciousness on the example of publications in foreign Mass media. The research methods were a literature review, an analysis of dictionary definitions, a continuous sampling method, and a lexical and stylistic analysis. The principle of semantic transparency was chosen as the basis for linguistic analysis. The study revealed the manipulative potential of the euphemisms and led to conclude that the "transparency" of the same term used to represent identical political realities is formalized by different linguistic means. It was revealed the mechanism influencing the public consciousness in order to change its value orientations.

Key words: *political text, euphemisms, transparency, manipulation, manipulation of public consciousness*

Человечество на протяжении многих столетий задавалось вопросом определения и выстраивания оптимальных стратегий осуществления эффективного речевого взаимодействия, задаваясь вопросом: чем руководствуются люди, используя ту или иную линию поведения, какая коммуникативная траектория или речевой паттерн являются наиболее выигрышными в достижении конкретной цели.

Фокус внимания в настоящей статье сфокусирован на анализе лексических единиц, встречающихся в публичных выступлениях политических деятелей. За основу для проведения данного лингвистического анализа был выбран принцип семантической транспарентности. Понятие «транспарентность» применимо к лингвистическим исследованиям находится на сегодняшний день недостаточно изученным, несмотря на то, что уже существует немало работ, посвященных ее исследованию в смежных научных областях.

Слово «транспарентность» произошло от лат. trans – прозрачный, насквозь + pareo – быть очевидным и означает «прозрачность, понятность, честность и доступность любой информации» [1].

Материал для проведения анализа был взят из публичных выступлений ведущих политических деятелей и журналистов, представленных в средствах массовой информации (СМИ). Политический текст представляет собой сложный феномен, включающий целый ряд параметров и характеристик. Во-первых, политический текст – это вид текста, который функционирует в сфере политики. Во-вторых, этот текст, посвященный особой тематике, в частности, различным политическим вопросам. По мнению ученых, политический текст – это текст, создаваемый людьми, занимающимися политической деятельностью [5]. Его главная особенность заключается в артикуляции волеизъявления автора с целью завуалировать свои истинные намерения. В своей публичной речи политики и журналисты используют многообразные способы отображения текущих политических событий. Нередко им приходится камуфлировать свое послание более нейтральными выражениями, открыто жонглировать словами с целью введения общественности в заблуждение или даже фальсифицировать факты действительности. При обсуждении неприятных реалий повседневной жизни, а также для придания своему высказыванию некой толерантности и нейтральности авторы высказываний нередко используют эвфемизмы. Слово «эвфемизм» произошло от греч. Eu хорошо + phemi – говорю. Другими словами, это эмоционально-нейтральные слова и выражения, которые употребляются вместо синонимичных им слов или выражений, представляющих говорящему неприличными, грубыми или нетактичными [4]. Примерами таких слов и выражений в русском языке может быть «пожилой» вместо «старый», «уклониться от истины» вместо «соврать».

Частотность применения эвфемизмов в политических новостных источниках нередко объясняют сложностью внешнеполитических отношений.

Так, М.Л. Ковшова полагает, что «лживость и обман присущи любой государственной машине ввиду неблагоприятной деятельности, осуществляемой государством любой политической системы в отношении своих граждан или другого государства в силу объективных политических, экономических, военно-стратегических причин» [3, С. 28].

С началом специальной военной операции (далее СВО), проводимой Россией на территории Украины, в публичных высказываниях политиков из разных стран употреблением эвфемизмов возросло многократно. Однако теперь их роль состоит не только в камуфлировании существующих реалий, а в явной дезинформации читателей и слушателей. Именно в этом контексте анализ семантической, т.е. смысловой «транспарентности» эвфемизмов, используемых политиками, становится наиболее интересным.

Так, по аналогии с «гуманитарной помощью» и «гуманитарным сотрудничеством», под которыми понимается непосредственная помощь странам и народам, пострадавшим от природных катаклизмов или военных действий, в печатных и интернет источниках появился термин «гуманитарная миссия» западных стран. Эвфемизм «гуманитарная миссия» был создан по аналогии с «гуманитарным сотрудничеством», цель которого состоит в решении конкретных задач, а именно: сохранении жизни на планете Земля, создании благоприятных условий для обеспечения достойного образа жизни человека, защите достоинства, жизни и здоровья матери и ребенка, борьбе с голодом, болезнями и т.д. Однако в информационных источниках, транслирующих речь европейских и американских политиков, данный термин употребляется, когда речь идет не о поставках продовольствия или медикаментов, а о поставках летального оружия, способного уничтожить сотни мирных жителей, проживающих не только на территориях, относящихся к зоне проведения СВО. В этом примере, говоря о семантической транспарентности эвфемизма «гуманитарная миссия», мы видим, что исследуемая дефиниция не имеет ничего общего «с помощью и сотрудничеством». В данном случае наблюдается явное манипулирование сознанием и явный обман с целью оправдания поставок смертоносного оружия на территорию стороннего государства.

Другой пример для анализа был взят из речи Энтони Дж. Блинкена, государственного секретаря США [6]. Комментируя разрушения Хиросимы и Нагасаки, Энтони Блинкен назвал их «беспрецедентными» и уточнил, что «Страны G7 остаются приверженными повышению усилий по разоружению с целью построения более безопасного мира». Словарное значение слова «беспрецедентный» означает «не имеющий прецедента в прошлом», «невиданный» и «небывалый» [4]. Из уст государственного секретаря страны, которая на протяжении почти ста лет проводила бомбежки более двух десятков стран, включая Вьетнам, Ирак, Афганистан, Сирию и т.д., данный термин звучит фальшиво и неуместно, тем более, что сами США и повинны в «беспрецедентных» разрушениях Хиросимы и Нагасаки. В данном примере

речь идет не только о жонглировании историческими фактами, манипулировании сознанием читателей, но и сокрытии истинных виновников данной трагедии. Термин «беспрецедентные» в данном контексте – это уход от прямой номинации объекта, уход от ответственности и речевая манипуляция, позволяющая избежать разъяснений конкретных действий.

Рассмотрим еще один пример открытой дискредитирующей тактики, направленной на очернение политики Российской Федерации и Вооруженных Сил РФ. В своей речи для прессы политический деятель (Энтони Дж. Блинкен) акцентирует внимание слушателей на «незаконном и неспровоцированном вторжении Российской Федерации в Украину» – («the Russian Federation's unlawful and unprovoked invasion of Ukraine») [7]. Говоря о военном конфликте, он также использует термин «Russia's war in Ukraine» – т.е. война России в Украине. В тексте статьи в *The New York Times* [8] можно встретить следующую трактовку происходящих на территории Украины событий: «A year of bitter and bloody war in Ukraine has devastated the country...» – («Год ожесточенной и кровавой войны на Украине опустошил страну...»). Это не просто речевое манипулирование и намеренное создание из России образа «кровавого» и «беспощадного» врага, в данном случае – это способ проявления речевой агрессии.

Проанализируем аналогичные действия США через призму выбранного нами принципа транспарентности. Описывая военные действия, осуществляемые США на территориях других государств, начиная со времен войны во Вьетнаме, западная и американская пресса предпочитают использовать эвфемизмы, целью которых является нивелирование агрессивных военных действий США. Так, в публикациях западной прессы агрессивная военная терминология прикрывается семантически нейтральными эвфемизмами, такими как: «appeasement» и «neutralization» – (умиротворение и нейтрализация противника) – представляют собой более приемлемый (способ косвенной номинации слова «убивать»; «conflict», «involvement» – (конфликт участие в военных действиях), которыми заменяется слово «война»; «pacification» – (подавление, усмирение) вместо «suppression of military resistance» – означающего (уничтожение военного сопротивления); «collateral damage» – (сопутствующий ущерб) для сокрытия фактов о смерти мирного населения в результате бомбардировок США таких стран как Лаос, Вьетнам, Камбоджа и других стран [2]. Приведенные примеры иллюстрирует тот факт, что для создания значительного манипуляторного эффекта, «очернения» образа конкурента пресса использует глаголы с «осуждающей» семантикой, а также слова и выражения, обозначающие антиобщественную, социально осуждаемую деятельность, а для оправдания военной агрессии США и других западных стран, входящих НАТО, журналисты используют эвфемизмы, которыми заменяются табуированные, т.е. запрещенные к использованию понятия.

Подводя итог вышесказанному, отметим, что транспарентность современных политических заявлений западных и американских СМИ не подразумевает ясность, доступность, логичность, ответственность, правдивость высказываний. Речь политиков и журналистов характеризуется наличием манипуляторных техник, а иногда и открытой лжи и провокации. Анализ исследуемых источников выявил манипуляторный потенциал использования различных языковых средств и позволил сделать вывод о том, что семантическая транспарентность одного и того же термина, используемого для репрезентации идентичных политических реалий, оформляется различными языковыми средствами для достижения конкретных политических целей.

Библиографический список

1. Большой энциклопедический словарь// Гл.ред. В.И. Ярцева. – 2-е изд.– М.: Большая Рос. Энциклопедия. 1998. – 685с.
2. Грачев, Д.Ю. Эвфемизмы в речи политиков и дипломатов (на примере английского и французского языков) Материалы III Международного конкурса научно-исследовательских и творческих работ учащихся "Старт в науке". – URL: – <https://school-science.ru/3/3/32234> (дата обращения: 03.04.2023)
3. Ковшова, М.Л. Семантика и прагматика эвфемизмов. Краткий тематический словарь русских эвфемизмов. – М., 2007.
4. Лингвистический энциклопедический словарь// Гл. ред. В.И. Ярцева, – М.: Сов. Энциклопедия. 1990 – 685с.
5. Репина, Е. А. Политический текст как средство речевого воздействия. – URL: <http://www.psychportret.ru/collection/repina.html> (дата обращения: 07.04.2023)
6. Anthony Blinken, in a statement about Hiroshima and Nagasaki, did not make any apology. – URL: <https://apa.az/en/america/anthony-blinken-in-a-statement-about-hiroshima-and-nagasaki-did-not-make-any-apology-401206> (дата обращения: 04.04.2023)
7. Curbing Russia's Efforts to Evade Sanctions. – URL: <https://it.usembassy.gov/curbing-russias-efforts-to-evade-sanctions/> (дата обращения: 07.04.2023)
8. Russia-Ukraine War. – URL: <https://www.nytimes.com/news-event/ukraine-russia> (дата обращения: 04.04.2023)

**СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ
СФЕРЕ НА ПРИМЕРЕ КОНКРЕТНОГО РЕГИОНА РОССИИ
ВОЛОГОДСКОЙ ОБЛАСТИ**

К.А Рожкова, В.В. Кожухова

Московский Политехнический университет

В данной статье анализируется вопрос влияния связей с общественностью в экологической сфере на примере конкретного региона России, города Череповца Вологодской области. В данной статье будут проанализированы связи с общественностью, которые существуют в данном регионе и какую деятельность они ведут в вопросе экологической культуры и экологии в целом. Так же предложены идеи для того, чтобы повысить экологическую культуру населения.

Ключевые слова: *реклама, связи с общественностью, экология, загрязнение воздуха, Российская Федерация, регион России, экологическая сфера.*

**PUBLIC RELATIONS IN THE ENVIRONMENTAL SPHERE
ON THE EXAMPLE OF A SPECIFIC REGION OF RUSSIA
THE VOLOGDA REGION**

K. Rozhkova, V. Kozhukhova

Moscow Polytechnic University

This article analyzes the issue of the influence of public relations in the environmental sphere on the example of a specific region of Russia, the city of Cherepovets, Vologda region. In the article not only the public relations in this region are analyzed but also activities they propose in the issue of ecological culture and ecology in general. Ideas are also proposed in order to increase the ecological culture of the population.

Key words: *advertising, public relations, ecology, air pollution, Russian Federation, Russian region, environmental sphere.*

The topic of ecology has always been one of the most popular topics in society. The environmental situation in the world is getting worse every day, and today this problem is becoming one of the main global problems. The well-being of the environment is certainly important because it affects people's daily lives and the future. Modern cities are increasingly facing environmental problems. Ur-

ban residents are consumers of a large amount of food, household goods and natural resources. Thus, such pollution can include air pollution, river pollution, gas pollution, soil pollution and emissions of harmful substances into the atmosphere.

Advertising in the environmental sphere is becoming the most popular as problems in this area are increasing every year. Few people are engaged in solving these problems and paying attention. The reasons may be different. We took a poll and found 30 percent of people are not aware of the problems or have no desire to do this. In order to solve environmental problems, people must understand and accept ecological culture, due to the fact that at the moment they need to pay attention to the sphere of ecology and maintaining its well-being. But the question arises "How to develop an ecological culture?" It is public relations that can offer and promote the idea of solving environmental problems and developing ecological culture among people [5].

Environmental PR is an activity aimed at forming favorable and mutually beneficial relations between environmental organizations and their target audiences. Sometimes this type of public relations is called "Zeleny PR" [1].

Environmental PR is used by environmental non-profit organizations to attract public attention to environmental problems, as well as to inform the target audience about ways to solve environmental problems, etc.

In this article we will consider the features of using public relations in solving environmental problems on the example of the city of Cherepovets. We will search what public relations exist in this region and what actions are being taken to protect the environment. Also we would like to develop ideas that will help people become more aware of environmental problems.

Vologda Oblast is an industrially developed region of Russia. More than 40 percent of the region's economy is occupied by industry. The basic basis of the Vologda Oblast industry consists of ferrous metallurgy, mechanical engineering, metalworking, chemistry, forestry, and woodworking industries. The Vologda Oblast occupies a leading position in industrial terms, but is also among the ten most polluted regions of the Russian Federation. Most of the industrial enterprises are located in the city of Cherepovets, for example, the largest industrial enterprise for the manufacture of steel Public stock company "Severstal" is located. Thus, about 280 thousand tons of pollutants are emitted into the atmosphere every year, such as nitrogen oxides, sulfur dioxide, carbon oxides and others. According to the topic of the article, it is necessary to figure out which public organizations and organizations for the protection of ecology exist in the city of Cherepovets, how the struggle for ecology in the region is going on [2].

In the city of Cherepovets, there are organizations that can influence the issue of environmental protection. These organizations include the volunteer center of the Cherepovetsky State University, the Association "Zdorovye goroda". Also, the youth parliament of the city and the mayor's team, who work closely with the city hall. Each of these organizations deals with the issue of ecology. However, I would like to note that the Cherepovets Youth Center, the NGO

“Youth Environmental Center”, the “Mayor's Team” of the city of Cherepovets are more active in carrying out environmental events.

Cherepovets Youth Center actively posts about its activities on social networks. By contacting them and analyzing their page on the VKontakte social network, it can be concluded that many environmental events are being held in the city of Cherepovets. They include lectures on ecology, which are held every month. For example, on February 24, students of the Cherepovets Technological College were given not only a lecture, but also a quest on this topic. Also in January, a lecture “Environmental Education” was held at the Cherepovets Children's Aid Center, where the issue of separate garbage collection was raised. The children were told how to properly separate garbage, how to recycle it, and attracted children to the “RazDelny Sbor” campaign.”. In the city of Cherepovets, waste paper is collected several times a year, in which residents of the city take part. At the end of January, the action “Delny krugovorot” was held, in which residents of the city were invited to collect live fir trees for processing. Several tree reception points were organized in the city. More than 100 citizens took part in this action. The result of the campaign was 30 bags of coniferous mulch. In the warm season, they will be used to strengthen the green spaces of Cherepovets. [4]

The mayor of the city with youths represent an association of high school and college students who are engaged not only in organizing social, cultural and sports events, but also devote a lot of time to environmental education of city residents. So, the team has developed and is implementing the project “Alley of the Mayor”, which is aimed at greening the city. Trees, shrubs, and flowers will be planted in different areas of the city. Members of the mayor's team are developing environmental quests for schoolchildren. For example, in March, a quest was held on the topic of garbage collection and sorting, during which students of schools in the city of Cherepovets were told in a playful way why they need to sort garbage, how to do it correctly and how it affects the environment.

Cherepovetsky City Public Organization “Youth Ecological Center” conducts such actions as waste paper collection, lectures and educational games for students. For example, from 2017 to 2020, more than 4,500 kg of waste paper was collected and recycled. The participants of the youth environmental center on one of the streets of the city installed a special container for collecting waste paper so that residents could take it not only on specially designated days, but also at the time convenient for them. On January 27, an educational ecological game was held for students of grades 6-8, in order to attract schoolchildren to environmental protection. After carrying out this work, an ecological lesson was developed and given not only to children, but also to adults. This lesson will help develop their ecological culture [3].

Having familiarized with the activities of organizations dealing with the environmental issue in the city of Cherepovets, it can be concluded that the city residents are actively being educated on the issue of ecology. These organizations

hold a large number of lectures, educational games, events for collecting and sorting garbage and collecting waste paper. Organizations pay great attention to the younger generation in order to instill ecological culture in children from an early age, so that they understand that ecology is very important not only for the environment, but also for their health. Due to the above-described activities, the ecological culture of residents is undoubtedly increasing. Every year more and more people join the environmental movement, collect waste paper, are engaged in separate garbage collection, hand over fir trees for recycling.

Библиографический список

1. Ароянц, А.А., Завгородняя, В.В. Роль связей с общественностью в экологической сфере (на примере глобального форума конвергентных и природоподобных технологий). – URL: <https://ntk.kubstu.ru/data/mc/0062/2493.pdf> (дата обращения: 04.03.2023).
2. «Промышленность Вологодской области». – URL: <https://xn--b1aedfedwrdf15a6k.xn--plai/location/vologodskaya-oblast?ysclid=lfxtan31bb486835942> (дата обращения: 05.03.2023).
3. ЧГОО «Молодёжный экологический центр». – URL: https://vk.com/ecological_center (дата обращения: 03.03.2023).
4. «Череповецкий молодежный центр». – URL: <https://vk.com/chemolcentr> (дата обращения: 03.03.2023).
5. «Экологические проблемы современных городов – удастся ли их решить». – URL: <https://plus-one.ru/manual/2022/02/16/ekologicheskie-problemy-sovremennyh-gorodov-udastsya-li-ih-reshit?ysclid=lf5vw4f5s238284976> (дата обращения: 04.03.2023).

УДК 372.881.1

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНТЕРНЕТ-ПЛАТФОРМ СТУДЕНТАМИ ТЕХНИЧЕСКОГО ВУЗА ДЛЯ ИЗУЧЕНИЯ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

Д.Р. Романова, С.Ю. Свитюк

Иркутский национальный исследовательский технический университет

В данной статье освещены наиболее популярные интернет-платформы и их преимущества в изучении иностранного языка в ВУЗе. Приведены результаты опроса студентов 1-2 курсов, который позволил выявить широко используемые интернет-платформы для изучения английского языка среди обучающихся в Иркутском национальном исследовательском техническом университете.

Ключевые слова: образование; информация; иностранный язык; языковой материал; интернет-платформа; технический ВУЗ.

USE OF INTERNET-PLATFORMS BY STUDENTS OF A TECHNICAL UNIVERSITY TO LEARN ENGLISH

D. Romanova, S. Svitiuk

Irkutsk National Research Technical University

The article highlights the most popular Internet platforms and their advantages in the learning foreign language process at a university. The results of a survey of the 1–2-year students are given. The most widely used Internet platforms for learning English by the students at the Irkutsk National Research Technical University are identified.

Key words: education; information; foreign language; language material; Internet platform; technical university.

На сегодняшний день Интернет предоставляет огромное количество ресурсов для изучения и совершенствования знаний иностранного языка. Всемирная сеть обеспечивает безграничные возможности доступа практически к любой необходимой информации как для студентов, так и для преподавателей. Благодаря интернету стало возможным получение новостей о жизни сверстников в других городах и странах, знакомство с межкультурным материалом, чтение в оригинале интересующей литературы, статей из журналов и газет, а также изучение иностранных языков на различных обучающих платформах не только совместно с российскими преподавателями, но и с носителями изучаемого языка [1].

Как известно, разработка и внедрение в образовательный процесс университетов информационно-коммуникационных технологий выполняется в соответствии с государственными программами. Многие ВУЗы активно применяют порталы удалённого обучения с использованием технологии «Moodle» [2]. Кроме того, широкое распространение получили электронные библиотеки, которые предоставляют доступ студентам и преподавателям к различным научным и учебным материалам, разрабатываемым в университетах [3].

Цель данной работы – выявить наиболее широко используемые интернет-платформы среди студентов технического вуза для изучения английского языка.

Для достижения цели были поставлены следующие задачи:

- рассмотреть популярные Интернет-ресурсы для изучения английского языка;

- выделить преимущества использования Интернет-платформ в изучении иностранного языка;

- провести опрос среди студентов Иркутского национального исследовательского технического университета;

- проанализировать полученные результаты.

Рассмотрим подробнее наиболее популярные интернет-ресурсы для изучения иностранного языка в ВУЗе.

Одним из широко используемых ресурсов является EngVid. Данный проект был разработан преподавателями-носителями английского языка. Уроки в этом ресурсе распределены в соответствии с уровнем сложности и по определенным темам. EngVid содержит материалы по грамматике английского языка, лексике (например, использование наиболее употребительных фразовых глаголов и идиом в повседневном общении).

«Фоксфорд» – еще одна популярная интернет-платформа для изучения иностранного языка. Программа онлайн-платформы дает возможность студентам осуществлять самостоятельную подготовку к экзаменам и олимпиадам. На данной платформе обучение ведется преподавателями МФТИ, МГУ, ВШЭ и других лидирующих вузов РФ. Занятия проходят в режиме реального времени, обучение возможно как групповое, так и индивидуальное. Данный ресурс располагает большим количеством тестов, в частности, по грамматике английского языка [4].

Еще одной известной образовательной платформой для изучения иностранного языка является Coursera. Эта платформа предлагает более 1400 курсов на английском языке. Сертификат о прохождении того или иного курса предоставляется платно. Coursera на сегодняшний день самый масштабный обучающий ресурс, который имеет 143 партнера из 28 стран и более 15 миллионов студентов. Принстонский, Стэнфордский и Мичиганский университеты являются партнерами данного проекта. С 2013 года Coursera сотрудничает с Госдепартаментом США с целью открытия центров обучения во всех странах.

Также, например, Learning Apps является популярным веб-сервисом, который предоставляет большое количество интерактивных упражнений. Распределение заданий на данном сервисе осуществлено в соответствии с уровнями владения иностранным языком. Упражнения позволяют обучающимся не только повторить, но и закрепить уже изученный материал самостоятельно. На таких Интернет-платформах, как Duolingo и Memrise иностранные языки изучаются главным образом при помощи игровых технологий [5].

Кроме того, интернет-ресурсы предоставляют доступ к различным электронным словарям, постоянная работа с которыми, как показывает практика, способствует расширению лексического запаса обучающегося (Яндекс.Словарь, Мультитран, Longman Dictionary of Contemporary English, Мультилекс, Collins English Dictionary Online, Cambridge Dictionary Online,

Prompt). Большое значение в современном мире технологий имеют различные мобильные приложения для изучения иностранного языка, расширяющие возможности обучения. Наиболее популярными приложениями для смартфонов являются LinguaLeo, Полиглот-16, BBC Learning English, Easy Ten, English Galaxy и др. [6].

Проанализировав использование интернет-платформ для изучения иностранного языка, можно выделить следующие преимущества:

- возможность в сжатые сроки находить самостоятельно необходимую информацию на иностранном языке;
- коммуникация с носителями языка;
- преодоление языкового барьера;
- возможность знакомиться с аутентичными материалами;
- более эффективное развитие речемыслительных навыков;
- повышение мотивации;
- удобство и доступность;
- погружение в языковую среду удалённо;
- экономия времени и средств.

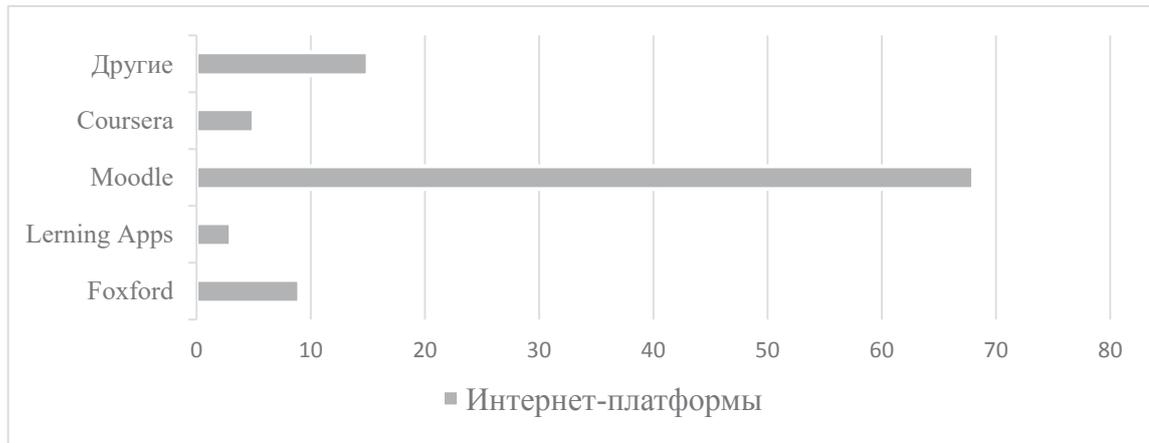
С целью выявления наиболее широко используемых интернет-платформ для изучения английского языка нами был проведен опрос среди студентов 12 курсов, обучающихся в Иркутском национальном исследовательском техническом университете. Нами было опрошено 70 человек. Опрос проходил дистанционно с помощью сервиса Google Формы. Студенты должны были ответить на 3 вопроса:

1. Используете ли вы интернет-платформы в изучении английского языка?
2. Какие интернет-платформы вы используете?
3. Считаете ли вы, что изучение английского языка с помощью интернет-платформ повышает эффективность закрепления знаний?

По результатам проведенного опроса нам удалось установить, что 72% студентов применяют интернет-ресурсы в изучении английского языка. Кроме того, 89% респондентов признают эффективность интернет-платформ в изучении английского языка, и только лишь 11% студентов считают использование онлайн ресурсов для изучения английского языка неэффективным.

Как видно из рисунка 1, ресурс Foxford предпочитают 9% опрошенных, 3% выбирают Learning Apps, 68% используют Moodle, 5% - Coursera, 15% применяют другие интернет-платформы.

Рис. 1 Использование интернет-платформ в изучении английского языка студентами ИРНИТУ



В заключении можно сделать вывод, что исследование, проведенное нами, подтверждает наличие интереса изучения английского языка посредством интернет-платформ среди обучающихся ВУЗа. Также было установлено, что большинство опрошенных нами студентов ИРНИТУ отдают предпочтение работе в Moodle. Благодаря использованию веб-приложения Moodle расширяются возможности для преподавания и изучения иностранного языка, становится возможным выбор разнообразных методов и форм взаимодействия, повышается успешность и результативность обучения.

Преимущества использования различных онлайн ресурсов для изучения иностранного языка прослеживаются в возможности эффективной организации самостоятельной работы, повышении мотивации, успешном формировании иноязычной коммуникативной компетенции удаленно в достаточно короткие сроки. Интернет-ресурсы позволяют осуществлять такие принципы обучения иностранному языку, как аутентичность, открытость, адекватность.

Библиографический список

1. Аكوпова, М.А. Интернет как инструмент самостоятельной деятельности студентов при изучении иностранного языка в неязыковом вузе / М.А. Аكوпова, Л.Г. Жук // Вопросы методики Преподавания в вузе. – СПб.: Нестор. – 2006. – Вып. 9. – С. 15–18.
2. Апальков, В.Г. Использование современных средств обучения и интернет-технологий в обучении иностранным языкам // Открытое образование. – 2013. – № 6. – С. 71–75.
3. Видова, Т.А. Применение сети Интернет в преподавании иностранных языков в вузе // Интернет как реальность: сб. докладов III Международной научно-практической конференции. – Вып. 3 / под ред. А.М. Грибкова, Л.А. Виликотской. – Рязань: Нервопечатникъ. – 2017. – С. 36–38.

4. Лунг, Т.А. Информационно-коммуникационные технологии в сфере педагогической деятельности / Педагогика и современность. – 2016. – №2 (22). – С. 23–25.
5. Минасян, Н.А. ИКТ как средство повышения мотивации учащихся на уроках иностранного языка // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2017. – № 58. – С. 34–38. – URL: <http://e-koncept.ru/2017/470104.htm>. (дата обращения: 02.04.2023).
6. Миронова, Н.Ю. Использование интернет-технологий на занятиях по иностранному языку со студентами неязыковых профилей в условиях дистанционного обучения // Современные проблемы науки и образования. – 2021. – № 4. – URL: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=31058> (дата обращения: 02.04.2023).

УДК 81.276.5

**АНГЛИЦИЗМЫ В СОВРЕМЕННОМ РУССКОЯЗЫЧНОМ
МОЛОДЕЖНОМ СЛЕНГЕ
(НА МАТЕРИАЛЕ ПЛАТФОРМЫ «ДЗЕН»)**

Д.Е. Садохин, М.Б. Санина

Иркутский национальный исследовательский технический университет

Статья исследует употребление англицизмов в русскоязычном молодежном сленге. Рассматривается языковой феномен сленга, его дефиниции. Авторы анализируют примеры использования сленговых выражений в современном русском языке. В заключении авторы приходят к выводу, что англицизмы являются важнейшим ресурсом пополнения современного русского языка и акцентируют внимание на более тщательном изучении данного феномена.

Ключевые слова: *сленг, молодежный сленг, англицизм, краш, чилить, флексить*

**ANGLICISMS IN MODERN RUSSIAN-SPEAKING YOUTH SLANG
(BASED ON THE MATERIAL OF THE ZEN PLATFORM)**

D. Sadokhin, M. Sanina

Irkutsk National Research Technical University

The paper explores the use of anglicisms in Russian-speaking youth slang. The linguistic phenomenon of slang, its definitions are considered. Analyzing examples of the use of slang expressions, the authors consider anglicisms to be the

most important resource for replenishing the modern Russian language and conclude that their more thorough study is necessary.

Key words: *slang, youth slang, anglicism, crush, chill, flex*

В последнее время современный русский язык стремительно пополняется новыми лексическими единицами, заимствованными, как правило, из английского языка. Англицизмы используются в науке, технике, в медийном пространстве, рекламе, в быту и социальных сетях. Они составляют особый пласт языка, изучением которого занимаются ученые различных областей лингвистики.

Цель данной статьи заключается в исследовании сленгового использования ряда англицизмов в речи российской молодежи. В соответствии с целью данной работы мы определили следующие задачи: изучить дефиниции термина сленг в работах отечественных и зарубежных ученых; проанализировать примеры сленгового использования англицизмов в речи русскоговорящей молодежи.

Прежде чем перейти к подробному анализу примеров употребления сленговых выражений в русском языке с использованием английских лексических единиц, считаем, что необходимо рассмотреть дефиниции термина «сленг», встречающиеся в работах лингвистов.

Так, некоторые языковеды относят сленг к пласту нестандартной лексики и подчеркивают, что ее использование невозможно образованными людьми. Термин сленг применяется ими как синоним термина жаргон [1, 3, 5]. В российском языкознании часто встречается дефиниция сленга, предложенная В. А. Хомяковым: «Сленг – это относительно устойчивый для определенного периода, широко употребительный, стилистически маркированный (сниженный) лексический пласт (имена существительные, прилагательные, глаголы, обозначающие бытовые явления, предметы, процессы и признаки), компонент экспрессивного просторечия, входящего в литературный язык, весьма неоднородный по своим истокам, степени приближения к литературному стандарту, обладающий пейоративной экспрессией» [8, С. 7]. Британские лингвисты рассматривают термин *slang* как синоним жаргона, арго или кэнта (*cant*). [1, 5].

Автор «Словаря английского сленга» Р. Спирс уточняет, что термин сленг первоначально использовался только для обозначения британского криминального жаргона как синоним слова кэнт. Впоследствии к сленгу стали относить не только жаргон, но и такие типы нелитературного языка как просторечие, диалекты, вульгаризмы [7, С. 9].

В качестве сленга рассматривают слова и словосочетания, которые не соответствуют требованиям литературной нормы. Такие слова и выражения используются в устной речи и обладают общей эмоциональной оценкой.

Сленг отличается фамильярностью или наличием стилистических границ употребления тех или иных выражений [7, С. 10].

Несмотря на широкое употребление понятия сленг, лексическое значение этого слова не является исчерпывающим. Для нашего исследования примеров русскоязычного молодежного сленга, релевантным является определение О.С. Ахмановой, которая понимает под данным термином «элементы разговорного варианта той или иной профессиональной или социальной группы, которые, проникая в литературный язык или вообще в речь людей, не имеющих прямого отношения к данной группе лиц, приобретают в этих языках особую эмоционально-экспрессивную окраску» [2, С. 455].

Следует особо подчеркнуть, что, являясь живым языком повседневного общения в разных слоях общества, сленг быстро реагирует на любые изменения в социуме. В повседневной речи представителей различных профессиональных сообществ и социальных групп встречаются сленговые слова и выражения. Многие носители русского языка активно употребляют в речи отдельные лексемы и выражения компьютерного, молодежного, военного, криминального сленга и др. Это такие слова, как буллинг, хейтер, инста, кэш, окей, батл, техна, тиммейт, трабл и т.д.

Использование в русскоязычной речи таких слов как краш, чилить, флексить и производных от них лексем, можно рассматривать как иллюстрацию русскоязычного молодежного сленга. Перейдем к анализу примеров молодежного сленга, полученные на медиа-платформе Дзен.

Краш. На русский язык английское слово *crush* переводится как «давить, сокрушать, ломать». Изначально оно использовалось только в компьютерной среде. Как известно, все пользователи компьютеров, девайсов и гаджетов – как профессионалы, так и любители – знакомы с отказом работы системы, программы, игры. Такой сбой в компьютерной среде называется «краш» (*crush*). Иными словами, «крашнутся» может не только система, программа, но и конкретная игра.

Однако стоит отметить, что у этого англицизма есть и другое значение. Эта лексема используется в молодежной речи, когда подразумеваются такие эмоциональные состояния человека как восхищение, влюбленность, симпатия. Это аналогично английскому сленговому выражению *to have a crush on somebody*, то есть *влюбиться, втюриться, запасть на кого-то* [6]. В русском молодежном языке «краш» – это субъект влюбленности, преклонения или восхищения. Этот англицизм обычно употребляется с предлогом «на»: «краш на кого-либо». «Краш» может быть как на знакомое лицо, так и на медийное или литературного героя. Используется в речи и производный глагол «крашнуться» или словосочетание «словить краш на что-то», то есть увлечься, влюбиться в кого-то или что-то. Употребление этого словосочетания подразумевает, что можно увлечься не только человеком, но и литературным персонажем или фильмом [4]. Например, «Я влюбился в нее, она

такая крашиха»; «Думаю о своем краше»; «Я люблю краша, а краш меня игнорит»; «У меня, кажется, новый краш»; «Это мой бывший краш»; «Словил сильнейший краш на этот сериал» [4].

Чилить. Этот глагол является калькой английской лексемы *chill*. На русский язык это слово переводится как холод, озноб или охлаждать, студить, расхолаживать. Появившись в русскоязычном молодежном сленге, лексема «чилить» сначала употреблялась для описания расслабленного или томного состояния человека после ночных «бдений» с распиванием алкогольных напитков [6]. Сейчас этот англицизм приобрел несколько иную интерпретацию – это расслабленный отдых в любом месте. Под англицизмом «чилить» теперь следует понимать любые пассивные действия, которые предполагают возможность расслабиться, получая от этого удовольствие, например, просмотр фильмов или сериалов дома, лёжа на диване; проведение досуга на природе; игра в компьютерные игры; общение с друзьями или времяпровождение в ночном клубе, иными словами – это безделье и игнорирование любых дел. Приведем примеры: «Мы вчера хорошо поработали, сегодня можно почилить»; «– Чем занята сейчас? – Валяюсь дома на диванчике, чилю»; «Сегодня лень работать, хочу чилить и ничего не делать»; «Пойдем почилим после обеда»; «В субботу с подружкой чилили на даче: читали, купались на речке и загорали»; «Иногда лучшее, что можно сделать за день, – просто почилить» [9]. Необходимо подчеркнуть, что в русском языке существует эквивалент данному англицизму – глагол «прохлаждаться = ничего не делать, лениться». Однако заимствованный вариант слова не несет такого негативного значения как русская лексема. Данный англицизм стал использоваться в речи молодежи чаще, чем его русский аналог, так как в глазах сверстников его использование позволяет выглядеть более современным.

Флексить. Лексема «флексить» является калькой английского слова *flex*. На русский язык слово переводится «гнуть, сгибать». Полагают, что в лексиконе американской молодежи данная лексема появилась в начале 2000-х годов и означала «танцевать под ритмичную музыку или раскачиваться под музыку» [6]. Изначально слово «флексить» у русскоязычной молодежи применялось в связи с музыкой стиля рэп, бит и танцами на дискотеках, где танцуют, ритмично двигаясь и изгибаясь в такт музыки. Например, в текстах исполнителей такого музыкального направления как рэп (рэпер Ice Cube, группа The Geto Boys) можно услышать словосочетание «делать флекс», что означает «хаотично двигаться под музыку, демонстрируя свои танцевальные навыки». Помимо этого, встречаются в речи и такие примеры употребления данного англицизма: «Сегодня мы идем флексить в клуб, гоу с нами?»; «Как можно флексить под этот трек?»; «Вот это ты сегодня флексишь!» [10]. Позднее произошло расширение объема значений рассматриваемой кальки. Англицизм стал употребляться в значении «выпендриваться, выставлять что-нибудь напоказ, выделываться на публику»

[10]. Использование данной лексемы означает, что человек своими ложными рассказами безуспешно старается произвести должное впечатление на слушателей. Слово «флекс» употребляется в таком же контексте. «Флексом» называют случаи из жизни, которых в действительности не происходило. Такие истории рассказываются, как правило, для создания собственного имиджа в кругу ровесников. Интенция «флекса» состоит в том, чтобы у слушателей сформировалось впечатление о насыщенной интересными событиями и фактами жизни рассказчика. Например, «Тебе не надоело флексить перед девчонками?»; «Макс постоянно флексит шмотками и отцовской тачкой» [10].

Таким образом, представленные выше примеры использования англицизмов в русскоязычном молодежном сленге подтверждают тезис об экспансии англицизмов в современный молодежный русский язык.

Библиографический список

1. Ayto, J. The Oxford Dictionary of Modern Slang. / John Ayto, John Simpson. – OUP: Oxford University Press. – 2010. – 408 p.
2. Ахманова, О.С. Словарь лингвистических терминов. / О.С. Ахманова. – М.: Советская энциклопедия. – 1966. – 787 с.
3. Белов, Н.С. Словарь живого разговорного английского и американского сленга. / Н.С. Белов. – Минск: Харвест. – 2010. – 256 с.
4. Кто такой краш и что это значит – URL: <https://ktonanovenkogo.ru/voprosy-i-otvety/kto-takoj-krash-cto-eto-znachit-molodezhnom-slenge.html> (дата обращения: 25.03.2023г).
5. Partridge, E. Slang Today and Yesterday. / Eric Partridge. – London: Routledge and Kegan Paul. – 1970. – 476 p.
6. Словарь молодёжного сленга – URL: <https://www.urbandictionary.com/> (дата обращения: 25.03.2023г).
7. Spears, R.A. Slang and Euphemism/ Richard A. Spears. – N.Y.: New American Library. – 1982. – 462 p.
8. Хомяков, В.А. Нестандартная лексика в структуре английского языка национального периода / В.А. Хомяков Автореф. дис. на соиск. учен. степ. д-ра филол. наук (10.02.04). Л. – 1980. – 39 с.
9. Чилить – что это значит в молодежном сленге – URL: <https://ktonanovenkogo.ru/voprosy-i-otvety/chilit-cto-eto-znachit-molodezhnom-slenge.html> (дата обращения: 25.03.2023г).
10. Что такое флексить – URL: <https://slengi.ru/cto-takoe-fleksit/> (дата обращения: 25.03.2023г.)

УДК81.271.2

РОЛЬ АНГЛИЦИЗМОВ В МОЛОДЕЖНОМ СЛЕНГЕ

Е.Д. Семенова, Н.А. Иванцова

Иркутский национальный исследовательский технический университет

Данная статья посвящена рассмотрению влияния английского языка на формирование сленга в речи современной молодежи. Разбираются основные трактовки слова «сленг», анализируется употребление заимствованных слов в различных сферах жизни, а также способы перевода популярных сленговых слов.

Ключевые слова: сленг, заимствование, англицизмы, влияние, молодёжь.

THE ROLE OF ANGLICISMS IN YOUTH SLANG

E. Semenova, N. Ivantsova

Irkutsk National Research Technical University

This article is devoted to the consideration of the influence of the English language on the formation of slang in the speech of modern youth. The main interpretations of the word "slang" are analyzed, the use of borrowed words in various spheres of life is analyzed, as well as ways of translating popular slang words.

Key words: slang, borrowing, anglicisms, influence, youth.

Язык любого народа мира находится в постоянном развитии, какие-то слова переходят в разряд устаревших, какие-то вновь возвращаются в употребление, а какие-то заимствуются из других языков. В последние годы именно заимствование стало для людей вполне обычным явлением. Таким же, как и появлением сленга в нашей речи. Сленг можно услышать как в речи медицинских работников, так и в речи компьютерных игроков. Все слои общества используют сленговые сокращения, либо же сам сленг. Особенно культура сленга присуща молодежной среде [1]. Ведь именно молодые люди являются самой активной группой населения, которая развивается во многих сферах.

По версии новозеландско-британского лексикографа Партриджа, слово slang произошло от глагола sling что в переводе обозначает «швырять». Другие исследователи [3] утверждают, что слово slang было зафиксировано еще в начале XVIII века, тогда этим пользовались в основном криминальные классы. Термин «сленг», со значением «язык низкой культуры» или вульгарного типа, впервые зафиксировано в 1756 году. А уже с 1802

году этим термином обозначают немного другое значение: отклонение от стандартов речи или наречие определенного класса или периода.

Рассмотрим некоторую часть научных определений сленга: современный толковый словарь русского языка Ефремовой [5] дает такое определение по запросу «сленг». Сленг – совокупность слов и выражений, употребляемых представителями определенных групп, профессий и т.п.; и составляющих слой разговорной лексики, не соответствующей нормам литературного языка. В свою очередь Большой Оксфордский словарь [6] английского языка определяет слово сленг практически идентично. Сленг – неформальные слова и выражения, которые чаще встречаются в разговорной речи, особенно используемые определенной группой людей, например, детьми, студентами, солдатами и т.д.

Научные исследователи затрудняются дать точное определение такого понятия, как сленг. С одной стороны, сленг - это набор слов и выражений языка, с другой стороны – это стилистически речевое использование форм. Эрик Партридж (Partridge 1970: 4) приводит множество определений термина «сленг», но лишь определение, данное в Большом Оксфордском словаре, признается им полноценно. Партридж называет сленг более важной частью разговорной речи, чем литературной, обладающей, в первую очередь, неологизмами, которые будут приняты, либо станут индивидуально-авторскими неологизмами [2].

Опираясь на эти определения, можно сделать собственный вывод, сленг – это свободный язык, свойственный некоторой группе людей. И такой группой может являться молодежь.

Молодежный сленг включает в себя различные сокращения и производные от них, английские выражения, а также звуковые ассоциации. Одной из отличительных особенностей молодежного сленга является быстрое развитие в связи с изменением интересов и поколений [4].

В современном мире люди в возрасте от 16 до 25 лет находятся в постоянном развитии, в поиске себя и своего призвания. Молодёжь активна задействована во всех сферах жизни. Молодые люди читают книги, смотрят фильмы различных жанров, а также постоянно находятся в медиaprостранстве. Многие влияют на формирование восприятия и появление чего-то нового и общепринятого. Так в жизни людей появился и укрепился сленг. Молодежный сленг определяют как совокупность языковых средств высокой экспрессивной силы, которые постоянно меняются и которые молодежь использует в общении с теми, с кем состоит в дружеских, фамильярных отношениях.

Уже достаточно давно литературный стиль речи не употребляется молодым поколением, даже разговорная речь на данный момент претерпевает изменения, путем появления в ней различных иностранных заимствований и сокращений. Именно использование новейших гаджетов и интернет-технологий стало толчком для появления и развития сленговых выражений.

Общеизвестно, что соцсети используют миллиарды людей. А из-за пандемии Covid-19 количество интернет-пользователей резко возросло. Например, такая соцсеть как ВКонтакте. Статистика говорит о том, что основной частью пользователей самой популярной сети стран СНГ, являются лица возраста от 15 до 34 лет. Это стало причиной выбора автором молодежной группы как целевой для исследования.

В поле зрения исследования – молодежь студенческого возраста, поэтому стоит обратить внимание на их быт, обучение, досуг и общение.

Действительно, студенческая молодежь была и остается больше всего образованным пластом молодого поколения, поэтому и язык, которым она пользуется, будет оставаться в пределах нормы, но с включениями жаргонизмов, связанных с обучением, определенным периодом или ситуацией в их жизни. Рассмотрим наиболее популярные сленговые выражения, которые имеют английское происхождение:

Дедлайн (англ «deadline» – крайняя черта) – крайний срок выполнения задания, работы.

Токсик (англ «toxic» – токсичный) – грубый, невоспитанный, злой человек.

Окей (англ «okay» – «all correct» – все хорошо) – всё в порядке.

Лайкать (англ «like» – нравиться) – способ выразить одобрение.

Хейтить (англ «hate» – ненавидеть) имеет прямое значение, презирать кого-то. От этого же слова есть термин «хейтер» – ненавистник.

Флудить (англ «flood» – наводнение) – размещение однотипной информации на веб-сайтах либо же в чатах соцсетей.

Сёрфить (англ «surf» – серфинг) чаще всего под этим подразумевается просмотр различных веб-ресурсов в интернете.

Краш (англ «crush» – увлечение) – предмет воздыхания, либо восхищения. Может употребляться как к реальному человеку, так и к персонажу игры, книги, фильма.

Треш (англ «trash» – мусор) обычно употребляется по отношению к чему-то ужасному, неприятному внешне.

Юзать (англ «to use» – использовать) имеет также значение использовать.

Чилить (англ «chill» – расслабиться) – релаксировать, отдыхать.

Кринж (англ «cringe» – съёживаться) – чувство стыда, либо выражение «испанского стыда». Также употребляются образованные от него «кринжово» – стыдно и «кринжовый» – стыдный.

Войсить (англ «voice» – голос) – записывать голосовые сообщения в мессенджерах.

Часто находясь в окружении молодёжи, можно услышать подобные сленговые выражения, но не все употребляют «модные» слова в своей речи. Таким образом, в процессе данного исследования возникла необходимость

проведения опроса молодых людей с целью определения частоты использования молодежного сленга, а именно англицизмов. В опросе приняли участие преимущественно студенты и школьники в количестве 40 человек.

Результаты исследования показали, что 91,4% молодых людей положительно относятся к использованию сленга как в своей речи, так и в речи окружающих их людей. Наиболее используемое сленговое слово – «кринж», а также «ок», «вайб», «треш», «лайк», «токсик». Частота употребления сленговых слов или англицизмов в речи оказалось не такой большой, всего 36,1% опрошенных регулярно пользуются этим в общении с друзьями, знакомыми, родными, 47,3% предпочитают использовать сленг в небольшом количестве, остальные вовсе стараются воздержаться от «модных» слов в своей повседневной жизни. Также был задан вопрос о том, откуда по мнению молодых людей сленг приходит в нашу речь. Каждый опрошенный дал практический однозначный ответ – социальные сети, на втором месте оказались медиа.

Таким образом, англоязычные заимствования имеют непосредственное влияние на развитие сленга в русском языке. Количество англоязычных заимствований постоянно растет, потому что это тесно связано с популярностью английского языка, технологиями, повседневной жизнью. Подводя итог, можно сказать, что сленг и англоязычные выражения для русскоязычной молодежи являются отличным способом показать свой уровень вовлеченности в социальную жизнь, профессионализм в какой-либо сфере, а также продемонстрировать свой уровень владения иностранным языком. Стоит отметить, что процесс заимствования англицизмов и появления сленга в речи, с одной стороны приводит к обогащению и увеличению словарного запаса русского языка, с другой - чрезмерное употребление негативно скажется на словарном составе, вытесняя русские выражения и слова.

Библиографический список

1. Береговская, Н.В. Молодежный сленг: формирование и функционирование. Вопросы языкознания. Москва. – 2000. – №3. – С. 89.
2. Определение сленга разных авторов. – URL: <https://folkmap.ru> (дата обращения: 5.04.2023)
3. Понятие сленга у российских и зарубежных лингвистов. – URL: <https://studexpo.net> (дата обращения: 5.04.2023)
4. Пирожник, Е.В. Англо-американизмы в русском молодежном сленге и их влияние на речь современного подростка. – URL: <https://school-science.ru/2/3/31467> (дата обращения: 5.04.2023)
5. Сленг. – URL: <https://dic.academic.ru> (дата обращения: 5.04.2023)
6. Slang. – URL: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com> (дата обращения: 5.04.2023)

УДК 81'371.3

РУССКО-АНГЛИЙСКИЕ ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ В ВЫРАЖЕНИИ ПОВЕДЕНЧЕСКИХ ХАРАКТЕРИСТИК ЧЕЛОВЕКА

В.М. Сибилева, Е.Д. Ю

Иркутский национальный исследовательский технический университет

Статья посвящена исследованию фразеологизмов со значением поведения человека в обществе. Объектом изучения послужили фразеологические единицы английского языка, имеющие аналогичное по значению фразеологическое выражение в русском.

Ключевые слова: фразеологизм, фразеологическая единица, идиомы, характеристика человека.

RUSSIAN-ENGLISH PHRASEOLOGY REFLECTING THE HUMAN BEHAVIOR CHARACTERISTICS

V. Sibileva, E. Yu

Irkutsk National Research Technical University

The article is devoted to the study of phraseology with the meaning of human behavior in society. We consider the English idioms, which have similar phraseological expression in Russian.

Key words: phraseology, phraseological unit, idiom, human behavior characteristic.

Английский язык более распространен в мире, чем другие языки. Благодаря своей глобализации, английский является официальным и основным языком общения во многих странах мира, а также стал стандартным языком всех видов международного общения: обучение по обмену, работа за границей, туризм и т.п. Исходя из этого, необходимо развивать свой уровень английского языка.

Современное образование строится вокруг знания английского языка. Он является обязательным в учебной программе. Необходимость обучения иностранным языкам ярко появляется в высших учебных заведениях. В каждом университете изучают английский, потому что он необходим студентам любой специальности, независимо от профиля и направления подготовки. В процессе изучения английского языка большое внимание уделяется грамматике и лексике. К сожалению ограниченное лексико-грамматическое обучение не позволяет, в полной мере, освоить культурно-языковой материал,

потому что этого недостаточно для коммуникации с носителями английского языка и его использования в профессиональной деятельности.

Фразеологизмы являются важной и порой неотъемлемой частью в лучшем понимании языковых аспектов. Они необходимы для обогащения речи, отражают менталитет народа и национальный образ носителей языка. Изучение и применение в своей речи фразеологических единиц (далее ФЕ) способствует интегрированию в англоговорящем обществе. Многогранные возможности ФЕ раскрываются из-за их частого употребления в речи носителей языка и творческого преобразования речевых оборотов многими писателями в своих произведениях. Благодаря эмоциональной составляющей фразеологизмов, можно красочно передать поведенческие характеристики человека. Это помогает ясно выразить оценку, эмоции, отношения и впечатления о человеке. Правильное использование ФЕ в речи делает ее разнообразной, а также показывает, насколько говорящий осведомлен в особенностях языка.

Говоря об устойчивых выражениях, исследователи придерживаются двух понятий – широкого и узкого. Широкое понятие представляет собой все устойчивые сочетания и выражения: поговорки, пословицы, описательные или аналитические обороты, семантически членимые образования, значения которых равно значению составляющих их слов. Данная идея представлена лингвистами А.И. Ефимовым, Н.М. Шанским и другими [5], [12].

В узкое понятие фразеологии входят фразеологические единства и идиоматические единицы, которые иначе называются фразеологические сращения – семантически неделимые образования, значения которых соответствуют какому-либо слову или сочетанию. Такое мнение было близко В.П. Жукову, Н.Н. Амосовой [1], [6].

Известный советский лингвист В.В. Виноградов, в свою очередь, разработал классификацию фразеологизмов, выделяя три типа [4]:

1. фразеологические сочетания – фразеологические единицы, в состав которых входят слова, как с самостоятельным значением, так и с фразеологически связанным (сочетательная возможность с другими словами «закадычный друг», «кромешная тьма»);

2. фразеологические сращения, или идиомы – единицы постоянного контекста, характеризуемые целостным значением, в которых ни один из компонентов не обладает фразеологически связанным значением, зависящим от связи с другими компонентами (немотивированные единицы «бить баклуши», «неровен час»);

3. фразеологические единства – словосочетания, значение которых только частично зависит от значения компонентов. Изменение порядка слов в таких единицах невозможно (мотивированные единицы с единым целостным значением «закинуть удочку», «семь пятниц на неделе»).

В данной статье будут рассматриваться некоторые фразеологические единицы. Целью исследования является сопоставление русско-английских

фразеологизмов со значением поведенческих характеристик человека для выявления сходств и различий, что помогает выявить соприкосновение различных языков в истории и психологии народов [2].

Согласно определению В.В. Виноградова, «фразеологическая единица (также *фразеологизм* или *фразеологический оборот*) – это лексически неделимое, устойчивое в своём составе и структуре, целостное по значению словосочетание, воспроизводимое в виде готовой речевой единицы». Главной особенностью устойчивых выражений является несоответствие плана содержания плану выражения, что определяет специфику ФЕ, придаёт глубину и гибкость её значению [7, С. 69].

Поведение человека отличается относительной устойчивостью и постоянством проявления. В каждом языке с течением времени сформировались словосочетания, описывающие характеристики человека. Анализ языкового материала позволяет выделить несколько больших групп ФЕ: 1) основанные на библейской символике; 2) с женскими и мужскими именами; 3) с соматизмами. В данном контексте рассмотрим фразеологизмы и идиомы, выражающие поведенческие характеристики человека.

Религиозная основа любого общества находит языковое отражение. С распространением в англоговорящих странах и в России христианской, светской литературы распространение получили фразеологизмы, связанные с Библией. Библейские ФЕ включают в себя слова-символы и несут в себе эмоционально-оценочную характеристику человека, имеющую переносный смысл [2]. Фразеологизмы, в которых библейские прототипы могут употребляться в буквальном смысле, восходят к библейскому сюжету или символике: Адам, Святой, Фома, Самюэль и др. Эти компоненты занимают центральное положение в ФЕ.

Patience of a saint (ангельское терпение) [АРФС].

Not to know sb. from Adam [АРФС] – *в глаза не видел* – не знать кого-либо в лицо, быть незнакомым [3], [8].

A doubting Thomas – *Фома неверующий* – Человек, которого трудно заставить поверить во что-л. [Там же].

Is Saul also among the prophets – *Неужели и Саул во пророках* – о человеке не на своем месте [Там же].

Огромный пласт составляют фразеологизмы, основанные на имени собственном. Обращение к теме человеческого фактора в языке свидетельствует о переходе от установки рассматривать язык в самом себе, к подходу, предполагающему изучение языка в тесной связи с человеком. Однако, как невозможно представить человека без языка, так и невозможно вообразить человека без имени. Имена – это названия самих вещей, а не только представлений о них. Названия имеют цель побудить слушателя представить себе то, о чем говорим и указать ему на то, что мы думаем.

Русские и английские имена ярко представляют культуру и языковую картину своего народа. Они описывают характер человека и используются

метафорически. Имена связаны в сознании носителей языка с наиболее известными носителями имен. Однако имя собственное не всегда является маркером обозначения человека. Своеобразие имени собственного в речевом употреблении диктует необходимость изучения особенностей его функционирования в составе фразеологизмов [2].

Jack-of-all-trades – Мастер на все руки [АРФС]

Proper Charlie – Круглый дурак, набитый дурак [11]

Peeping Tom – Том Подгляда, суёт свой нос куда не нужно [2].

Johnny on the spot – Человек на которого можно положиться [АРФС]

As wise as Solomon – Мудрый как Соломон, *Seven years in the lurch* – очень умный человек, талантливый [3].

Фразеологизмы с компонентом соматизма формировались в русском и английском языках на протяжении веков. Для отражения информации о человеке и окружающем мире сформировались ФЕ, которые основаны на представлении человека о себе. В процессе жизнедеятельности человек измерял себя с окружающим миром при помощи частей своего тела.

Под соматизмом или фразеологизмом с соматическим компонентом понимается вид идиом, отсылающих к жестике, мимике, психосоматике человеческого тела и частям тела человека и животных. Они принимают участие в образовании фразеологизмов и формировании их значения. Широкое употребление ФЕ с соматизмами происходит, благодаря актуальности их содержания, простотой грамматической структуры и народностью.

A big mouth – Язык без костей – человек, который говорит много или лишнее [10].

The wind in my head, empty-headed – Ветер в голове – легкомысленный, несерьезный человек [Там же].

You're healthy as a horse – Здоровый как лошадь – сильный и здоровый человек. [Там же]

Curiosity killed the cat – Любопытство до добра не доводит [9].

A wise man changes his mind, a fool never will – Хоть кол на голове теши, а он всё за свое – человек, которому нельзя ничего объяснить из-за его глупой упрямости [Там же].

Horse around [АРФС] – Валять Ваньку – дурачиться, вести себя глупо

Подводя итог, можно сделать вывод, что сопоставительный анализ русско-английских фразеологизмов в выражении поведенческих характеристик человека позволяет оценить некоторую схожесть английского и русского языков, которая помогает на уровне ассоциаций углубиться в изучение фразеологии другого народа. Однако, следует отметить, что культуры и языки разных народов всё же сильно различаются, несмотря на схожие значения некоторых ФЕ. Благодаря пониманию схожести и различия устойчивых выражений русского и английского языков, получается оценить и понять менталитет другого народа. Следовательно, при интегрировании в

англоговорящую среду следует изучать фразеологию для понимания мысли носителя языка или более ясного выражения своей идеи.

Библиографический список

1. Амосова, Н.Н. Основы английской фразеологии – М.: Едиториал УРСС. – 2010. – 216 с.
2. Башмакова, И.С. Фразеологические единицы в аспекте перевода – Иркутск: Издательство Иркутского национального исследовательского технического университета. – 2017. – 154 с.
3. Большой фразеологический словарь русского языка / Отв. ред. В.Н. Телия. – 4-е изд. – М.: АСТ–ПРЕСС КНИГА, 2009. – 784 с.
4. Виноградов, В.В. Основные понятия русской фразеологии как лингвистической дисциплины. – Л. – 1944. – 957 с.
5. Ефимов, А. И. Об изучении языка художественных произведений. – М.: Наука. – 1952. – 142 с.
6. Жуков, В.П. Русская фразеология. – М.: Высшая школа, 1986. – 310 с.
7. Казакова, Т.А. Практические основы перевода English-Russian – СПб.: Издательство Союз. – 2001. – 320 с.
8. Кодычев, Л.Г., Жильцова Л.В. Краткий словарь библейских фразеологизмов – Самара: Бахрах-М. – 2006. – 175 с.
9. Кунин, А.В. Англо-русский фразеологический словарь (АРФС) – М.: Рус. яз., 1984. – 944 с.
10. Лубенская, С.И. Русско-английский фразеологический словарь – Москва: Издательство Языки русской культуры, 1997. – 1056 с.
11. Фразеологический словарь современного русского языка. – М.: «Аделант», 2014. – 512 с.
12. Шанский, Н.М. Фразеология современного русского языка. – СПб.: Специальная лит., 1996. 192 с.

УДК 37.013.75

ДИСТАНЦИОННОЕ ОБУЧЕНИЕ КАК РЕШЕНИЕ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ

В.Е. Стригельский, Н.А. Корепина

Иркутский национальный исследовательский технический университет

Работа посвящена применению дистанционных технологий при обучении студентов с ограниченными возможностями в высших учебных заведениях. Дистанционное обучение решает проблему посещения занятий студентов

с ограниченными возможностями вследствие их медицинских ограничений, позволяя учащимся получать доступ к образовательному процессу.

Ключевые слова: дистанционное обучение, инклюзивное образование, дистанционные технологии, интернет.

DISTANCE LEARNING AS A SOLUTION FOR STUDENTS WITH DISABILITIES

V. Strigelsky, N. Korepina

Irkutsk National Research Technical University

The paper is devoted to the consideration of the use of distance learning technologies in teaching students with disabilities in higher educational institutions. Distance learning solves the problem of disabled students' attendance due to their medical limitations, allowing them to access the educational process.

Key words: distance learning, inclusive education, distance technologies, Internet.

Структура изменений в мировой образовательной системе, обусловленных развитием науки и технологий, повлияла на всю жизнь общества. Появление дистанционного образования – это не внезапное событие. Развитие интернета и ускорение прогресса в области научных исследований привели к распространению этого формата обучения. Отсюда, применение компьютерных систем обучения – перспективная тенденция непрерывного обучения, его возможности и личностного ориентирования в процессе образования [3].

Один из главных вопросов, с которым сталкиваются студенты с ограниченными возможностями, – доступность учебных заведений. Не каждое учреждение обеспечивает достаточный уровень комфорта и безопасности для инвалидов и людей с ограниченными возможностями. Кроме того, такие обучающиеся не могут посещать занятия в учебных заведениях по причине их местоположения и персональных медицинских ограничений.

Целью настоящей статьи является анализ применения дистанционных технологий при обучении студентов с ограниченными возможностями в высших учебных учреждениях.

Большинство университетов начинают самостоятельно решать эти проблемы путем развития инклюзивного образования. При этом следует понимать и то, что накопленная практика работы в высшей школе, объединяющая специалистов разного профиля, часто не соответствует специфике функционирования высшего образования [4]. Как видится, инклюзивное об-

разование нацелено на обеспечение равных возможностей доступа к высшему образованию, несмотря на потенциальные ограничения возможностей здоровья учащихся [6].

Дистанционное образовательное образование имеет неоспоримые преимущества, которые получают потребители услуг образования, а также вузы, предоставляющие их. Оно позволяет регулировать темп обучения, ориентируясь на индивидуальные особенности студентов. Это означает, что обучение становится доступным и гибким. Обучающиеся могут изучать курсы в любое время и в любом месте, используя компьютер, смартфон или планшет, что позволяет им гибко планировать свое время и не зависеть от расписания занятий. Кроме того, дистанционное обучение способствует развитию информационно-коммуникационных технологий. Обучающиеся знакомятся с программами, полезными для их будущей профессиональной деятельности, проявляют свой интерес и творческий потенциал.

Однако дистанционное образование не даёт возможности развивать коммуникативные навыки, что является значимым недостатком. Очевидно, что личное общение студентов с преподавателями, студентами существенно минимизируется. Важно отметить, что дистанционная форма обучения не подходит для таких специальностей и направлений подготовки, которые включают в свои учебные планы большое количество часов практических занятий. К таким специальностям относятся, например, «Землеустройство и кадастры», «Химическая технология», «Архитектура и дизайн», «Градостроительство» и другие.

Российские вузы сталкиваются с проблемой технической оснащённости, затрудняющей развитие дистанционной формы образования. Одна из ведущих проблем связана с отсутствием высокоскоростного интернета (доступного Wi-fi как для преподавателей, так и для студентов), а также технического персонала и оборудования для создания и поддержки качественных аудио- и видео- лекций. Кроме того, не все учащиеся, владеют техническими средствами для эффективной двусторонней связи (компьютеры, ноутбуки, планшеты) с актуальным программным обеспечением для работы с презентациями, видеопленками.

В научной литературе, посвященной теме нашего исследования, обсуждаются модели организации служб психолого-педагогической помощи людям с ограниченными возможностями [2, 4]. Так, региональная модель службы психолого-педагогического сопровождения детей с детским церебральным параличом (ДЦП) успешно функционирует на базе реабилитационного центра в Республике Казахстан. Структура службы состоит из нескольких взаимосвязанных модулей. Во-первых, это модули кадрового ресурсного обеспечения и научно-методического обоснования и руководства. Более того, в состав службы входят модуль содержательно-организацион-

ных аспектов работы, а также модуль оценки и контроля качества, оценивающий психолого-педагогическое сопровождение процесса реабилитации [2, 4].

В Оренбургском государственном университете производится постоянный мониторинг инклюзивного образования. Для этого проводятся опросы и интервью ключевых стейкхолдеров: студентов, преподавателей, руководителей различных структурных подразделений. Важно подчеркнуть, что в исследовании проводился опрос университетского сообщества, проанализирован успешный опыт изменения базовых принципов образовательного процесса. Таким образом, были выявлены проблемные точки, которые стали толчком оперативного внедрения в учебный процесс новых образовательных практик [4]. Интересно, что мониторинг практик в весеннем семестре 2019–2020 учебного года показал, что во время пандемии сложилось несколько режимов дистанционной образовательной деятельности в университете:

- 1) Асинхронный (заочный);
- 2) Синхронный;
- 3) Смешанный [1, 2].

Режимы обучения, описанные выше, имеют различия в подходах к преподаванию. В асинхронном режиме студенты изучали материал, представленный на университетской платформе LMS (Learning Management System), а выполнение заданий происходило в удобное время в соответствии с предписанными дедлайнами. В синхронном типе обучения студенты участвовали в вебинарах на общедоступных платформах для видеоконференцсвязи (Zoom, Skype, Google-Meet, Discord и т.п.). Следовательно, на во время обучения менялись акценты в преподавании в зависимости от выбранного подхода.

Для организации дистанционного обучения использовались различные форматы взаимодействия с использованием средств ИКТ (информационно-коммуникационных технологий), таких как мессенджеры (WhatsApp, Viber, Telegram и т.п.), социальные сети (ВКонтакте), видеохостинг YouTube. В смешанном формате обучения осуществлялось синхронное и асинхронное взаимодействие в зависимости от поставленных педагогических задач.

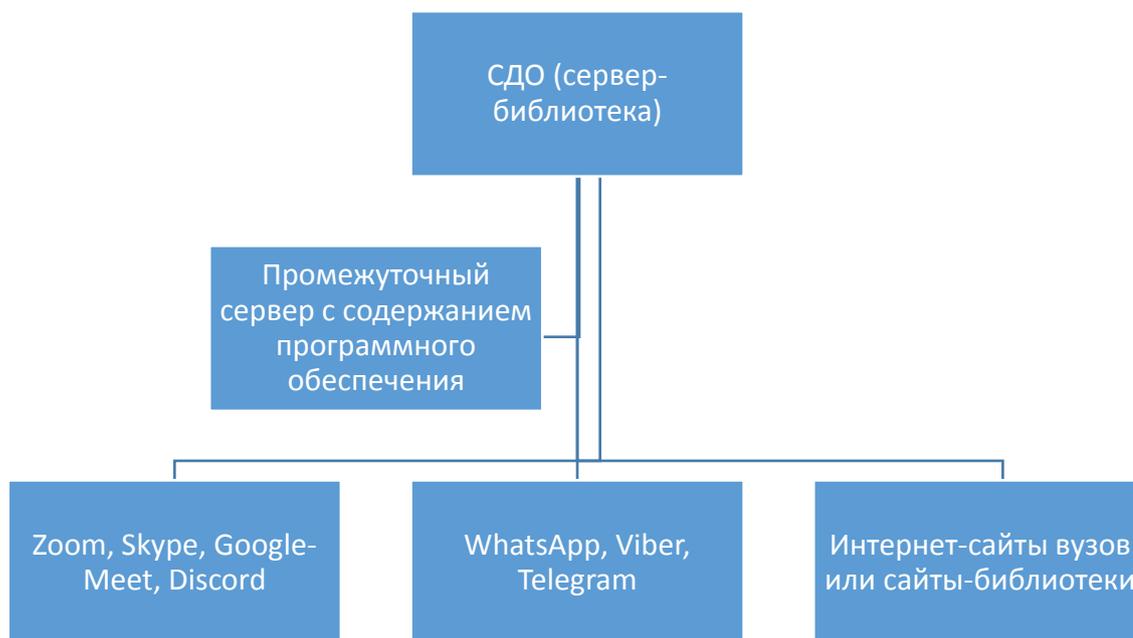
В рамках настоящей работы нами было проведено интервью с помощником проректора по кампусному и корпоративному управлению ИРНИТУ Ольгой Николаевной Толстых. В результате было установлено, что «дистанционное обучение подходит для ребят, у которых тяжелая патология, которая не позволяет им находиться в университете. Вообще, вся суть инклюзии – это вовлечение ребят с ограниченными возможностями в наше общество, в студенческую когорту. ... Это общение, коммуникация. Мне кажется, что нужно грамотно сочетать дистант в тех случаях, когда он действительно необходим по показаниям. Для ребят мы создаем возможности обучаться в

коллективе, чтобы они общались, находили друзей, больше прорабатывали свои коммуникативные навыки и не закрывались в себе, отдаляясь от коллектива» [по материалам Интервью].

По мнению О.Н. Толстых, полное исключение возможности дистанционного обучения для студентов с ограниченными возможностями нецелесообразно. Естественно, что «все зависит от патологии у студентов» [по материалам Интервью]. Более того, «в техническом вузе студенты обучаются очень сложным профессиям, которые переход на дистанционную форму обучения все-таки не предусматривают» [по материалам Интервью], поскольку студенты должны осваивать практико-ориентированные дисциплины и, следовательно, посещать практические/лабораторные занятия, проходить практику. На наш взгляд, вероятным решением проблемы станет набор отдельных специальностей в формате дистанционного обучения, например, специальности, связанные с компьютерными технологиями и IT технологиями.

Кроме того, вузы организуют серверы-библиотеки, в литературе называемые СДО (система дистанционного образования), предоставляющие технические возможности студентам для самостоятельной работы без посещения вуза с использованием технологий удалённой коммуникации. Для обучения студентов университеты используют дистанционную среду Moodle, которая позволяет создать единое информационное пространство для обучения и является достаточно удобным сервисом для проведения лекций в удалённом формате. С другой стороны, многие вузы используют опции групповых комнат Skype, деля потоки на группы по несколько человек. Все эти возможности также предоставлены сервисами Zoom, Skype, Google-Meet, Discord. Данная система организации дистанционного обучения в университетах представлена на рисунке 1.

Рисунок 1. Иерархическая схема технической организации систем дистанционного образования в вузах (этапы сетевой трансляции)



В заключение можно сказать, что в настоящее время отмечается новый образовательный тренд в высшем образовании, инклюзивное дистанционное образование с применением технологий в процессе профессиональной подготовки будущих специалистов. Дистанционное обучение является, на наш взгляд, эффективным и технологичным решением для обучающихся с ограниченными возможностями, поскольку оптимизирует учебный процесс, делает его интересным, и не зависит от физических возможностей обучающегося даже при восприятии самого сложного учебного материала. Таким образом, для повышения эффективности студентов, развития их профессиональных компетенций, целесообразно включение двух компонентов в учебный процесс: 1) образовательного портала; 2) электронных образовательных ресурсов. Это позволит создать всеобщую развитую дистанционную форму обучения, которая будет доступна для всех студентов. Студентам с ограниченными возможностями также открываются перспективы получения образования и дальнейшего трудоустройства при использовании данной формы обучения.

Библиографический список

1. Домрачев, В.Г. Дистанционное обучение: возможности и перспективы// Высшее образование в России. – 1994. – №3. – С. 11.
2. Животовская, И.Г. Экономические аспекты реформы высшего образования в Нидерландах // Экономика образования за рубежом: Сб. обзоров. – М.: ИНИОН РАН, 2005. – С. 87–107.

3. Кислухина, И.А. Использование дистанционных образовательных технологий в системе высшего образования: проблемы и перспективы // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. – 2017. – №9. – С. 84.
4. Кувшинова, И.А., Мицан, Е.Л., Разумова, Е.М., Шулева, Е.И. Современные технологии инклюзивного образования в высшей школе // Высшее образование в России. – 2019. – №6. – С. 138–148.
5. Левченко, И.Ю., Евтушенко, Е.В., Никольская, И.А. [Электронная книга] Дистанционное образование: педагогу о школьниках с ограниченными возможностями здоровья. – 2016. – 336 с.
6. Орешкина, О.А., Двудичанская, Н.Н. Формирование специальных компетенций у студентов с нарушениями слуха в условиях технического вуза // Высшее образование в России. – 2019. – №10. – С. 140–151.
7. Тихомиров, В.П., Солдаткин, В.И. Дистанционное обучение: к виртуальным средам знаний // Научно-практический журнал «Открытое образование». URL: http://www.e-joe.ru/sod/99/2_99/st158.html (дата обращения: 18.09.2020).

УДК 821.161'82.03

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ЗАГОЛОВКОВ РУССКОЙ КЛАССИЧЕСКОЙ ЛИТЕРАТУРЫ НА АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК

Э.С. Туфанова, Е.Д. Ю

Иркутский национальный исследовательский технический университет

В данной статье авторы рассматривают способы перевода названий русских классических произведений на английский язык. Упорядочивание переводов производилось на основе классификаций И.В. Арнольд и А.В. Ламзиной. Также были рассмотрены случаи осложнённого перевода, а именно безэквивалентной лексики.

Ключевые слова: *перевод русской литературы; заглавия; безэквивалентная лексика; английский язык.*

PECULIARITIES OF HEADLINES TRANSLATION INTO ENGLISH (A CASE-STUDY OF RUSSIAN CLASSICAL FICTION)

E. Tufanova, E. Yu

Irkutsk National Research Technical University

The paper dwells upon the ways of translating the headings of the Russian classical fiction into English. Arranging the translation techniques was based on the classifications of I.V. Arnold and A.V. Lamzina. We are also considering some cases of complicated translation, namely, of non-equivalent lexics.

Key words: *translation of Russian literature; headings; non-equivalent lexics; English.*

Первое, на что обращает внимание человек при выборе книги, – это её название. Заголовок может заинтересовать или, наоборот, вызвать неприятие. Если же это произведение иностранного писателя, то оно интересно вдвойне: во-первых, как самостоятельный художественный или исследовательский объект, а во-вторых, оно помогает понять ход мыслей представителя другой нации на проблему, узнать его мировоззрение. Поэтому, через сочинения русских писателей-классиков многие иностранцы пытаются понять и разгадать русскую душу. Как нельзя лучше для этого подходят произведения Золотого и Серебряного веков русской литературы, поскольку в это время творили такие известные авторы как А.С. Пушкин, Н.В. Гоголь, Ф.М. Достоевский и многие другие.

На данный момент существует немного работ, которые раскрывают интересную тему перевода русских книг на другие иностранные языки, когда, в частности, уделяется отдельное внимание переводу названий заголовков литературных произведений. Наибольший интерес представляет собой английский язык, на котором разговаривает около 20% населения Земли, поэтому, чаще всего, перевод осуществляется именно на английский язык. И как сказано выше, для массового перевода на иностранные языки выбирают классическую литературу 19–20 века, времени знаковым для России, как в историческом, так и в культурном плане.

Существуют определённые классификации заголовков, которые упрощают выбор перевода при многозначности слов или словосочетаний, соотнося смысл заголовков с типовой классификацией. Например, И.В. Арнольд выделяет две классификации заголовков по структурно-семантическим характеристикам, распределяя их на основе образности и связи с текстом [2, С. 24–27]. Но бывают случаи, когда ожидания, связанные с прочтенным заглавием, не оправдываются при полном прочтении текста, тогда возникают стилистические ошибки.

Исследователь Э.А. Лазарева пишет, что «стилистические ошибки возникают в тех случаях, когда нарушаются смысловые связи заголовка с текстом. ... Название газетного материала эксплицирует тему текста. Это нейтральная смысловая связь «заголовок – текст». Экспрессивные соотношения возникают тогда, когда заглавие соотносится с одним из тезисов, развивающих основную мысль, с аналитической оценкой ситуации, второстепенными элементами общего содержания текста. При ошибочном выборе заглавия экспрессия не возникает, и понимание связи заголовка с содержанием текста затруднено» [5, С. 7–8].

Наиболее оптимальной и всеобъемлющей типологией заглавий является классификация, составленная А.В. Ламзиной. Её преимущество заключается в разносторонности и широкой применимости на практике. Большую часть литературных произведений можно подвести под критерии, названные выше. Ниже представлено распределение популярных у иностранцев и интересных своим названием произведений.

Таблица 1

Классификация А. В. Ламзиной и примеры перевода заголовков				
Заглавия, представляющие основную проблему или тему, описанные автором в произведении	Заглавие, которое задаёт сюжетную перспективу произведения		Персональные заглавия (это антропонимы, сообщающие о национальности, родовой принадлежности и социальном статусе главного героя)	Заглавие, которое обозначает время и пространство
	Представляющие весь сюжетный ряд (фабульные)	Выделяющие важнейший с точки зрения развития действия момент (кульминационные)		
A Nest of Gentefolk	How a Mu-zhik Fed Two Officials	The Storm	The Government Inspector	The Cherry Orchard
Heart of a Dog	Poshekhon-skaya antiquity	The Fatal Eggs	The Soborians	The Lower Depths
Without a Dowry	War and Peace		The Station-master	Resurrection
Who Can Be Happy and Free in Russia?	The Road to Calvary		The Man in the Case	
The Overcoat			Eugene Onegin	
Dead Souls			The Novice	

The Insulted And Humiliated			Netochka Nezvanova	
House with a mezzanine			The Idiot	
			Doctor Zhivago	
			The Brothers Karamazov	
			Anna Karenina	
			Oblomov	
			The Raven Petitioner	

Поясняя последний критерий, исследователь отмечает, что «Заглавие, которое обозначает время и пространство, помимо названий времени суток, дней недели, месяцев, время действия, может быть обозначено датой, соотносимой с историческим событием. («Один день Ивана Денисовича» А.И. Солженицын). Место действия может быть обозначено в заглавии с разной степенью конкретности, реальным («Рим» Э. Золя) или вымышленным топонимом («Чевенгур» А. Платонова), определено в самом общем виде («Деревня» И.А. Бунина). Выбор топонима автором обычно обусловлен общим замыслом произведения». [1, С. 28]

Но стоит заметить, что в *таблицу 1* не вошли произведения имеющие названия, которые изменяются при переводе, и/или значение, вложенное в них автором, теряется. Данное явление носит название *безэквивалентной лексики*, т.е. слово не имеет аналогов, полностью раскрывающих всю его многозначность. Если использовать словарный прямой перевод, то на английском языке заглавие приобретёт смысл, непонятный для потенциального читателя или вводящий его в заблуждение. Например, дословный перевод известного произведения М.А. Шолохова «Тихий Дон» будет выглядеть как *Quiet Don*, но для иностранцев, не знающих географию России, название книги будет говорить о тихом доне, т.е. криминальном авторитете, который был тихим. Поэтому художественный перевод звучит следующим образом: «*And Quiet Flows the Don*» – «И тихо течет Дон», что отсылает к водной природе слова *Дон*.

Существуют способы систематизации и безэквивалентной лексики, такие как: *транслитерация*, *транскрипция* и *калькирование*. Первые два подходят для точного перевода слов, которые нельзя заменить чем-либо в другом языке, чаще всего, таковыми являются фамилии и имена, названия мест, диалектизмы и др. Третий способ *калькирование* представляет собой мозаику, созданную переводчиком на иностранном языке при помощи, как изменения формы слова, падежа, числа, так и количества слов во всей фразе.

Транслитерация – точная передача знаков одной письменности знаками другой, при которой каждый знак (или последовательность знаков) одной системы письма передаётся одним и тем же знаком (или последовательностью знаков) другой системы письма [7, С. 458].

Обычно транслитерацию применяют по отношению к мертвым языкам или малоизвестным, а также к языкам, имеющим сложный алфавит. Но как заметила советский лингвист М.И. Матусевич: «При транслитерации живых языков обычно идут по пути компромисса, так как, в какой-то мере, необходимо учитывать и звуковой момент, чтобы не чересчур отрывать слово от его живой звучащей формы; иначе говоря, транслитерируется не алфавит, а принятая в данном языке система графики. Так, например, французская фамилия *Daudet* транслитерируется по-русски *Додэ* (или *Доде*), то есть учитывается, что [сочетание *au*] по-французски обозначает *о*, а конечное *-t* не произносится» [4, С. 106].

Транскрипции, (*жен.*, от лат. *transcriptio* – переписывание) – изображение (букв) другими письменными знаками, или изображение (звуков речи, музыкальных звуков) средствами письма [8, С. 778]. С помощью транскрипции хорошо получается воссоздать почти точное произношение слова на другом языке, но при этом его толкование может сильно искажаться, или быть абсолютно непонятным для иностранцев.

Одним из примеров транслитерации и транскрипции является перевод названия известного произведения А.С. Пушкина «Евгений Онегин». Имя *Евгений* транслитерируется на английский как «*Evgeniy*», тогда заголовок должен быть написан – *Evgeniy Onegin*. Но при попытке перевести имя героя через онлайн-переводчик с русского на английский язык получается – *Eugene Onegin* (такой перевод упомянут и на официальном сайте Правительства РФ), а в художественной литературе, где косвенно в тексте упоминается название произведения, пишется: *Evgeny Onegin* (Б.Л. Пастернак, «Доктор Живаго». Переводчик *Manya Harari, Max Hayward*). Но если поискать эту книгу в иностранных электронных библиотеках, то наблюдаем, что самым распространённым вариантом является – *Eugene Onegin*. Также на сайте *Openlibrary.org* дана транскрипция [*Yevgeniy Onegin*]. Скорее всего, иностранные издатели используют вариант «*Eugene*» (*Юджин*), потому что он благозвучнее и проще для запоминания зарубежными читателями.

Следующий способ перевода трудных слов – это калькирование: «...*калькирование* – воспроизведение не звукового, а комбинаторного состава слова или словосочетания, когда составные части слова (морфемы) или фразы (лексемы) переводятся соответствующими элементами переводящего языка» [3, С. 49]. При калькировании меняется порядок слов, падежная форма и количество слов. Примером калькирования на русский язык является слово «небоскреб», которое на английском «*skyscraper*» состоит из двух частей «*sky*» – *небо* и «*scrap*» – *скребок*. Однако, калькирование не

самый лучший способ перевода, так как морфологический перевод сильно отрывается от контекста произведения [6, С. 30–34].

Среди русскоязычных произведений много таких, названия которых подвержены упомянутым выше переводческим приёмам. Для наглядности ниже дана таблица с примерным распределением заголовков по ним.

Таблица 2

Транскрипция (побуквенный перевод)	Транслитерация (адаптация для иностранных читателей)	Калькирование (прямой дословный перевод)
Doctor Zhivago	Eugene Onegin	The Government Inspector
Netochka Nezvanova	The Soborians	A Nest of Gentlefolk
Anna Karenina	The Brothers Karamazov	Resurrection
Oblomov		Without a Dowry
Poshekhonskaya antiquity*		The Stationmaster
How a Muzhik Fed Two Officials*		The Road to Calvary
		And Quiet Flows the Don
		The Raven Petitioner

Нередки случаи, когда используется несколько переводческих приемов для передачи сути заголовка. Такие примеры отмечены знаком* в таблице 2. В переводе названия произведения М.Е. Салтыкова-Щедрина «Посехонская старина» используется транскрипция (*Poshekhonskaya*) и калькирование (слово «старина» заменено на *antiquity* – древность, античность). А в переводе заголовка рассказа все того же М.Е. Салтыкова-Щедрина «Как мужик двух генералов прокормил» используются все три, приведенные в таблице, приема. Слово *мужик* для передачи русского фольклора переведено при помощи транскрипции – *Muzhik*, слово генералы адаптировано под *Officials* – чиновники, и в синтаксическом построении всей фразы используется калькирование в виде прямого порядка слов, а не обратного как в оригинальной задумке.

Подводя итог, стоит отметить, что хороший художественный перевод книги способствует появлению интереса у зарубежного читателя к русской культуре, традициям, мировоззрению. Он откроет для себя прекрасный мир русской души и поймет наше видение мира. Но чтобы это произошло, из тысяч корешков книг на полках, именно книга с необычным, самобытным названием, пропитанным русским духом, должна привлечь внимание. Поэтому, важен грамотный, с точки зрения художественной ценности, перевод названий произведений, а это намного проще сделать, анализируя лингвопереводческие проблемы, собранные в единую систему. Эта система заклю-

чается в соответствующем подходе к решению таких задач, также в ней играет немалую роль и личностный подход. В выборе верных слов помогают классификации, составленные лингвистами. Даже если заголовок имеет безэквивалентную лексику, то это решается при помощи выведенных приёмов, долгосрочной практики, то есть того, что приходит с опытом.

Библиографический список

1. Аннагулыева, Л.Д. Стилистические особенности английского заглавия по сравнению с русским // Наука, Образование и Инновации: сборник статей Межд. научно-практической конференции (28 октября). Ч. 2 / Отв. редактор А.А. Сукиасян. – Уфа: ОМЕГА САЙНС, 2016. – 226 с.
2. Арнольд, И.В. Значение сильной позиции для интерпретации художественного текста // Семантика. Стилистика. Интертекстуальность: сборник статей / Отв. редактор П.Е. Бухаркин. – СПб.: Издательство Санкт-Петербургского университета, 1999. – 445 с.
3. Казакова, Т.А. Практические основы перевода. English <=> Russian. – Серия: Изучаем иностранные языки. – СПб.: «Издательство Союз», 2001. – 320 с.
4. Матусевич, М.И. Введение в общую фонетику. – М.: Учпедгиз, 1959. – 135 с.
5. Ручьевая, И.А. Особенности названий англоязычных фильмов: когнитивный, структурно-стилистический, транслатологический аспекты. – Мурманск: Мурманский государственный гуманитарный университет, 2012. – 37 с.
6. Слепович, В.С. Перевод (английский ↔ русский). – Минск: «ТетраСистемс», 2009. – 336 с.
7. Суперанская, А.В. Транслитерация: лингвистический словарь. – М.: Советская энциклопедия, 1990. – 683 с.
8. Ушаков, Д.Н. Транскрипция: толковый словарь в четырех томах. – Том 4. – М.: Государственный институт «Советская энциклопедия», 1935. – 1473 с.

**A BRIEF DISCUSSION ON THE DEVELOPMENT
OF TEACHING CHINESE AS A FOREIGN LANGUAGE
BASED ON METAVERSE TECHNOLOGY**

Hanyuan Su

Krirk University, Thailand
Shenyang Normal University, China

This paper examines the advantages and challenges of applying metaverse technology to online international Chinese language education. The rational use of metaverse technology can improve the quality and efficiency of education and promote the transformation of international Chinese language education.

Key words: *international Chinese language education; metaverse technology; remote education; online education; VR.*

With the development of globalization and the rise of China's economic power, an increasing number of people are beginning to learn Chinese. In today's rapidly developing information age, following the global outbreak of COVID-19, traditional offline international Chinese language teaching has exposed many problems, such as geographic limitations, boring textbooks, lack of interest, and difficulty meeting individualized needs. These issues have limited the development and innovation of Chinese language education and teaching. Meanwhile, online international Chinese language education is thriving, striving to solve these problems. Therefore, in order to promote the development of Chinese language education and enhance students' learning experience and effectiveness, studying the use of emerging technology in online international Chinese language education has important practical significance and research value.

In recent years, with the continuous development of visual immersive technologies such as virtual reality, augmented reality, virtual worlds, and digital twins, these technologies have begun to have a profound impact on the learning resources, teaching organization, and system platforms of online education, constantly reshaping the form of online education [3, P. 12-22]. In particular, the rise of metaverse technology has injected new vitality and development direction into online education. Therefore, against this backdrop, the international Chinese language education and teaching model based on metaverse technology has also begun to receive widespread attention and research.

The metaverse technology is an emerging virtual world technology that achieves interconnection and integration between the real and virtual worlds through various technical means such as virtual reality, artificial intelligence, and blockchain technology. The metaverse technology is characterized by high visual,

interactive, and social capabilities, which can simulate various real-world scenarios and environments and support multi-player online interactions. According to Matthew Ball, a metaverse theorist, the metaverse is a living internet that forms a highly immersive social network by interconnecting two sets of infrastructures, namely hardware and software [1, P. 1-6]. In the metaverse, the representation of the real world is displayed, and there is real-time interaction between the virtual and real worlds, which makes the metaverse a place of interaction based on the real world and with a sense of reality [5, P. 1-36].

Compared with online international Chinese teaching, the traditional offline teaching model has several disadvantages. On the one hand, offline teaching is constrained by time and space, and students must attend classes at specified times and locations, which may be inconvenient for those facing other learning or work tasks. On the other hand, access to offline teaching resources is limited, especially for students in areas or countries with limited educational resources, obtaining high-quality educational resources is often difficult. In addition, the interactivity of offline teaching is limited, and students can only communicate face-to-face with teachers and classmates, making it difficult to access a global language environment and classmates from different countries and cultural backgrounds. Finally, the teaching quality and efficiency of offline teaching are also limited, as it is difficult for teachers to meet the personalized needs of each student in the classroom, as well as to provide appropriate learning resources and tutoring for each student.

This paper explores the application of metaverse technology to international Chinese education, and evaluates the potential advantages of this combination for teaching. Through the visual immersion effect and information interactivity of metaverse technology, it is possible to enhance learners' interest and effectiveness of learning, assist teachers in more vivid and interactive teaching displays, and improve the quality and effectiveness of international Chinese education.

Although computer-assisted language teaching methods have been introduced in Chinese classrooms, there is still a certain gap compared to the international leading level in practical application [6, P. 78-84]. Currently, computer-assisted language learning (CALL) technology has not fully realized its potential and is unable to provide students with a realistic language learning environment and concrete language practice experiences. This may lead to students feeling at a loss when learning Chinese as a second language, making it difficult for them to engage in oral practice, resulting in a situation of "theory-heavy and practice-light". Therefore, the CALL mode of language teaching in China needs to be further improved and its potential fully exploited in order to enhance students' language practice ability and learning effectiveness [4, P. 145-152]. The virtual teaching environment of the metaverse based on virtual reality technology integrates various perceptual modalities, including visual, auditory, and tactile modalities, providing a more realistic learning environment and context for foreign

language teaching. It effectively addresses the problems of lack of context and insufficient interaction in traditional teaching models [2, P. 24-30].

With the advanced features of metaverse technology, the language learning scenario constructed through virtual reality environment allows students to fully immerse themselves in concrete language knowledge from a first-person perspective, becoming the subject of knowledge acquisition. Through the bridge between subject knowledge and new knowledge, language skills can be continuously expanded, which meets the requirements of constructivism, situational learning, and participatory learning theories. Therefore, the application of metaverse technology will enrich the traditional teaching model and promote the transformation of international Chinese education.

By utilizing various metaverse technologies such as virtual reality, augmented reality, speech recognition, and natural language processing, it is possible to create a multimodal, highly immersive Chinese language learning environment, which effectively addresses the issues of limited learning contexts and teaching resources in traditional Chinese education, enriches learners' language learning experience, and enhances teaching effectiveness. For example, students can use VR headsets and controllers to enter virtual scenarios in Chinese contexts for language practice and communication. With augmented reality, they can acquire relevant Chinese knowledge and practice language skills in real-world scenarios. Using speech recognition and natural language processing, students can practice a variety of language skills such as listening, speaking, and reading comprehension in virtual environments, while receiving intelligent personalized tutoring and assessment based on their learning performance. Through the application of various metaverse technologies, such as virtual reality technology, online interactive platforms, and online exam assessment, international Chinese education can provide more diverse and personalized language learning experiences and services. In a virtual reality environment, students can enter language learning situations from a first-person perspective, establish connections with new knowledge, and engage in language learning activities to enhance their learning outcomes. Online interactive platforms can also facilitate communication and interaction among students and between students and teachers, thereby improving their language skills in speaking, listening, and other areas. In addition, online exam assessment platforms can provide students with objective and accurate language proficiency evaluation and feedback, helping them better understand their language level and learning progress and formulate more effective learning plans.

Although the use of metaverse technologies has brought many advantages and opportunities to international Chinese language education, there are also numerous problems and challenges. Firstly, the current metaverse technologies are still in a relatively early stage, and their technical maturity and reliability need to be improved. Therefore, the application of these technologies in international Chinese language education requires a significant amount of research and development and testing resources. Secondly, the use of metaverse technologies requires

corresponding hardware equipment, such as virtual reality headsets and controllers, which are expensive and may increase the economic burden on students and schools. In addition, compared with traditional Chinese language education, using metaverse technologies for Chinese education requires more educational resources and a specialized teaching staff, which require specific training and management to ensure the effectiveness and quality of teaching. Finally, as metaverse technologies involve personal information and learning data of students and teachers, data privacy and security must be ensured to prevent data leaks and abuse.

In response to the issues mentioned above, this paper proposes relative solutions. Firstly, efforts should be made to increase the research and testing of metaverse technology to improve its maturity and reliability. Various cooperation modes, such as joint laboratories and collaborative research institutions, should be established to promote technological progress. Secondly, measures should be taken to actively explore solutions such as open-source hardware and cloud services to reduce the hardware costs of metaverse technology. In addition, cooperation negotiations with manufacturers can be conducted to obtain preferential prices and reduce equipment procurement costs. Thirdly, teacher training and management should be strengthened to improve their skills and proficiency in using metaverse technology for Chinese language education. At the same time, an effective management mechanism should be established to ensure the rational allocation and utilization of educational resources and teacher teams. Finally, data privacy protection should be strengthened by establishing sound data protection and privacy policies to protect the personal information and learning data of students and teachers. Information security awareness education should be strengthened to improve the safety awareness of educators and students and prevent information leakage and abuse.

In conclusion, the rise of metaverse technology has provided new possibilities and directions for the development of international Chinese language education. By combining metaverse technology with online education, it is possible to create a more immersive, interactive, and personalized language learning environment, which can greatly enhance students' learning interest and effectiveness, and assist teachers in providing more vivid and effective teaching displays. The virtual teaching environment of the metaverse technology can effectively address the problems of lack of context and interaction in traditional teaching models, providing students with a more realistic and practical language learning experience. With the continuous development and innovation of metaverse technology, it is believed that the application of metaverse technology in international Chinese education will become increasingly diversified and personalized, and promote the transformation and upgrading of traditional education. It is expected that more research and practice will be carried out in this field to further explore and develop the potential of metaverse technology in Chinese language education.

References

1. Kinsner, W. (2021). Digital twins for personalized education and lifelong learning. Paper presented at the 2021 IEEE Canadian Conference on Electrical and Computer Engineering (CCECE), pp. 1-6. IEEE.
2. Li, Y. (2020). Reconstruction of foreign language teaching mode with virtual reality (VR) technology. *Computer-Assisted Foreign Language Education*, (01), pp. 24-30.
3. Liu, G., Wang, X., Gao, N., & Hu, H. (2021). From virtual reality to metaverse: A new direction for online education. *Modern Distance Education Research*, (06), pp. 12-22.
4. Ma, W., & Ouyang, L. (2020). Analysis of approaches to immersive virtual simulation technology (IVR) in English teaching. *Foreign Languages and Their Teaching*, (04), pp. 145-152.
5. Nevelsteen, K. J. (2018). Virtual world, defined from a technological perspective and applied to video games, mixed reality, and the Metaverse. *Computer Animation and Virtual Worlds*, 29 (1), pp. 1-36.
6. Xia, X., Shi, H., Guo, Y., Xie, C., & Guo, H. (2021). Analysis of teaching principles and top-level design for VR courseware in foreign language teaching from an embodied perspective. *Computer-Assisted Foreign Language Education*, (02), pp. 78-84.

УДК 372.881.111.1

КАКИМ ДОЛЖНО БЫТЬ МОБИЛЬНОЕ ПРИЛОЖЕНИЕ ДЛЯ ИЗУЧЕНИЯ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

И.О. Хворостова, Н.А. Иванцова

Иркутский национальный исследовательский технический университет

Статья посвящена разработке структуры мобильного приложения по английскому языку для его эффективного изучения. Приведены данные анкетирования среди студентов ИРНИТУ, на основе которых выделены составляющие разделов приложения. В процессе исследования был проведен анализ построения приложения Duolingo старой и новой версии, выявлены основные недостатки в организации обучающего пространства. Результатом данной работы стала разработка новой структуры мобильного приложения, включающая все необходимые элементы для эффективного изучения английского языка.

Ключевые слова: мобильное приложение, изучение английского языка, обучающее пространство.

WHAT SHOULD A MOBILE APP FOR LEARNING ENGLISH BE?

I. Khvorostova, N. Ivantsova

Irkutsk National Research Technical University

The article is devoted to the development of the structure of a mobile application in English for its effective study. The data of the survey among students of IRNITU are given, on the basis of which the components of the sections of the application are built. In the course of the study, an analysis of the construction of the Duolingo application of the old and new version was carried out, and the main shortcomings in the organization of the learning space were identified. The result of this work was the development of a new application structure that includes all the necessary elements for effective learning of the English language.

Key words: mobile application, learning English, learning space

В век компьютерных технологий человек может обучаться не только в школах, колледжах или вузах, но и дома. Люди в наше время имеют возможность пройти различные курсы, нацеленные на повышение каких-либо навыков, а также самостоятельно изучить английский язык или любую другую науку, используя обучающее пространство в интернете или найдя необходимую информацию из различных источников, таких как: видеоуроки, электронные учебники, словари, приложения, обучающие платформы и прочее. Такие способы дистанционного электронного образования принято обобщать термином – мобильное обучающее пространство.

Мобильное обучающее пространство – это интерактивное пространство, которое способствует самостоятельному контролю пользователя своего процесса обучения и обеспечивает доступ к материалам уроков в любое время со своих мобильных устройств [1].

Мобильное обучение предоставляет возможность организовать индивидуально выстроенное обучающее пространство, которое не будет зависеть от времени и места. Для его реализации необходимы только мобильные беспроводные устройства (смартфон, планшет, ноутбук и др.). Таким образом мобильность, доступность, гибкость являются основными преимуществами такого вида обучения.

Одной из форм организации мобильного обучения иностранным языкам является мобильное приложение. Под мобильным приложением понимается программное обеспечение, предназначенное специально для работы на мобильных устройствах. Мобильные технологии позволяют максимально эффективно организовать автономное обучение при условии, что

учебные курсы, программы и задания разработаны в мобильном формате, а также способствуют повышению мотивации студентов, используя знакомые технологии и виртуальную среду.

Мобильные приложения призваны облегчить процесс обучения, повысить его увлекательность и эффективность, развивать различные компетенции человека [2].

Так, каким образом должно быть устроено электронное, мобильное приложение, чтобы обучение проходило продуктивно, и человек повышал свои навыки письма, чтения, аудирования и говорения?

Основной целью статьи является разработка собственной системы структурирования информации для обучающих мобильных платформ на основе старой и новой версии приложения Duolingo для наиболее эффективного изучения английского языка.

Duolingo – это популярное приложение для освоения иностранных языков [3]. Но, к сожалению, его структура не предназначена для глубокого изучения как теоретической, так и практической части языка. И в старой, и в новой версии приложения рассматривается лишь небольшая часть теории, а само обучение строится на принципе игры, то есть обучающийся поэтапно проходит разные уровни, которые выстроены последовательно. Из-за этого становится невозможным рассмотреть какую-либо тему, которая интересует учащегося на данный момент, если она ещё не была изучена ранее. Также обучающийся заучивает отдельные слова и фразы, которые могут пригодиться ему в реальном общении с иностранцем, но это лишь основы, которые не помогут изучить английский язык в полной мере. Например: «Do you have a fitting room?» – данный вопрос можно использовать во время путешествия в другую страну, так как он сформулирован грамматически правильно, поэтому носитель языка, вероятнее всего, сможет понять своего собеседника. Но в приложении не предоставлена альтернативная версия этого вопроса, то есть не указано, как можно задать его по-другому, используя какие-либо синонимы или добавив больше слов для уточнения информации, например: «Do you have a fitting room in this clothing store?».

Следует отметить, что приложение предназначено для изучения английского языка разных уровней. Как указывают разработчики, совершенствуя курсы, они использовали Общеввропейскую систему уровней владения языком (CEFR), поэтому приложение уже охватывает большую часть важных лингвистических правил. Конечно, изучая язык по такой схеме, обучающийся может далеко продвинуться в ознакомлении интересующего его языка. Однако, из-за ряда проблем: неудобного графического интерфейса, постоянного повторения шаблонных фраз, небольшого количества теории на начальном этапе обучения, – пользователь может перестать использовать это приложение.

Чтобы разработать собственную структуру курса, был проведен опрос среди студентов Иркутского национального исследовательского технического университета. В ходе проведения работы выяснилось: среди опрошенных студентов мобильные программы для изучения английского языка используют 59,1%, а с приложением «Duolingo» ознакомлены 54,5%. В свою очередь, 27,3% студентов, использующие это приложение ранее, утверждают, что преимуществами изначальной версии являются аудио истории и удобный интерфейс. В то время как 18,2% студентов, которые предпочитают новую версию, указывают на то, что новая версия является более эффективной из-за появления дополнительных заданий и соревнований между пользователями. К тому же опрошенным был задан вопрос: «Какие упражнения, по вашему мнению, лучше всего помогут выучить английский язык?». Вот что показала статистика: 72,7% студентов ответили «упражнения на самостоятельный перевод предложения с английского на русский»; 59,1% – «упражнения на самостоятельный перевод предложения с русского на английский»; 63,6% – «аудио истории на английском языке»; 50% – «мессенджер онлайн с другими обучающимися»; 68,2% – «видео из телешоу, новостей, фильмов и т.д. по отдельным фразам, чтобы можно было воспринимать на слух устную речь носителей языка»; 50% – «словарь с переводом слов и их аудио воспроизведение»; 77,3% – «короткие ролики на английском по разным темам»; 45,5% – «больше теории, грамматической части, транскрипций»; 4,5% – «общение с носителями языка».

Таким образом, результаты опроса, а так же основные критерии уровней владения языком Общеввропейской системы (CEFR) были использованы для разработки собственной структуры приложения.

В соответствии с этой системой, курс был разделен по уровням: A1, A2, B1, B2. Уровни C1 и C2 не вошли в подразделы разрабатываемого приложения, так как они уже подразумевают свободное общение с носителями языка на абсолютно любые темы и их использование в трудовой и научной деятельности. В этом случае, в первую очередь, необходимо найти собеседника для практики разговорной речи. Однако, для того, чтобы правильно использовать грамматические конструкции, улучшать навыки говорения, чтения и аудирования, достаточно использовать первые четыре уровня. Поэтому, чтобы подробно разобрать внешний вид курсов по разработанной структуре, был использован уровень A2, так как он является наиболее оптимальным вариантом для примера. На этом этапе человек уже способен делиться основной информацией о себе и повседневной жизни, умеет строить элементарные предложения с несложной грамматической конструкцией и способен понимать несложные фразы из устной речи носителя [4]. Структура раздела состоит из следующих пунктов:

Раздел A2:

1. Словарь раздела

Подразумевает фиксирование слов, их аудио воспроизведение с британским и американским акцентом, а также их перевод. К каждому слову указан пример употребления в предложении, а также предоставлены короткие отрывки из видео с носителями языка, по которым можно воспринимать фразы на слух.

2. Аудио истории

Подразумевает диалог между двумя носителями языка, с дополнительными английскими субтитрами. Если обучающийся не понял произнесенное предложение, он может его воспроизвести, нажав на значок воспроизведения. В случае непонимания отдельного слова, студент может послушать его или добавить в свой словарь, нажав на само слово.

3. Говорение

Подразумевает самостоятельную тренировку произношения фраз и предложений. Под каждым заданием будет предоставлен пример видео из научных программ, ТВ-шоу или мультфильмов с произношением фраз носителями языка, а также субтитрами на английском языке.

4. Короткие видео на английском

Подразумевают небольшие видео с английскими субтитрами на различные темы, например, семья, активный отдых, обучение за границей и т.д., а также небольшой тест на понимание темы из видеоматериала после просмотра.

5. Теория раздела

Подразумевает информацию об основных грамматических темах, необходимых для уровня A2: Present, Past и Future Simple, Present и Past Continuous, Present и Past Perfect; be going to/used to V/used to Ving; a lot of/little/few/a little/a few; Gerund; Groups of modals: advice, obligation, ability; Common phrasal verbs; Articles with countable and uncountable nouns; и другие. После изучения каждой темы обучающийся проходит тест, где необходимы не только знания теории, но и навыки говорения, письма (правильного написания слов), аудирования (понимания отрывков видео или воспроизведенной аудио фразы) и чтения, а также умение перевести предложение с русского на английский язык и наоборот.

Таким образом, в результате сравнения старой и новой версии Duolingo была предпринята попытка выявления и обоснования эффективной структуры мобильного приложения для повышения навыков говорения, аудирования, чтения и письма. Уже к имеющимся аспектам приложения были добавлены: короткие видео на английском языке для дополнительной тренировки аудирования, словарь, в котором каждому слову соответствует видео пример с его произношением носителями языка из различных телешоу и мультфильмов, а теория раздела стала дополнена большим объемом грамматической части. Следовательно, можно утверждать, что приложение не фокусируется только на грамматике, но и на развитии всех навыков, необходимых для определенного уровня владения языком.

Библиографический список

1. Цинкерман, Т.Н. Особенности моделирования контента мобильного приложения для изучения английского языка в ВУЗе / Цинкерман Т.Н., Соболевская В.К. // Гуманитарные науки и вызовы нашего времени: сборник научных статей по итогам II Всероссийской научной конференции с международным участием. Санкт-Петербург, 2020. – С. 175–177.
2. Титова, С.В. Дидактические проблемы интеграции мобильных приложений в учебный процесс // Вестник Томского государственного университета. – 2016. – Т. 21. Вып. 7–8. – С. 7–14.
3. По ложному пути: катастрофа последнего обновления Duolingo. URL:<https://apptractor.ru/info/articles/po-lozhnomu-puti-katastrofa-poslednego-obnovleniya-duolingo.html> (дата обращения: 05.04.2023).
4. Английская грамматика для уровня А2. – URL: <http://begin-english.ru/article/angliyskaya-grammatika-dlya-urovnya-a2-spisok-tem/>(дата обращения: 05.04.2023).
5. Справочный центр Duolingo. – URL:<https://support.duolingo.com/hc/ru> (дата обращения: 05.04.2023).

УДК 007.3

ВНЕДРЕНИЕ НОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В РАБОТУ РЕСТОРАНОВ/КАФЕ НА ИНТЕРНЕТ ПЛОЩАДКЕ

П.А. Хохлова, В.В. Кожухова

Московский политехнический университет

В данной статье рассматривается введение новых технологий для работы ресторанов/кафе на интернет площадке для улучшения сервиса. А также анализ недостатков и неудобств в ресторанах / кафе, связанных с отсутствием возможности бронирования столиков.

Ключевые слова: *ресторан, кафе, меню, сервис, бронирование, комфорт.*

INTRODUCTION OF NEW TECHNOLOGIES IN THE OPERATION OF RESTAURANTS/CAFES IN THE ONLINE MEDIUM

P. Hokhlova, V. Kozhukhova
Moscow Polytechnical University

This article discusses the introduction of new technologies for the operation of restaurants/cafes on the Internet platform to improve service. As well as an analysis of the disadvantages and inconveniences in restaurants / cafes associated with the lack of the possibility of booking tables.

Key words: *restaurant, cafe, menu, service, booking, comfort.*

This study is conducted to analyze the restaurant sector, as well as to identify disadvantages in the service. Consider a hypothetical scenario whereby a prospective client and an acquaintance intend to partake in an evening rendezvous at a congenial restaurant/café. Following an agreement on the time and date of the occasion, it is discovered that the preferred venue is unable to reserve a table for them. Consequently, the clients must rely on the serendipitous availability of an unoccupied table, as seating is based on a first-come, first-served basis. Thenceforth, the clients are left to wait until a table is vacated and suitably prepared, or they may opt to seek alternative dining options. This predicament elicits the potential of the clients' preferences being compromised, and may mar the experience of the evening rendezvous. Indeed, the ambiance of a meeting place can significantly influence the success of an event, notwithstanding the company with whom one may be associated.

Consider booking tables from the side of the business process. Firstly, if there is an opportunity to book tables in an institution, then the restaurant/cafe will know in advance how busy the hall is, and secondly, people who made online reservations have most likely already known the menu, and when they come to the institution, they will almost immediately make an order.

Consider the benefits of a unified platform that seamlessly facilitates the booking of a desired table time, alongside menu ordering capabilities, all in one place. Such a system has the potential to greatly streamline the restaurant experience, reducing the length of time required to select a meal and the wait time for orders to arrive. Additionally, the user can be certain that their preferred table is reserved, furthering the ease and convenience of the overall dining experience.

The most important attribute of a market economy is competition. An analysis of the experience of restaurant business enterprises in a market economy indicates that competition is the most important factor in stimulating economic activity, improving the quality and increasing the range of products, reducing costs

and stabilizing financial indicators of economic growth. Strategic stability of restaurant business enterprises in the market is possible only in terms of their competitiveness and the ability to adapt to changes in the market environment [1].

To create a really popular platform or application, we have studied the subject areas that relate to this topic.

Prior to initiating the project and acquiring a comprehensive grasp of its advantages and drawbacks, a thorough examination of scholarly literature was conducted, including the S.W.O.T. analysis proposed by K. Andrews in the 1960s to support the strategy development process [2].

To fully understand how the restaurant works, we studied its activities from the inside and revealed that there are 2 types of armor. The first is a no deposit option. The second scenario entails the presence of a deposit, which has been found to evoke feelings of apprehension amongst potential customers.

According to Brian Butler, Brian Johnson, Graham Sidwell, a deposit is a part of the product's price paid by the buyer in order to reserve it. Depending on the terms of the contract, this fee may be refunded or not refunded if the purchase does not take place [3].

On the one hand, in most cases, it is not necessary to leave an advance payment for booking, and cancellation of the reservation is most often free. On the other hand, the client will not know which table he will be seated at, of course, if everything is discussed and his wishes are expressed to the administrator, then perhaps everyone will be happy, but this is not always the case.

The deposit option also has its pros and cons. Firstly, you need to come to a restaurant/cafe and pay the deposit amount on the spot, and secondly, the client can choose at which table he wants to hold the appointment [4].

The restaurant sector is quite competitive, there are many offers in this area, the client has a wide choice according to a number of factors.

This industry is one of the most "flexible" and adaptive. In order to be in demand and to be "afloat", it is necessary to adapt not only to the audience, but also to external factors.

It is necessary to constantly attract a new audience. The work of each restaurant is based on the principle of Pareto's law – 20% of regular visitors are able to provide 80% of its profit [5]. In order to maintain a consistent flow of visitors, continuous improvement is a prerequisite. At present, offering merely palatable food will not suffice.

After analyzing the restaurant sector, we concluded that the online restaurant/cafe booking system is poorly developed in our country, not to mention the preliminary menu. There is no such platform with the help of which a client could book a table in his favorite restaurant/cafe quickly and inexpensively, as well as order a menu in advance. The restaurant/cafe will be able to attract customers during the "quiet hours" when some of the tables are empty. There may be small discounts on dishes or on dishes of a certain category, as well as compliments

from the institution in the form of desserts. All this information will be displayed on the booking service.

You should not be alarmed before the possibility of changes. In today's dynamic environment, it is important to be one step ahead, taking into account socio-economic, technological and cultural trends. Now many restaurants/cafes are mastering the opportunity that provides the customer to pay the bill through the application. This is very convenient, since it is not necessary to wait for the waiter when he will calculate the client.

Also, some restaurants/cafes provide a guest with a tablet to select a menu. This allows you to speed up the work of the restaurant/cafe, as well as get rid of some incidents when the waiter did not quite understand the customer correctly and brought the wrong dish. If the visitor has questions about the operation of the tablet, or he wants to clarify some details, in this case it is possible to call a waiter to solve any difficulties.

Another relatively recent innovation is the QR-code, thanks to which visitors will be able, for example, to learn the history of a restaurant/cafe; favorable offers; interesting facts; you can also get acquainted with the menu; place an order when pointing the camera at it. The restaurant/cafe can leave its contact details, addresses if there are several points of this institution. Using a QR code, you can collect reviews from visitors, which are very important for the institution, since 92% of consumers read reviews about restaurants/cafes, and 33% would never eat in a restaurant with a rating below 4 stars [6]. With the help of QR-code, a customer can leave an electronic tip, as in the modern world there are fewer and fewer people using cash. Most people use cards, and not all restaurants add the waiter's percentage of the order amount to the main bill. All this information can be displayed by the QR-code link, of course, if the restaurant/cafe itself provides this data.

There is an online restaurant reservation system – Tock, which was presented by Grant Akats and Nick Kokonas, chefs of Alinea and Next restaurants in Chicago. The service has already been launched in their own restaurants. Thanks to this service, customers will be able to pay in advance for everything that will be included in their order [7].

According to Kivni S., service is the most important component of the marketing policy of service enterprises. According to research, it is the quality of service that is one of the reasons for dissatisfaction with customers of service enterprises, leading to a change of service provider. If the quality of service in the provision of the main service is in the first place, then the indicator characterizing the additional service (the ability to sell the service, consulting skills, presentations, etc.) is in the second place. And only in the third place is the price, and in the fourth, which is no less interesting, is the reaction of the staff to "themselves" when providing services [8].

In the course of this study, it was revealed that in our country there is no platform for booking tables and ordering menus in everyday life. Therefore, this

tool needs to be implemented in the restaurant business. Customer satisfaction of the restaurant is directly related to the quality of the services provided [9].

We came to the conclusion that the platform for booking and ordering menus at the same time is a wonderful idea for the development of the restaurant sector, since thanks to this tool there is an opportunity to expand its audience, improve service.

The issue of organizing the work of such a platform has not yet been investigated, in order for the client to use this tool conveniently, the restaurant/cafe could quickly receive orders, and, if necessary, interact with the user in various cases when fast communication is needed. For example, if the restaurant/cafe does not have the opportunity to cook a particular dish which the customer ordered, or if the guest did not come to the appointed time.

It is best to create an application or website where the client fills out a certain form when booking, in which he leaves his data for communication, and accepts an agreement in which all the nuances in various situations are spelled out, as well as details of the client's interaction with the service, in order to avoid conflicts.

If the customer constantly uses our service, the history of his orders is saved, thanks to this, it is possible to analyze the taste preferences and offer various dishes according to previous orders. Thus, the restaurant/cafe takes into account an individual approach to each client, which is very much appreciated at the moment.

Modern business processes are unthinkable without information technologies that meet the information needs of management, production, supply, trade, sales and other functional divisions of enterprises. Information technologies make it possible to efficiently manage all types of enterprise resources. Material and financial resources are always limited, therefore, the key factor for the success of economic activity is to make a correct and timely decision on where and how to concentrate them to achieve maximum effect. It is timely and up-to-date information that allows to concentrate resources at the right time and in the right place to implement the main, priority tasks. For the dynamic development of business and the economy as a whole, information infrastructure is no less important than any other infrastructure. Information systems expand the professional capabilities of specialists and allow the activities of an economic entity to be carried out more rationally, purposefully and economically, and therefore more efficiently [10, P. 7].

It is planned to create a platform on which not only it will be possible to book tables in a restaurant/cafe, but also to order dishes that will be prepared directly by the appointed time of the client's arrival.

To begin with, it is planned to cooperate with one restaurant/cafe in order to identify shortcomings, weaknesses, understand what needs to be improved, automated. Since our project is just undergoing research, it would be advisable to display only those dishes in the menu that are simple in their preparation, and do

not have a high cost, and are also popular among visitors. If unforeseen circumstances occur, the restaurant/cafe will not suffer high losses, or these dishes may pass to other visitors due to their demand and relevance.

This project is aimed at application in the restaurant sector. In the future, it is planned to develop a single platform in Russia, where customers will be given the opportunity to book tables and order menus in completely different restaurants/cafes.

In the course of future research, we will have to solve such issues as: high-quality organization of interaction: restaurant/cafe – service – client; technical issues related to the implementation of the project; development of a "talking" platform; selection of restaurants/cafes for implementation at the initial stage of the project; development of a user agreement.

References

1. The role of service in ensuring the competitiveness of the restaurant. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-servisa-v-obespechenii-konkurentosposobnosti-restorana/viewer> (accessed: 10.03.2023).
2. SWOT analysis. Why is it impossible to single out strengths and weaknesses separately at once? – Marketing on vc.ru. – URL: <https://vc.ru/marketing/190557-swot-analiz-pochemu-srazu-nelzya-vydelyat-silnye-i-slabye-storony-po-otdelnosti> (accessed: 11.03.2023).
3. Explanatory dictionary. 2nd ed. – M.: "INFRA-M", Publishing House "The Whole World". Brian Butler, Brian Johnson, Graham Sidwell, et al. General edition: Doctor of Economics Osadchaya I.M. 2000. – URL: https://dic.ademic.ru/dic.nsf/fin_enc/12862?ysclid=lf02eqrvj885350668 (accessed: 12.03.2023).
4. Booking tables with or without a deposit? Which is better? – URL: <https://restoplace.cc/blog/table-reservation-service> (accessed 12.03.2023).
5. Innovations in the restaurant world. – URL: https://reston.ua/ru/kyiv_topics/innovatsii-v-restorannom-mire (accessed: 21.03.2023).
6. QR-code for restaurants: a complete guide to success for 2022. – URL: <https://ru.qrcodechimp.com/qr-code-generator-restaurants/> (accessed: 21.03.2023).
7. IT in the restaurant business: online orders, table reservations and process automation / Habr [Electronic resource]. – URL: <https://habr.com/ru/companies/jowi/articles/366649/> (accessed: 19.03.2023).
8. Kivni, S. M. Consumer behavior associated with switching to another service provider: search research / S. M. Nod // 2007. – № 1. – pp. 2-22.
9. Assessment of the quality of restaurant services. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-kachestva-restorannyh-uslug/viewer> (accessed: 20.03.2023).

10. Information systems in business : a manual / T. F. Starovoitova, A.N. Lavrenov
– Minsk : Akad. upr. Under the President of the Rep. Belarus. – 2012. – 148 p.

УДК 66.011

МАТЕМАТИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ В ХИМИЧЕСКОЙ ТЕХНОЛОГИИ

В.А. Чебунин, А.А. Плисенко

Иркутский национальный исследовательский технический университет

Статья посвящена изучению математического моделирования в химической технологии. Авторами представлена классификация моделей по целям их разработки. Рассмотрены преимущества и недостатки типов моделирования. Объясняется переход от физического моделирования к математическому моделированию.

Ключевые слова: математическое моделирование, химико-технологический процесс, модель, оригинал, адекватность модели.

MATHEMATISCHE MODELLIERUNG IN DER CHEMIETECHNIK

V. Tschebunin, A. Plisenko

Nationale Technische Forschungsuniversität Irkutsk

Der Artikel ist der Untersuchung der mathematischen Modellierung in der chemischen Technologie gewidmet. Die Klassifizierung von Modellen nach dem Zweck ihrer Entwicklung wird vorgestellt. Die Vor- und Nachteile der Modellierungsarten werden betrachtet. Der Übergang von der physikalischen zur mathematischen Modellierung wird erläutert.

Schlüsselwörter: mathematische Modellierung, chemisch-technologischer Prozess, Modell, Original, Modellangemessenheit.

Heute soll die Entwicklung vieler Industriezweige auf der Einführung der neuesten Technologien basieren, eine davon ist die Mathematisierung der Forschung. In diesem Zusammenhang erscheint es bei der Ausbildung des zukünftigen Chemikers relevant, dass die Forderung nach der Bildung der Fähigkeit, mathematische, physikalische, physikalisch-chemische, chemische Methoden zu verwenden, um die Aufgaben der Berufstätigkeit zu lösen, erforderlich ist.

Das Ziel dieses Artikels ist es, die Rolle der mathematischen Modellierung in chemischen und technologischen Prozessen zu bestimmen.

Das gesetzte Ziel setzt die Lösung folgender konkreter Aufgaben voraus:

- Modelltypen zu identifizieren und zu charakterisieren;
- ihre Vor- und Nachteile festzustellen;
- Aufgaben und Besonderheiten der mathematischen Modellierung in chemisch-technologischen Prozessen zu ermitteln.

Bei der Lösung dieser Probleme wurden folgende Forschungsmethoden verwendet: Analyse der wissenschaftlichen Literatur zum Thema, Beobachtung, Vergleich, Beschreibung.

Modellierung ist ein sehr wichtiges Mittel zur Lösung komplexer Probleme in verschiedenen Lebensbereichen. Das Endergebnis der Modellierung ist ein Modell. Es gibt viele Modelle, aber ihre Klassifizierung ermöglicht es, diese Menge auf zwei Typen zu reduzieren.

Traditionell werden folgende Arten von Modellen unterschieden: materielle und mentale. Der erste Modelltyp ist der Ersatz des Originals durch ein Objekt bei der Untersuchung, und dieses Objekt hat die gleiche Natur wie das Original, während der zweite Typ eine mentale Repräsentation und theoretische Begründung des Modells ist, die die wesentlichen Aspekte des Modells widerspiegelt, aber nicht unbedingt seine physische Natur wiederholt [4, S. 9 -10]. Beide Modelltypen sind untrennbar miteinander verbunden und werden nicht als Gegensatz, sondern als Ergänzung verwendet, um die Beschreibung, Gestaltung und Entwicklung chemischer Prozesse zu erleichtern.

Die weitere Unterteilung der Materialmodelle in drei Kategorien, die jeweils einen bestimmten Zweck der Modellierung widerspiegeln, zeugt von ihrer Vielfalt. Die erste Kategorie umfasst räumliche Modelle von Molekülen, Schemata, d.h. Modelle, die durch geometrische Ähnlichkeit geschaffen werden, um die räumlichen Eigenschaften des Originals darzustellen. In der zweiten Kategorie ist die Grundlage des Modells die Ähnlichkeit physikalischer Eigenschaften zwischen dem Modell und dem Original, und das Ziel ist es, sowohl räumliche als auch physikalische Eigenschaften zu reproduzieren. Bei der dritten Gruppe von materiellen Modellen wird eine Analogie verwendet, da das Objekt und das Modell keine wesentlichen Ähnlichkeiten aufweisen, außer den gleichen mathematischen Gleichungen [2, S. 22-23].

Wie bereits erwähnt, sind Modelle das Ergebnis der Modellierung, das die Erstellung des Modells selbst, seine Beschreibung und Untersuchung und anschließend Verbreitung der Forschungsergebnisse an das Original darstellt. Die Modellierungsansätze sind nicht weniger vielfältig als die Anzahl der Modelle, aber hier kann man auch die wichtigsten Methoden der Modellierung aussondern – physische und materielle.

Die physikalische Modellierung ermöglicht es, notwendige experimentelle Informationen über das Original zu bekommen; ihr Apparat ist die Ähnlichkeitstheorie, die den mathematischen Formalismus auf die Formen dimensionsloser Komplexe reduziert. Eine solche Modellierung hat Vorteile, da diese Art der Mo-

dellierung ermöglicht, den Mechanismus des Prozesses aufzudecken und zu erklären, aber sie hat erhebliche Nachteile: umständliche Berechnungen, Erstellung eines neuen Modells bei der Untersuchung jedes neuen Prozesses, hohe Kosten von Modellen und ihre mögliche Skalierung (z. B. Prozesse müssen auf Werksanlagen durchgeführt werden, ohne das Modell im Labor reproduzieren zu können) [8, S. 158-159].

Der Übergang von der physikalischen zur mathematischen Modellierung lässt sich durch eine Vielzahl von Vorteilen der letzteren erklären. Die mathematische Modellierung kompensiert nicht nur die Mängel der physikalischen, sondern wurde auch universeller.

Der Apparat der mathematischen Modellierung ist eine Analogie – die Allgemeinheit des physikalischen Wesens des Prozesses im Original mit der Erweiterung dieser Allgemeinheit auf das Modell. Diese Gemeinsamkeit gewährleistet quantitative Gesetzmäßigkeiten zwischen dem Modell und dem Original. Die Vorteile einer solchen Modellierung sind die einfache Änderung der Parameter des Untersuchungsobjekts, Wirtschaftlichkeit, Zeit für die Simulation und die gleiche mathematische Beschreibung der Prozesse.

Dies beseitigt jedoch nicht die gleiche Schwierigkeit wie bei der physikalischen Modellierung: je komplexer das Original ist und je mehr man Kriterien beschreiben muss, desto schwieriger ist es, ein originalähnliches Modell zu erstellen. Darüber hinaus besteht ein wesentlicher Nachteil einer solchen Modellierung in einer Reihe akzeptierter Annahmen, die mit hoher Wahrscheinlichkeit das physikalisch-chemische Wesen des Prozesses verfälschen werden.

Moderne Rechenleistung ermöglicht es jedoch, auf viele Annahmen zu verzichten, um das Original genauer wiederzugeben, jedoch ist anzumerken, dass kein Modell in der Lage ist, das Original umfassend wiederzugeben [1, S. 16-17, 22].

In der mathematischen Modellierung wird ein chemisch-technologischer Prozess (CTP) als ein System mit bestimmten Parametersätzen betrachtet.

Es gibt folgende Parameter: Eingangsparameter, deren Werte gemessen sind, aber es ist unmöglich, sie zu beeinflussen; Steuerparameter, die direkt betroffen sind, dank denen es möglich ist, den Prozess zu steuern; störende Parameter, die sich zeitlich zufällig ändern und ihre Werte können nicht gemessen werden; Ausgangs- oder Zustandsgrößen, deren Werte durch den Prozessmodus bestimmt sind und seinen Zustand charakterisieren [3, S. 5-6].

Die mathematische Beschreibung von CTP ist ein Gleichungssystem, das in endlicher oder häufiger in differentieller Form gegeben ist. Um eine mathematische Beschreibung zu erhalten, ist es notwendig, dieses Gleichungssystem nach den Zustandsparametern zu lösen, da in diesem System implizit die Ausgangsparameter enthalten sind [1, S. 26].

Die Phasen der mathematischen Modellierung sind recht einfach zu beschreiben. Die erste Stufe ist die Identifizierung des Modellierungsobjekts – das Erhalten seiner mathematischen Beschreibung. Der nächste Schritt besteht darin,

einen Modellierungsalgorithmus zu erstellen, der zeigt, wie die mathematische Verarbeitung durchgeführt wird – mithilfe eines Flussdiagramms oder eines Algorithmus auf einem Computer. Das Ergebnis der zweiten Stufe ist die Lösung des Modells, die auf Angemessenheit überprüft wird, um die Genauigkeit des Verhaltens des Objekts im Modell zu bestimmen. Wird die Angemessenheit nicht erreicht, so wird das Modell bis zur Verwerfung der mathematischen Beschreibung und ihrer Neuerstellung korrigiert. Die bestandene Angemessenheitsprüfung ermöglicht die Interpretation der Ergebnisse der Simulation, die man entweder zur Abgabe praktischer Empfehlungen zum Prozess, z. B. der Pyrolyse, oder zur Erstellung von Simulationssystemen für physikalisch-chemische und toxikologische Eigenschaften benutzt [6, S. 173], [5, S. 579].

Man kann zwei Hauptaufgaben aussondern, die die mathematische Modellierung löst: direkte und inverse. Das Wesen der direkten Aufgabe besteht darin, die Antwortfunktion (d.h. die Lösung der Gleichung) in Abhängigkeit von dem angegebenen Wertevektor zu finden. Ein Beispiel dafür ist die Modellierung eines Reaktors, bei dem ein solcher Vektor beispielsweise die Temperatur ist und die Ausgangsparameter (d. h. die Antwortfunktion) eine Änderung der Konzentration einer Substanz sind.

Die inverse Aufgabe gibt die Verteilung der Antwort im Raum an und bietet bereits eine allgemeine Form der Gleichung. Die Lösung der inversen Aufgabe besteht darin, die Parameter dieser Gleichung und nicht die Antwortfunktion selbst zu finden. Dies wird beispielsweise in einem faktoriellen Experiment verwendet, wenn es notwendig ist, die Abhängigkeitsgleichung mit den verfügbaren experimentellen Daten zu identifizieren.

Die Anwendungsgebiete der mathematischen Modellierung in der Chemie sind aufgrund der Hauptvorteile der mathematischen Modellierung gegenüber der physikalischen sehr umfangreich: weniger Arbeitszeitaufwand und Dauer (obwohl die Erstellung eines mathematischen Modells viel schwieriger und teurer sein kann, als ein einfaches Experiment an einem echten Modell).

Dennoch wird die mathematische Modellierung sehr häufig zur Beschreibung kinetischer Prozesse in der chemischen Technologie verwendet. Ein Beispiel dafür ist die Polymerisation von Styrol und Butylacrylat, bei der die den Polymerisationsverlauf beeinflussenden Parameter (Temperatur, Monomerkonzentration usw.) durch die Methode des Computerexperiments bestimmt wurden, was dazu beitragen wird, den Prozessverlauf erheblich zu verändern, um die Selektivität und Ausbeute des Zielprodukts zu erhöhen [7, S. 168-169].

Die nächste nicht weniger wichtige Anwendung ist die Simulation verschiedener chemisch-technologischer Apparate und Anlagen. Der Holzpyrolysereaktor wurde bereits erwähnt, aber neben Reaktoren werden auch Absorber, Destillationskolonnen und Wärmetauscher in der chemischen Technik modelliert. Die Liste der Geräte ist wirklich beeindruckend, aber hinter den Geräten steht zunächst eine mathematische Modellierung der Prozesse, die diesen Geräten zu-

grunde liegen, zum Beispiel werden Kühlaggregate auf der Grundlage der Gleichungen von Wärmeaustauschprozessen modelliert; Absorber sind die Installation eines Stoffübertragungsprozesses – Absorption, aber sie werden zur Vereinfachung des mathematischen Modells getrennt, während alle oben genannten Prozesse tatsächlich gleichzeitig mit Wärme- und Stoffübertragung ablaufen.

Derzeit können die meisten chemisch-technologischen Prozesse simuliert werden, ohne dass eine reale Apparatur vorhanden ist. Ein solcher Übergang von der physikalischen Modellierung zur mathematischen Modellierung machte die Modellierung zugänglicher, da jetzt nicht mehr das Original zum Bau eines Modells benötigt wird, sondern eine mathematische Beschreibung dieses Prozesses ausreicht. Es sei auf die Universalität des mathematischen Modells hingewiesen. Bei der physikalischen Modellierung erhält man ein Modell, das nur einen bestimmten Apparat beschreibt, ohne die Möglichkeit, Daten desselben Modells auf ein dem Original ähnliches Objekt zu übertragen. Ein mathematisches Modell kann andere Objekte beschreiben, unabhängig davon, an welchem Original man die mathematische Beschreibung erhalten hat.

Auf diese Weise ersetzt die mathematische Modellierung aufgrund der wachsenden Rechenleistung, die der Menschheit zur Verfügung steht, allmählich die physikalische Modellierung.

Quellenverzeichnis

1. Бояринов, А.И. Методы оптимизации в химической технологии: учебное пособие / А.И. Бояринов, В.В. Кафаров. – М.: Химия, 1969. – 564 с.
2. Закгейм, А.Ю. Введение в моделирование химико-технологических процессов: учебное пособие / А.Ю. Закгейм – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Химия, 1982. – 288 с.
3. Математическое моделирование и оптимизация химикотехнологических процессов: Практическое руководство / В.А. Холоднов, В.П. Дьяконов, Е.Н. Иванова, Кирьянова Л.С. – СПб.: АНО НПО «Профессионал», 2003. – 480 с.
4. Математическое моделирование химико-технологических процессов: учебное пособие / Ас. М. Гумеров, Н.Н. Валеев, Аз. М. Гумеров, В. М. Емельянов; Казан. гос. технол. ун-т. – Казань, 2006. – 216 с.
5. Осипов, А.Л. Интеллектуальная система предсказания свойств химических веществ / А.Л. Осипов, В.П. Трушина //SCIENCE TIME. – 2015. – №4 (16). – С. 578-585.
6. Сафин, Р.Р. Математическое моделирование процесса пиролиза древесины при регулировании давления среды / Р.Р. Сафин, И.А. Валеев, Р.Г. Сафин // Вестник московского государственного университета леса – Лесной вестник. – 2005. – №2. – С. 168-173.
7. Улитин, Н.В. Математическое моделирование кинетики гомополимеризации стирола и бутилакрилата по механизму обратимой передачи

цепи / Н.В. Улитин, Е.Б. Широких, И.И. Насыров, Д.Ш. Калинина, В.А. Сидельникова, Е.В. Самарин, Р.Я. Дебердеев // Кинетика и катализ. – 2014. – №2. – С. 163-171.

8. Чечеткина, И.И. Метод моделирования в химии и технологических решениях (на примере химической технологии) / И.И. Чечеткина // Философия в системе «НТПО»: наука, технология, производство, образование. взаимодействие высшей и средней школ: материалы конференции / редактор Казаков Ю.М. – 2021. – С. 156-161.

УДК 613.6

ОХРАНА ТРУДА И ТЕХНИКА БЕЗОПАСНОСТИ ПРИ РАБОТЕ С СОБАКАМИ

Г.А. Чернобров, В.В. Кожухова

Московский политехнический университет

В данной статье обсуждаются риски и опасности при работе с собаками, и подчеркивается важность охраны труда и техники безопасности на соответствующих рабочих местах. Также приведены превентивные меры по обеспечению гигиены и безопасности труда при такой работе, такие как оценка риска, средства индивидуальной защиты, надлежащее обучение и обучение, методы безопасного обращения и удержания, а также правила и процедуры на рабочем месте. Кроме того, представлена правовая основа охраны труда и техники безопасности при работе с собаками, включая национальные и международные нормы и стандарты, ответственность и ответственность работодателей и работников, а также соблюдение и проверка стандартов охраны труда и техники безопасности. Статья включает тематические исследования и примеры как успешного, так и неудачного внедрения мер по охране труда и технике безопасности на рабочих местах, связанных с собаками. Подчеркивается важность уделяния приоритетного внимания гигиене труда и технике безопасности на рабочих местах, связанных с собаками, и содержится призыв к будущим исследованиям и улучшениям в этой области.

Ключевые слова: охрана труда и техника безопасности, собаки, риски, опасности, превентивные меры, нормативно-правовая база, тематические исследования.

OCCUPATIONAL HEALTH AND SAFETY WHEN WORKING WITH DOGS

G. Chernobrov, V. Kozhukhova
Moscow Polytechnic University

The aim of the article is to discuss the risks and hazards of working with dogs and highlight the importance of occupational health and safety in dog-related workplaces. The preventive measures for ensuring occupational health and safety in working with dogs, such as risk assessment, personal protective equipment, proper training and education, safe handling and restraint techniques, and workplace policies and procedures, are also discussed. Additionally, the legal framework for occupational health and safety in working with dogs is presented, including national and international regulations and standards, liability and responsibility of employers and workers, and enforcement and inspection of occupational health and safety standards. The article also includes case studies and examples of both successful and unsuccessful implementation of occupational health and safety measures in dog-related workplaces. Thus, the objectives of the article are to show (scientifically) and represent occupational health and safety when working with dogs. Finally, the article emphasizes the importance of prioritizing occupational health and safety in dog-related workplaces and calling for future research and improvement in this area.

Key words: *occupational health and safety, dogs, risks, hazards, preventive measures, legal framework, case studies.*

Occupational health and safety refers to the measures taken by employers to ensure the safety and well-being of their employees while they are performing their duties. It is crucial for employers to provide a safe and healthy working environment to prevent accidents and injuries at work.

Working with dogs is a unique and rewarding job, but it also comes with its own set of risks and challenges. Dog handlers, trainers, groomers, and other professionals who work with dogs need to be aware of the potential hazards associated with their job and take appropriate measures to mitigate them.

In this report, we will discuss the importance of occupational health and safety in workplaces and provide an overview of the specific risks and safety measures that should be taken when working with dogs.

Working with dogs can have its own hazards that should not be overlooked. Below are the three main types of risks that come with working with dogs:

Physical risks: Dogs can bite, scratch, or kick when they feel threatened or scared. It's important to be aware of a dog's body language and behavior to prevent these types of incidents from occurring. Even friendly dogs can accidentally cause injury when playing or interacting with their handler.

Health risks: Dogs can transmit zoonotic diseases to humans, such as rabies, leptospirosis, and salmonella. People who work with dogs are also at a higher risk of developing allergies to dog hair and dander, which can cause respiratory problems and skin irritation.

Psychological risks: Working with dogs can be stressful and anxiety-inducing, particularly in high-pressure situations such as during training or competition. Handlers can experience emotional burnout or develop anxiety and depression if they are not equipped to handle the demands of working with dogs.

To mitigate the risks and hazards of working with dogs, it is crucial to implement preventive measures in the workplace. Some of the preventive measures are:

1. **Risk assessment and hazard identification:** employers should conduct a thorough risk assessment and identify potential hazards in the workplace. They should also implement measures to prevent, control, and manage those hazards.

2. **Personal protective equipment (PPE):** PPE such as gloves, boots, masks, and safety glasses should be provided to workers to protect them from bites, scratches, and other physical hazards.

3. **Proper training and education for workers:** employers should provide adequate training and education to workers on how to handle dogs safely. This training should include information on dog behavior, safe handling techniques, and how to use PPE.

4. **Safe handling and restraint techniques for dogs:** workers should be trained on how to handle and restrain dogs safely. This includes using appropriate tools, such as leashes and muzzles, and avoiding aggressive handling techniques.

5. **Workplace policies and procedures:** employers should have clear workplace policies and procedures in place for working with dogs. These policies should cover topics such as dog vaccination requirements, reporting incidents and injuries, and emergency response protocols.

Implementing these preventive measures can help to minimize the risks and hazards of working with dogs and ensure the safety and well-being of workers.

In addition to preventive measures, there are also legal frameworks that regulate occupational health and safety in working with dogs. These frameworks include national and international regulations and standards, such as the Occupational Safety and Health Administration (OSHA) regulations in the United States and the European Union's Framework Directive on Safety and Health at Work.

Both employers and workers have legal responsibilities for ensuring the safety and health of workers. Employers are responsible for providing a safe workplace, including proper equipment and training, and workers are responsible for following safe work practices and using personal protective equipment when necessary. Failure to comply with these regulations can result in legal liability and penalties.

Inspections and enforcement of occupational health and safety standards are conducted by government agencies, to ensure compliance and protect the

health and safety of workers. It is important for employers and workers to understand and comply with these legal frameworks to prevent workplace injuries and illnesses.

There have been several examples of both successful and unsuccessful implementation of occupational health and safety measures in dog-related workplaces. One successful case study is the use of personal protective equipment such as bite-resistant gloves and sleeves in dog shelters and veterinary clinics, which has significantly reduced the number of injuries sustained by workers. Another example of success is the adoption of safe handling and restraint techniques, such as the use of muzzle and leash, which has decreased the risk of dog bites and scratches.

On the other hand, there have also been tragic incidents where occupational health and safety standards were not properly implemented. In 2019, a dog handler was mauled to death by a dog while on duty at a training facility. The incident highlighted the importance of proper risk assessment, hazard identification, and worker training in preventing such tragedies. These case studies serve as important lessons for employers and workers to prioritize occupational health and safety measures in dog-related workplaces.

In conclusion, this report has highlighted the significant risks and hazards that workers face when working with dogs, including physical, health, and psychological risks. However, preventive measures such as risk assessment, personal protective equipment, proper training, and workplace policies can effectively mitigate these risks. It is also crucial for employers, workers, and policymakers to understand and comply with national and international regulations and standards regarding occupational health and safety in dog-related workplaces. By prioritizing and improving occupational health and safety in these settings, we can ensure the well-being of workers and animals alike. The report concludes with a call to action for stakeholders to take action in this area and invest in further research and improvement.

References

1. Canadian Centre for Occupational Health and Safety. (2021). Working with Animals – electronic resource – URL: <https://www.ccohs.ca/oshanswers/hsprograms/animals.html> (date of request: 11.03.2023)
2. Health and Safety Executive. (2018). Safe working with dogs – electronic resource – URL: <http://www.hse.gov.uk/pubns/ais23.pdf> (date of request: 11.03.2023)
3. National Institute for Occupational Safety and Health. (2021). Working with Animals – electronic resource – URL: <https://www.cdc.gov/niosh/topics/animal/default.html> (date of request: 11.03.2023)

4. Occupational Safety and Health Administration. (2015). Safety and Health Topics: Animal Handling – electronic resource – URL: <https://www.osha.gov/SLTC/etools/animalhandling/index.html> (date of request: 11.03.2023)
5. World Health Organization. (2018). Zoonoses and veterinary public health – electronic resource – URL: <https://www.who.int/activities/zoonoses-and-veterinary-public-health> (date of request: 11.03.2023)
6. Smith, J. (2020). Occupational Health and Safety in Dog-Related Workplaces: A Review. Journal of Occupational Health and Safety, 37(4), 205-215 – electronic resource – URL: https://www.researchgate.net/publication/358796823_The_Occupational_Health_And_Safety (date of request: 11.03.2023)

УДК 81’347.78.034

ТРУДНОСТИ ЛОКАЛИЗАЦИИ КОМПЬЮТЕРНОЙ ИГРЫ «LEAGUE OF LEGENDS»

А.Ю. Шантагаров, Н.А. Корепина

Иркутский национальный исследовательский технический университет

Данная статья посвящена особенностям локализации игры «League of Legends», рассмотрению игровой терминологии, используемой игроками. Обсуждаются примеры ситуаций, возникающих в процессе перевода и способы их решения. Рассматриваются две основные стратегии локализации – форенизация (сохранение иностранного колорита) и доместикация (адаптация к культурным особенностям потребителя результата локализации). В работе проводится анализ перевода, выполненный командой локализаторов, с целью выяснить, какой стратегии придерживаются разработчики игры при русификации продукта.

Ключевые слова: локализация, русификация, игры, цифровая дистрибуция, программное обеспечение, League of Legends.

LOCALIZATION DIFFICULTIES OF VIDEO GAME «LEAGUE OF LEGENDS»

A. Shantagarov, N. Korepina

Irkutsk National Research Technical University

This article is devoted to the peculiarities of the localization of the video game «League of Legends», the consideration of the game terminology used by the players. Some examples of the situations arising during their translation and ways to solve them are discussed. Two main localization strategies are considered – foreignization (preservation of foreign flavor) and domestication (adaptation to the cultural characteristics of the consumer of the localization result). The paper analyzes the translation made by the localizers team in order to find out what strategy the game developers follow when Russifying the product.

Key words: localization, russification, games, digital distribution, software, League of Legends

Предметом настоящего исследования является «League of Legends» – компьютерная игра в жанре МОБА (multiplayer online battle arena), выпущенная в 2009 году. МОБА – жанр компьютерных игр, игровой процесс которых заключается в сражении двух команд игроков на особой карте. Каждый игрок управляет одним персонажем из определенного списка героев, отличающихся характеристиками и способностями. В течение матча персонажи могут становиться сильнее, получать новые способности и снаряжение, подобно компьютерным ролевым играм. Конечной целью в ходе матча является уничтожение главного здания вражеской команды с помощью как «героев», управляемых игроками, так и «крипов», управляемых компьютером.

Для начала введем терминологический инструментарий, который будет применяться при обсуждении проблемы локализации в нашей работе.

- Чемпион – персонаж, управляемый игроком. Обладает рядом характеристик и набором умений.
- Урон – воздействие на персонажей, уменьшающее их запас здоровья.
- Эффекты контроля – собирательное название воздействий умений, которые временно лишают персонажа возможности действовать в полную силу. Например, эффект контроля «Безмолвие» временно запрещает персонажу применять умения.

Чемпионы в League of Legends наделены ролями, при этом некоторые герои могут исполнять несколько ролей. Роль персонажа определяют его способности. Список ролей приведен ниже:

1. *Убийцы* – чемпионы, способные быстро убивать чемпионов противника с помощью комбинации способностей и автоатак. Отличительными особенностями убийц являются способности, позволяющие быстро менять позицию в бою или наносить огромный урон противнику.

2. *Стрелки* – чемпионы, отличительными особенностями которых являются возможность атаковать на расстоянии, нанося значительный урон противнику, обладающие низкими защитными показателями.

3. *Воины* – чемпионы, находящиеся на передовой во время сражений. Их показатели урона и защитные показатели сбалансированы, но не равны.

4. *Танки* – чемпионы, которые также находятся на передовой. Они наносят сравнительно небольшой урон, но при этом обладают выдающимися защитными показателями и зачастую владеют умениями с эффектами контроля.

5. *Маги* – чемпионы, полагающиеся на разнообразные способности для участия в сражениях. Способности магов могут как наносить урон одной цели, так и распределять его между несколькими противниками.

6. *Поддержка* – чемпионы, помогающие команде путем усиления союзников (исцеление или увеличение характеристик) или ослабления противников (снижение характеристик или наложение эффектов контроля).

Актуальность настоящей работы состоит в том, что на данный момент «League of Legends» является одной из самых популярных компьютерных игр в мире [5] и на протяжении 5 лет является победителем на ежегодной церемонии награждения «The Game Awards» [6] в номинации «Лучшее киберспортивное мероприятие». Цель настоящей статьи заключается в анализе трудностей локализации данной компьютерной игры в русскоязычной версии.

На сегодняшний день в игре представлено 14 официальных переводов на различные языки мира, среди которых есть и русский, появившийся в 2015 году с открытием российского сервера.

Нами было проведено интервью с командой локализаторов Riot Games через техподдержку сайта riotgames.com и было установлено, что для русификации обычно используются пакеты, включающие в себя скрипты – Excel-файлы с диалогами чемпиона или озвучиваемого персонажа, а также контекст, необработанные звуковые дорожки с оригинальным голосом, и видеоролики, которые помогают актеру озвучивания и звукорежиссеру лучше понять роль и воплотить её [по материалам интервью с разработчиками игры Riot Games]. Описание подобных пакетов находим в статье Поцелуйко А.С., Корепиной Н.А. «К вопросу о локализации в сфере интерактивных развлечений» [4], а также в статье Зилева В. М., Сюткиной А. И. «Локализация компьютерных игр и проблема ее качества» [2].

Несмотря на наличие официальной русификации, в русскоязычном сообществе активно используется английский сленг для достижения эффективной коммуникации в игре и в игровом сообществе. Рассмотрим примеры, приведенные ниже:

- *Ганк* (от англ. жарг. to gank, to gang kill – убить группой) – совместное нападение нескольких персонажей на персонажа противника с целью получить за его убийство золото и опыт. Пример использования: «Лес, где ганги?»;

- *Инсек* (от англ. Insec) – комбинация умений персонажа, при выполнении которой он может отбросить противника к своей команде. Название дано в честь профессионального игрока inSec. От данного слова может быть образован глагол «инсекать», обозначающий выполнение данной комбинации. Пример использования: «Инсекни к нам кого-нибудь»;

- *Саппорт*, сап (от англ. support – поддержка, помощь) – класс персонажей, главной задачей которого является поддержка союзников. «Саппорты» меньше других классов зависимы от золота и, следовательно, от убийств противников. Пример использования: «Сап, где обзор?»;

- *Мид* (от англ. middle – средний, середина) – сокращенное название средней линии. Персонажей, выбранных на среднюю линию, называют мидерами. Пример использования: «Я выиграл мид, сейчас приду».

Из вышеприведенных примеров можно заключить, что сленг используется в ряде игровых ситуаций, когда у слова нет аналога в русском языке или использование сленга экономит время.

Разработчики могут обыгрывать сленг во фразах персонажей или других элементах игры. Персонаж Пайк произносит фразу «Am I support, right?», в случае, если Пайк убил всю команду противника. Пайк – единственный персонаж поддержки, целью которого является убийство противников. В процессе русификации данную фразу перевели как «Я правильно поддерживаю?».

Персонаж Треш владеет умением «Тёмный путь», позволяющим притянуть к себе одного союзника, если последний нажмет на фонарь, который Треш бросает при применении умения. Связанное с этим умением внутриигровое достижение в оригинале называется «CLICK IT». В процессе русификации данное достижение перевели как «ХВАТАЙ».

Другим примером внутриигрового достижения является «Insecurity Breach», для выполнения которого необходимо отбрасывать или притягивать противников к себе или в сторону союзников. В процессе русификации данное достижение перевели как «Инсек-тицид».

Также случаются ситуации, когда дословный перевод не попадает в продолжительность оригинальной фразы. Тогда команде локализаторов приходится увеличивать фразу при переводе, чтобы не возникало внутриигровых ошибок. Таким образом у персонажа Галио русификация фразы «Which way's the fun?» стала «Где там веселье? На миде?».

Перевод элементов игры с комментариями локализаторов

Таблица 1

Оригинал	Адаптация	Комментарий команды локализаторов	Комментарий с точки зрения теории перевода
« <i>Am I support, right?</i> »	« <i>Я правильно поддерживаю?</i> »	«Фраза Пайка вышла в итоге гораздо более удачной, нежели дословный перевод. Более того, поддержка – это роль. Фраза "Я поддержка" в целом неверна в согласовании, ибо Пайк – чемпион поддержки»	При переводе фразы были произведены грамматические трансформации: были изменены структура предложения и порядок слов, была произведена замена частей речи. Поскольку официальным вариантом перевода “support” в League of Legends является “чемпион поддержки”, команда локализаторов заменила существительное “поддержка” на глагол “поддерживать”.
« <i>CLICK IT</i> »	« <i>ХВАТАЙ</i> »	«Англицизмы не употребляем без крайней нужды. Если есть адекватные альтернативы среди русских слов, выбор всегда будет в их пользу»	В данной ситуации была произведена лексико-семантическая замена. В оригинале употребляется “ <i>CLICK IT</i> ” как указание, что союзник должен сделать – нажать на фонарь. Нажав на фонарь, союзник его схватит – указание изменяется на “ <i>ХВАТАЙ</i> ”.
« <i>Insecurity Breach</i> »	« <i>Инсек-тицид</i> »	«Надо было сохранить отсылку, при этом не оставлять "инсек", висящим отдельно»	Здесь был переведен каламбур, завязанный на игре слов со словом “insec”. Буквальный перевод названия: “Нарушение безопасности”.

«Which way's the fun?»	«Где там веселье? На миде?»	«Фразу Галио расширили, потому что нужно было попасть в тайминг (длительность фразы, соблюдение которой необходимо для избежания ошибок в программном коде) шутки. Галио и мид отлично подходили по контексту»	Здесь приведен пример адаптации, необходимой для избежания ошибок в работе игры. Было применено добавление слов в ходе синтаксического варьирования.
«After we finish murdering these folks, what do you think? Tacos? Yeah, tacos»	«Закончим убивать этих слонтяев, и, может, по шаурме? Да, по шаурме!»		В данной ситуации была переведена реалья – и тако, и шаурма являются фастфудом, но тако в русскоязычном пространстве известно меньше, чем шаурма.

При озвучивании персонажей существует проблема переноса акцентов, как отметил в интервью актер озвучивания Пётр Иващенко. Зачастую, команды локализации пренебрегают акцентами при переводе [3]. Тем не менее, в русифицированной версии Пантеон обладает кавказским акцентом, в то время как в оригинале он обладает греческим акцентом, поскольку при его создании разработчики использовали образы из древнегреческой культуры. Локализаторы в ходе интервью отметили, что решили поэкспериментировать с акцентом и попытаться передать его в озвучке, так как акцент заложен в оригинальной версии и передаёт суть переработанного персонажа [по материалам интервью с разработчиками игры Riot Games].

Автор статьи «Феномен компьютерной игры в переводоведческом дискурсе» А.Т. Анисимова акцентирует внимание на двух основных стратегиях перевода компьютерных игр – форенизации (сохранение иностранного колорита) и доместикации (адаптации к культурным особенностям потребителя) [1]. Исходя из приведенных выше примеров адаптации, таких как акцент Пантеона, мы делаем вывод, что команда локализаторов Riot Games придерживается стратегии доместикации.

Подводя итог, можно сказать, что команда локализаторов Riot Games предоставляет качественный перевод с сохранением функциональной равнозначности перевода и текста оригинала. Команда локализаторов в ходе работы адаптирует оригинальные текст и озвучку под нужды и особенности русскоязычного сообщества.

Библиографический список

1. Анисимова, А.Т. Феномен компьютерной игры в переводоведческом дискурсе // Научный вестник Южного института менеджмента. – 2018. – №2. – С. 82-86 – URL: <https://doi.org/10.31775/2305-3100-2018-2-82-86>
2. Зилев, В.М. Локализация компьютерных игр и проблема ее качества / В.М. Зилев, А.И. Сюткина // Молодой ученый. – 2015. – №11 (91). – URL: <https://moluch.ru/archive/91/19886/> (дата обращения: 19.04.2023)
3. Интервью с Петром Иващенко // youtube.com URL: <https://youtu.be/agLDbrn-SxA> (дата обращения: 19.04.2023).
4. Поцелуйко, А.С. К вопросу о локализации в сфере интерактивных развлечений / А.С. Поцелуйко, Н.А. Корепина // Молодежный вестник ИрГТУ – 2017. – №4. – (Гуманитарные науки). – URL: <http://мвестник.рф/journals/2017/04/articles/44> (дата обращения: 19.03.2022).
5. Рейтинг самых популярных компьютерных игр по количеству активных игроков // activeplayers.io URL: <https://activeplayer.io/top-15-most-popular-pc-games-of-2022/> (дата обращения: 19.04.2022).
6. Церемония награждений «The Game Awards» // thegameawards.com URL: <https://thegameawards.com/rewind> (дата обращения: 19.04.2022).

УДК 378.147

ПЕРСПЕКТИВНЫЙ ВЗГЛЯД НА ВОЗМОЖНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ЭЛЕМЕНТОВ ДОПОЛНЕННОЙ РЕАЛЬНОСТИ И 3Д МОДЕЛИРОВАНИЯ В ОБУЧЕНИИ АНГЛИЙСКОМУ ЯЗЫКУ

В.А. Шевырев, И.А. Савватеева

Иркутский национальный исследовательский технический университет

В статье предлагается описание проекта очков дополненной реальности, способов их внедрения в образовательную деятельность, возможности и перспективы практической реализации представленной разработки в обучении профессионально-ориентированному английскому языку в технической сфере.

Ключевые слова: дополненная реальность, профессионально-ориентированный английский язык, цифровизация образования, 3D моделирование.

A PERSPECTIVE VIEW ON THE POSSIBILITIES OF APPLYING ARGUMENTED REALITY AND 3D MODELING IN TEACHING ENGLISH

V. Shevyrev, I. Savvateeva

Irkutsk National Research Technical University

The article offers a description of the project of augmented reality glasses, ways of their implementation in educational activities, opportunities and prospects for the practical implementation of the presented development in teaching professionally oriented English in the technical field.

Key words: augmented reality, professionally-oriented English, digitalization of education, 3D modeling.

Введение

В настоящее время большое внимание уделяется вопросам внедрения, применения и разработки современных образовательных технологий в контексте трансформации российского образования, что, несомненно, предполагает учет перспективы технологических трендов развития образования будущего. Применение технологии дополненной реальности (далее AR) открывает новые возможности в разработке новых методов преподавания иностранных языков, что, в целом, соответствует динамичному процессу интеграции языка, науки и техники в диалоге культур в формирующемся векторе развития современного российского высшего образования.

Актуальность темы обусловлена растущим интересом к разработке и внедрению 3D моделирования в производственную, учебную и иные сферы деятельности человека в современном обществе, в разной степени, как в среду с



Рис. 1. Очки дополненной реальности Vulcano Glasses

прямым или косвенным дополнением физического мира цифровыми данными в режиме реального времени при помощи компьютерных устройств –

планшетов, смартфонов и инновационных гаджетов, а также программного обеспечения к ним.

История развития 3D моделирования связана с именем сотрудника Bell Laboratories Эдвардом Заяцем, который в 1963 году представил миру написанную на «Фортране» программу симуляции движения спутника по орбите крупного небесного тела. Эдвард Заяц занимался математическим моделированием с целью создания механизмов, имеющих гироскопическую систему стабилизации, которая могла применяться в первых коммуникационных спутниках [1].

Не менее значимая для проектирования AR была разработана в 1968 году ученым-информатиком Айваном Сазерлендом, который создал систему дисплея AR [2]. Дополненная реальность воспринимается человеком как смешанная реальность, создаваемая с помощью компьютера с использованием «дополненных элементов воспринимаемой реальности», когда реальные объекты монтируются в поле восприятия [3]. В последующие годы исследовательские университеты, компании и национальные агентства продолжали совершенствовать AR для переносных устройств и цифровых дисплеев и уже к 2017 году технология нашла широкое применение [4].

Сегодня существует достаточно большое количество моделей очков, специализирующихся на применении технологии дополненной реальности (Google Glass, Microsoft HoloLens и т.п.). В данной статье представлен обзор отечественной разработки очков дополненной реальности, а также предлагаются варианты возможности их применения в обучении английскому языку в профессиональной сфере в техническом вузе направления архитектуры, строительства и дизайна.

Очки дополненной реальности Vulcano Glasses

На основании принципа работы устройств, специализирующихся на применении технологии дополненной реальности и опираясь на их внешний вид и дизайнерские изыски, в статье предлагается краткий обзор проекта собственной модели очков дополненной реальности [см. рис. 1].

Проект разрабатывался совместно с коллегой-дизайнером из Индии. Наброски будущего концепта устройства (3D



Рис. 2. Внутреннее устройство очков Vulcano Glasses

модель очков), включают в себя как оригинальные дизайнерские решения, так и инженерные особенности [см. рис. 2]. Так, например, предлагается

инженерно-техническое решение возможности проектирования оптических линз в целях недопущения искажения изображения. Также проект предполагает собственную инженерно-техническую разработку проекционных экранов в целях получения лучшего результата фокусировки внимания на полученном выходном изображении. Кроме того, проектом предлагается оригинальный дизайн очков, учитывающий удобство и комфорт для пользователей.

Подчеркнем, что наличие в очках операционной системы на базе Android 13, совместимой с многими гаджетами и устройствами, дает возможность пользователю вносить изменения в исходный программный код, тем самым, допуская вероятность улучшения работы устройства и добавления нового программного обеспечения. Проект предполагает и наличие новейших датчиков освещенности, которые позволяют использовать адаптивную регулировку яркости изображения на проекционных экранах очков. Также предлагается техническая разработка по улучшению модуля камеры, включая лазерный датчик LIDAR, что решает задачи с пространственным сканированием материального окружения пользователя. Приблизительная стоимость продукта для потребителя существенно ниже средней потребительской цены других подобных устройств (Google Glass 2 и Microsoft HoloLens 2 и т.п.). Проект находится в стадии концепта, поэтому все характеристики потенциального устройства представлены в данной статье в виде краткого обзора, поскольку основное внимание уделяется потенциальным возможностям применения очков дополненной реальности отечественной разработки в сфере образования на примере их применения в изучении английского языка в техническом вузе.

Практическое применение очков Vulcano Glasses в сфере образования

Предлагаемое устройство можно использовать во многих сферах деятельности для решения различных задач, но первоочередная цель – качественная подача образовательного материала на занятиях, в частности, для улучшения понимания иностранного языка. В программное обеспечение очков входит ряд программ, предназначенных для повышения уровня знаний иностранных языков. Эксклюзивно для Vulcano Glasses будет разработан софт для отображения переводов иностранных слов с применением технологии распознавания элементов окружения за счет использования анализа нейросетей (Google Lens; Samsung Bixby Vision).

Как это должно работать: студент или преподаватель, использующий данные очки в образовательном процессе, сможет, направив свой взгляд на объект архитектуры или строительства (к примеру, водопроводную трубу, центробежный насос, элемент системы вентиляции, часть несущей стены строительной конструкции, балку, сваю и т. п.), видеть на экране очков перевод названия данного объекта, благодаря технологии автоматического

распознавания предметов окружения наблюдателя. Данный метод осуществления моментального перевода небольших объемов текста будет полезен как соотечественникам, так и иностранцам, так или иначе связанных с сферой строительства зданий и сооружений.

Приведем практический пример: студентам при строительстве современного коттеджа типа «модерн» необходимо, в рамках занятия по предмету «Английский язык», узнать названия основных компонентов строительной конструкции здания. Занятие подразумевает пополнение словарного запаса учащегося и усвоение им лексических и грамматических норм языка. Строительных компонентов крайне много, а студенту необходимо составить таблицу с терминами и их переводами в течение академического часа. В данном случае можно использовать обычный словарь или онлайн-переводчик, но очки Vulcano Glasses способны сэкономить время для решения поставленной задачи. Наблюдатель в очках сможет мгновенно видеть название нужного ему компонента инфраструктуры данного строения, при этом оно будет сохраняться в базе данных приложения и к нему можно будет обратиться в любой момент времени. Фотографирование исследуемого объекта будет совершаться для создания лучшей наглядности и понимания визуального образа рассматриваемого объекта. Очки будут оборудованы технологией быстрого распознавания речи и моментального перевода в режиме диалога. Среди доступных для перевода языков мира также в устройстве предусмотрен перевод языка жестов.

Заключение

Итак, разработка очков дополненной реальности Vulcano Glasses имеет большой потенциал в сфере обучения иностранным языкам и в сфере инженерно-проектной деятельности. Совмещая в себе наилучшие качества и технологии рынка современной AR индустрии, данная модель очков могла бы стать прямым конкурентом разработкам IT-гигантов, таких как Google, Oculus и Microsoft. Имея низкую потребительскую цену, Vulcano Glasses способны в короткие сроки занять сегмент доступных обычному пользователю очков дополненной реальности. Необходимость такой разработки также подтверждает тот факт, что с возникновением российского сегмента AR возникла надобность в устройстве, способном поддерживать технологию отображения дополненной реальности в реальном времени, а в связи с высокой ценой на закупку зарубежных моделей таких устройств, наличие отечественной модели было бы рациональным. Применение очков не ограничивается только образовательной и профессиональной сферой деятельности, оно предполагает использование устройства и в развлекательных целях. Концепт, при возможности должного уровня финансирования, обязательно приобретет статус прототипа в течении последующих 2-3 лет, а спустя 6-7 месяцев будет налажено серийное производство.

Библиографический список

1. 3DNEWS.RU: основные периоды становления компьютерной графики и ее развития. сайт. – URL: <https://3dnews.ru> (дата обращения: 15.03.2023).
2. SPRAVOCHNIK.RU: справочник информатика. сайт. – URL: <https://spravochnik.ru> (дата обращения: 19/03/23).
3. DEVELOPERS.SBER.RU: технологии дополненной реальности. сайт. – URL: <https://developers.sber.ru> (дата обращения: 20.03.23).
4. VK.RU: развитие популярности применения технологии дополненной реальности. сайт. – URL: <https://vc.ru> (дата обращения: 25.03.2023).

УДК 378.147

ENGLISH LEARNING EXPERIENCE THROUGH SONGS

A. Shelekhova, I. Iakoba

Irkutsk National Research Technical University, Irkutsk State University

The experience of using songs as a tool for learning the English language and American culture is examined. It presents an analysis of song "Pumped Up Kicks". The conclusion is drawn about the benefits of listening to and analyzing songs for learning youth slang and the country culture whose language is being studied.

Key words: *foreign language learning, musical discourse, songs, linguocultural studies*

Learning a foreign language can be a challenging task, especially if the learner lives in a non-native linguistic environment. However, there are many ways to develop language skills and immerse oneself in the culture of native speakers. One such way is to use the multicode possibilities of the musical discourse. Music and songs are a powerful tool for learning a foreign language, memorizing words and phrases, developing listening and pronunciation skills, and even practicing grammatical structures.

The theoretical basis for the research was the method of teaching foreign languages through songs [1], [2], [10], [4], [9]. There are numerous studies that demonstrate a positive correlation between music and foreign language learning. For example, a study conducted at the University of Liverpool [11] showed that listening to songs in a foreign language can help improve pronunciation and speech comprehension. A study at Oxford University [7] showed that the use of musical texts can help expand the vocabulary in a foreign language. In addition,

a study at a university in Sweden [8] found that students who used music in language classes had better results on grammar tests and in knowledge of vocabulary than those who did not use music. It has been found that music contributes to better memorization of words and phrases, since the melody and rhythm of songs help improve phonetic memory [6]. The study of musical discourse can help improve understanding of cultural peculiarities and traditions of language speakers, since songs can contain cultural, historical references, allusions, intertextual references. All these studies prove the important role of linguistics and culture in foreign language learning. Listening to and analyzing songs can improve motivation, pronunciation, memory and language speakers' cultural peculiarities understanding. I.U. Pashkova notes that "music in class inspires, relaxes, captivates, tunes in to a subtle but strong wave of perception. In addition, music develops memory and thinking" [4, P. 362].

Moreover, music helps to immerse oneself in the culture of native speakers. By listening to music, we can learn not only the language, but also the traditions and history of the country where the authors of these songs grew up. Through song lyrics, we can learn about the lives and issues of people in other countries, as well as their mentality and national characteristics, as music reflects all the social processes happening in the country. Songs can contain references and mentions of cultural symbols and traditions. All of this helps to understand and appreciate the culture of the country in which the song was created. Overall, listening to foreign songs not only helps to improve language skills but also better understand the values of the people.

However, it is important to understand that translating and analyzing songs is an important part of learning a foreign language through music. While music can be helpful for getting used to the rhythm of speech, intonation, and pronunciation of a language, translation and analysis allow you to understand the meaning of words, phrases, and expressions. In addition, translation can help you understand metaphors, wordplay, and other linguistic features that may be difficult to understand. Analyzing songs allows you to better understand the context and use of words and phrases in different situations, emotions and feelings conveyed through words.

One of the English-language songs that contains cultural features and interesting phrases is "Pumped Up Kicks." This is a song by the American indie-pop group Foster the People, released in 2011. Despite its melodic sound, popularity, several awards, and upbeat music video, the song has a rather dark lyrics, describing the aggressive plans of an angry teenager. The title "Pumped Up Kicks" refers to thick-soled shoes (Nike Air Max), which were popular in the 1990s and were a symbol of a high status and belonging to youth subculture. The song reflects one of the American problems. The song starts with the phrase *Robert's got a quick hand*, which represents the main character of the song. He stole a gun from his father to take revenge on his rich classmates, who wore fashionable and expensive

sneakers. His thoughts and motives leading to such actions are described. For example, the chorus of the song says: *All the other kids with the pumped up kicks. You'd better run, better run, outrun my gun.* These lines reflect the cruel reality of school shootings in the USA and make one think about the reasons for youth aggression. For example, the phrase *All the other kids with the pumped-up kicks* speaks to social stratification, inequality in the American society, where having expensive clothes and shoes is an indicator of a high social status. The line *You'd better run, better run, outrun my gun* refers to relevant issues in the American society — violence and gun culture. The phrase *Robert's got a quick hand* is also related to the same issues because the name Robert is associated with weapons in Western culture usually. It should be noted that the song is saturated with colloquial vocabulary and slang, which makes it more appealing: *cowboy kid, your hair's on fire, you must have lost your wits.*

From a grammatical point of view, the song “Pumped Up Kicks” is structured simply, consisting mainly of simple sentences in the Present, Past and Future Simple tenses used to describe the regular, everyday actions of the main character and other characters: *Daddy works a long day. He'll look around the room, but won't tell you his plan.* Modal verbs are used in the song to express advice, such as *You'd better run, better run* and to evaluate actions with a high degree of certainty, such as *You must have lost your wits.* Such sentences can be used to practice grammatical structures and expand vocabulary.

Therefore, the song “Pumped Up Kicks” is an interesting subject for those interested in language and culture of the USA, as it represents a sample of modern American youth culture. Our experience shows that listening to and analyzing songs is a convenient and effective way to learn a language. Let us present some tips that can help you learn English through songs:

1. Listen to songs regularly. In order to improve your language level, it is important to practice regularly. Start listening to songs every day, even if it's just one song. Sing along.

2. Choose songs that match your language level. If you are just starting to learn English, choose songs with simple lyrics and a slow tempo. If you have an advanced level, you can choose songs with a fast tempo and more complex vocabulary.

3. Listen to different genres of music. To get the maximum benefit from listening, try listening to different genres such as rock, pop, hip-hop, jazz, etc. This will help expand your vocabulary and give you an understanding of different music styles and directions.

4. Print out the lyrics, read the text out loud, and try to understand the translation and meaning. If you have difficulty in understanding, use a program or website like <https://www.amalgama-lab.com/> or <https://volyrics.com/> for song translations. During the first listening, read the lyrics out loud to understand the correspondence between spoken language and written text.

5. Analyze the song lyrics. Come up with grammatical and lexical exercises such as finding and listing all the verbs, identifying verb tenses, making questions for each verse, coming up with a different ending for the song, listing all the complex phrases and making other sentences with them, etc.

In conclusion, it is important to emphasize that our experience shows a positive effect of using songs as a foreign language learning method, especially in combination with studying the target language country culture. Music, as a form of art, can be used as an effective tool to establish a connection with the language and culture. Moreover, songs as a learning material can stimulate motivation and interest in language learning, which increases the effectiveness of the learning process overall. However, as any other didactic methods, the effectiveness of using songs for language learning may vary for different people. Some learners may experience significant progress in language learning through music, while others may not achieve the same effect. In this regard, the desire to learn, analyze song lyrics, and sing them is an important component. Using songs as a language learning tool should be considered as an additional method of learning that can help to increase motivation and interest, but it is not the only way to achieve language learning goals.

References

1. Bakanov, S. V. Ispol'zovanie anglojazycznych pesen v kachestve sredstva povyshenija motivacii k izucheniju anglijskogo jazyka studentov nejazykovykh special'nostej [The use of English-language songs as a means of increasing motivation to study English for students of non-linguistic specialties] / S. V. Bakanov // *Chelovek i obrazovanie* – 2016. – № 2 (28). – pp. 88–94.
2. Berdnikova, O. A. Ispol'zovanie pesen v kachestve sredstva aktivizacii rechevoj dejatel'nosti v processe izuchenija anglijskogo jazyka [The use of songs as a means of activating speech activity in the process of learning English] / O. A. Berdnikova // *Molodoj uchenyj* – 2016. – № 5 (110). – p. 25-27.
3. Groulx, T., & Roy, J. P. Music listening in second language acquisition and retention // *Canadian Journal of Experimental Psychology*. – 2012. – № 66(4). – pp. 279-288.
4. Pashkeeva, I. Ju. Ispol'zovanie pesen v obuchenii inostrannomu jazyku [The use of songs in teaching a foreign language] // *Vestnik Kazanskogo tehnologicheskogo universiteta*. 2014. T. 17. № 5. pp. 361-365.
5. Petersen, S., Juul, H. Music as a Tool for Learning Foreign Words and Phrases. // *Music & Science*. – 2019. – № 2. – pp. 1-10.
6. Rebuschat, P., Rohrmeier, M., Hawkins, J.A., Cross, I. Foreign language training as cognitive therapy for age-related cognitive decline: A hypothesis for future research. // *Neuroscience and Biobehavioral Reviews*. – 2012. – №36 (10). – pp. 2309-2325.

7. Samson, S., & Perrin, F. Music and language side by side in the brain: A PET study of the generation of melodies and sentences. // Cortex. – 2010. – №46 (1). – pp. 103-111.
8. Schön, D., Boyer, M., Moreno, S., Besson, M., Peretz, I., Kolinsky, R. Songs as an aid for language acquisition. // Cognition. – 2008. – №106 (2). – pp. 975-983.
9. Sorokina, M. S. Ispol'zovanie muzykal'noj kul'tury v processe obuchenija anglijskomu jazyku [The use of musical culture in the process of teaching English] / M. S. Sorokina // Molodoj uchenyj/ – 2018. – № 1 (163). – pp. 86-88.
10. Veselova, T.M., Vil'berg T.E., Mishina T.E., Letavina E.I., Skokova N.Ju., Poj i izuchaj anglijskuju grammatiku [Sing and learn English grammar]. Uchebnoe posobie po anglijskomu jazyku, KARO, Sankt-Peterburg, 2006. – 144 p.
11. Vilmi, R., Maurex, L. Music and language learning: a study of music pedagogy students' perceptions. // Journal of Music, Technology and Education. – 2015. – № 8(2). – pp. 123–135.
12. Wallentin, M., Nielsen, A.H., Friis-Olivarius, M., Vuust, C. and Vuust, P he musicality of non-musicians: an index for assessing musical sophistication in the general population // PLoS ONE. – 2010. – №5 (6). – p. 190.

УДК 81.282.3

АМЕРИКАНСКИЙ ФУДТРАК КАК ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЙ ФЕНОМЕН

Д.И. Широкова, Г.А. Агеева

Иркутский национальный исследовательский технический университет

Статья посвящена изучению национального лингвокультурного феномена – американского фудтрака. Материал исследования – названия американских фудтраков, полученные методом сплошной выборки со специализированных американских сайтов. Для реализации поставленной цели применяется описательный метод. Было установлено, что фудтрак является неотъемлемой частью американской культуры, имеет многовековую историю становления. Фудтраки имеют оригинальные и запоминающиеся названия. Названия актуализируются разноуровневыми лингвистическими средствами: фонетическими, лексическими, грамматическими.

Ключевые слова: лингвокультурный феномен; фудтрак, название фудтрака, фонетические, лексические, грамматические средства

AMERICAN FOOD TRUCKS AS A LINGUOCULTURAL PHENOMENON

D. Shirokova, G. Ageeva,

Irkutsk National Research Technical University

The article deals with the national linguocultural phenomenon - the American food trucks. To achieve the goal of the study, a descriptive method is used. It was found that the food trucks are an integral part of American culture, they have a long history. The food trucks should have original and memorable names. Creating a good food truck name is of vital importance, especially since that name will be a long-term choice and it is very much a marketing element that can make the difference between many or few clients. Alliteration, a language game and some morphological and syntactic means are used to create food truck names.

Key words: *linguocultural phenomenon; food truck, food truck name, language game, alliteration*

Анализ явлений языка и культуры во взаимосвязи является весьма актуальным контекстом исследования. Так, электронная библиотека <https://elibrary.ru/> выдает более 200 публикаций, связанных с исследованием лингвокультурных феноменов. Как лингвокультурные исследуются, например, такие феномены как «country life» [4], «английский сад» [3], «британский дом» [2] на материале английского языка, «одежда» на материале русского, французского и английского языков [1], «глобализация» на материале китайского языка [8], «бессмертный полк» [9], «полесье» [6], «Толковый словарь живого великорусского языка В.И. Даля» [5] на материале русского языка и ряд других объектов и явлений.

Объектом данного исследования стал фудтрак, который является частью повседневной культуры Америки и самым крупным сегментом передвижного бизнеса в мире. В последнее время мода на ярко оформленные закусочные на колесах, продающих горячую еду, холодные закуски, напитки и сладости, распространяется и в России. Их можно встретить на улицах Москвы, Санкт-Петербурга, Новосибирска, Нижнего Новгорода и других крупных городов⁹.

Владельцы американских фудтраков придумывают своим закусочным на колесах названия и регистрируют в Государственном отделе корпораций¹⁰. Это необходимо для налоговой отчетности и позволяет вести бизнес

⁹ Совсем недавно этот вид общепита даже получил свой отдельный фестиваль - городской фестиваль фудтраков, который состоится в Москве в парке Сокольники в апреле, июле и августе 2023 года согласно данным сайта <https://foodtruck-fest.ru/>.

¹⁰ State Division of Corporations

законным путем. Название фудтрака должно соответствовать местному законодательству и обеспечивать необходимую защиту товарных знаков.

Цель данной работы, таким образом, заключается в исследовании американского феномена фудтрак как элемента американской лингвокультуры.

Для реализации цели необходимо решить ряд задач:

1. Проследить историю становления культуры фудтрака;
2. Собрать фактический материал и составить картотеку названий американских фудтраков;
3. Проанализировать и выявить лингвистическую специфику – фонетические, лексические и грамматические особенности – полученных названий.

Материалом для исследования служат названия американских фудтраков, полученные методом сплошной выборки со специализированных американских сайтов.

Анализ материала осуществляется описательным методом с применением приёма дефиниционного анализа, а также с помощью исследовательских приёмов систематизации, классификации и интерпретации полученных данных.

Фудтрак (от англ. food – «еда» и англ. truck – «фургон») – фургон или автомобильный прицеп, оборудованный для приготовления, хранения и продажи готовой еды.¹¹ Впервые они появились в США в XIX веке, когда техасский фермер Чарльз Гуднайт, взяв за основу армейский вагон, стал торговать кофе, бобами и солониной. Некоторые исследователи относят появление фудтраков к концу XVII века, когда еду продавали с небольших тележек или уличных кухонь [7]. Фудтраки исторически ассоциировались с быстрыми и простыми в приготовлении продуктами – хот-догами и этнической уличной едой. Меню постепенно расширялось, популярность фудтраков росла. Первыми массовыми фудтраками современного образца считаются мобильные столовые, созданные в конце 1950-х годов для нужд армии США, бесперебойно обеспечивавшие горячим питанием солдат на различных базах, расположенных по всей стране. Позже, после их списания, эти вагончики выкупались энтузиастами от бизнеса и переделывались для коммерческого использования¹². На сегодняшний день индустрия получила мощное развитие, и в фудтраках можно приобрести самые разнообразные блюда. Современные фудтраки могут быть в формате автомобиля со встроенным оборудованием, в виде отдельного прицепа, заводским или самодельным. Стандартное оснащение фудтрака состоит из фритюрницы, ку-

¹¹ «a vehicle in which food can be cooked and sold, that moves from place to place»
<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/food-truck>

¹² См., например, <https://hobiz.ru/ideas/auto/biznes-na-fudtrak-vygoden-ili-net-izuchaem-vozmozhnost-zarabotka-s-pomoshhyu-torgovyx-pricepov/>

хонной печи, весов, холодильника, кофемашины, фасовочной станции, гриля, мойки. Оборудование может быть газовым, работать от генератора или от стационарного источника. Помимо этого, современные фудтраки отличаются оригинальными дизайнерскими решениями [10]. Кроме фургона, его оснащения и оборудования владельцу бизнеса необходимо придумать фудтраку оригинальное и запоминающееся название.

Анализ названий американских фудтраков позволяет утверждать, что одним из наиболее продуктивных средств является аллитерация, например, (1) «Piggy's Pierogies»; (2) «Tasty Truck»; (3) «The Bun Bus»; (4) «Burger Bus»; (5) «Cheddar Chariot»; (6) «Pete's Pizza Mobile»; (7) «Hungry Henry's Burger Bus»; (8) «Breakfast Burrito Bus»; (9) «Morning Mayhem»; (10) «Big Bob's Burritos»; (11) «Cheesy Cheeseburgers». Как показывают примеры, аллитерация придает названиям фудтраков благозвучность, эмоциональность, легкую иронию и делает их простыми для запоминания. Поэтому владельцы часто используют аллитерации, чтобы придумать эффектные названия своим фудтракам.

Одним из частотных фонетических средств создания названий фудтраков является ономотопея. Например, (12) «Brr... Chilli Truck». «Brr» – звук, который издают люди, чтобы показать, что им очень холодно¹³. Название фудтрака (13) «Yum Yum Truck» представляет собой ономотопею «Yum Yum», используемую для выражения восхищения по поводу вкуса или запаха еды. Другими примерами являются производные от «Yum Yum» (14) «Yummling», а также название, усиленное рифмой, (15) «Yummy In My Tummy».

На лексическом уровне нами зафиксированы случаи языковой игры, создаваемой различными средствами. Рассмотрим название фудтрака (16) «Rolling Stoves». Оно образовано по созвучию с названием всемирно известной британской группы, одной из самых влиятельных и успешных в истории рока «The Rolling Stones». Идиоматический перевод «The Rolling Stones» с английского языка – «вольные странники», «бродяги». «Rolling Stoves» – название, символизирующее коммерческий успех, дорогу, еду и большое приключение.

Следующий пример языковой игры основан на преднамеренном нарушении системных отношений языка с целью создания необычной языковой формы и структуры, создающих юмористический эффект: (17) «I Scream, You Scream». Пример (17) – название фудтрака, продающего мороженое. Кембриджский словарь английского языка приводит такую дефиницию глагола scream: «to cry or say something loudly and usually on a high note, especially because of strong emotions such as fear, excitement, or anger»¹⁴. Название

¹³ Игра слов в этом названии не входит в круг задач данного исследования.

¹⁴ <https://dictionary.cambridge.org>

фудтрака, таким образом, обещает покупателю наличие сильных эмоций от покупки и потребления предложенного мороженого.

В примерах (18) и (19) используется паронимазийная игра: (18) «Ice Queen» – название фудтрака с мороженым и (19) «Curry Up Now» – название фудтрака индийского бренда фаст-фуда, базирующегося в Калифорнии.

Языковая игра в примере названия (20) «Oh My Burger!» построена на замене компонента известной идиомы «(oh my) God!». Вместо «канонического» компонента «God» вставляется компонент «Burger», совпадающий с исходным по некоторым морфологическим характеристикам и синтаксической позиции; при этом основная смысловая нагрузка смещается именно на новый компонент, что позволяет по-новому расставить смысловые акценты. Кембриджский словарь английского языка приводит такую дефиницию «канонической» идиомы: «used to emphasize how surprised, angry, shocked, etc. you are»¹⁵. Купив еду, покупатель будет (конечно, приятно) удивлен, вероятно, даже (приятно) шокирован вкусом предложенных бургеров.

Оценочные прилагательные мелиоративной семантики, а именно, выражающие самопохвалу и саморекламу, – еще одно лексическое средство, реализующее название американских фудтраков. Например, (21) «Tasty Truck»; (22) «Sweet Tooth Mobile Bakery»; (23) «Sweet Treats To Go»; (24) «Delicious Dessert Food Truck»; (25) «Delicious Donuts»; (26) «Dream Doughnuts». (27) «First Class Burger». Прилагательное «sweet» кроме основных значений «having a taste similar to that of sugar; not bitter or salty» и «sweet food eaten at the end of a meal» имеет значения «pleasant and attractive», «kind and pleasant», «kind, generous, and likable», «pleasant and enjoyable».¹⁶ Приведенные примеры названий явно демонстрируют определенную долю эмоционального воздействия на потенциального клиента, стимулируя его попробовать первоклассные бургеры или пончики мечты.

Грамматические средства для реализации названий фудтраков не слишком многочисленны. Некоторые названия реализуются полными двусоставными предложениями, например, (28) «I'm Stuffed», (29) «We Cook You Eat», (30) «We Love Burgers», (31) «Don't Talk to Me Until I've Had My Coffee» (32) «All American Grilled Cheese» (33) «I'm Nuts Over You» (34) «I Ate Here Today!».

Кроме полных двусоставных предложений в названиях встречаются побудительные предложения, например, (35) «Say Cheese»; (36) «Say Cheese Please»; (37) «Bite Me!»; (38) «Bite Sized Burgers»; (39) «Eat and Go».

¹⁵ <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/oh-my-god?q=Oh+my+God>.

¹⁶ <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/sweet?q=Sweet>

Название (40) «Hey!... You Gonna Eat or What?», содержащее разговорное обращение и неформальное приветствие «Hey!», и вопрос, имитирующий непосредственное неформальное общение «You Gonna Eat or What?», моментально привлекает внимание потенциального клиента¹⁷.

Еще одна грамматическая (морфологическая) особенность названий фудтраков состоит в использовании степеней сравнения прилагательных, как правило, прилагательного good, например, (41) «Just Good Food»; (42) «The Good Times Griddle»; (43) «Better Than Other Food Trucks»; (44) «Best Burgers in Town»; (45) «World's Best Food Truck»; (46) «World's Best Chicken and Waffles». Примеры демонстрируют самопохвалу различной степени интенсивности: «просто хороший фудтрак» – «лучший в городе» – «лучший в мире».

Картотека названий американских фудтраков, составленная нами, насчитывает более 500 единиц, 46 из которых приведены в данной работе в качестве иллюстративных примеров, содержит ценный лингвокультурологический материал, необходимый и достаточный для проведения следующего этапа исследования.

В заключение подведем итоги проведенного анализа:

- Фудтрак является неотъемлемой частью американской культуры и имеет многовековую историю развития.
- Фудтраки имеют оригинальные и запоминающиеся названия.
- Названия актуализируются разноуровневыми лингвистическими средствами: фонетическими, лексическими, грамматическими.

Библиографический список

1. Бочарникова, М. М. Феномен одежды как лингвокультурная проблема (на материале английской, русской и французской культур) / М. М. Бочарникова // Ярославский педагогический вестник. – 2013. – Т. 1, № 2. – С. 150-153.
2. Головки, Е. В. Английский (британский) дом как исторический, социальный и лингвокультурный феномен / Е. В. Головки // Высшее гуманитарное образование XXI века: проблемы и перспективы: материалы одиннадцатой международной научно-практической конференции, Самара, 28–29 сентября 2016 года. – Самара: Самарский государственный социально-педагогический университет, 2016. – С. 74-77.
3. Гончарова, Н. Ю. Английский сад как эстетический и лингвокультурный феномен / Н. Ю. Гончарова // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. – 2013. – Т. 15, № 2-2. – С. 425-429.

¹⁷ На время написания статьи этот фудтрак был закрыт
<https://ru.foursquare.com/v/heyyou-gonna-eat-or-what/4ebde0756da15b4dde251bc7>

4. Кокузе, О. А. Концепт country life как лингвокультурный феномен / О. А. Кокузе, Н. И. Свистунова // Молодой ученый. – 2019. – № 15 (253). – С. 235-238.
5. Кошарная, С. А. «Толковый словарь живого великорусского языка» В.И. Даля как лингвокультурный феномен / С. А. Кошарная // Дали Даля: Сборник статей по материалам Всероссийской (с международным участием) научно-практической конференции, посвященной 220-летию со дня рождения В.И. Даля и Дням славянской письменности и культуры, Белгород, 20–21 мая 2021 года. – Белгород: ООО "Эпицентр". – 2021. – С. 47-52.
6. Кураш, С. Б. Полесье как лингвокультурный феномен глазами носителей русского языка (по данным национального корпуса русского языка) /С. Б. Кураш, В. Н. Сергей // Традиционная культура на территории Российско-Белорусского пограничья: историко-этнографический и лингвокультурологический аспекты: Материалы XIV международной научно-практической конференции, Новозыбков, 12–15 ноября 2012 года / Под редакцией: С.Н. Стародубец, В.В. Мищенко, В.Н. Пустовойтова, Ю.А. Шевцовой, О.В. Белугиной. – Новозыбков: Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского, 2012. – С. 162-167.
7. Mealey, Lorri A History of the Food Truck [Электронный ресурс]. URL: <https://www.liveabout.com/a-history-of-food-trucks-2888314> (дата обращения: 31.03.23).
8. Наумова, К. М. Глобализация (全球化) как лингвокультурный феномен в жизни современного Китая / К. М. Наумова // Известия Восточного института. – 2020. – № 1(45). – С. 6-22. – DOI 10.24866/2542-1611/2020-1/6-22.
9. Фесенко, О. П. "Бессмертный полк" как объект информационной войны и как лингвокультурный феномен / О. П. Фесенко, М. М. Насыров // Трансформация войны в условиях глобализации мира : Материалы Всероссийской научной конференции с международным участием, Омск, 23 апреля 2021 года / Под общей редакцией П.Е. Кобзаря. – Омск: Филиал федерального государственного казенного военного образовательного учреждения высшего образования «Военная академия материально-технического обеспечения имени А.В. Хрулева» Министерства обороны Российской Федерации в г. Омске, 2021. – С. 298-302. – EDN CCCCDG.
10. Фудтрак. – URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki> (дата обращения: 31.03.23).

HOW ENGLISH LANGUAGE HELPS NATIVE RUSSIAN SPEAKERS LEARN CHINESE PUTONGHUA TONES

Xinrui Mou

Beijing Normal University, China

This article is aimed to help native Russian speakers to easily take a grasp of one of the most difficult parts when learning Chinese Putonghua- the tones. As a part of the Russian higher education system, English has been already learned by the Russian students. This article tried to figure out a way of using English as a medium to learn Chinese Putonghua tones according to the teaching practice in Irkutsk National Research Technical University.

Key words: *Chinese, tones, method, multilingualism, five level tone mark*

Language is the essential bridge for people to communicate and express themselves. English, Russian and Chinese are among the six official languages of the United Nations and play a very important role in the world language system. To take a deeper look, these three languages are very different in nature. English belongs to the Germanic group of the Indo-European language family, while Russian belongs to the Slavic group of the Indo-European language family. Chinese, on the other hand, belongs to the Sino-Tibetan language family. English and Russian are both phonetic languages, while English uses the Latin alphabet as the basis of the language and Russian uses the Cyrillic alphabet to form words and sentences. Chinese is one of the oldest ideographic languages in the world. When talking about the study of linguistic morphology, Chinese is an isolating language in which each character has its own pronunciation and meaning. By the various combination of these single characters, no matter how complex the text is, it can be completed. As for Russian and English, they are typical representatives of inflected language, in which the relationship between words and their preceding is expressed through word-formation changes.

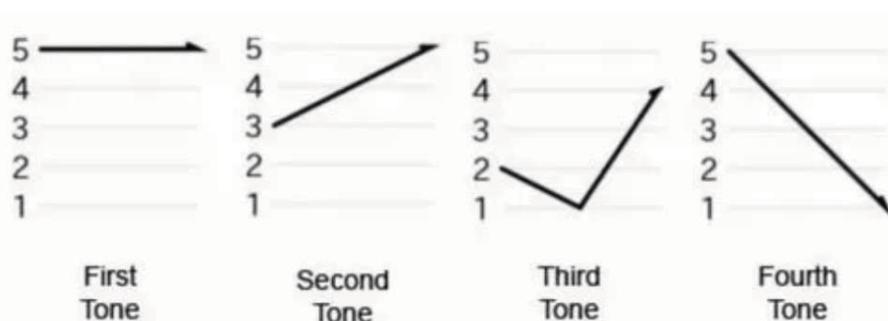
These three languages may seem unrelated, but in today's increasingly globalized world, bilingual and multilingual speaker is notably becoming an important and essential trend in learning, working and even living. In the case of the BRICS Institute of Irkutsk National Research Technical University, for example, Russian students are native speakers of Russian, English is their first foreign language, then they need to choose Chinese or German as their second foreign language, whose curriculum has created a language learning model of "Multilingualism", on the basis of which they can major in different fields and use the language as a tool to become strong competitors in different areas. This means that native Russian

speakers at BRICS when they start to learn a second foreign language, have already grasped of the first foreign language - English. So when learning Chinese, can the former learned language - English, help them to solve some difficulties in learning Chinese tones?

First of all, we need to figure out what is tonal language. The languages used by human beings can be divided into tonal and non-tonal languages. The Indo-European languages like English and Russian are non-tonal languages, and many Sino-Tibetan languages such as Chinese, Tibetan are tonal language, so is Vietnamese. Tonal languages are characterized by the use of different tones of different lengths and values to produce different meanings even though the speech is the same. Putonghua (or Mandarin) is the standard language of Chinese, and when we talk about Chinese language, it actually means Putonghua. Putonghua has four tones: high and level tone (the first tone), rising tone (the second tone), falling-rising tone (the third tone), and falling tone (the fourth tone), which can be represented by the tone symbols "—", "/", "v" and "\". Tones have the function of distinguishing the meaning of words, and different tones represent different meanings. For example, in Chinese "mā"(妈) means "mother", "má" (麻) means "numb", "mǎ" (马) means "horse", "mà"(骂) means "curse". Tones play a pivotal role in Chinese interpretation and illustration .

The five level tone mark is a method invented by Mr. Zhao Yuanren [1], the father of modern Chinese linguistics and a pioneer of modern Chinese music in the 1920s to record the tonal values of the tones of a language. It is said that the tone of each person's general speech can be divided into five relative heights of 1, 2, 3, 4, and 5, i.e., the lowest, second lowest, middle, second highest, and highest. Therefore, the four tones of Chinese can be visually represented by numbers. Therefore, the changes and flow of the tones can be expressed by lines composed of numbers in a more visualized way. As illustrated in following figure [2]:

Figure 1



However, when teaching students these tones, I found that although students clearly understood the pitches of different tones and could also correctly tell the different tones when listening, they could not produce the correct pronunciation when it is their turn to speak Chinese themselves.

Although English is a non-tonal language, the pronunciation of English letters, accents, and expressions of words with different emotions make the words

have obvious tonal flow. For example, the English word "meow" refers to an onomatopoeic word, mainly imitating the sound of a cat, with a high and long pitch, which is similar to the first tone in Chinese Putonghua; the English question "What?" the pitch of the whole sentence goes from low to high more quickly, which is similar to the second tone in Chinese Putonghua. The English exclamation "Aha!" is used when a person is expressing pleasure that he/she has understood something or found something out, and the pitch of the word first drops and then rises quickly, is similar to the third tone in Chinese Putonghua. The pitch of some English words with backward accents, such as "cow", "young", "fall", etc., is from high to low, which is more similar to the fourth tone in Chinese Putonghua. The English words used above are simple and basic words, but the flow of the pronunciation is very similar to the Chinese tones, and this sets an easy example of the abstract tones in Chinese.

Languages are all connected in some way, and there are variations in tones no matter what language we speak. English helps to visualize the different tones in the Chinese Putonghua, making them more concretized. In this way, using English words is actually giving different tones with distinct emotions and making them more anthropomorphic and vivid. Now the Chinese tones have become familiar and more dynamic.

References

1. Chao, Yuen-Ren. A system of "tone-letters" / Chao, Yuen-Ren/ – *Le Maître Phonétique* : Cambridge University Press, 1930.
2. SINA.COM.CN: – URL: http://k.sina.com.cn/article_2714219332_valc7b34401900mdc3.html?from=fashion (Access Date: 26.04.2023)

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

1. **Агеева Галина Александровна**, кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков № 2 Института лингвистики и межкультурной коммуникации Иркутского национального исследовательского технического университета
2. **Алексеева Алёна Юрьевна**, студентка группы ЖРб 22-1 Института экономики, управления и права Иркутского национального исследовательского технического университета
3. **Амракулова Айгуль Абдурашитовна**, студентка группы ТПб-21-1 института высоких технологий Иркутского национального исследовательского технического университета
4. **Андреев Алексей Игоревич**, студент группы МИРб-21-1 Института авиационного строительства и транспорта Иркутского национального исследовательского технического университета
5. **Барановская Юлия Леонидовна**, старший преподаватель кафедры иностранных языков №2 Иркутского национального исследовательского технического университета.
6. **Бачинский Виталий Ростиславович**, студент группы АСУб-22-2 Института информационных технологий и анализа данных Иркутского национального исследовательского технического университета.
7. **Беляева Юлия Сергеевна**, кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков №1 Института лингвистики и межкультурной коммуникации Иркутского национального исследовательского технического университета
8. **Берина Яна Константиновна**, студентка группы ГГ-20-1 Института недропользования Иркутского национального исследовательского технического университета.
9. **Бизимов Илья Алексеевич**, студент группы ИГ-21-1 Института недропользования Иркутского национального исследовательского технического университета
10. **Болдаков Павел Иннокентьевич**, кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков №2 Института лингвистики и межкультурной коммуникации Иркутского национального исследовательского технического университета
11. **Большедворская Дарья Андреевна**, студентка группы ГРБ-21-1 Института архитектуры строительства и дизайна Иркутского национального исследовательского технического университета
12. **Борисова Ольга Дмитриевна**, студентка группы ЖРб-22-2 Института экономики, менеджмента и права Иркутского национального исследовательского технического университета

13. **Варнавская Софья Владимировна**, студентка факультета перевода и переводоведения группы УЭсо5-6 кафедры лингвистического образования Института в экологических, экономических и социальных системах
14. **Васина Вероника Евгеньевна**, студентка магистратуры группы 224-511, факультета химической технологии и биотехнологии ФГАОУ ВО «Московский политехнический университет»
15. **Викторенко Елизавета Викторовна**, ученица 10 класса МАОУ Лицей ИГУ г. Иркутска
16. **Вингурская Вероника Владимировна**, студентка группы 211-632, Факультет экономики и управления Московского политехнического университета
17. **Галич Ирина Артуровна**, студентка группы ИСТб-22-1 Института информационных технологий и анализа данных Иркутского национального исследовательского технического университета
18. **Гетманцова Любовь Денисовна**, студентка группы СУЗ-21-1 Института архитектуры строительства и дизайна Иркутского национального исследовательского технического университета
19. **Горбунова Татьяна Васильевна**, кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков №1 Института лингвистики и межкультурной коммуникации Иркутского национального исследовательского технического университета
20. **Губкин Никита Олегович**, магистрант группы 224-511 Факультет химической технологии и биотехнологии Московского политехнического университета
21. **Давыдов Данил Русланович**, студент группы ЖРб 22-1 Института экономики, управления и права Иркутского национального исследовательского технического университета
22. **Дворак Екатерина Валерьевна**, кандидат педагогических наук, доцент кафедры иностранных языков №2 Института лингвистики и межкультурной коммуникации Иркутского национального исследовательского технического университета
23. **Деранжулина Ульяна Павловна**, студентка группы ЭПЭБ -22-1 Института экономики, управления и права Иркутского национального исследовательского технического университета
24. **Дженсен Маркус Уокер**, студент группы УСТб-22-1 Института архитектуры, строительства и дизайна Иркутского национального исследовательского технического университета
25. **Дзюба Анна Борисовна**, кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков №1 Института лингвистики и межкультурной коммуникации Иркутского национального исследовательского технического университета

26. *Долгополова Екатерина Васильевна*, студентка группы БТПб-22-1 Института недропользования Иркутского национального исследовательского технического университета
27. *Дорошенко Юлия Дмитриевна*, студентка группы ЭУНб-21-1 Института архитектуры, строительства и дизайна Иркутского национального исследовательского технического университета
28. *Егорова Мария Алексеевна*, старший преподаватель кафедры иностранных языков № 1 Института лингвистики и межкультурной коммуникации Иркутского национального исследовательского технического университета
29. *Елашкина Наталья Викторовна*, кандидат педагогических наук, доцент кафедры иностранных языков №2 Института лингвистики и межкультурной коммуникации Иркутского национального исследовательского технического университета
30. *Ермолов Евгений Алексеевич*, студент группы НДДб-19-1 Института недропользования Иркутского национального исследовательского технического университета
31. *Зайкова Алина Сергеевна*, учитель английского языка Частного общеобразовательного учреждения «Средняя школа Леонова» г. Иркутска
32. *Зайкова Ирина Викторовна*, кандидат педагогических наук, доцент кафедры иностранных языков № 1 Института лингвистики и межкультурной коммуникации Иркутского национального исследовательского технического университета
33. *Золотарев Станислав Антонович*, ученик 11 класса Частного общеобразовательного учреждения «Средняя школа Леонова» г. Иркутска
34. *Иванова Ксения Дмитриевна*, студентка группы МБб-21-1, Института экономики, управления и права Иркутского национального исследовательского технического университета
35. *Иванцова Наталья Александровна*, кандидат педагогических наук, доцент кафедры иностранных языков №1 Института лингвистики и межкультурной коммуникации Иркутского национального исследовательского технического университета
36. *Казмирук Мария Александровна*, студентка группы УСТб-22-1 Института архитектуры, строительства и дизайна Иркутского национального исследовательского технического университета
37. *Карпушин Даниил Вячеславович*, студент группы 211-632 Московского политехнического университета.
38. *Карыпкина Юлия Николаевна*, кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков № 2 Института лингвистики и межкультурной коммуникации Иркутского национального исследовательского технического университета

39. **Кожухова Валентина Валерьевна**, учитель ГБОУ «Школа № 2103», заместитель директора АНО ДПО «Восточно-Сибирский образовательный центр»
40. **Коновалова Вероника Андреевна**, студентка факультета перевода и переводоведения группы УЭсо5-6 кафедры лингвистического образования Института в экологических, экономических и социальных системах
41. **Корзенникова Мария Александровна**, студентка группы Диб 22-1 Института Архитектуры, строительства и дизайна Иркутского национального исследовательского технического университета
42. **Корепина Наталья Алексеевна**, кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков №2 Института лингвистики и межкультурной коммуникации Иркутского национального исследовательского технического университета
43. **Корякина Алёна Владимировна**, студентка группы УКб-22-1 Института высоких технологий Иркутского национального исследовательского технического университета
44. **Крысанова Анастасия Игоревна**, студентка группы ЭСТб-20-1 Института энергетики Иркутского национального исследовательского технического университета
45. **Кувшинова Наталия Николаевна**, кандидат педагогических наук, доцент кафедры иностранных языков №1 Института лингвистики и межкультурной коммуникации Иркутского национального исследовательского технического университета
46. **Курилова Александра Эдуардовна**, магистрантка Института филологии, журналистики и межкультурной коммуникации Южного федерального университета
47. **Кучмук Алексей Валерьевич**, студент группы ИГ-21-1 Института недропользования Иркутского национального исследовательского технического университета
48. **Литвинцев Степан Алексеевич**, студент группы ИСИБ-22-1 Института информационных технологий и анализа данных Иркутского национального исследовательского технического университета
49. **Lygdenova Aryuuna Aleksandrovna**, Senior Lecturer of the Department of Foreign Languages No. 2, Irkutsk National Research Technical University
50. **Макаров Кирилл Александрович**, студент группы 211-632 факультета информационных технологий ФГАОУ ВО «Московский политехнический университет»
51. **Мамедов Теймур Алладинович**, студент группы ЭУНб-21-1 Института архитектуры, строительства и дизайна Иркутского национального исследовательского технического университета

52. **Манданов Исаак Алексеевич**, студент группы ЭУНб-21-1 Института архитектуры, строительства и дизайна Иркутского национального исследовательского технического университета
53. **Махмудова Ольга Николаевна**, преподаватель английского языка МАОУ Лицей ИГУ г. Иркутска
54. **Мокрицкая Дарья Николаевна**, студентка группы МИРб-21-1 Института авиационного строительства и транспорта Иркутского национального исследовательского технического университета
55. **Мокрова Наталья Игоревна**, кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков № 2 Института лингвистики и межкультурной коммуникации Иркутского национального исследовательского технического университета
56. **Моногосева Арина Витальевна**, студентка группы СУЗ-22-1 Института архитектуры, строительства и дизайна Иркутского национального исследовательского технического университета.
57. **Москвина Мария Николаевна**, студентка группы м-о-21ФЖ-45.04.01.01-о1 Института филологии, журналистики и межкультурной коммуникации Южного федерального университета
58. **Mou Xinrui**, Master's student of Beijing Normal University, School of International Chinese Language Education, China
59. **Мурадян Анна Гагиковна**, студентка группы ДСБ-22-1 института архитектуры, строительства и дизайна Иркутского национального исследовательского технического университета
60. **Олейникова Анастасия Игоревна**, студентка факультета перевода и переводоведения группы УЭсо5-6 кафедры лингвистического образования Института в экологических, экономических и социальных системах
61. **Орлова Анастасия Андреевна**, студентка группы СПРКм-21-1 Байкальского института БРИКС Иркутского национального исследовательского технического университета
62. **Орлова Татьяна Сергеевна**, преподаватель Санкт-Петербургской государственной художественно-практической академии им. А.Л. Штиглица; преподаватель, аспирант Санкт-Петербургского государственного университета
63. **Пакулов Даниил Евгеньевич**, студент группы ЭВМб-19-1 Института информационных технологий и анализа данных Иркутского национального исследовательского технического университета
64. **Пишкова Елена Юрьевна**, кандидат филологических наук, доцент кафедры перевода и информационных технологий в лингвистике Института филологии, журналистики и межкультурной коммуникации Южного федерального университета
65. **Плисенко Алевтина Анатольевна**, кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков № 2 Института лингвистики и

- межкультурной коммуникации Иркутского национального исследовательского технического университета
66. **Поздняков Владимир Александрович**, студент группы НДДб-19-1 Института недропользования Иркутского национального исследовательского технического университета
 67. **Полонская Олеся Юрьевна**, кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков № 2 Института лингвистики и межкультурной коммуникации Иркутского национального исследовательского технического университета
 68. **Попова Мария Иннокентьевна**, кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков № 2 Института лингвистики и межкультурной коммуникации Иркутского национального исследовательского технического университета
 69. **Посёлкина Александра Олеговна**, студентка группы БТб-21-1 Института высоких технологий Иркутского национального исследовательского технического университета
 70. **Привалова Юлия Владимировна**, кандидат педагогических наук, доцент, заведующий кафедрой лингвистического образования ИУЭС ЮФУ
 71. **Прокофьев Александр Игоревич**, студент группы ХТТб-21-1 Института высоких технологий Иркутского национального исследовательского технического университета
 72. **Проскурин Максим Сергеевич**, студент группы ХТОб-20-1 Института высоких технологий Иркутского национального исследовательского технического университета.
 73. **Птушкин Петр Александрович**, студент группы 221-365 факультета информационных технологий ФГАОУ ВО «Московский политехнический университет»
 74. **Рахимова Дарья Ринадовна**, студентка группы НМб-21-1 Института высоких технологий Иркутского национального исследовательского технического университета
 75. **Рожкова Ксения Андреевна**, студентка группы 211-632 Московского Политехнического Университета 2 курса кафедры «Экономики и управления», направления «Реклама и связи с общественностью»
 76. **Романова Дарина Ринатовна**, студентка группы ХТОб-22-1 Института высоких технологий Иркутского национального исследовательского технического университета
 77. **Ромме Виктор Владимирович**, студент группы НДДб-19-1 Института недропользования Иркутского национального исследовательского технического университета

78. **Рыбакова Елена Валерьевна**, кандидат педагогических наук, доцент кафедры иностранных языков для технических специальностей №1 Иркутского национального исследовательского технического университета.
79. **Рыжкова Татьяна Сергеевна**, кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков № 1 Института лингвистики и межкультурной коммуникации Иркутского национального исследовательского технического университета
80. **Савватеева Ирина Анатольевна**, кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков № 1 Института лингвистики и межкультурной коммуникации Иркутского национального исследовательского технического университета
81. **Садохин Дмитрий Евгеньевич**, студент группы ЮРГб-20-1, Института экономики, управления и права Иркутского национального исследовательского технического университета
82. **Санина Марина Борисовна**, старший преподаватель кафедры иностранных языков № 2 Института лингвистики и межкультурной коммуникации Иркутского национального исследовательского технического университета
83. **Свитюк Светлана Юрьевна**, старший преподаватель кафедры иностранных языков №2 Института лингвистики и межкультурной коммуникации Иркутского национального исследовательского технического университета
84. **Семенова Елизавета Дмитриевна**, студентка группы УСТб-22-1 Института архитектуры строительства и дизайна Иркутского национального исследовательского технического университета
85. **Сибилева Виктория Михайловна**, студентка группы СУЗ-22-1 Института архитектуры, строительства и дизайна Иркутского национального исследовательского технического университета
86. **Синёва Юлия Олеговна**, старший преподаватель кафедры иностранных языков № 2 Института лингвистики и межкультурной коммуникации Иркутского национального исследовательского технического университета
87. **Стригельский Владимир Евгеньевич**, студент группы ЭАПЭб-22-1, Института энергетики Иркутского национального исследовательского технического университета
88. **Ся Шуан**, преподаватель Центра международного образования Шаньдунского университета
89. **Туфанова Эвелина Сергеевна**, студентка группы СУЗ-22-1 Института архитектуры, дизайна и строительства Иркутского национального исследовательского технического университета.

90. **Туфанова Юлия Валерьевна**, кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков №1 Института лингвистики и межкультурной коммуникации Иркутского национального исследовательского технического университета
91. **Hanyuan Su**, Senior Teacher, Shenyang Normal University, College of International Education, China; PhD Track, Krirk University, Thailand
92. **Хворостова Ирина Олеговна**, студент группы УСТб-22-1 Института архитектуры, строительства и дизайна Иркутского национального исследовательского технического университета
93. **Ходырев Александр Алексеевич**, студент группы СУЗ-22-1 Института архитектуры, строительства и дизайна Иркутского национального исследовательского технического университета.
94. **Холдеева Екатерина Юрьевна**, кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков №1 Института лингвистики и межкультурной коммуникации Иркутского национального исследовательского технического университета
95. **Хохлова Полина Андреевна**, студентка группы 221-365 Информационные технологии управления бизнеса Московского политехнического университета
96. **Чжен Мяолэй**, студентка группы СПРКм-21-1 Байкальского института БРИКС Иркутского национального исследовательского технического университета
97. **Tschebunin Vadim Andreevitsch**, Student der HTOb-20-1-Gruppe des Instituts für Hochtechnologien der Nationalen Technischen Forschungsuniversität Irkutsk.
98. **Чернобров Георгий Автандилович**, студент группы 224-511 факультета химической технологии и биотехнологии ФГАОУ ВО «Московский политехнический университет»
99. **Чи Пэн**, преподаватель Международного факультета Ляонинского педагогического университета
100. **Шантагаров Артём Юрьевич**, студент группы ЭАПЭб-22-1 Института энергетики Иркутского национального исследовательского технического университета
101. **Shelekhova Anastasia Igorevna**, a first-year student, School of Architecture, Construction and Design, Irkutsk National Research Technical University.
102. **Шевырев Владислав Александрович**, студент группы ПГСб-22-1 Института архитектуры, строительства и дизайна Иркутского национального исследовательского технического университета
103. **Широкова Дарья Игоревна**, студентка группы ЛИМб-22-1 Института авиамашиностроения Иркутского национального исследовательского технического университета

104. *Ю Елена Дюнеровна*, кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков №1 института лингвистики и межкультурной коммуникации Иркутского национального исследовательского технического университета
105. *Iakoba Irina Alexandrovna*, Doctor of Philological Sciences, Professor of the Foreign Languages Department #1, Irkutsk National Research Technical University, Professor of the Linguistics and Language Teaching Methodology Department, Irkutsk State University.

Научное издание

ЯЗЫК, КУЛЬТУРА, НАУКА И ТЕХНИКА В ДИАЛОГЕ КУЛЬТУР

Материалы
III Всероссийской студенческой научно-практической
конференции с международным участием

(Иркутск, 16 мая 2023 г.)

Сборник материалов

Допечатная подготовка А.В. Куртова

Подписано в печать 23.06.2023. Формат 60 x 90 / 16.
Бумага офсетная. Печать цифровая. Усл. печ. л. 19,5.
Тираж 300 экз. Зак. 68. Поз. плана 34.

Отпечатано в типографии Издательства
ФГБОУ ВО «Иркутский национальный
Исследовательский технический университет»
664074, г. Иркутск, ул. Лермонтова, 83

Scientific publication

**LANGUAGE, CULTURE, SCIENCE
AND TECHNOLOGY
IN A DIALOGUE OF CULTURES**

The III Student
Scientific and Practical Conference
with International Participation

(Irkutsk, May 16, 2023)

Collection of academic papers

Pre-printing A.V. Kurtova

Signed off for printing on June 23, 2023. Format 60 x 90 / 16.
Offset paper. Digital printing. Printed sheets 19,5.
Print run: 300 copies. Order 68. Plan item 34.

Printed by the publishing house of Irkutsk National
Research Technical University
83 Lermontov street, 664074, Irkutsk