



СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ

Социальный
Инженер

Часть 1

Москва, 2023

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
им. А.Н. КОСЫГИНА
(ТЕХНОЛОГИИ. ДИЗАЙН. ИСКУССТВО)»**

**Международная научная конференция
молодых исследователей
«Социально-гуманитарные проблемы образования
и профессиональной самореализации»
Социальный инженер-2023**

**СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
Часть 1**

МОСКВА – 2023

УДК 378:001.891(06)

ББК 74.58:72

М 43

М 43 Международная научная конференция молодых исследователей «Социально-гуманитарные проблемы образования и профессиональной самореализации» (Социальный инженер-2023): сборник материалов Часть 1. – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», 2023. – 322 с.

ISBN 978-5-00181-530-3

Сборник составлен по материалам Международной научной конференции молодых исследователей «Социально-гуманитарные проблемы образования и профессиональной самореализации» (Социальный инженер-2023), состоявшейся 11-15 декабря 2023 г. в Российском государственном университете им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), г. Москва.

Ответственность за аутентичность и точность цитат, имен, названий и иных сведений, а также за соблюдение законов об интеллектуальной собственности несут авторы публикуемых материалов. Материалы публикуются в авторской редакции.

УДК 378:001.891(06)

ББК 74.58:72

Редакционная коллегия

Силаков А.В., проректор по науке и инновациям; Мирошниченко Н.В., директор института Социальной инженерии; Сушкова-Ирина Я.И., директор института «Академия имени Маймонида»; Юдин М.В., директор института Славянской культуры; Морозова Т.Ф., директор института Экономики и менеджмента; Андросова И.В., старший преподаватель; Оленева О.С., доцент; Бузькевич А.О., инженер

Научное издание

ISBN 978-5-00181-530-3

© Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», 2023

© Коллектив авторов, 2023

© Дизайн: Студенческое научное общество РГУ им. А.Н. Косыгина, Фонарёва П.Д.

УДК 159.923

ЦИФРОВОЕ ПОКОЛЕНИЕ: ПОТЕРИ И ПРИОБРЕТЕНИЯ
DIGITAL GENERATION: LOSES AND GAINS

Александрова К.П.

Научный руководитель Дубровина И.А.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

The digital environment is a system of conditions and opportunities that imply the presence of information and communication infrastructure and provides a person with a set of digital technologies and resources for self-realization, personal and professional development, and solving various everyday and professional problems. Thus, the digital environment is currently an integral part of the life of the entire society. However, the leader in the use of information technology is such a social group as youth.

Youth is a socio-demographic group that is characterized by a combination of age characteristics (18 – 35 years), entry into the world of adults, adaptation to it, activity, independence from society's stereotypes.

Examples of the peculiarities of the social status of young people include: 1) the need to assimilate social norms, values, attitudes, ideas and stereotypes developed by society (mastering new social roles); 2) transition of position (the process of establishing one's social status); 3) high level of social mobility; 4) active search for one's place in life; 5) availability of prospects for professional growth.

Based on this, we can conclude that the modern generation, in a developed digital environment, has certain characteristics and qualities, some of which can influence the real lives of Internet users not only in a positive, but also in a negative way [1].

Thus, for members of the younger generation, misunderstanding and differences of opinion can often be the cause of quarrels and conflicts. The digital environment, unfortunately, acts as an open platform for these conflicts, due to its accessibility and ease of communication. In the modern world, such a process of sorting out relationships is called "cyberbullying."

The reasons for cyberbullying can be: misunderstanding on the part of the user, disagreement in views with the interlocutor, the desire to stand out among friends or to throw out negative emotions that can easily be transferred from real life to the digital space. The idea of "reversibility" of events on the Internet allows individuals to treat the organization of the communication process less responsibly, without experiencing shame or remorse. Based on the definition of

cyberbullying, we can highlight its main difference from traditional bullying: all actions directed against an individual take place in the virtual space.

But this is not the only difference. In virtual space, it becomes possible to create an alternative “image of the Self,” which may result in a deformation of the real “image of the Self”; at the same time, the teenager is not responsible for his actions. By expanding human capabilities, virtual reality also increases the range of dangers that can accompany such properties as anonymity, lack of social restrictions, freedom of action etc. Representatives of the digital generation think that they are allowed to insult another person or group of people, to “touch a nerve,” hoping for impunity. The problem of bullying, bullying, emotional violence, and aggressive behavior of teenagers on the Internet is the subject of research all over the world.

But not only cyberbullying is a negative consequence of the popularization of the digital lifestyle. The modern generation, as a rule, the first thing after waking up is looking through the news feed, reading incoming SMS from the messenger from their friends or family. If a young man forgets his phone at home, he will feel insecure or even anxious at school or university. Such events indicate the emergence of “Internet addiction” among the modern generation or, in general, dependence on the use of gadgets [2]. Among those people who engage in socialization through the use of the Internet, the most popular services are: spending time on social networks, watching movies and listening to music. It is worth noting that all these types of activities are aimed at escaping reality and moving into another world - virtual space. There an individual can feel freer, more beautiful, smarter. There is a frequent transition to virtual reality [3].

Of course, one cannot immediately begin to unequivocally declare only the negative consequences of the considered dependencies. Although among them it is worth mentioning physiological (deterioration of health), psychological (increased prevalence of mental disorders), social (revision of the individual’s interaction with the surrounding society, reference groups, etc.). Among the positive aspects of the development of a person’s dependence on information technology in the process of socialization, it should be noted: saving time, developing an individual’s communication, convenience, gaining access to a huge amount of information resources and knowledge of the world, compensating for the costs and disadvantages of real life in the virtual space, etc. When studying the influence of modern technologies on the characteristics and qualities of a generation, in addition to multitasking, ease of communication, flexibility of thinking, mobility, and quick perception of information, it is also worth noting such a phenomenon characteristic of representatives of the modern generation as clip thinking.

Clip thinking is a process of special perception of the world, information through images, bright colorful messages. “Screen people” are characterized by

linguistic minimalism and speech poverty, absent-mindedness and hyperactivity, and attention deficit. For them, concrete thinking prevails over abstract thinking [4]. At the same time, the flow of information is perceived fragmentarily, fragmented: the individual does not form cause-and-effect relationships of the perceived phenomenon, it is not possible to draw logical conclusions, create a holistic picture of the surrounding world and critically evaluate it. The flow of information is designed solely for the emotional perception of fragments of the proposed content. By developing the skills of fragmenting information, an individual becomes a “multitasker” in the sense that he learns to very quickly switch between simple actions and frequently repeated ones that do not require much concentration. Today you can often see an employee, so to speak, of a cafe, “simultaneously” taking an order from one client by phone, paying another by check and greeting new visitors who have just entered the cafe. In reality, this multitasking is simply fragmentation and quick switching from one process to another. The consequences of multitasking are difficulties in memorizing information, mental arithmetic, development of oral and written speech, insufficient development of semantic reading, and poor vocabulary [5].

At the end of the article, we would like to summarize what has been written. A reasonable understanding of the problems of the modern generation, which has gained something and lost something, undoubtedly requires an answer to the question: are modern youth so bad? In the course of the article, the variety of factors influencing the digital environment on the formation of a portrait of the modern generation was analyzed. Thus, the formation of a portrait of the modern generation is largely influenced by the process of informatization and computerization of society. Each generation is superior in some ways and inferior in some ways to the previous one, just as there is no concept of “good” and “bad” generation.

Список использованных источников:

1. Третьякова В. С. Цифровое поколение: потери и приобретения. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/klipovoe-myshlenie-kak-fenomen-sovremennogo-obschestva/viewer> (дата обращения: 20.09.2023)

2. Баранов А. А., Рожина С.В. Кибербуллинг – новая форма угрозы безопасности личности подростка URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kiberbulling-novaya-forma-ugrozy-bezopasnosti-lichnosti-podrostka/viewer> (дата обращения: 28.09.2023)

3. Вайсбург А. В. Влияние зависимости от информационных технологий на социализацию личности URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-zavisimosti-ot-informatsionnyh-tehnologiy-na-sotsializatsiyu-lichnosti> (дата обращения: 17.10.2023)

4. Купчинская М.А., Юдалевич Н.В. Клиповое мышление как феномен современного общества. URL:

<https://cyberleninka.ru/article/n/klipovoe-myshlenie-kak-fenomen-sovremennogo-obschestva> (дата обращения: 28.09.2023)

5. Strauss–Howe generational theory. (Generations: The History of America’s Future, 1991)

© Александрова К.П., 2023

УДК 004.032.26

**ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИСКУССТВЕННЫХ НЕЙРОННЫХ СЕТЕЙ
ДЛЯ МАШИННОГО ПЕРЕВОДА
И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ПОСТРЕДАКТИРОВАНИЕ
USE OF ARTIFICIAL NEURAL NETWORKS FOR MACHINE
TRANSLATION AND ITS IMPACT ON POST-EDITING**

Алиева А.К.

Научный руководитель Кондракова Ю.Н.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

The history of machine translation began in the middle of the 20th century and continues to develop to this day. Early machine translation systems were based on linguistic rules and language dictionaries, which limited their accuracy and efficiency. However, with the development of computer technology and the advent of neural networks, machine translation has made significant progress in the accuracy and quality.

Neural networks are developing rapidly, and many companies implement them into their services and applications. For example, YouTube video hosting already uses a neural network that competently translates and voices videos in a female or male voice, depending on who is speaking.

Neural networks are a relatively new technology that is constantly evolving and improving. Their use in machine translation can lead to new breakthroughs and improvements in this area, which explains the relevance of the chosen topic. In addition, neural networks have the potential for applications in other areas related to natural language processing, such as speech recognition or text analysis.

Due to the fact that machine translation has become much more efficient in recent years, more and more experienced translators are incorporating this technology into their translation methods.

The use of an already translated text and its subsequent modification before the final version of the translation is called post-editing. This process combines the best of artificial intelligence (AI) and human intelligence: although AI copes well with the rapid creation of drafts of translations, which are now often very

high-quality, a person with a high level of knowledge of the source and target languages is needed to guarantee the identity of the meaning, analyze lexical and semantic subtleties, and understand the context of the text, including its cultural background, the target audience and so on.

The aim of the work is to identify the strengths and weaknesses of machine translation, to study artificial neural networks within the framework of the topic under consideration, and to determine how their development affects the work of the translator.

Let's examine some advantages and disadvantages of machine translation.

One of the strengths of machine translation is speed [1]. Its algorithms can process large volumes of text in a short time, which significantly reduces the time required to receive a translation. This is especially important in cases where quick access to translation is required. For example, while reading scientific articles or communicating with foreign colleagues.

Machine translation is also becoming more and more accessible to a wide audience [1]. The Internet and the development of technologies allow the use of machine translation on various platforms and devices. This allows users to receive translations anytime and anywhere, which significantly expands the availability of translation services.

Machine translation can protect confidential information. In some cases, when a person wants to avoid disclosing any data, the use of machine translation may be preferable, since there is no need to involve third-party translators. This is especially important in areas where privacy is a priority, for example, in medicine or law.

However, we should take into consideration some common mistakes made while using such a translation. We can divide them into the following groups [2]:
lexical and semantic errors,
morphological errors,
stylistic and syntactic errors.

Lexical and semantic errors more often than other types hinder the understanding of the text. They can also be divided into groups:

1) inability to select a suitable meaning.

It will not be a problem for a human translator to find the necessary meaning of a lexical unit, but the machine often does not cope with this task, which distorts the meaning of the translated text.

2) literal translation.

Machines have not learned yet to cope with phrases with a figurative meaning, so they issue a calque. Because of this, the text often remains misunderstood by the reader.

3) translation of proper names.

It happens when the machine does not recognize a proper name in a noun and translates it as a common noun.

Morphological errors are obtained as a result of an incorrect choice of the form of the translated part of speech (for example, tense, gender, number, declension, etc.).

Such errors affect the literacy of the received translation, but they do not hinder the understanding of the meaning.

A group of stylistic and syntactic errors includes inappropriate terms or expressions, an incorrect reflection of the style and tone of the original text, incorrect word order in a sentence, violation of the connection between the subject and the predicate, or a lack of semantic completeness in the sentence.

This can affect the readability and beauty of the text and lead to the loss of the author's style and sound of the text, as well as to a change in emotional coloring.

Consequently, in some cases, machine translation is inferior to human translation due to such reasons as, for example, the inability to perceive the context, analyze the content of the text, the absence of meanings for certain words in the database. As a result, we get a low-quality translation that needs improvement.

Artificial neural networks are biologically inspired computer programs designed to simulate the human brain's information processing by detecting patterns and relationships in data and learning through experience [3].

Neural machine translation works as follows: it learns from a large number of pairs of sentences in different languages. It does not need to determine the correspondence of words or break sentences into parts. It just takes the original sentence and turns it into a set of numbers. Then it does the reverse conversion – translates the numbers into words in another language. When the neural network "reads" the sentence to the end – that is, it processes it entirely from left to right and from right to left – it begins to translate it. It predicts the first word of the translation, then uses it to predict the next, and so on. Thus, the context of the entire sentence and all previous words are used to select words when translating. Unlike other translation systems that work with individual phrases and use the context only from the previous 4-7 words, neural systems more accurately mimic how people translate [3].

To create a neural translation system, you need a lot of data for training – millions of pairs of sentences with translation into different languages. The more such data is available, the better the neural network will work.

With the advent of artificial neural networks and their gradual introduction into machine translation systems, the problems listed above began being solved.

For example, one of the main reasons for inaccurate translation is the inability of the machine to take into account the context. On the contrary, a feature

of the neural network approach is the analysis of the context of the entire sentence, thanks to which we get a better result.

Thus, with the development of translation programs, the question arises about their impact on the work of translators engaged in post-editing machine translation.

While neural networks have made automatic translators good, there are differing opinions on the extent to which they will affect human translators. Some people believe that human translators will still have a role in choosing the right word based on tone and context, while others argue that technical, corporate, and administrative translators might be the first to be made obsolete. However, there may still be a role for humans in post-editing translations by automatic translators.

One of the most noticeable consequences of introducing AI into the post-editing process is an increase in productivity [4]. AI is able to process and analyze large amounts of data much faster than humans. This allows editors to focus on the more complex and creative aspects of the process instead of wasting time on routine tasks.

AI can also help to improve the quality of translation [4] due to its ability to analyze and evaluate the context, style and tone of the text. It can offer more accurate translations that better match the original text, eliminating errors and inaccuracies that may occur when translating manually.

The development of translation programs may change the nature of the work of translators engaged in post-editing. Instead of correcting machine translations, they can switch to training and configuring these programs. Such translators can become specialists in the use and configuration of translation software, as well as in the analysis and correction of errors committed by machines. This will require additional knowledge and skills from translators in the fields of computational linguistics and artificial intelligence.

In general, the development of translation programs can change the work of translators engaged in post-editing, both in terms of the amount of work, and in terms of character and specialization. They may become more specialized and switch to setting up translation software, as well as providing specialized services for correcting machine translations. At the same time, from the point of view of translation efficiency and quality, the development of translation programs has the potential to significantly improve machine translation and reduce the need for post-editing.

Список использованных источников:

1. Oliver, A. Human translation and machine translation. Specificities, uses, advantages and disadvantages / A. Oliver // Linguapax Review 8, 2020. – PP. 111–129.

2. El Maroua, M., Boudaa, T., Enneya, N. Statistical Error Analysis of Machine Translation: The Case of Arabic / M. El Maroua, T. Boudaa, N. Enneya // *Computación y Sistemas*, Vol. 24, No. 3. – 2020. – PP. 1053–1061.

3. Islam, M., Chen, G., Jin, S. An Overview of Neural Network / M. Islam, G. Chen, S. Jin // *American Journal of Neural Networks and Applications*, Vol. 5, No. 1. – 2019. – PP. 7-11.

4. Herbig, N., Pal, S., van Genabith, J., Krüger, A. Integrating Artificial and Human Intelligence for Efficient Translation / N. Herbig, S. Pal, J. Van Genabith, A. Krüger // arXiv preprint arXiv:1903.02978, 2019. – 4 p.

© Алиева А.К., 2023

УДК 395.6

**ВЛИЯНИЕ ИННОВАЦИЙ НА РЕЧЕВОЙ ЭТИКЕТ
В ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ
THE INFLUENCE OF INNOVATION ON SPEECH ETIQUETTE IN
BUSINESS COMMUNICATION**

Антонова Ю.Д., Авезова Б.С.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Nowadays, the modern world does not stand still, it is constantly evolving. It is difficult for the mankind to imagine its life without innovations, namely a telephone, a computer, a car, which have already become commonplace for us. Modernization is the main driving force of economic, social and cultural development. Innovative activity has led the world community to a new, higher level of development. These days, innovation is not a whim, but a necessity for survival and further prosperity. The introduction of transformation for the individual often means the need to abandon the old and familiar; however, the emergence of a new idea sometimes leads to the devaluation of the past.

As a result of the technological revolution, cardinal changes have taken place in all spheres of human activity, including culture and language. It is difficult not to pay attention to the fact that innovations leave their mark on the oral and written speech of a modern person. As a result, the words of the Russian language are not used according to the rules; we tend to forget how to use punctuation, the culture of communication fades into the background.

Speech etiquette greatly contributes to the culture of communication. Unfortunately, the Russian language culture today is experiencing not the best times, so speech etiquette is in great need of active preservation, i.e. collecting, studying, widely spreading scientific knowledge; cultivating the best national

traditions and forms of benevolent interaction in modern society. Speech etiquette is a mirror that reflects the level of language and general human culture. That is why the problem of preserving and actively using speech behavior formulas becomes relevant. According to the encyclopedia, etiquette (fr. *étiquette* - label, label, etiquette) - rules of behavior, ensuring the maintenance of the existing in a given society (community) ideas of what is appropriate. These notions, sometimes rather conventional, may generally reflect more general moral principles concerning the good, fair and proper; however, the main socio-cultural function of the rules of etiquette is that they act as an important sign of group (class, clan) identity. If to single out two layers in various relations between people, supposing that one of them consists of relations in which people act formally, impersonally, while the other one consists of those in which people express themselves as individuals, then etiquette is a set of rules regulating impersonal relations between people, forms of mutual communication, situation- and status-defined behavior (for example, in public places, during a meal, as a guest, at receptions, in relations between people unequal on different bases, etc.) as well as mannerisms. etc.), and manners, speech, clothing [1, с. 597].

The word "etiquette" itself was first used in its modern meaning at a reception at the court of King Louis XIV of France (1638-1715), when the guests were given cards (labels) with the description of how they should behave. However, the existence of codes of definite order of people's behavior appeared much earlier. It is known from the surviving cultural monuments of Ancient Egypt.

Peter I, who traveled extensively around Europe, wanted everything to be European-like. He wished to adopt their customs and manners. The word etiquette entered the Russian language in the early 17th century. At first, etiquette was used as a court ceremonial. With the advent of printing, the first etiquette handbooks began to appear. The first book of etiquette was called «Domostroy». It outlined the rules of human behavior in everyday life. For example, a well-mannered nobleman was expected to be always polite and courteous, to know foreign languages, to be able to speak eloquently, and to treat elders with respect.

Some rules of conduct originated in the Middle Ages. For instance, to take off the hat or glove during the greeting. A knight, wishing to show that he was among friends and had nothing to fear, took off his helmet. Then, when the helmet gave way to other headgear, the nobleman took off his hat or lifted it for the same purpose of showing that he was among friends. Even later, the hat was removed in front of the superior, and when greeting a peer, it was only touched. Women were greeted by taking off their hats. Also, in this form, this ritual remained in the XIX century and had not changed throughout the centuries. It is noted, that speech etiquette is a system of stable communication formulas accepted by society and

prescribed by it for establishing verbal contact between interlocutors, maintaining and interrupting contact in a chosen tone [2].

The rules of speech etiquette between people are built in accordance with their social roles and role positions in relation to each other. Also, an important factor is being in a formal or informal setting. Russian speech etiquette strictly regulates the use of forms "thou" and "you", addressing by name and patronymic or surname: so, an adult addressing a child uses the form "thou", the child may use this form in relation to adults only when communicating with close relatives; a subordinate addressing a superior in an official situation calls him by name and patronymic, etc.

Knowledge of speech etiquette contributes to the acquisition of authority, generates trust and respect. Knowing the rules of speech etiquette and their observance allows a person to feel confident and at ease, not to feel awkward and to have difficulties in interaction. In oral communication, it is necessary to observe a number of ethical and etiquette norms closely related to each other. «It is necessary to treat the interlocutor respectfully and kindly. It is forbidden to offend, insult or express disdain. It is necessary to avoid direct negative assessments of the personality of your conversation partner, only concrete actions should be evaluated, observing at the same time the necessary tact. Rude words, ribald language and an arrogant tone are not acceptable in intelligent interaction. Politeness in interaction implies understanding of the situation, taking into account the age, gender, official and social status of the partner in communication» [3]. These factors determine the degree of formality of interaction, the choice of etiquette formulas, the range of appropriate topics for discussion.

Norms of ethics and etiquette also apply to written speech. «An important issue of business letter etiquette is the choice of address. For standard letters on formal or insignificant occasions, "Dear!" is appropriate. For a letter to a superior, an invitation letter or any other letter on an important issue, it is desirable to use the phrase "much respected" and call the addressee by name and patronymic» [4, с.16]. Distance in speech communication is determined by age and social position. It is expressed in conversation by the use of pronouns "thou" and "you". Speech etiquette determines the rules for choosing one of these forms. In general, the choice is dictated by a complex combination of external circumstances of communication and individual reactions of interlocutors, the degree of acquaintance of partners "thou" to an acquaintance, friendly, informal, equal to an inferior; "you" - to the unfamiliar, official, polite or strained, to the equal and superior.

Speech etiquette is conditioned by the situation in which interaction takes place. It has national specifics. Each nation has created its own system of rules of speech behavior. For example, Vsevolod Ovchinnikov's book «Sakura branch»

describes the peculiarity of Japanese etiquette: "In conversations, people avoid the words "no", "can't", "don't know" in any way, as if they were some kinds of swear words, something that cannot be expressed directly, but only in figurative terms. Even when refusing a second cup of tea, instead of "no, thank you," the guest uses an expression that literally means "I am fine as I am"".

Russian speech etiquette is extremely rich. As mentioned in the research, it includes a large number of words and expressions that can be used in many different communicative situations. Everyone should know these etiquette formulas and be able to use them correctly in their speech. It is possible to distinguish the following, important for the use of speech etiquette, functions of interaction: a) contact-establishing (phatic) is manifested in such speech acts, when the speaker draws the attention of the interlocutor, prepares him for the actual communication of information, that is, these functions serve the speech contact of interlocutors; b) appellative (appealing): the function of attracting attention, it is realized when the speaker appeals to the interlocutor to call him for further conversation; c) conative: the function of orientation to the addressee in connection with his role positions in the speech interaction (for example, the choice of address or greeting depending on the degree of familiarity, formal/informal situation of communication, age of interlocutors, etc.); d) volitional: function of expression of will in relation to the interlocutor, influence on him / her, it is brightest in situations of request, invitation, permission, advice, suggestion; e) emotive: the function associated with the expression of emotions, feelings, attitudes of the person. It also dictates the choice of this or that etiquette formula, depending on what emotion we want to express in relation to the interlocutor [5].

In addition, important factors determining the course of communication are such characteristics as the formal/informal situation of interaction, the degree of familiarity of the speakers, their status differences and the nature of their relationships. In Russian etiquette, there are two levels of politeness, corresponding to the forms of "you" and "thou"-communication (in English, there is only one level of politeness; in Japanese, there are five of them), and thus the form "you" indicates greater politeness, and "thou" - less politeness. Let us distinguish the most particular conditions, which influence the choice of a certain form of communication.

1) Formal / informal setting of interaction. The pronoun "you" is used in an official setting and "thou" in an unofficial one. An unknown, unfamiliar addressee is referred to as "you" both in formal and informal settings. An acquainted person with whom "thou" is used in everyday communication, in an official situation, should be addressed as "you".

2) How familiar the interlocutors are. The form "you" is chosen when addressing an unfamiliar or unfamiliar addressee, "thou" - to a familiar addressee.

With further acquaintance, a transition to "thou" is possible. With a long acquaintance, the relations may not become friendly, and the transition from "you" to "thou" does not occur.

3) The nature of the relationship between communicants. The form "you" is used when the relations between the communicants are reserved, emphatically polite, cold, etc., the form "thou" - when the relations are friendly, warm, etc. Thus, if the stranger addressed you as "thou", this may indicate a simpleton manner of the addressee or a deliberate demonstration of equality or rudeness.

4) Equality / inequality of role positions of the communicants (by age, official / social status). The form "you" is used in relation to an equal or older recipient, "thou" - to an equal or younger. In "boss-subordinate" role positions, communication on "thou" with subordinates is possible only when emphasizing trusting equality and friendly relations. It is important to take into account that all such rules of etiquette interaction should be perceived with a correction for the implementation of such an opposition of ethical norms as universal norms of communication / norms of communication accepted in certain micro-collectives. «If the universal literary norm requires that a stranger must be addressed as «you» (the exception being children), then the norms of interaction in micro-collectives are regulated by the micro-collectives themselves. No general recommendations are needed here, and probably impossible» [6, 127].

Thus, in order to preserve the richness of Russian speech, we need to be attentive to our own and others' speech, understand all the shades of the word, master the language culture. Everyone should strive for a high culture of speech and cherish the language. All people should learn the rules of speech etiquette with love and diligence. After all, the impression we make on others depends on our manner of communication. A person's speech can either attract people to them or, on the contrary, repel. Speech can also have a strong influence on the mood of our interlocutor, and therefore on the final result of interaction.

Список использованных источников:

1. Энциклопедический словарь. Этика / Под общ. ред. Р.Г. Апресяна, А.А. Гусейнова. – М.: Гардарики, 2001. – С. 597-598.

2. Речевой этикет // Большая российская энциклопедия. Электронная версия (2017). [Электронный ресурс]. – URL: <https://bigenc.ru/linguistics/text/3508153> (дата обращения: 07.09.2023).

3. Балабанов В.С., Дудин М.Н., Лясников Н.В. М.: АП «Наука и образование», 2014. – 254 с.

4. Николаева А.А., Караханян К.Г. Инновации в образовании: развитие, деятельность, мышление. / Инновации и инвестиции. 2015. № 11 (30). – С. 15-18.

5. Русский речевой этикет: лингвистический и методический аспекты / Н. И. Формановская. - 4-е изд.-Москва, 2008. - 156 с.

6. Культура русской речи. Учебное пособие / Под ред. Л. К. Граудиной и Е. Н. Ширяева. - М.: НОРМА, 2000. - 560 с.

© Антонова Ю.Д., Авезова Б.С., 2023

УДК 004.89, 004.946, 371.311.1

**ВИРТУАЛЬНЫЕ МЕНТОРЫ
ДЛЯ РАЗВИТИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ НАВЫКОВ
VIRTUAL MENTORS FOR PROFESSIONAL SKILLS DEVELOPMENT**

Артёмова М.А.

Научный руководитель Осьмина К.С.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Московский авиационный институт (национальный исследовательский университет), Москва

In the modern world, with constantly evolving technologies, the demands for professional skills and knowledge are escalating, creating a need for continuous learning. However, traditional teaching methods such as lectures, seminars, and online courses, which predominantly employ a generalized approach, may prove to be ineffective or insufficiently adaptive in ensuring quality education. This foregrounds the necessity for new, contemporary approaches.

Virtual artificial mentors represent an innovative type of educational technology grounded in artificial intelligence. They are software solutions capable of simulating real work situations and scenarios, providing instantaneous feedback (assisting learners in skill development and error correction), personalized approaches, and adaptation to individual learners' needs. They aid students or employees in developing and refining their professional skills.

The development of a theoretical framework for education through virtual artificial mentors can be viewed from the perspective of competency-based approaches and game-based learning. Leveraging competency theory, virtual mentors can offer skill- and task-oriented training necessary for successful work in specific fields, thereby ensuring a personalized learning experience. Additionally, the use of gaming elements and gamification can significantly enhance the interest and motivation of learners, creating interactive and engaging educational environments.

The development of effective virtual artificial mentors necessitates the integration of AI technologies, psychological understanding of learning, and educational methods. From a technological standpoint, the creation of efficient virtual mentors involves:

Artificial intelligence and machine learning – adapting to each individual's learning style.

Virtual reality and simulations – creating immersive learning environments.
Data and analytics – collecting and analyzing learning data to enhance virtual mentor algorithms.

Formulating practical recommendations for integrating virtual mentors into educational programs and improving their design while considering psychological aspects includes:

Preparing learners:

Conducting introductory sessions for learners on using virtual mentors.

Explaining the advantages of their utilization.

Creating guides or brief instructions for operating virtual mentor platforms for user convenience.

Integration into educational programs:

Integrating virtual mentors into educational programs, combining them with traditional teaching methods for maximum efficacy.

Creating courses or modules specifically oriented towards interacting with virtual mentors.

Evaluation and feedback:

Regularly assessing the effectiveness of virtual mentors through feedback from learners and statistical learning data.

Utilizing obtained data to enhance virtual mentor algorithms and content.

Motivation and interest support, psychological assistance:

Employing gamification elements such as achievements, badges, and difficulty levels to support learners' interest.

Utilizing positive feedback and incentives to bolster learners' motivation and confidence. Providing rewards or recognition for achievements during the learning process.

Developing a support system where virtual mentors can help learners overcome difficulties or stressful situations during learning.

Personalization and adaptability:

Creating options to customize task difficulty levels according to learners' individual needs.

Providing the opportunity to choose the type of feedback, considering each user's preferences and learning style.

Hence, the integration of virtual mentors into educational programs requires not only technical solutions but also consideration of psychological aspects. The combination of personalized learning, motivational support, and effective design enables virtual mentors to become powerful tools for learning and the development of professional skills.

Research in the field of virtual artificial mentors holds immense potential for transforming education and professional skill development. Further

advancements in this area could significantly impact the future of education and professional training.

Список использованных источников:

1. Коровникова Н.А. Искусственный интеллект в образовательном пространстве: проблемы и перспективы // Социальные новации и социальные науки. – Москва : ИНИОН РАН, 2021. – № 2. – С. 98-113.

2. Рассел С. Искусственный интеллект: современный подход, 2-е изд.: Пер. с англ. / Рассел С., Норвиг П. – М. : Издательский дом "Вильямс", 2006. – 1408 с. : ил. – Парал. тит. англ.

© Артёмова М.А., 2023

УДК 004.89, 376.2, 376.3

**УЛУЧШЕНИЕ ДОСТУПНОСТИ И ИНКЛЮЗИВНОСТИ
ДЛЯ СТУДЕНТОВ С ОСОБЫМИ ПОТРЕБНОСТЯМИ
IMPROVING ACCESSIBILITY AND INCLUSIVITY FOR STUDENTS
WITH SPECIAL NEEDS**

Артёмова М.А.

Научный руководитель Осьмина К.С.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Московский авиационный институт (национальный исследовательский университет)», Москва

Higher education serves as the foundation for personal development and professional success for every individual. However, despite significant efforts in the field of education, there exists a global issue regarding the accessibility of higher education for students whose needs may vary from physical limitations to various cognitive specifications, leading them to encounter significant barriers in obtaining quality education.

With each passing day, our world becomes increasingly technology-oriented, opening new horizons of possibilities, including in the realm of education. The era of technological revolution unlocks doors to innovative approaches, enabling the overcoming of barriers and ensuring accessibility to education for everyone without exception.

The aim of this article is to examine the significance of educational technologies in overcoming obstacles faced by students with limited capabilities, and to explore the influence of such technologies on their learning and professional development.

This article is directed toward an investigation of inspiring and prompting discussion on how we can harness the power of technology to create an inclusive educational environment where every student has the opportunity to unfold their potential regardless of their unique characteristics.

Let us consider technological innovations in education while accommodating special needs:

Adaptive educational platforms represent innovative technologies capable of personalizing the educational experience based on each student's needs. Advantages include individualized learning - platforms like Coursera, for instance, employ machine learning algorithms to analyze student performance data and automatically adapt educational materials to their level of knowledge and learning pace. Consequently, this leads to increased efficiency: personalized content delivery enhances comprehension, thereby reducing learning time and improving overall student performance.

The use of virtual and augmented reality offers new learning opportunities by creating immersive environments and enhancing material perception through visual learning support, helping students better understand complex concepts and apply knowledge practically without significant health risks.

Intelligent technologies and artificial intelligence play a crucial role in personalizing the educational process, adapting educational content to students' needs, and automating assessments and feedback.

In implementing the aforementioned technologies, it's essential to note technical challenges. One of the primary challenges is the incompatibility of technologies with the software and hardware used by students with limited capabilities - some assistive technologies may not align with popular educational platforms or programs. Additionally, various types of limitations require an individual approach to technology configuration, which might be challenging to implement on a large scale in an environment where a universal solution is necessary.

To ensure complete accessibility, consideration should be given to improving the following aspects:

Universal design that ensures accessibility for all users, regardless of their specific needs.

Development of specialized applications or adaptation of existing learning tools to support different limitations, such as screen readers for the visually impaired or auditory prompts for the hearing impaired.

Training for educators and technical specialists to work with assistive technologies, as well as providing technical support for students using these technologies.

Acceptance and adherence to accessibility standards in developing educational technologies to guarantee their accessibility for all users.

Ongoing updates and adaptations.

Effectively overcoming technological barriers requires a systemic approach involving development, education, standardization, and technical support to ensure full accessibility to education for students with limited capabilities.

Thus, in the context of modern education, technologies constitute an integral part of overcoming barriers and ensuring the accessibility of education for all students, including those with limited capabilities. Analyzing the role of adaptive educational platforms, virtual and augmented reality, and intelligent technologies, it becomes evident that these tools can personalize education, enriching its context and effectiveness.

Based on the achievements of modern technology, it is our responsibility to continue developing tools that will provide equal educational opportunities for all students, regardless of their specific needs. The integration of technologies for education considering special needs necessitates collective efforts from educational institutions, governmental organizations, software developers, and society at large.

Список использованных источников:

1. Савенко А. Г. Элементы искусственного интеллекта в адаптивных системах управления обучением для реализации инклюзивного образовательного процесса /А. Г. Савенко // Непрерывное профессиональное образование лиц с особыми потребностями : сборник статей IV Международной научно-практической конференции, Минск, 9–10 декабря 2021 / Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники ; редкол.: А. А. Охрименко [и др.]. – Минск, 2021. – С. 237–241.

2. Создание и апробация модели психолого педагогического со проведения инклюзивной практики: Методическое пособие / Под общ. ред. С.В. Алехиной, М.М. Семаго. – М.: МГППУ, 2012.

© Артёмова М.А., 2023

УДК 37.012.3

**МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ
И ЕЕ РОЛЬ В СОВРЕМЕННОМ ОБРАЗОВАНИИ
CROSS-CULTURAL COMMUNICATIONS AND THEIR ROLE IN THE
MODERN EDUCATION**

Виноградова Е.А., Дубровина И.А.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

In the age of digitalization, the fourth technological revolution and high-speeds, we constantly feel the need of having knowledge related to the correct and adequate interaction with representatives of different cultures. Cross-cultural communication, appeared as a science in the middle of the twentieth century was

a reaction of the society to necessity of proper and profitable business relationship all over the world.

Our country has started paying the special interest to this aspect of studies in the early seventies when two Soviet linguists of the Russian language V.G. Vereschagin and E.M. Kostomarov published their book “The language and the culture” as a textbook of the country studies subject. The term "linguistic and cultural studies", in Russian “лингвострановедение”, was first used in the work of the above-mentioned scientists "Linguistic Problems of Country Studies in Teaching the Russian Language to Foreigners". At that very moment we can begin to count the start of a new science, now existing in several disciplines including intercultural or cross-cultural communication.

The importance of the studies in this field cannot be overestimated, especially whether we take a look back to the 90s when the new epoch for the Russian business appeared. The modern society, having entered into the era of globalization, is in dire need of comprehension of communicative processes. On the one hand, it is necessary to investigate the trends that contribute to the unification of civilizations, peoples and cultures, on the other hand, it is needed to comprehend the facts, conditioning preservation of national identity of cultures [1]. Everywhere, both in culture and in language and society are fully observed both tendencies: separation and unification, and both of them are equally relevant to the investigations.

In this article we are making an attempt to analyse the interaction of educational process and the intercultural communication as a communicational process between representatives of different cultures, which involves both direct contacts between people and their communities, and indirect forms of communication such as a language, speaking, writing and electronic or digital communication.

Communication may be difficult. Representatives of different cultures analyze and perceive information received differently, which can cause difficulties, misunderstandings or impossibility of communication.

Intercultural communication should be considered as a set of various forms of relationships and communication between representatives of different cultures.

As for the definition we can divide the culture into the macroculture and the microculture.

During the historical development of mankind, vast territories of our planet were inhabited by people, during which cultures arose in these territories, here we are speaking about macrocultures.

Within each macroculture, many differences can be found, these are called microcultures. Each microculture, although different from the mother culture, has a number of similarities, which provides their representatives with a similar perception of the world [2].

The scholar studying both macrocultures and microcultures faces several obstacles in communication which are usually called key barriers.

The first and the most remarkable and unfortunately usual is the language barrier. The language problem is the very first and most important cultural problem. The solution can be achieved through communication in the language of international communications, it is English. Knowledge of specific national languages will be of exceptional benefit, especially when contacting representatives of eastern countries.

The non-verbal communication is used to cause a great number of misunderstanding and conflicts. This is the communication interaction of individuals without words, the transmission of information through images using gestures, postures, facial expressions, and intonations. Awareness of nonverbal communication of representatives of other cultures is an important competency.

And also, it seems highly crucial to pay special attention to the perception. A continuous sequence of images that arises in a person's cognitive system, on the basis of which a person forms an opinion about others. Perception depends on the professed values that are the core of culture. Taking into account the nuances of this perception through the lens of another culture is an important quality.

There are plenty of classifications of communications [3]. One of the most popular in the classification of dividing the communicational act by the number of participants the landing relationships between them.

Here are Interpersonal communicational act (of two people or a family) in other words minimum number of participants, close relationships and the nature of development is narrowing or expanding the distance; then communication as within the Intergroup/intragroup, and the number of participants is the greater distances are. According to the distance the communication act can be Professional (for business), Mass (through an intermediary - the media, television) and Intercultural (between different cultures, includes all the previous ones) respectively.

From the functional approach communication is classified into Informative, Effective-evaluative (feelings, opinions), Recreational (information for recreation, in a playful form) and Persuasive (between people of different statuses, ideological attitudes)

One of the most important and significant derivations can be named as Verbal and Non-verbal. In intercultural communication non-verbal act of communicating plays an extremely important role.

Firstly, the same gesture can have completely different meanings in different cultures. Secondly, a gesture may mean nothing and have no meaning to the person who sees it. And finally, a gesture has virtually the same meaning across cultures, and its interpretation rarely causes problems in intercultural communication [4].

Here we would draw the attention to some exact examples of the cross-cultural differences, highlighting the national identity of cultures.

In many countries, business is influenced by religion - on the daily routine and working months and days. Find out more about the religion of a given country, but do not enter into discussions on such topics. Know and remember that Buddhist images are sacred: you should not step on the threshold in Thailand - good spirits live under it; never distract a person facing Mecca. Do not touch religious attributes with your hands without permission.

Everywhere you must carry a business card with you, which indicates: the name of your organization, your position, titles. Abbreviations should not be used. In Southeast Asia, Africa and the Middle East, always give your business card with your right hand. In Japan it is served with both hands, with the right side facing the partner.

Beware of using familiar gestures, such as “V” (victory sign). In other countries, they may have a completely different, not always decent, meaning.

The person being aware of communicational politeness would contribute some attention to the analyzing the type of the society and country the interlocutor is from. Individualism characterizes a society in which there is little connection between individuals: everyone is expected to take care of themselves and their families first; collectivism characterizes a society in which people from birth grow and develop in strong, cohesive groups; these groups care for and protect “their own” throughout life in exchange for unconditional loyalty. Also, the question of distributing of gender ropes should be considered. The masculinity is a characteristic feature of a society in which the gender roles of men and women are clearly separated, that is, men are tough, aggressive, focused on material success and victory in the external environment, and women are modest, gentle and focused on providing quality of life and moral comfort to the family. Femininity is a characteristic feature of a society in which the difference in gender roles is unimportant; men and women can be equally focused on material success and on ensuring quality of life.

In the modern conditions, the necessity of familiarizing and knowing laws and features of cross-cultural behaviour, depending on the country, with the representatives of which business cooperation is planned or conducted, has still obtain particular importance, and such disciplines as Business foreign language, Cross-cultural communication and Linguistic and cultural studies still do not lose their effectiveness and relevance.

Список использованных источников:

1. Соловьева Е. Н. Роль межкультурной коммуникации в современном образовании // Вестник ВГТУ. 2013. №3-2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-mezhkulturnoy-kommunikatsii-v-sovremenном-obrazovanii> (дата обращения: 07.11.2023).

2. Щербаков А.А. Особенности межкультурной коммуникации в современном мире / А. А. Щербаков, С. И. Унда. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2016. – № 7.5 (111.5). – С. 95-96. – URL: <https://moluch.ru/archive/111/27923/> (дата обращения: 07.11.2023).

3. Контарева А.С. Некоторые особенности межкультурных коммуникаций и их роль в международном менеджменте / А. С. Контарева. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2016. – № 26 (130). – С. 324-326. – URL: <https://moluch.ru/archive/130/36171/> (дата обращения: 07.11.2023).

4. Межкультурная коммуникация Энциклопедия Кругосвет URL: https://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye_nauki/sociologiya/MEZHKULTURNAYA_KOMMUNIKATSIYA.html (дата обращения: 07.11.2023).

© Виноградова Е.А., Дубровина И.А., 2023

УДК 378

**РЕНОВАЦИЯ СИСТЕМЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
КАК НЕИЗБЕЖНОСТЬ МЕНЯЮЩЕГОСЯ МИРА
RENOVATION OF HIGHER EDUCATION AS INEVITABILITY
IN A CHANGING WORLD**

Горбаткин Е.С., Авезова Б.С.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

There are some modern trends and innovations that are actively introduced into the system of Higher education. Higher-education is a logical continuation of the educational activities of a young person. The main characteristic of this system is the immersion of the student in a new reality, which will allow them to show their most ordinary qualities in a completely heterogeneous environment. Getting an education with other students in the same department does not mean that they all think and make decisions the same way.

The fundamental foundation of higher education is the acquisition of the necessary knowledge for solving elementary problems with a minimum level of responsibility. At the same time, there is, as expected, a number of other useful characteristics that have the main impact on the formation of the person and, as a result, a high-quality professional, who is ready to take responsibility for decision-making. On the other hand, it is wrong to believe that each person must be fearless before making a decision, calculating possible outcomes for making it, as well as having the desire to be more successful than the others. Objectively speaking, only

a small percentage of people become real professionals in their field, while the others are ready to work for them and receive a fixed salary, which is normal, of course. It is especially worth noting that not every holder of a higher education diploma will be successful.

One way or another, there were successful, talented and brilliant people at all times; however, in the new millennium, a person faces new challenges, the solution of which depends on the presence of important qualities. Modern trends in higher education allow us to develop these qualities with the most effective balance. Without exaggeration, it is particularly important to note the following trends and innovations: blended-format, lifelong learning, collaboration of the state and commercial universities, transferrable skills, soft skills, competition with colleges. Some of them will be discussed in the paper.

Blended-format, or mixed learning - a technology built on combining and mutually complementing online learning and face-to-face classes.

Blended learning technology allows you to create a new educational product by mixing different formats and approaches to learning. It is the approach that allows you to get and master the necessary skills as the outcomes of the course. Online training is conducted in a specially developed remote system, which includes interactive textbooks, assessment materials for testing students' knowledge, a communication module for interaction between the participants and their teachers, as well as individual consultations. The scientific base is designed in such a way that the transition to the next stage of training is possible only after passing tests or getting credits (points) for work. There are 5 benefits of using blended-learning in Higher Education:

Individual training schedule and pace:

You can self-organize the materials you need to study. You are encouraged to make your own schedule for the most productive mastering of the material.

Material Re-Study:

You always have the opportunity to return later to the material you have already learned to refresh your knowledge.

Maintaining the effectiveness of your current work:

The training format allows you to optimize your work schedule, i.e., there is an opportunity to study with a minimum number of absences at the workplace.

Development of self-organization and discipline skills:

Manage your own time, prioritize tasks and discipline.

Customization:

Targeting the individual student rather than the group as a whole.

Thus, theoretical knowledge acquired in the online format allows the teacher to customize the seminar in such a way that practical skills will be obtained based on the material completed in the online format.

Now, we would like to discuss the concept of a Lifelong Learning (LLL). This trend can be compared with socialization. As the author notes, nowadays, knowledge is a currency, so the need to have a large number of skills and knowledge, as well as to constantly learning is an integral part of a person's life style [1]. Lifelong learning cannot be called innovation in Higher Education; however, we can say with confidence that this is a trend. Continuing education is not the choice of some individuals who want to achieve something in life, but the norm for every person who wants to be in demand in the labor market. There are key characteristics of continuing learning: voluntary; purposeful; paid/free; official/unofficial; aiming for satisfying personal interest and curiosity.

Continuous learning is a prerequisite for achieving change in your career. The pandemic also affected our interest in continuing education. Even those - who did not plan to master new skills - became clients of online schools. If we talk about the Russian online education market, then the number of visitors to GeekBrains increased by 648% during the lockdown. In general, in 2020, the EdTech market in Russia grew by 60%. LLL has a positive effect on human life as follows:

Life-long learning changes attitudes towards learning. Compulsory and boring learning becomes a real hobby for students.

Continuous training is the main condition for achieving personal and career growth.

Neuroplasticity and aging are the components of our health that are positively influenced by continuing education.

So, we can say that LLL is a trend that qualitatively and quantitatively fits into the new coordinate system of the modern market of Higher Education and professional activity, due to the synthesis of qualitative and quantitative characteristics of both humans and the environment.

Double skills. Along with new trends, as it turns out, not only new ones are developing, but also old ideas are being modified: "This trend was outlined 5-6 years ago," says Yulia Selyukova, Adviser to educational programs at the "Sistema" charitable foundation. - "Today specialists, who have knowledge of several not always connected spheres, are in demand on the market. As it turned out, departments and different faculties have practically no interaction with each other, which does not allow students to receive theoretical and practical skills from related industries [2].

As a result, this kind of approach to training gives the future specialist a lot of useful outcomes, for example: "For a specialist with several competencies, career lift works faster", explains Inna Baranova [2], Dean of the Faculty of Management at Synergy University. - "Therefore, in our university, in addition to a general diploma, students are given the opportunity to receive a competent upgrade on the basis of inter-subject relations. A specialist, who has several

competencies, definitely has more opportunities to promote his career. To give an instance, the Russian State University named after A.N. Kosygin offers its students an amazing model of applying and mastering their professional skills through participation in the Accelerator project, which allows students from different departments, faculties and universities to develop their own startup with the help of specialists from large companies, and they can apply for a grant in the future" [2]. As an example of interdisciplinary complementary competencies, it is worth noting the opportunity for students to defend their thesis based on a developed startup, which undoubtedly includes skills from different areas of activity, which reflects the importance of having knowledge of different competencies.

Soft skills. Soft skills are competencies with which you can easily build productive communication and address issues more efficiently, while learning something new. According to the source, in fact, these "flexible" or "soft" skills will be useful in absolutely any area and will help their owners move faster through the career ladder [3]. The most important "flexible" skills are emotional intelligence and communication skills, according to many experts and people who have reached a high level in their activities. Emotional intelligence (EQ) is the ability of the individual to be aware of and understand other people's emotions and feelings and to use these skills in interactions with others.

Modern psychology defines emotional intelligence as the ability of a person to recognize, understand and control their own emotions, as well as their ability to read, understand and influence the emotions of another person. In practice, this is a body of knowledge, which helps a person realize the influence of their own behavior on themselves and on the people around them. Without a doubt, the talent to restrain and control your own feelings and emotions and prevent them from taking over a person - qualities that allow you to solve the most difficult problems.

Communication skills are the ability to transmit and receive information. The skill to effectively build communication with the interlocutor helps to avoid conflicts and misunderstandings, which allows you to deal with issues in the most effective way. The consequence of the effective use of communication skills is the preservation of different resources: human, economic and productive. There are 5 main skills of effective communication: Listening skills, Nonverbal communication, A concise and comprehensive expression of thought, Empathy, Dealing with your own emotions.

Therefore, I would like to especially highlight "soft" skills as a trend that has been qualitatively integrated into the list of basic features required by employers, which effectively affect the processes of creation and regulation in a particular area.

It is especially worth noting the role of colleges, which have taken their positions in the field of secondary special education in recent years. A modern college in Russia is a springboard for admission to a higher educational institution, but at the same time it is a platform for mastering a specialty. It is important to mention that on the basis of colleges, students have the practical opportunity to develop their own qualities largely, due to less workload and less responsibility in comparison with a university.

Competition between colleges and universities is not a competition in the literal sense, but rather a contest between approaches to training professionals, that complement each other and force students to offer new ideas and approaches to learning. This can be called a "well-forgotten old", because during the Soviet Union there was a system for distributing students, some of whom went to universities, another part - to technical schools, and the third part - to Polytechnic institutions. Thus, there was a continuation of education system. It is important to note that modern educational institutions, and especially universities, not only provide high quality of education, but also create the value of this education by forming their own brand, thereby attracting more and more applicants and students, as well as teachers, scientists and investors. Nowadays, a university or a college is not just a platform for learning, but a space for realizing their own talents, opportunities and projects.

In conclusion, there are identified major trends and innovations that fundamentally transform the Higher Education system. Based on all the above, we can say that modern trends in Higher Education stimulate the development of unique characteristics of young people, which, in turn, moves science, industry, services and everything that society will do in the future. Thus, these modern trends are very promising.

Список использованных источников:

1. Life-long learning: как хайп трансформировать в тренд, который останется с нами надолго? [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: URL: <https://theoryandpractice.ru/posts/18987-life-long-learning-kak-khaup-transformirovat-v-trend-kotoryy-ostanetsya-s-nami-nadolgo> (дата обращения 21.10.2023).

2. Топ-10 трендов высшего образования по версии преподавателей [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: URL: <https://chr.rbc.ru/chr/16/07/2021/60f18e8b9a79471e77e46211> (дата обращения 21.10.2023).

3. Soft skills будущего: для ученика и учителя [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: URL: https://урок.рф/library/razvitie_soft_skills_kak_trend_sovremennogo_obr_090423.html (дата обращения 01.11.2023).

© Горбаткин Е.С., Авезова Б.С., 2023

УДК 7: 378

**ХУДОЖЕСТВЕННЫЕ ВЫСШИЕ УЧЕБНЫЕ ЗАВЕДЕНИЯ
В ГЕРМАНИИ
DIE KUNSTHOCHSCHULEN IN DEUTSCHLAND**

Давыдова В.Д., Казарян О.В.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Die Fachhochschulen in Deutschland ist ein attraktiver Hochschultyp, weil sie unter anderem eine praxisbezogene Ausbildung vermittelt [1]. Deutschland hat in vielen Bereichen einen guten Ruf. Das betrifft solche Bereiche wie Ingenieurwesen, Design, Stadtentwicklung, Denkmalpflege u. a. Viele Jugendliche streben auch danach, solide Kenntnisse an den Hochschulen für Künste zu bekommen, die sie als Wege zu den Traumberufen betrachten.

In Deutschland gibt es mehr als 50 Kunsthochschulen, an denen die Studierenden gute Fachkenntnisse und – Erkenntnisse bekommen und die ihnen breite berufliche Perspektiven eröffnen.

Die Bauhaus-Universität Weimar ist Universität in Deutschland, die auf künstlerischen und technischen Bereichen spezialisiert. Die Geschichte der Bauhaus-Universität geht auf das Jahr 1860 zurück, als Großherzog Carl Alexander die Großherzoglich-Sächsische Kunstschule gründete, die als Kunstgewerbehochschule 1902-1904 unter der Leitung von H. van de Velde stand . 1905 fusionierte die Kunstschule mit der Weimarer Bildhauerschule [2]. Die Entwicklung der Bauhaus-Universität Weimar wurde stark von der Großherzoglichen Sächsischen Kunstschule beeinflusst, die 1907-1915 Handwerker im Handwerk ausbildete. Das 1919 von Walter Gropius gegründete Bauhaus war eine Hochschule für Gestaltung, die sich mit verschiedenen Bereichen des menschlichen Bedarfs auseinandersetzte. Das betraf Architektur, Wohnen, Bekleidung, Grafik u.a. Wassiliy Kandinsky, Paul Klee und andere berühmte Künstler wirkten in einer Experimentierwerkstatt, in der Ansätze zu vielen heutigen Design-Vorstellungen entwickelt wurden. 1996 erhielt die Hochschule ihren heutigen Namen. Es sind heute mehr als 4000 Studenten eingeschrieben, wobei der Prozentzahl der internationalen Studenten mit rund 27% über dem nationalen Durchschnitt liegt. Im Jahr 2019 feierte die Universität zusammen mit Partnern auf der ganzen Welt den hundertsten Jahrestag der Gründung des Bauhauses.

Die Bauhaus-Universität Weimar bietet heute ein international ausgerichtetes Angebot an solchen Studiengängen wie Architektur, Urbanistik, Bauingenieurwesen, Medien u. a. In der Wissenschaft und Kunst wird an der

Universität an der Konzeption, Gestaltung und Konstruktion gegenwärtiger und zukünftiger Lebensräume innovationsfreudig und kreativ gearbeitet. In allen Bereichen spielt die Praxisnähe eine wichtige Rolle, weil sie oft die Basis der weiteren kreativen Tätigkeit der Studierenden ist. Das Spektrum der Bauhaus-Universität Weimar umfasst ungefähr 40 Studiengänge und Programme. Besonderes Interesse erweckt bei den Studierenden verschiedene Sportprogramme, die die Universität regelmäßig entwickelt, und an denen die Jugendlichen aktiv teilnehmen. Bemerkenswert ist das Alumni-Büro, das den Generationen zur Verfügung steht.

Von großer Bedeutung sind die Veranstaltungen, wo sich die Studierenden durch Impulsvorträge über ihre beruflichen Perspektiven als Kreativschaffende informieren. Zukunftsweisende Projekte geben die Möglichkeit zum Erwerb von nötigen beruflichen Kompetenzen. Sie ermöglichen auch innovative Ansätze für die Lehre zu entwickeln, die großes Innovationspotential in sich tragen. Die bisherigen Erfahrungen zeigen, dass die beim Studium erworbenen Fähigkeiten, Fertigkeiten und entwickelten Kompetenzen auf dem Arbeitsmarkt ankommen. Die Universität bietet noch solche Lehrprojekte, die den Studierenden bei einem erfolgreichen Karrierestart helfen. Sie erhalten die Möglichkeit, sich direkt mit potentiellen zukünftigen Arbeitsgebern auszutauschen und sich über ihre Praktikummöglichkeiten zu informieren.

Die Bauhaus-Universität Weimar nutzt die erste große Ausstellung 1923 als Gelegenheit, ihre aktuellen Projekte, Diskurse und Zukunftspläne im hundertjährigen Jahr 2023 zu präsentieren. Gemeinsam mit Partnern aus der ganzen Welt zeigt die Universität, was sie antreibt. Moderne Kunst und modernes Design zeichnet sich oft durch ein Nebeneinander von Materialien mit verschiedenen Strukturen aus und verblüfft durch attraktive Stilmischungen. Diese Entwicklung ist in den von den Studenten vorgestellten Entwürfen und Arbeiten sichtbar. Ihre Arbeiten und Konzepte zeigen, wie alte Techniken interpretiert werden können. Die schöpferische Tätigkeit der Studenten beweist, dass für die Sprache der Kunst kein Standard mehr genügt [3].

Die Hochschule für bildende Künste Hamburg stammt aus dem Jahr 1767, als sie Hamburger Gewerbeschule hieß, später wurde sie als Landeskunstschule bekannt.

Die neue erweiterte Bibliothek an der Hochschule für Künste dient nicht nur als Wissensarchiv. Sie unterstützt und ergänzt die künstlerische Wissensproduktion. Sie ist transdisziplinärer Lern-, Arbeits- und Diskursraum, der den Studierenden, Forschern und Besuchern ermöglicht, den Zusammenhang zwischen Theorie und Praktik, Produktion und Vermittlung besser zu verstehen. Die Bibliothek der Hochschule für bildende Künste Hamburg zählt zu den Werkstätten der Hochschule. Das ist ein Ort, wo man die Kreativität der Studierenden immer fördert. Die Bibliothek ermöglicht den Studenten, ihre

künstlerische Vorhaben medienpezifisch zu kontextualisieren. Eine große Rolle spielen die Veranstaltungen in der Bibliothek, wo die Studenten ihre Arbeiten präsentieren. Hier haben sie die Möglichkeit die Ergebnisse der Ausstellungen zu besprechen und ihr künstlerisches Können zeigen [4].

Den Sammlungsschwerpunkt der Bibliothek der Hochschule für bildende Künste bildet die Kunst des 20. und 21. Jahrhunderts. Die Studierenden können die Werkmonografien der internationalen Künstler und themenorientierte Ausstellungskataloge kennenlernen und verschiedene Literatur im Bereich der Kunstwissenschaft bei der Arbeit an den Projekten und Vorträgen zu verschiedenen Themen benutzen.

An der Hochschule für bildende Kunst Hamburg veranstaltet man Präsentationen von Abschluss- und Jahresausstellungen, die mit den Graduateshows 2018-2019 gestartet wurden. Einen wesentlichen Kern der erbrachten Leistungen der Studenten bilden künstlerische Forschungsprojekte in vielen Bereichen, die spezielle Forschungsthemen gewidmet sind und die interessante und nützliche Ergebnisse geben. Das betrifft zum Beispiel solche Themen wie die Probleme der Nachhaltigkeit oder die Fragen der Designansätze.

Die Hochschulen in Deutschland ermöglichen den Studierenden ihre eigenen Entwürfe von der Themenidee, über die Gestaltungsproduktion, bis zum fertigen Produkt auszuführen. Sie vermitteln ihnen berufliche Qualifikationen und bereiten sie auf Tätigkeiten, bei denen die Kunst im Vordergrund steht.

Die Berliner Universität der Künste Berlin wurde 2001 gegründet. Sie befindet sich im Bundesland Berlin. Eine der ältesten Kunstuniversitäten, die in der Universität der Künste Berlin enthalten ist, geht auf die 1696 vom Brandenburger Kurfürsten Friedrich gegründete Akademie zurück. Die 1869 gegründete Berliner Hochschule für Musik schloss ebenfalls der Universität der Künste an. 1975 wurden die zuvor getrennten Hochschulen zur Hochschule der Künste. Im Jahre 2001 wurde die Hochschule der Künste in Berliner Universität für Künste umbenannt.

Heute ist die Universität Berlin die größte staatliche Kunstuniversität in Deutschland, die Spezialisten auf dem Gebiet der bildenden Künste, Musik, Design und der darstellenden Kunst vorbereitet [5].

Die Fakultät für bildende Künste bildet Künstler und Lehrer für Schulen verschiedener Stufen aus. Alle Studiengänge der Fakultät beginnen mit einem Grundlagenstudium. Die Studierenden lernen künstlerische Gestaltungsgrundlagen kennen. Schon während des Studiums präsentieren sie ihre künstlerischen Arbeiten in öffentlichen Ausstellungen. Die Fakultät für Design konzentriert die Studenten auf einen interdisziplinären Ansatz bei der Lösung von Problemen der künstlerischen Organisation der Umwelt. Die Fakultät für darstellende Künste bildet Spezialisten für Musik und Theater. Im Mittelpunkt

steht dabei die Projektzusammenarbeit. Das Studium an den Kunsthochschulen macht den Studenten Spaß.

Список использованных источников:

1. Tatsachen über Deutschland, Societäts-Verlag, Frankfurt/Main, 1999. - 512 S.
2. <https://www.uni-weimar.de/en/university/profile/portrait/history/>
3. <https://www.uni-weimar.de/de/universitaet/profil/bauhaus2023/>
4. <https://hfbk-hamburg.de/en/hochschule/einrichtungen/extended-library/>
5. <https://www.udk-berlin.de/service/stabsstelle-presse-kommunikation/pressemitteilungen/pressemitteilungen-2023/querklang-pilotprojekt-kuenstlerische-lehrkraeftebildung-der-udk-berlin/>

© Давыдова В.Д., Казарян О.В., 2023

УДК 378

**КАКОЕ ВЛИЯНИЕ НА РАБОТОСПОСОБНОСТЬ ОБУЧАЮЩИХСЯ
ОКАЗЫВАЮТ ИННОВАЦИИ В ВЫСШЕМ ОБРАЗОВАНИИ
WHAT IMPACT DO INNOVATIONS IN HIGHER EDUCATION HAVE
ON STUDENTS' PERFORMANCE**

Долгих А.М., Фадеева Л.В.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

In an era of rapid technological development and changes in the global labor market, higher education and professional activities face a number of new challenges and opportunities. Modern society needs highly qualified specialists who can adapt to rapidly changing conditions and apply innovations in their work.

One of the important trends in higher education is the transition to active and practical learning. The traditional model of lecture-based learning is giving way to interactive methods, which include not only the transfer of knowledge, but also the active participation of students in the learning process [1]. This may include group work, project-based learning, or practical exercises based on real-world problem solving. This approach empowers students in terms of the amount of information and experiences they can share in the process of working together. This trend allows students to improve communication skills, increase the speed of reaction to sudden changes. Consequently, these skills will help students to adapt more easily in the work in the future, as life is not static equal to the behavior of people.

Another important trend is the increasing role of technology in education. With the use of online platforms and learning applications, students have access

to various information resources and can study at any time and place convenient for them. It also allows teachers to create interactive assignments and tests, as well as provide online counseling and feedback. Technology is also enabling the development of distance learning and online courses that open up access to education for those who have not had the opportunity before [1].

What's more, The Open University's Institute of Educational Technology has published the tenth edition of the Innovating Pedagogy Report [1]. In it researchers grouped trends in modern higher education and provided a list of them. It includes such a teaching methodology as "Entangled pedagogies". This approach involves the use of generative artificial intelligence tools such as ChatGPT. This neural network is an example of combining technology and pedagogy that can be incorporated into the learning process to find certain information. Although, it is important to remember that excessive or incorrect use of neural networks can exacerbate the learning system, even halting progress in a particular area. With this in mind, when introducing artificial intelligence into the knowledge acquisition process, it is not only necessary to use these innovations in the right way, but also to learn how to develop skills such as critical thinking and analyzing the data obtained.

Coming back to the aspect of online learning, it is worth noting its certain peculiarity in utilization. In today's technological world, such a format of learning helps to improve and facilitate the acquisition of knowledge for people with health or location peculiarities, which has a positive impact on the percentage of increase in the working class, and this, in turn, irreversibly affects the accelerated development of the state.

Another significant trend in higher education and professional life is the emphasis on interdisciplinary knowledge [3]. Instead of studying narrow specializations, more and more students and professionals seek to master skills and knowledge in different fields. This makes it possible to solve complex problems requiring an integrated approach and to be versatile specialists ready to adapt to new labor market requirements. Interdisciplinarity also stimulates cooperation between different branches and specialists and opens more opportunities in the professional sphere. It is worth noting that excessive specialization in professions only slows down the process of achieving the goal in any qualification.

A similar trend in vocational training is dual (or practice-oriented) learning. In this format, the theoretical part is taught in lectures, while the practical part is taught in the real working environment. Despite the fact that this is a fairly common learning format that had been used for centuries, digitalization has updated this approach. For example, the online platforms and conferences mentioned earlier, including virtual laboratories, can be used for training.

The law on training and production complexes is also relevant. According to the statistical review "Secondary Vocational Education in Russia", in the 2020/2021 academic year, 14.7% of SVE (secondary vocational education) organizations in the country used dual training technologies. [2]. It is important that within the framework of the "Professionalitet" project, similar to "Young Professionals", according to Elena Maklina, "...voluntary involvement of an enterprise in joint work with an educational organization ... will make training more flexible, adapted to the realities and able to fill the staff shortage in a timely manner" [4].

Russian higher education has many examples of cooperation with future employers through partnerships. For example, «Gazprom Neft» and «Sber» cooperate with different educational institutions such as MIPT, Higher School of Economics, Moscow State University and many others.

Moreover, psychological support for students in the learning process has become incredibly popular nowadays [3]. This trend allows to find an individual approach to everyone, especially people with disabilities or other deviations, as well as quickly to establish contact with the teacher. However, there is a negative feature of this innovation – the complexity of mastering the program, focusing on psychological support of students, by the teaching staff of different generations. The peculiarity of such approach in training is that the difference of worldview of people of different age categories is different. Consequently, retraining of teaching staff will not be able to influence the mental attitudes of each of them to the same extent, which will lead to disagreements due to the human factor.

Despite the only negative aspect of the psychological approach in teaching, it is worth saying that the strong pressure on people in the modern information world and the increase in the territory of the spread of "bullying" (humiliation of personality) in the Internet networks. This negatively affects the learner's perception of information and his performance, so this innovation in higher education will definitely have a positive impact on the person, which will give him even more motivation.

Innovation plays an important role in professional activities, enabling the creation of new methods and approaches to work. Modern technologies such as artificial intelligence and automation are changing processes and working conditions in many industries. Professionals must be skilled in new technologies and be able to apply them to improve their performance. Innovations may also require retraining and constant updating of knowledge to stay on the crest of exciting changes in the professional field.

Trends in higher education and innovations in professional practice are closely linked and are a response to a changing world. Future professionals must be prepared for constant change and apply innovation in their work to successfully

meet the needs of today's society. Only in this way will we be able to develop effectively and cope with the challenges and opportunities ahead of us.

Список использованных источников:

1. Innovating Pedagogy 2023: Open University Innovation Report 11 // Kukulska-Hulme, A., Bossu, C., Charitonos, K., Coughlan, T., Deacon, A., Deane, N., Ferguson, R., Herodotou, C., Huang, C-W., Mayisela, T., Rets, I., Sargent, J., Scanlon, E., Small, J., Walji, S., Weller, M., & Whitelock, D. (2023). The Open University. – URL: https://prismic-io.s3.amazonaws.com/ou-iet/4acfab6d-4e5c-4bbd-9bda-4f15242652f2_Innovating+Pedagogy+2023.pdf (дата обращения 22.11.2023).

2. Государственная программа Российской Федерации «Развитие образования» на 2013 - 2020 годы. – URL: <http://pravo.gov.ru/proxy/ips/?docbody=&nd=102349659&rdk=&backlink=1> (дата обращения 22.11.2023).

3. Мировые тренды образования в российском контексте // Сайт: Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». – URL: https://ioe.hse.ru/edu_global_trends/ (дата обращения 22.11.2023).

4. Алексеев, Д. Не укладывается в теорию: приживется ли в России дуальное образование [Электронный ресурс] / Д. Алексеев // Известия. – 2022. – 29 августа 2022 г. – Режим доступа : <https://iz.ru/1385847/dmitrii-alekseev/ne-ukladyvaetsia-v-teoriiu-prizhivetsia-li-v-rossii-dualnoe-obrazovanie>, свободный (дата обращения 22.11.2023).

© Долгих А.М., Фадеева Л.В., 2023

УДК 004.8

**ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ:
НОВЫЕ ГОРИЗОНТЫ НЕЙРОСЕТЕЙ В СОВРЕМЕННОЙ НАУКЕ
ARTIFICIAL INTELLIGENCE:
NEW HORIZONS OF NEURAL NETWORKS IN MODERN SCIENCE**

Дудко К.Д.

Научный руководитель Мишина Е.Ю.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Artificial intelligence (AI) refers to the modeling of human intelligence processes by machines, especially computer systems. It involves the development of algorithms that allow machines to perform tasks that normally require human intelligence, such as visual perception, speech recognition, decision-making and

language translation. Artificial intelligence encompasses various subfields, including machine learning, deep learning, expert systems, and artificial neural networks that allow machines to learn from data, recognize patterns, and make decisions. The impact of AI's scientific discoveries is significant because their application accelerates research in fundamental sciences such as mathematics, medicine and physics, but at the same time creates problems and uncertainties.

Neural networks play an important role in the development of artificial intelligence. They are mathematical models that simulate the work of the human nervous system, allowing computers to learn based on a large amount of data. Neural networks help to create intelligent systems capable of recognizing images, processing language, making decisions, and much more. Their development opens up new prospects for science and technology, as well as raises questions of ethics and social responsibility [1].

The history of AI stretches from its conceptualization in early science fiction to its official beginning with a summer research project on artificial intelligence at Dartmouth in 1956. Science fiction of the early 20th century introduced the concept of robots with artificial intelligence, while Alan Turing proposed the idea of machines capable of reasoning like humans. However, the development of artificial intelligence faced obstacles due to the limitations of early computers and high costs. Subsequently, from 1957 to 1974, research in the field of artificial intelligence made significant progress, but the lack of funding and computing power led to a slowdown. The 1980s were marked by a revival of research in the field of artificial intelligence due to advances in algorithms and increased funding. The path from ancient philosophers who pondered the issues of life and death to modern achievements in the field of artificial intelligence reflects man's enduring fascination with the creation of intelligent machines.

Neural networks are a key technology that has undergone rapid development due to technological and scientific breakthroughs. Articles on artificial intelligence and neural networks show an exponential increase in interest in this area. Neural networks are used in various business areas, such as marketing, retail, finance and insurance, where they improve targeted marketing, financial performance forecasting, customer segmentation and fraud detection. They also have an impact on various aspects of everyday life, including speech recognition, the quality of smartphone cameras, medical diagnostics and other areas. However, there are concerns about the irresponsible use of neural networks, such as privacy violations and abuse of automatically generated content. In light of this, it is important to consider neural networks as a source of advice, not final solutions, in order to ensure their safe use.

Neural networks play a key role in the analysis of complex and information-rich biomedical information. They have the potential to solve complex problems in the field of genetics, bioimages, medical images, brain and body interfaces, as

well as public and medical health management. The application of deep learning in biomedicine can help in diagnostics, personalized therapies and improving human well-being. Despite the challenges it is currently facing, deep learning has the potential to bring significant changes to biology and medicine. This highlights the growing interest in deep learning in biomedical applications [2].

Artificial neural networks (INS) are widely used in financial and economic forecasting as a powerful modeling technique [3]. They have the ability to adapt to changing conditions and process large amounts of data, which makes them an effective tool for forecasting financial markets and economic indicators. Neural networks can be used to predict prices in financial markets, analyze time series, identify trends and make decisions based on a large amount of data [4]. This makes them a valuable tool for making financial decisions and improving risk management processes in finance and economics.

Neural networks that emulate the work of the human brain are revolutionizing engineering with applications in monitoring the discovery of threatened species. These networks use artificial neurons to process and transmit data, and through deep learning architectures can automate tasks and optimize functions. They represent limitless potential for engineering applications, offering flexibility and revolutionizing the approach of technical specialists to challenges in various fields [5]. Neural networks are computational models capable of extracting meaning from complex data, finding patterns and detecting trends. Once trained, they can learn independently by emulating the human brain's ability to process information. INS have a layered structure and use learning algorithms to understand and classify concepts, images and photographs [6].

Modern neural networks continue to evolve, opening up new horizons in the field of reinforcement learning and autonomous learning. Reinforcement learning allows neural networks to learn based on rewards for certain actions, which makes them capable of self-improvement. Autonomous learning allows neural networks to extract knowledge from the environment without human intervention. These areas promise to revolutionize many areas, including robotics, autonomous cars and medical diagnostics.

The use of neural networks to solve complex problems promises to revolutionize various fields, such as advanced robotics, autonomous vehicles, and medical diagnostics, thanks to the possibilities of reinforcement learning and autonomous learning, which allow neural networks to independently improve their skills and acquire knowledge from the environment [7]. In particular, the improvement of neural networks through reinforcement learning allows robots to become more intelligent, efficient and adapted to complex tasks and environments [7]. The expansion of the use of neural networks in the field of reinforcement learning opens up new horizons in machine learning [8].

The development of neural networks is of great importance for society, but there are ethical and social issues that need to be taken into account. Ethical issues include the use of neural networks to monitor and control citizens, as well as data privacy issues. Social aspects include issues of equal access to technology and the possible consequences of automation in the labor market. It is important to develop neural networks, taking into account these aspects and ensuring their responsible use for the benefit of society.

Prospects for the further development of artificial intelligence through neural networks include more effective training of neural networks, improving the ability of neural networks to adapt to new data and situations, the development of more complex and deep neural networks to solve more complex tasks, as well as improving the interaction between neural networks and humans. It is also possible to develop neural networks to create autonomous systems capable of making decisions without human participation.

Список использованных источников:

1. ЛеКун Я., Бенжио И., Хинтон Д. Глубокое обучение. *Nature*, 2015. – 521(7553), 436-444.

2. Шмидхубер Ю. Глубокое обучение в нейронных сетях: Обзор. *Нейронные сети*, 2015. – 61, 85-117.

3. Гудфеллоу Я., Бенжио И., Курвиль А. Глубокое обучение. *MIT press*, 2016.

4. Маркус Г. Глубокое обучение: Критическая оценка, 2018.

5. Кригескорте Н. Глубокие нейронные сети: новая модель для моделирования биологического зрения и обработки информации мозга. *Ежегодный обзор науки о зрении*, 2015. – 1, 417-446.

6. Амодей Д., Олах К., Штайнхардт Дж., Кристиано П., Шульман Дж., Мане Д. Конкретные проблемы в безопасности искусственного интеллекта, 2015.

7. Лянг М., Ху С., Чжан Х. Рекуррентная сверточная нейронная сеть для распознавания объектов. В *Материалах конференции IEEE по компьютерному зрению и обработке изображений*, 2015. – 3367-3375.

8. Лейк Б. М., Ульман Т. Д., Тененбаум Дж. Б., Гершман С. Дж. Создание машин, которые учатся и мыслят как люди. *Поведенческие и мозговые науки*, 2017. – 40.

© Дудко К.Д., 2023

УДК 373: 546

**ПРЕПОДАВАНИЕ ХИМИИ В ШКОЛЕ
С УГЛУБЛЕННЫМ ИЗУЧЕНИЕМ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА
TEACHING CHEMISTRY AT A SCHOOL WITH AN IN-DEPTH
STUDY OF ENGLISH**

Зотова А.В.

Научный руководитель Николаева Е.В.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Knowledge of chemistry is the basis for the formation of a holistic co-modern worldview of man, his ideas about the scientific picture of the world and its material unity. The study of chemistry plays an important role in the formation of students' ideas about the evolution of substances in nature and about the mutual transformation of different types of energy. Knowledge of chemistry is necessary to understand the main ways of solving global problems of human development: ecological, energy, raw materials. Chemistry, along with physics and mathematics, is an intellect-forming school subject, the study of which makes a huge contribution to the formation of science literacy of young people, their thinking and creative abilities, skills of independent learning activities, research and experimental skills.

Modern educational standards define the main goal of Russian secondary education as the formation of the spiritual and moral foundations of a schoolchild's personality, education in the spirit of love for the Motherland, his family and relatives. This priority task should be realized in all lessons, including chemistry and science.

Within the paradigm of patriotic education, teachers have new opportunities to make lessons interesting. Interest is one of the main components of schoolchildren's learning motivation. Lessons should surprise the learner and at the same time have references to previous topics. The teacher should proceed from the student's experience and gradually complicate the tasks by implementing a variety of learning technologies.

Thus, the main thing in the work of a teacher is the development of each student's personality, as well as the formation of his or her ability to learn. The aim of school chemical education is not only to achieve the best subject results of mastering the discipline, but also to develop meta-subject skills of students.

The ability to properly handle laboratory equipment (scales, thermometers, burner, spirit, etc.), chemical utensils and chemical reagents is among the meta-skills. These are important practical skills that are needed in everyday life.

Below is the author's methodological tutorial of a lesson on the topic "Polymers" (from the 10th grade chemistry course). The tutorial corresponds to the basic level chemistry textbook by O.S. Gabrielyan, I.G. Ostroumov and S.A. Sladkov for the secondary school (Publishing House "Prosveshchenie", Moscow, 2020) [1] and applies practical methods from patent documentation [2-4]. The basic concepts of polymer chemistry, their classification and ways of synthesis are considered in Chapter IV "Organic Chemistry and Society" (paragraphs 22, 23); they should be considered in the lesson of studying new material. The methodological tutorial proposed by the author deals with a lesson of a different type – a lesson of knowledge and skills application.

Methodological tutorial of the lesson for 10th grade students.

Lesson topic: "Polymers"

Lesson type: knowledge and skills application

Lesson objectives:

1. personal: The learner should: understand the international character of science; feel a sense of pride for Russian chemical science, self-respect and emotional positive attitude to themselves; realize readiness for active, independent actions, be responsible for their results;

2. meta-subjects: A) the learner should be able to: understand the logic of scientific cognition; build, propose and formulate hypotheses; illustrate the complexity of the structure of matter with concrete examples; B) the student should be able to: skills of proper handling of laboratory equipment, chemical utensils and chemical reagents.

3. subject: The teacher should: A) create conditions for the application of knowledge about the properties of polymers, methods of their production, application in the economy of the country; B) create conditions for improving the skills of correct handling of laboratory equipment and chemical utensils.

The Lesson Plan:

1. Organizational Stage. Didactic tasks of the stage: organizational and psychological preparation for work; presentation of the lesson plan. Form of organization of students' activity – frontal. Teaching methods and techniques: explanatory-illustrative verbal method – a story. Approximate time – 2 min.

2. The stage of knowledge and skills application. Didactic objectives of the stage: creation of conditions for application and further improvement of knowledge and skills on the topic under study. Form of organization of pupils' activity – individual. Teaching methods and techniques: partially search (heuristic) method, independent work of students with individual tasks. Teaching aids: individual tasks, textbook. Approximate time – 35 min.

3. Generalization and systematization stage. Didactic objectives of the stage: ensuring the formation of a complete system of pupils' knowledge. Form of organization of pupils' activity – frontal. Teaching methods and techniques:

seminar (students form a brief report on the results of individual assignments). Teaching aids – pupils' own notes in their notebooks. Approximate time – 5 min.

4. Homework information stage. Didactic task of the stage: to ensure that pupils understand the aims, content and ways of doing homework. Form of organization of pupils' activity – frontal. Teaching methods and techniques: explanatory-illustrative method, storytelling. Teaching aids: interactive blackboard. Approximate time - 1 minute.

5. The stage of summarizing the lesson. Didactic task of the stage: to give a qualitative assessment of the work of the class and individual pupils. Form of organization of pupils' activity – frontal. Teaching methods and techniques: explanatory-illustrative method, conversation. Approximate time – 2 min.

Lesson stages.

1. Organizational stage. The teacher welcomes the students, then briefly informs them of the lesson plan.

2. The stage of knowledge and skills application. The essence of this stage is individual activity of students using a partially searching (heuristic) method. Pupils work independently under the guidance of the teacher. At this stage, the teacher checks and corrects the work of the pupils and, if necessary, provides counselling and assistance.

At this stage, the teacher may briefly repeat the basic knowledge of polymer chemistry and the processing of polymer materials.

Polymers (from the Greek poly – many and meros – part) are compounds in which a large number of identical atomic groupings (elementary links) are more or less regularly interchanged, connected by chemical bonds into long linear chains or chains with side branches, as well as into spatial grids [5, p. 20].

Colouring is an important part of the processing of polymeric materials. Colouring of polymeric materials can be carried out in different ways: mass colouring; colouring of the product in the solution of the colouring substance through the surface of the product; drawing on the polymer surface by various methods.

The method of mass dyeing is used for dyeing plastic masses and chemical (synthetic and artificial) fibres.

Organic dyes, as well as organic and inorganic pigments serve as colouring agents for colouring of polymeric materials.

The intensity of colouring depends on the size of pigment particles, therefore an important stage of the production process is the labour-intensive dispersion stage. One of the main technological problems in colouring polymers with pigments is the problem of uniform dispersion of pigment in the volume of polymer composition. The consequence of poor dispersion of pigment in the polymer matrix can be such defects of the surface of the coloured material as

variation of tone, point inclusions of pigment particles, elongated coloured stripes (“comet tail”) [6, p. 266].

For colouring of polymeric materials and plastic masses on their basis in technique a special kind of dyes – polymer-soluble oligomeric dyes – has been used for a long time. They are soluble in the polymers being coloured. They are called oligomeric because in the process of synthesis of these dyes oligomers - low molecular weight polymers are used.

In polymer chemistry there is a distinction between “high molecular weight polymer” and “low molecular weight polymer”. The latter is called an oligomer. Oligomeric dyes are polymer dyes characterized by a relatively low molecular weight (approximately 104). Specialists believe that if the molecular weight of a high molecular weight compound is less than 7000, it is an oligomer, if it is more than 7000, it is already a polymer. Typical monomers, from which large-tonnage polymers are obtained in technology, are characterized by a molecular mass of about 102, and almost all industrial polymers have a molecular mass of more than 105. It is at such molecular mass that the unique properties of polymers are most fully manifested [7, p. 36].

The process of colouring polymeric materials with polymer-soluble dyes is carried out in extruders under heating and over-mixing, as well as under the influence of increased pressure. Polymer-soluble dyes are of considerable practical interest, as they allow to obtain maximum colour intensity with high light fastness and migration stability immediately, bypassing the stage of obtaining a dispersed release form.

The main direction of application of polymer-soluble oligo-mer dyes is colouring of plastic masses based on thermo-plastic polymers (polyethylene, polypropylene, polyvinyl chloride) [8, p. 23].

Polymer-soluble oligomeric dyes were produced for a long time at JSC "Pigment" (Yaroslavl region).

The teacher prepares in advance a solution of polymer-soluble dye in methyl ethyl ketone (the dye has a yellow colour). Then the teacher dissolves a fibre-forming polymer – perchlorovinyl resin – in the resulting solution of the dye in an organic solvent. From perchlorovinyl resin in industry a valuable synthetic fibre – chlorine – is obtained. It has therapeutic properties. Thus, a coloured solution of the fibre-forming polymer in methyl ethyl ketone is obtained. The teacher pours the solution into small 5 ml glass beakers and leaves the beakers with the solution in a closed fume cupboard. Because methyl ethyl ketone has a peculiar odour, it is necessary to ensure that the fume cupboard in the school chemistry room works well. If possible, it is necessary to keep the window open in the room.

Equipment: glass beaker (150 ml) - 2 pieces; glass rod; measuring cylinder (100 ml); porcelain mortar with pestle; magnetic stirrer with heating; scales; filter

paper; tripod; foot; thermometer (up to 100°C); glass funnel; 5 ml glass beakers (the number of beakers equals the number of students).

Reagents: methyl ethyl ketone (70 ml); yellow polymer-soluble oligomeric dye (2 grammes); perchlorovinyl resin (5 grammes).

Methodology for preparation of dyed solution of fibre forming polymer (perchlorovinyl resin) in methyl ethyl ketone.

The whole process of solution preparation should be carried out in a fume cupboard.

Put the polymer-soluble oligomeric colouring agent (2 grams) into a porcelain mortar, grind (grind) it to a fine-dispersed state with a pestle. Then carefully transfer the ground dye into a 150 ml glass beaker. Measure out 70 mL of the organic solvent methyl ethyl ketone using a measuring cylinder. Pour the measured volume of methyl ethyl ketone into the previously ground dye placed in the glass beaker.

Attach the foot to the tripod, fix the thermometer in the foot, carefully placing it in the beaker with solvent and dye. Put this whole construction carefully on a magnetic stirrer with heating and stir until the dye is completely dissolved (at a temperature of 70°C). Wait for the solution to cool down.

Using filter paper, make a paper filter. Place the filter in a glass funnel, previously fixed in the foot attached to the tripod. Using an empty second glass beaker (150 ml), filter the resulting solution of dye in methyl ethyl ketone.

Dissolve perchlorovinyl resin (5 grams) in the filtered solution of dye in methyl ethyl ketone, stirring with a glass rod. Then pour the obtained solution of perchlorovinyl resin in the coloured organic solvent into small glass beakers and leave it in a closed fume cupboard until the beginning of the lesson.

Methodology of making samples of coloured perchlorovinyl resin.

In advance, students are given pieces of carefully ironed white linen cloth with a square shape of 5 cm × 5 cm. This cloth will serve as a substrate on which the student will pour a solution of perchlorovinyl resin in an organic solvent (methyl ethyl ketone) coloured with a polymer-soluble dye. This work must be carried out in a fume cupboard.

The students, holding the pieces of white linen cloth given to them, approach the fume cupboard in pairs. Each pupil carefully takes one of the small glass beakers with a pre-coloured solution of perchlorovinyl resin and pours its contents onto the cloth, having previously placed an A4 sheet of paper under it.

Then it is necessary to wait for the polymer film to dry. The film of the dyed fibre-forming polymer is yellow in colour.

3. Generalization and systematization stage. In order to ensure the formation of a coherent system of pupils' knowledge on the topic under study, a seminar is organised when individual pupils briefly orally report the results of

their individual assignment to the whole class, with all pupils writing down the main conclusions of their work in their notebooks.

4. Homework information stage. The teacher informs the students about the homework: 1) neatly draw up the obtained sample of perchlorovinyl resin coloured with yellow polymer-soluble oligomeric dye in a notebook, attaching it to a sheet of heavy paper; 2) create a presentation and a report on possible application of polymer-soluble oligomeric dyes in technology and production.

5. Lesson summary stage. The teacher briefly summarizes the results of the lesson, noting the work of individual students and the class as a whole.

Список использованных источников:

1. Габриелян О.С., Остроумов И.Г., Сладков С.А. Химия. 10 класс. Учебник для общеобразовательных организаций: базовый уровень. – М.: Просвещение, 2020. – 128 с.

2. Патент РФ № 2069680 С1 РФ, МПК С 09 В 69/10. Способ получения олигомерных красителей.

3. Патент РФ № 2070565 С1 РФ, МПК С 09 В 69/10. Способ получения олигомерных красителей.

4. Патент РФ № 2082733 С1 РФ, МПК С 09 В 67/08, 67/24. Красящая композиция для полимерных материалов.

5. Стрелихеев А.А., Деревицкая В.А. Основы химии высокомолекулярных соединений. – М.: Химия, 1976. – 437 с.

6. Андрианова Г.П., Полякова К.А., Матвеев Ю. С. Технология переработки пластических масс и эластомеров в производстве полимерных пленочных материалов и искусственной кожи. Ч.1. – М.: КолосС, 2008. – 367 с.

7. Семчиков Ю.Д. Высокомолекулярные соединения. – М.: Издательский центр «Академия», 2003. – 368 с.

8. Хромов А.В. Синтез и изучение свойств красителей, содержащих олигомерные группировки: Диссертация на соискание ученой степени кандидата технических наук: 02.00.03. – Москва. – 2007. – 175 с.

© Зотова А.В., 2023

УДК 371.385.1

**МИФОЛОГИЯ И КУЛЬТУРА ШОТЛАНДИИ
В КОНТЕКСТЕ ИЗУЧЕНИЯ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА
СТУДЕНТАМИ НЕЯЗЫКОВОГО ВУЗА
THE MYTHOLOGY AND CULTURE OF SCOTLAND IN THE
CONTEXT OF LEARNING ENGLISH BY STUDENTS OF A NON-
LINGUISTIC HIGHER EDUCATION INSTITUTION**

Кантинова А.С.

Научный руководитель Дубровина И.А.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

When students are learning a foreign language, the issue of motivation takes one of the main places in the studying process. Researching in the fields of history, culture and folklore of the countries of the target language can be an additional factor that increases interest in learning a foreign language.

Scotland, which is situated on the far northern fringes of Europe, is wealth of material not only for anthropologists, researchers of culture and mythology, but also for English language learners. And this word and this country immediately evoke many associations with pictures of hills, huge pastures, winding rivers, ruins of ancient castles, highland villages and cities with impressive architecture.

This impression is formed for a reason, because this is really a very colorful country. Its culture dates back more than 2000 years and in many ways directly reflects the national folklore. Speaking of folklore: have you ever heard of Scottish mythology? What does it consist of? Who is included there? Meanwhile, mythology, being a part of folklore, could not leave modern culture without influence. Although, it's the 21st century, does anyone believe in myths? So? let's talk about this.

Scottish mythology is a unique synthesis of various cultural influences and has its roots deep in the history of these lands. It was formed from various cultural influences, including Celtic, Germanic and Roman. The main source of Scottish mythology is the Celts, who inhabited Scotland long before the arrival of the Romans. They had a rich world of deities, heroes and mythical creatures. The Celts believed in the power of nature and directly connected all natural phenomena with the actions of mythological characters.

However, in the I century AD, the Romans came to the Scottish lands. The Romans already had their own pantheon formed. And then, in the V-VI centuries, with the arrival of the Anglo-Saxons and Vikings, Scottish mythology received additional influence from Germanic gods and legends. This brought new elements

to the mythological world, such as the gods of war, sea and earth. In addition, Scottish mythology has been enriched by numerous legends associated with historical figures and heroes.

In general, Scottish mythology does not have a strictly established hierarchy of myths, as, for example, Greek mythology with its pantheon of gods and heroes. Instead, it is a mixture of different mythical tales and legends that may be associated with specific regions or clans. However, there are several main themes and characters that play an important role.

As in other mythologies, Scotland also has its own gods. And basically, it is the Celtic pantheon, which is the basis for mythology and several other countries. However, recreating the exact and complete hierarchy of the gods is quite a difficult task, which researchers have been thinking about for decades. And all because most of the data is fragmentary and the information is often not comparable chronologically and geographically. Moreover, over time, in different countries, mythology has changed and new deities have appeared.

At the same time, if we talk about Scotland, the most famous and powerful is Cailleach – a divine witch and ancestor connected with the creation of the landscape and the weather, especially storms and winter. It is believed that on one of the snowy days she and her husband sought refuge in one of the Scottish valleys. And the locals built them a house. In gratitude for this, Cailleach gave people favorable weather, prosperity of livestock and a good harvest. After a while, the couple decided to leave the valley, but left behind a small sanctuary. It needed to be cared for so that the winter in the valley would remain mild, and the summer bright and warm. Residents did so.

Scottish mythology is rich in stories about heroes and legends, and most of them are connected with the protection and liberation of the country from enemies. For example, Cú Chulainn is a demigod who got his name for killing the ferocious dog Kulann who attacked him as a child. At the age of 17, he personally repelled an attack by troops on the kingdom of Ulster and became famous for his fighting rage. Cu Chulainn was predicted eternal glory, but a short life, and so it happened. Several works are devoted to his life and exploits.

Another famous hero – Fionn mac Cumhaill is the leader of the Fianna (a group of hunter-warriors), a visionary and a poet. He has a magic thumb that gives him great wisdom. In the paintings he is depicted hunting with his hounds or fighting with his spear and sword. The stories about Fionn and his Fianna form the Finn Cycle or the Fenian Cycle.

There are quite a lot of mythical creatures in Scottish mythology that appear to people in different guises and can be both positive and negative characters. Here I will name only a few of the most famous.

Selkies are seals capable of taking on human form. Selkies can turn into a beautiful girl or an equally beautiful young man. If the discarded seal skin can be

stolen, he or she will remain in human form. In myths, men guarded the selkie girls, stole the skin, and then took them as wives. Such a girl could then live almost like an ordinary mortal woman, be a spouse, mistress, mother, but only until she finds the seal shell. As soon as selkie gets a chance to take on her original appearance, she will immediately return to the sea, leaving her husband, children and home: without water, these creatures are very sad.

Bean-Nighe – known as a laundress. She can be seen at the edge of isolated streams, wiping the blood from the clothes of those who are about to die! Usually she looks like a witch, but she can change her appearance. Any living person can turn to a laundress with various outcomes, including finding out the names of those who will soon die.

The Wulver of Shetland is a man covered with fur, with the head of a wolf. Despite his intimidating appearance, Wulver is not dangerous if you behave correctly with him. But it is necessary to show aggression, and he will attack. In Scottish myths, Wulver, as a rule, acts as a benevolent being: he helps the poor by leaving a portion of his catch of fish for them [1].

As to say about epics about nature [2], in the Scottish mythology, nature is important, and there are myths associated with mountains, rivers, lakes and other natural phenomena.

For example, the Blue Men of the Minch. These are blue-skinned creatures that live in the Minch Strait. They create a storm and if the ship comes into contact with them, the leader of the creatures will utter two lines of a poem. The ship's captain who met them must finish the poem, otherwise they will do everything possible to capsize the ship.

Another legend is The Ghost Piper Of Clanyard Bay. It is believed that fairies lived in the underground caves of this bay, whom everyone was afraid of. But one day a piper with his dog dared to come to them. He played the bagpipes loudly, and then the music stopped. A terrified dog jumped out of the cave, and no one saw the piper anymore. But since then, in the summer, you can hear the sounds of bagpipes playing, which are heard from underground.

As we have seen, Scottish mythology is quite rich, but that was a long time ago... How is it reflected in the culture now?

It is worth starting with literature. A lot of works were dedicated to Scottish mythological heroes, which are still being read. It is also a common thing to use Scottish mythical characters in works for children or to create a separate full-fledged book about all mythical creatures. For example, a book «Scottish Mythical Creatures» by Bob Curran.

Quite a lot of works with the participation of mythical characters have been filmed, but there are also exciting films that are not based on books. For example, in 2017 the film "Baobhah Sith" was released. Screenwriter and director David W. Hutchison was inspired by the legend of the Baobhan Sith. This is a beautiful

vampire girl in a white or green dress. She invites men to dance with her, and when they catch her off guard, she attacks and takes a bite. The story goes that they have cloven hooves, they can change shape and speak any language thanks to telepathy with their victims.

Also, it is impossible to leave without any attention such a large part of life as music and dancing. Some of the songs and dances are dedicated to myths, and it is customary to come to some festivals in costumes of different creatures. Moreover, there is even a Scottish opera "The bard of Alltshellach" based on a mythological plot [3].

And of course, such a part of culture as tourism is directly connected with myths. The first in the list of the most famous and popular places to visit will be Loch Ness. It is believed that a large dinosaur-like creature Loch Ness monster lives there. 'Nessie' has a long neck and one or more humps protruding from the water. The first recorded sighting of the monster occurred almost 1,500 years ago, when a giant beast is said to have jumped out of a lake near Inverness and eaten a local farmer. Since then, the myth of the Loch Ness monster has intensified.

The Kelpies [4] will be next in the list. This is a water horse that lives in Scottish lakes and desert rivers. He usually appears as a lost pony, but he can be recognized by his constantly wet mane. The horse tempted people to ride on his back, and then dragged him into the water forever. Sculptures with horse heads 98 feet high, located between Falkirk and Grangemouth, were erected in honor of the Kelpies.

And the final one in this section, Fingal's Cave. This is a huge sea cave on the uninhabited island of Staffa in the Inner Hebrides. It is known for its natural acoustics and many legends about its origin. There is no exact version, but each legend originates in mythology [5].

To draw conclusions we should say the Scottish mythology has a significant influence on the modern culture of Scotland. Its elements and plots penetrate into various spheres of art, literature, cinema, music and tourism. Moreover, mythology helps to preserve and transmit unique stories and traditions, which makes Scotland recognizable and attractive to the world community.

Список использованных источников:

1. The Creatures of Scottish Folklore Timberbush Tours – URL: <https://www.timberbush-tours.co.uk/news-offers/the-creatures-of-scottish-folklore> (дата обращения 30.10.2023)

2. Brand Scotland Contributor – Scottish Myths, Folklore and Legends– URL: <https://www.scotland.org/inspiration/scottish-myths-folklore-and-legends> (дата обращения 21.11.2023)

3. Ceud Mile Failte - A Hundred Thousand Welcomes – URL: <https://www.scottishtours.co.uk/aboutscotland/welcome-to-scotland/> (дата обращения 01.11.2023)

4. Latham, Elizabeth 10 Scottish Myths And Legends – URL:<https://www.theodysseyonline.com/10-scottish-myths-legands> (дата обращения 30.10.2023)

5. Sith, Baobhan Scottish Vampire Legend Vampire Facts – URL:<http://www.vampirefacts.net/famous-vampires/baobhan-sith/> (дата обращения 10.11.2023)

© Кантинова А.С., 2023

УДК 685.34

**СОЗДАНИЕ ТРЕХМЕРНОГО МАКЕТА
ПРИ ИСПОЛЬЗОВАНИИ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МОДЕЛЬЕРА ОБУВИ
CRÉATION LES CHAUSSURES IMPRIMÉES EN 3D DANS
L'ACTIVITÉ PROFESSIONNELLE
DU MODÉLISTE DE CHAUSSURES**

Киреева Л.А., Синева О.В., Юрина Т.Н.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Le processus de création d'un modèle 3D d'un objet est la modélisation 3D. Le défi de la modélisation 3D consiste à développer une image volumétrique de l'objet souhaité. Les graphiques 3D impliquent la construction d'une projection géométrique d'un modèle 3D sur un plan à l'aide de programmes spécialisés.

La modélisation 3D est une technique d'infographie consistant à reproduire ou à créer un objet sous forme d'image 3D. Elle permet d'obtenir un fichier 3D. Dans le domaine de, l'obtention du fichier 3D (créé par modélisation 3D ou par le biais d'un scan 3D) d'un objet est indispensable pour sa conception.

La conception 3D est l'une des directions de la conception graphique qui vous permet de visualiser l'idée avec la plus grande précision qui est encore en développement.

Il existe un grand nombre de programmes pour travailler avec des objets 3D, mais ils ont des différences en fonction de la destination et du niveau de l'utilisateur. Vous trouverez ci-dessous un tableau avec la classification des logiciels par logiciel, disponibilité de la langue russe, licence, coût, formats pris en charge et destination.

La conception 3D, ou Conception Assistée par Ordinateur (CAO), est le processus par lequel sont dessinés des objets en 3D, qui pourront ensuite être produits. Elle passe par l'utilisation de nombreux logiciels possibles, principalement différenciés par leur approche au dessin et par leur prix.

La conception 3D permet de prendre en compte les perspectives. En effet, le point de vue évolue par rapport à la position de l'observateur. Les professionnels exploitent quatre types de perspectives: frontales, obliques, aériennes et atmosphériques [1, 3].

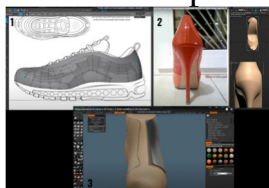
Dessiner en utilisant un crayon ou un logiciel dessin 3d nécessite de l'expérience et beaucoup de savoir-faire. Un outil de modélisation 3d est pratique, comprendre l'infiniment petit et l'infiniment grand est possible. Vous trouverez ci-dessous un tableau avec la classification des logiciels par logiciel, avec la présence de la langue russe, la licence, le coût, exporter en charge et destination.

En utilisant la classification des programmes pour la modélisation 3D, les trois programmes les plus appropriés ont été sélectionnés, correspondant à l'objectif de créer une mise en page 3D de chaussures, aussi proche que possible du modèle vivant. Ils seront ensuite analysés en fonction de leurs caractéristiques techniques, de leurs outils, de leur interface, de leurs méthodes de travail et de leur résultat final.

Blender, 3D Max et 3D Coat sont les programmes qui conviennent le mieux à la tâche (création et visualisation d'une mise en page de chaussures en trois dimensions).

Il existe plusieurs critères suivant lesquels les données du programme ont été sélectionnées. Le critère le plus important est l'affectation des programmes. Dans chacun de ces trois programmes, il est possible de créer un modèle tridimensionnel de chaussures. Le principe de la création d'une mise en page est similaire à tous les trois: le chargement de l'image dans le programme (esquisse ou photo), la modélisation d'un objet volumétrique, en se concentrant sur l'image. Ensuite, c'est d'amélioration le modèle en ajoutant des textures de matériaux et des accessoires.

Voici des captures d'écran de ces trois programmes, sur lesquels vous pouvez comprendre comment et où ce principe de création de mise en page fonctionne (Riz. 1). Toutes les captures d'écran proviennent de tutoriels YouTube.



Riz. 1 – Processus de modélisation 3D dans Blender 2) Processus de modélisation 3D dans 3D Max 3) Processus de modélisation 3D dans 3D Coat

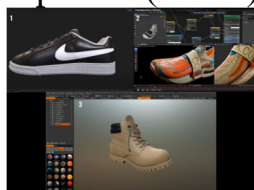
Blender est un logiciel de conception assistée par ordinateur bien connu, c'est un logiciel de modélisation directe à base de maillage très puissant, et non paramétrique. Blender est même utilisé par les professionnels pour développer des jeux vidéo ou des animations. Il est assez similaire à des logiciels tels que Mudbox ou ZBrush, et il n'est pas vraiment adapté aux débutants. Ce programme est incroyable pour une utilisation artistique, mais pas seulement. Avec

d'excellents outils logiciels tels que la sculpture, le rendu et la modélisation rapide, ce programme peut être utile pour de nombreuses applications. C'est un logiciel parfait si vous avez besoin de créer des modèles 3D imprimables en 3D, car il inclut également des fonctionnalités de CAO pour réparer vos maillages. Il est permis d'éviter les mauvaises surprises une fois les pièces sorties des imprimantes 3D [5].

3DS Max, tout comme un logiciel comme Cinema4D, sera parfaitement adapté aux développeurs de jeux vidéo professionnels ainsi qu'aux artistes d'effets visuels. Disponible avec Windows, ce logiciel n'est pas destiné aux débutants, mais aux utilisateurs confirmés de la modélisation 3D.

Et vous pouvez voir que Blender et 3D Max sur ce principe sont très proches, ont des similitudes dans le travail, créer une forme avec des polygones simples, puis les ajouter pour la similitude avec une forme et des lignes complexes. La création d'un modèle 3D à l'aide de polygones vous permet de modéliser un objet de forme complexe et de le corriger en fonction des paramètres définis dans le dessin et à l'échelle souhaitée. Dans 3D Coat, la mise en page est créée de manière plus simple, à l'aide d'une forme finie, qui est ensuite ajustée en fonction de la forme conçue. Dans ce programme, il est beaucoup plus difficile de modéliser le modèle sur le dessin fini, il y aura une grande erreur. Une telle nuance est un inconvénient, même lors de la création d'une visualisation, juste pour comprendre l'idée. Au stade de la visualisation, au contraire, il est important de créer un modèle aussi proche que possible d'un échantillon vivant.

Une fois la mise en page volumétrique prête, le modèle est «animé» en superposant les textures et les textures des matériaux. Voici les écrans des modèles finis avec des textures superposées (Riz. 2).



Riz. 2 – mise en page 3D dans 3D-Max 2) processus de création de texture dans Blender 3) mise en page 3D dans 3D-Coat

Dans Blender et 3D MAX, les textures et les matériaux sont transmis de manière très réaliste, ce qui permet de mieux se rapprocher de l'idée initiale. Vous pouvez développer vos propres textures et textures. Dans 3D Coat, les textures sont transmises de manière moins réaliste, plus graphique. Dans ce programme, il n'y a pas de création de factures.

Le dernier critère déterminant le choix d'un programme pour la modélisation de la mise en page est la licence. 3D MAX et 3D Coat sont des programmes avec une licence payante, Blender a une licence gratuite.

Ainsi, le logiciel de rendu 3D sélectionné, Blender a tous les critères pour créer un modèle et un rendu 3D réalistes de haute qualité.

Список использованных источников:

1. La conception 3D -[Электронный ресурс] Режим доступа: <https://studioseptentrion.com/la-conception-3d/> (дата обращения 23.11.2023).
2. Ica & Kostika dévoile une collection de chaussures de luxe imprimées 3D -[Электронный ресурс] Режим доступа: <https://3dadept.com/ica-kostika-devoile-une-collection-de-chaussures-de-luxe-imprimees-3d/> (дата обращения 23.11.2023).
3. Qu'est ce que la conception 3D - [Электронный ресурс]Режим доступа: <https://www.vg-sens.com/qu-est-ce-que-la-conception-3d.html> (дата обращения 23.11.2023).
4. «Программы для 3Д моделирования и анимации» (Агентство видеопродакшена) - [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://videozayac.ru/> (дата обращения 23.11.2023).
5. Серова М. Учебник-самоучитель по графическому редактору Blender 3D. Моделирование и дизайн // Солон-Пресс, 2020
6. Колпакова Л. Г., Мальцев И. М., Прохоров В. Т. Моделирование и оценка эффективности инновационных технологических процессов изготовления обуви // Известия вузов. Северо-Кавказский регион.Серия:Техническиенауки.2009.№2.
7. Альтапов А.Р.,Прец М.А., Голубева И.Л. Обзор материалов и технологий 3D-прототипирования изделий обувной промышленности // Вестник Казанского технологического университета. 2015. №23.

© Киреева Л.А., Синева О.В., Юрина Т.Н., 2023

УДК 004.94

**ОБЗОРНЫЙ АНАЛИЗ ПРИМЕНЕНИЯ
АГЕНТ-ОРИЕНТИРОВАННОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ
В МУЛЬТИМЕДИЙНЫХ СРЕДАХ
С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ФОРМАТА ЭКСТРАНЕТ II
OVERVIEW ANALYSIS OF THE APPLICATION OF AGENT-BASED
MODELING IN MULTIMEDIA ENVIRONMENTS USING THE
EXTRANET II FORMAT**

Благирев М.М., Ермаков С.Р., Клочек А.М.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «МИРЭА – Российский технологический университет», Москва

In recent decades, with the development of information technology and the acceleration of digital transformation, multimedia environments are undergoing significant changes. One of the promising directions in this field is agent-oriented modeling (AOM), which is a powerful tool for creating and managing complex multimedia systems.

The purpose of this article is an overview analysis of the use of AOM in multimedia environments, identification of its potential and capabilities, as well as discussion of current challenges and development prospects.

Agent-based modeling offers a unique approach to system design based on the concept of autonomous agents capable of interacting with each other and with the environment. In multimedia applications, this approach allows you to create more flexible, adaptive and interactive systems. Agents can be used to manage various aspects of multimedia systems, including content, user interface, and data processing.

This article discusses the main aspects of agent-based modeling, its role in creating dynamic and adaptable multimedia environments. Special attention is paid to the study of ways in which agents can interact in a multimedia environment, methods of their coordination and synchronization. Examples of successful application of AOM in various multimedia projects are also analyzed, current challenges are discussed and opportunities for further development of this area are explored.

This description is suitable for a situation where a message or request is sent to a specific recipient, and only certain persons within this group can know about it or the recipient's response. Interference, seizure of the recipient's account and similar actions by people not included in this list are excluded. At the same time, the Extranet is well combined with auxiliary websites.

Agent-based modeling (AOM), on the other hand, is a modeling method that focuses on the individual behavior of agents in a system. AOM allows you to model the behavior of individual users or small groups, as well as their interaction with the environment [1].

Both approaches have their advantages and disadvantages. Extranet II is easier to use and analyze, as it focuses on the macro level and does not require a detailed understanding of the individual behavior of agents. However, it may be less accurate when modeling the behavior of individual users or groups.

AOM, on the other hand, can give more accurate results, since it takes into account the individual behavior of agents and their interaction with each other. However, AOM can be more difficult to use and requires a more detailed understanding of agent behavior to create an accurate model.

It is also necessary to note a number of advantages when developing a multimedia environment using the Extranet II format:

Effective interaction: Multimedia environments using the Extranet format allow you to interact effectively with a large number of people, ensuring fast and reliable dissemination of information.

Flexibility and scalability: Multimedia platforms are easily adapted to the needs of users, and can also be expanded and modified to meet new requirements and conditions.

Access to a wide range of content: Extranets provide access to a huge amount of multimedia content, including audio, video, text, images and much more.

Cost-effectiveness: Using the Extranet format can be cost-effective because it reduces the cost of data storage and transmission.

Security and privacy: Multimedia systems built on the basis of the Extranet format provide a high level of security and privacy protection of user data.

Compatibility with various devices: Multimedia environments based on the Extranet format are compatible with various types of devices, such as computers, smartphones, tablets and others.

Usability: Multimedia content presented in the Extranet format is convenient for perception and use, which makes it attractive to users.

Most often, there is simply not enough time resource for processing various kinds of information. Images and specialized websites on the internet are often used to achieve various goals. After finding the source of information, it is necessary to analyze and identify them in order to search for relevant data. Many hours of searching worsen a person's cognitive functions, as a result of which there is a need for an application that simplifies this energy-consuming process.

The fast pace of life typical for most large cities has revealed one important problem - the problem of lack of time. Some tasks, usually less important, have to be done in a hurry to save time for more significant tasks. In this case, modern devices (tablets, laptops, mobile devices) come to the rescue, which provide new opportunities. The possibilities of such gadgets are limited only by the imagination of developers who create software for them [2].

Agent-based modeling (AOM) is becoming an increasingly popular tool for solving complex problems in various fields. One of the platforms where AOM is actively used is Extranet II. In this format, agents are virtual copies of real objects, such as people, organizations, or even entire ecosystems. They interact with each other and with the environment, changing their parameters in accordance with external conditions [3].

The use of AOM in Extranet II format has a number of advantages. Firstly, it allows you to model complex systems and processes that are difficult or impossible to describe using traditional methods. Secondly, agents can share knowledge and experience, which speeds up the process of solving problems and increases the accuracy of results. Thirdly, AOM allows you to analyze the dynamics of the system in real time, which makes it possible to quickly respond to changes.

However, AOM also has disadvantages. One of them is the complexity of developing algorithms and models that would adequately describe the interaction of agents. In addition, it is necessary to ensure the security of data transfer between agents and protect their intellectual property.

One of the examples of the use of AOM in Extranet II formats is the modeling of economic processes. Users can create models of the market, supply and demand, analyze their behavior and make decisions about which strategies to use to achieve certain goals.

AOM can also be used to model environmental processes. Users can create models of climate change, ecosystems and other ecological processes, analyze their behavior and make decisions about what measures should be taken to preserve the environment.

Advantages of using AOM in Extranet II formats:

Improving the quality of decisions made: thanks to the possibility of modeling various scenarios and analyzing their behavior, users can better understand which solutions will be most effective in specific situations.

Improving work efficiency: using AOM allows you to reduce the time spent on analysis and decision-making, since all the necessary data and parameters are already included in the model.

Improved communication: thanks to the ability to visualize the simulation results, users can communicate more effectively with each other and with other participants in the decision-making process.

Such a system not only exceeds the indicators by 5-10 percent, but also makes it possible to avoid the occurrence of a fairly large number of system defects and not to miss a lot of risks regarding the operability and customer orientation of the software product. Based on this analysis, we can safely say that AOM increases the evaluation indicators in the application of a system based on Extranet II [4].

Список используемых источников:

1. Capabilities of the system with AOM [Electronic resource] URL: <https://pandia.ru/>.

2. Fedotenko M. Development of mobile applications. The first steps – M: Laboratory of Knowledge, 2019 – 568p.

3. Using gamification elements to increase interagent connections in the educational process / A.V. Monakov, E. A. Zaripov, M. M. Blagirev // Innovative development of technology and technologies in industry: A collection of materials of the All-Russian Scientific Conference of Young Researchers with International participation, Moscow, 2023 - p. 262-268.

4. Gradi Butch. Object-oriented analysis –M: Williams Publishing House, 2019 – 720p.

© Благирев М.М., Ермаков С.Р., Клочек А.М., 2023

УДК 7.067 : 811.111

**ПРОЯВЛЕНИЕ ГЛОБАЛИЗАЦИИ В КУЛЬТУРНОЙ СФЕРЕ
THE IMPACT OF GLOBALIZATION ON CULTURE**

Коклягина С.А., Мишина Е.Ю.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

The phenomenon of globalization is far from new, although it is relatively young. It is a well-known fact that globalization - the process of mutual integration between states - affects society as a whole and individual element of our life in particular. The main areas affected by globalization are the economy, politics, science, education and, finally, culture and art. Since globalization is an extremely large-scale and extensive phenomenon, it will be difficult to describe all its impact on the cultural life of society, so the article presented below will consider only the general trends and the most noticeable areas of influence of globalization in the field of culture and the fine arts. Considering that, thanks to the phenomenon of globalization, various events or phenomena are becoming increasingly publicized throughout the globe, various ideas, phenomena, events and creative objects are spreading, the consequences of such integration of cultures can also have different meanings and significance.

The interaction of different cultures can be both beneficial and destructive. Positive results include, for example, the formation of hybrid, new forms of culture, resulting from the fusion of different elements of contrasting cultures. As an example, the use of a symbol of one culture in a non-standard context of another [1]. In other words, mutual cultural enrichment. In addition to the opening up of space for creativity and greater opportunities for further creative development, there is also a negative side. Provided that the merging cultures turn out to be contradictory in nature, it is expected that dissonance will arise that can cause in society both rejection of representatives of the penetrating culture, and in general all different cultural phenomena. It also happens that such borrowing violates the integrity and unity of a culture, which is also negatively perceived by its adherents, forcing them to reject such integration [2]. In turn, the “cultural blockade” leads to stagnation of creative development and an even greater deterioration of the cultural environment, both global and local. However, fears regarding external cultural influence cannot be called unjustified.

One of the consequences of the already existing globalization is the unification of cultures. Since cultures now do not have clear territorial restrictions and can spread almost freely and influence each other, it is obvious that sooner or later one culture will be able to dominate another culture. This may be done

depending on the cultural reach, level of publicity, or degree of actual cultural impact on the global development of progressive influence. Due to the powerful integration trend brought about by globalization, many cultures of underdeveloped or religious countries are undergoing cultural and information expansion, resulting in a stronger influence or active influence on the global culture of countries. Historically, the countries of Europe and the United States of America have had the greatest influence in the field of art [3]. Unfortunately, the trend is rapidly impoverishing cultural diversity in the world community, and this, in turn, is an extremely alarming sign of cultural degradation of an extremely weak system, which cannot be considered a consequence. Cultural unification, in other words, the creative assimilation of ideas and abilities, occurs not only as a result of the refusal to interact between different cultures, but also as a result of their uncontrolled collision and subsequent interaction.

If we talk about unification in detail, then this is the emergence in the cultural environment of new values and ideas that are not tied to a specific place and culture, common to everyone. At the same time, cultural trends determined by the cultural or historical context are gradually replaced by unified ones, awakening cultural competition for the possibility of greatest spread. The most obvious example of unification is Westernization [4]. This phenomenon characterizes the bringing of all spheres of public life: education, business management, politics and art and culture - to the Western, that is, European, standard. In fact, Westernization and globalization are extremely closely related through the historical spread of culture and technology, but at the same time they are not synonymous concepts. Theoretically, it can be assumed that in addition to Westernization as a real phenomenon, there are alternative paths of the cultural and globalization process [5]. For example, national projects of various countries on other globalization strategies.

It is difficult to imagine what the world culture that globalization is leading to should ultimately be like. Will it be a symbiont of many local and national cultures or, rather, something new, at the same time different from all cultural traditions that currently exist? In the first case, the question arises about the appropriateness of the term “world culture”, since it is not holistic and is similar to the level of cultural interpenetration that we have now. At the same time, there is the problem of the conflict-free existence of different cultures in a single space, which in itself is difficult, since some cultural phenomena, say, in neighboring countries, have been based on confrontation for many centuries. In the second case, the question arises of what the new culture will be like. Is this a consequence of the complete unification of cultures, the reduction of all creative diversity to a common template, or is it a fundamentally new concept that rejects all previous cultural foundations? In this case, the problem of integrity and non-conflict is solved, but the very essence of the many faces and diversity of world culture,

which seems to be the ideal result of the creative approaches of different cultures, is rejected.

In fact, both unification and complete rejection of integration are extremes of globalization, which are important to take into account and look for a balanced way of interaction between local and national cultures, in which the positive results of symbiosis are multiplied and the negative consequences of such relations are reduced. However, society has yet to find the right path and understand the impact of globalization on the art of the future. At the moment, the sphere of culture and art is the place where the clash of cultures and how they influence our lives and consciousness are most clearly and clearly visible. At all times, art has been a reflection of the current state of affairs, but in the last century creativity has become increasingly influential on the further development of events. After all, now art not only reflects our reality, but can also dictate our views on the present, future and past.

In order to preserve and develop national cultures, it is also important to support traditional events and holidays. They are not only a form of entertainment, but also the main tools for the transmission and preservation of cultural values and traditions. State and public organizations can provide financial and organizational support for such events in order to attract more people and show the richness and uniqueness of national cultures. It is also important to limit the influence of global media on national cultures. Modern technologies and the Internet allow people to receive information and entertainment from all over the world, but this can lead to a loss of interest in their own culture. States can restrict and regulate the import and availability of foreign media products in order to balance the influence of global culture and preserve the uniqueness of national cultures. As a result, the preservation and development of national cultures in the era of globalization is a task that requires a comprehensive

Список использованных источников:

1. Абдурахманова. Е.А. Влияние глобализации на культуру // Исследования молодых ученых : материалы V Междунар. науч. конф.

2. Дилигенский Г. Человек перед лицом глобальных процессов / Грани глобализации. Трудные вопросы современного развития. М., 2003.

3. Лисеев И. К. Глобализация и диалог культур. // Россия: многообразие культур и глобализация. 2010.

4. Робертс Д. 2004. Крах модернизации: глобализация и культура. - Художественный журнал. № 4. Доступ: <http://xz.gif.ru/numbers/56/3/> (проверено 14.06.2017).

5. Хантингтон С. 1994. Столкновение цивилизаций? - Полис. Политические исследования. № 1. С. 33-48. Доступ: <http://www.russ.ru/pole/Stolknovenie-civilizacij>

© Коклягина С.А., Мишина Е.Ю., 2023

УДК 37.025.2

**НЕКОТОРЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПОВЕДЕНИЯ ПОДРОСТКОВ
В КОНТЕКСТЕ ПОВЫШЕНИЯ МОТИВАЦИИ
НА ЗАНЯТИЯХ АНГЛИЙСКИМ ЯЗЫКОМ
SOME FEATURES OF ADOLESCENT BEHAVIOR IN THE CONTEXT
OF INCREASING MOTIVATION IN ENGLISH CLASSES**

Кудрявцева В.Е.

Научный руководитель Дубровина И.А.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

It is well known that working with teenagers is a difficult task. One of the main problems can be that due to accelerated growth, physiological changes, social adaptation in changing patterns of interaction with the outside world there are too many changes having been in process in the brain of the adolescent.

The purpose of this study is to learn how to involve teenagers in English lessons, how to increase their motivation. It is considered to be the norm that parents ought to participate in the educational process of their children. Unfortunately, not everyone is aware of this need and sometimes parents consider the school responsible for all stages of the upbringing and educating their children.

Despite the problems the teacher may face, English lessons for students of this age can be exciting and useful. There are many effective strategies that can be used in the classroom to improve communication with students and involve them in the learning process.

In adolescence, the brain undergoes significant changes in both structure and function. In order for the brain to mature, it needs to get rid of unnecessary connections. This process is based on the principle of "elimination". The underdeveloped front of the brain is responsible for mental functions. Thus, adolescents are less responsible and have difficulty doing their homework.

It seems necessary to start with the characteristics of adolescence.

Firstly, the adolescent is an object of social pressure. The teenager commits rash actions without thinking about their consequences, which does not suit adults.

Secondly, the teenager is suffering from hypersensitivity. Usually, the slightest criticism towards a teenager leads to resentment.

And also, we should highlight that protest behavior is one more basic characteristics of teenager behaviour. Teenagers seek their individuality, not their contentment.

Today motivation to learn has become one of the main issues in education. A motivated student has the desire to learn, to discover, to use their abilities. Academic success leads to a positive perception of the school, which influences school involvement. Lack of involvement in school activities leads to failure, leading to exclusion. Motivation is conventionally divided into two types: external and internal. When there is external motivation, students often perform activities for reward in the form of praise. The main lever of external motivation is the environment. Internal motivation is the state created by the student. In this case, active cognitive activity gives him pleasure.

Evaluation based on a given standard may reduce the level of internal motivation, as external evaluations are seen as an attempt to control student behavior.

The goal of motivation of students is their transfer from levels of negative and neutral attitude, to conscious, responsible and positive attitude towards learning.

Parents influence the quality of their child's education. Some parents mistakenly believe that when a child enters school, the role of the family in the child's upbringing decreases. Parents are direct participants in educational work with children outside school hours. They can manage the outside and stimulate internal motivation. Parents reckon that they do everything for the welfare of their child. However, in seeking to guarantee their child a prosperous future, they often forget about their children's psychological and physical health. Some parents tend to idealize the child, attributing non-existent qualities to him. In this case, the child may acquire a high self-esteem. So educational institutions and parents should work together in the upbringing and education of children. The purpose of the school is to give students knowledge and to teach parents to see the child as an independent person.

The task of the parents is to create for the child an environment in which he or she will develop a healthy perception of the school [1].

There are several techniques for increasing motivation.

The method of targeting consists in the teacher conducting motivational lessons, constantly reminding students about the goals of learning English, which would be relevant for schoolchildren (studying computer programs, understanding the lyrics in English). In addition, at the beginning of each lesson, the teacher should set the pupils a learning goal related to speech activities (speaking, reading, listening).

ICT-related techniques make English lessons more effective, emotional and informative. The methods of this group include the creation of multimedia presentations, viewing excerpts from feature films or documentaries, television programs in English, the use of computer programs for preparation for the exam

and multimedia textbooks, help students find friends from different countries through Internet sites.

The methods aimed at creating an emotional response of students are to create an atmosphere of success in the classroom, with the teacher believing in the students, charging them with his energy, to impress each student that he can express his thoughts in English. Praise plays an important role. To praise students, as well as to teach the lesson, is necessary in English, using a variety of lexical means. Learning English is necessary to match the context of extracurricular activities of students, with their personal experience, desires, interests, inclinations.

Aspects of the English language, such as speaking and writing, can cause difficulties, as they require the ability to reason logically, building causal relationships. These abilities can be developed by providing moral support and working methods to adolescent pupils.

Methods of working with adolescents in English classes can be divided into two aspects: psychological and practical. The first implies feedback that should come from the teacher. Many teenagers experience the problem of «language barrier». The fear is that in childhood children are convinced that mistakes are bad. This has a detrimental effect on the learning of a foreign language, as development is promoted by the study and correction of errors, rather than perfect speech. It is important to help the adolescent, and then a practical aspect can be involved, which means methods and strategies aimed at managing the child's interest and motivation.

There are many methods and practices to manage motivation. Help the teenager can be not only through special activities in the classroom, but also through the selection of special materials. Let us name some of the most remarkable.

Pop culture (teenagers are more likely to discuss recent hits or new movies than news headlines).

Creating a healthy competitive environment (teenagers are very competitive, they are fascinated by games on time, implying work in a team).

Communication among students of the same group (it is difficult to encourage teenagers to write essays. One way to do this is to assign each of them a pen pal from their own group. They can communicate with each other in English in the messenger, and at the end of the week learn interesting thoughts and results, which they came to after a week).

Relevant reading (the teenager does not want to read stories that are no longer relevant. In this case, the teacher can resort to the help of educational and methodological complexes and take from there a more relevant text. Reading should capture the teenager).

Video (thanks to the internet you can easily access any video. This can be a great material to discuss.).

Web quests (with the help of virtual boards the teacher can create tasks in which students search for specific information by links) [2].

To conclude we would like to point out, taking into consideration the fact that there are significant changes in the brain structure during adolescence, which affects all aspects of adolescence (difficulties with housework and test preparation) and by managing the motivation of teenagers, the teacher can adjust students' attitude to educational process. Special methods of working with teenagers in English lessons in the form of tasks in the game form can increase interest in the subject and strengthen motivation. Teachers are able to fully influence the motivation of students, thus changing the tendency to decrease the motivation to learn a foreign language in adolescence. A teacher's comprehensive work, involving not only psychological support for teenagers, but also a qualitative approach to learning, can help students overcome the fear of mistakes, overcome the language barrier and begin to take an active part in cognitive activities.

Список использованных источников:

1. Мельникова Д.Д. Особенности поведения подростков и способы их вовлечения в уроки английского языка // SCIENCE TIME. – 2023. – С. 32-41. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-povedeniya-podrostkov-i-sposoby-ih-vovlecheniya-v-uroki-angliyskogo-yazyka/viewer>. (дата обращения 19.11.2023).

2. Гладкова Н.А. Приёмы повышения мотивации учащихся подросткового возраста к изучению английского языка // - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/priyomy-povysheniya-motivatsii-uchaschihsya-podrostkovogo-vozrasta-k-izucheniyu-angliyskogo-yazyka/viewer/>. (дата обращения 19.11.2023).

© Кудрявцева В.Е., 2023

УДК 372.881.1

ЭРГОНОМИКА В ДИЗАЙНЕ КАК СОВРЕМЕННАЯ НАУКА ERGONOMICS IN DESIGN AS MODERN SCIENCE

Кушникова В.К., Башмакова И.С.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Ergonomics is a well-known science that studies work processes in order to create optimal working conditions that increase the work efficiency. The word

“ergonomics” comes from the Greek words “ergon” which means “work” and “nomos”, which means “law”, i.e. the science of the work process [1]. Ergonomics is involved in the design and evaluation of tasks, work, products, environments and systems to harmonize them with the needs, abilities and physical capabilities of people. The aim of the given article is to consider ergonomics in design as a modern science that studies the living space of a person in order to offer the optimal and harmonious arrangement of household items in each room. The development of modern ergonomics depends on the ability to solve problems on the mesoscale. This creates particular demands for conceptual work concerning, methods of diagnosis and ergonomic design, combined with an occupational risk assessment. The results of this work should be addressed to the realities of life of various social groups. There are three types of ergonomics: physical, cognitive and organizational. Physical ergonomics includes the study of anatomical, anthropometric, physiological and biomechanical characteristics, as well as their influence on human physical activity. Issues related to this area include work postures, material handling, repetitive movements, work that may result in musculoskeletal disorders, workplace organization, safety and health. Cognitive ergonomics deals with cognitive processes such as perception, memory, reasoning, motor response, and their role in human interaction with other elements of the system. This area examines mental workload, decision-making processes, highly skilled work, human-computer interaction, human reliability, occupational stress, job training, etc. Organizational ergonomics aims at optimizing sociotechnical systems, including their organizational structure, policies and processes. Issues in organizational ergonomics include communication, workforce management, activity design, work time design, teamwork, new paradigms of work organization, virtual organizations, remote work and quality management [2]. Scientific research within the realm of ergonomics has both a basic and applied practical character. The first group of studies includes, for example, the study of human responses to various external environmental factors, the inquiry into the causes for and mechanisms of the appearance of events essential for human welfare that are derived from the area of technology. The second group includes a broad group of engineering measures known as diagnosis, post-gnosis and ergonomic design. Innovation in research methodology in the first of the mentioned areas coincides with the development and improvement of research methods in the specialized sciences, constituting ergonomics: physiology, psychology, medicine and is associated with the improvement of equipment and research methods. They are the following: eye tracking, encephalography, electromyography, magnetic resonance imaging. Data processing is aided by increasingly applied analytical tools, such as the fuzzy set theory, expert systems, decision support systems and other tools of so-called artificial intelligence. On the other hand, innovation in the second area of research

concerns corrective ergonomics and conceptual ergonomics [3]. An analytic induction process used to explain the causes and course of phenomena where only their effects can be observed is called post-gnosis. This is the very nature of methods of analysis of accidents at work, and to some extent, also occupational risk assessments. Visible here is the strong research trend typical of engineering thinking: gaining insight into the causes and the most probable course of events, such as accidents, failures, emergencies, in order to eliminate or reduce the possibility of it repeating in the future, through implementing changes in technical and organizational structures. A typical activity of engineering is perceiving design as a conceptual preparation of environmental design and development of living spaces, regardless of their functionality and style. Ergonomics plays an important role. Planning of the future space from the point of ergonomics is the starting point for developing a design project. The basic principles of ergonomics in environmental design include safety of movement, convenience and comfort. Furniture and interior items, as well as their shape, should make the environment as comfortable and functional as possible. Basic principles include zoning, harmony, maximizing available space, taking into account people's habits and needs. An ergonomic planning solution involves maximizing the use of every square meter of space with maximum benefit, convenient interaction with space and use of the environment. In exhibition design, as in a subdivision of environmental design, the basics of ergonomics are taken into account, but are not used directly. For example, the principle of hyperscale as an architectural and design technique comes from the ergonomics of the scale of objects. To make a person feel comfortable in space, household items are made according to certain dimensions, in relation to the standard average value of human height. When working with hyperscale, designers build on the previously mentioned principle and deliberately increase the size of objects so that a person feels better, feels a certain range of emotions. The principle of hyperscale has been known to mankind since ancient times. An example of this is the well-known statue of the Colossus of Rhodes, the statue of Athena in the Acropolis. By enlarging the figure, the significance of the person depicted was shown. The statues of gods have always been depicted large, as the creators of the vast world. As a modern example, we can give the twelve-meter sculpture by Urs Fischer, which caused a great public interest because of its size. Urs Fischer is a Swiss artist who creates installations, paintings and sculpture using clay, fruit, wax, wood, glass, plastic, bread and everyday objects. The artist explores the process of material transformation. Many of his art objects self-destruct during exposure, unfortunately [4]. Big Clay Number Four which is located in front of the GES-2 building in Moscow, is a sculpture about human potential and possibilities. Clay is the material from which, according to myths, man was created. The sculpture symbolizes the beginning of the creative process and conveys the idea that thanks to human will and

enthusiasm anything can be created. The idea of the great power of creativity is also expressed through scale. It is great in the truest sense. Knowledge of ergonomics must be applied in different fields. For example, it must be applied in interior design. When developing an interior, the designer focuses on the aesthetics and lifestyle of the home owners. The design of a comfortable space includes the daily actions of everyone who will use the room. Ergonomics brings together rules that help create a thoughtful, comfortable design. In the 21st century, living space serves many more functions than it was before. The kitchen contains a lot of household appliances, the children's room performs many functions, and there is a space for receiving guests. Often a person works in a home study, which must be comfortable. Space is allocated for hobbies. The bathroom has become not just a place where we can take a shower, but a relaxation area. Over the period of 50 years, the designer's thinking has moved away from Corbusier's postulate "a house is a machine for living," according to which all rooms would be divided into 3-4 standard types. But today, interior design is focused on personality. The project emphasizes the character and preferences of the owners. Basic rules of ergonomics in interior design are: leave maximum free space; remove excess; the furniture is proportionate to the room and does not clutter it physically or visually as a person should move freely around the house without bumping into partitions or objects. Before renovation, calculate what needs to be placed in each room. Not all items may be purchased at once, but there should be a place for them. Analyze whether everything in the interior is necessary. Avoid simply beautiful objects that serve no function. Place large furniture in far corners. Maintain order and cleanliness. It is psychologically uncomfortable to be in an uncleaned room. Think in advance about what to store and where. Don't exclude decor. The design should not be too strict. To create coziness in the interior, we add decor, but taking into account its size and functionality. Maintain harmony. Ergonomic rules do not exclude aesthetics. All interior elements are combined with each other in style and colour and do not create visual chaos. When choosing a palette, take into account the laws of colour perception.

So, ergonomics as a science has given people the opportunity to create a comfortable living space around them, and the opportunity for designers and creators to rethink everyday life and create objects that will make a person feel a certain way against the backdrop of the relationship between the objects around him and own growth. With the help of knowledge of the principles of ergonomics designer tries to identify parameters for the optimal organization of space for people. If the principles of ergonomics are observed, the room turns out to be comfortable, safe and at the same time aesthetically attractive and original. All the mentioned points lead to increased labor efficiency, and also preserve the strength and health of the employee.

Список использованных источников:

1. Рунге В., Манусевич Ю. Эргономика в дизайне среды. – М. : Архитектура-С, 2007. 328 с.
2. Фех А.И. Эргономика. – Томск: Изд-во Томского политехнического ун-та, 2014. 119 с.
3. Walker R., Boyne G.A., Brewer G.A. Public Management and Performance: Research Directions. [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. Режим доступа: https://www.researchgate.net/publication/297962517_Public_management_and_performance_Research_directions
4. Wikipedia. Urs Fisher. [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. Режим доступа: https://en.wikipedia.org/wiki/Urs_Fischer

© Кушникова В.К., Башмакова И.С., 2023

УДК 79

**ЭЛЕГАНТНОСТЬ И ИЗЛИШЕСТВО:
ИССЛЕДОВАНИЕ ЭСТЕТИКИ АР-ДЕКО И АР-НУВО
В СЕРИИ ИГР «БИОШОК»
ELEGANCE AND EXCESS:
EXPLORING ART DECO AND ART NOUVEAU AESTHETICS
IN THE BIOSHOCK GAME SERIES**

Литвинова Н.П., Уманская М.Б.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

The Bioshock game series is a renowned collection of first-person shooter video games known for their immersive storytelling, distinctive settings, and thought-provoking themes. Developed by Irrational Games and later by other studios like 2K Boston, 2K Australia, and Hangar 13, the series has captivated players since the release of the first game in 2007.

Each installment in the Bioshock series transports players to a unique and often dystopian world filled with intricate narratives and engaging gameplay. The settings are crucial to the series' identity, characterized by their distinctive aesthetics. These environments are designed to be integral to the storytelling, providing a rich backdrop for the unfolding narrative.

The story takes place in two main locations: the city of Rapture (BioShock, BioShock 2, BioShock Infinite: Burial at Sea) and the city of Columbia (BioShock Infinite). Each city has its unique aesthetic, which is based on the actual art and architectural styles.

The city of Rapture is a pivotal element in the series' storyline and is known for its unique and captivating design. Rapture is located at the bottom of the North Atlantic Ocean. The city was constructed in the 1940s by Andrew Ryan, a wealthy industrialist and the founder of Rapture. It was intended to be a utopian society where individuals could pursue their dreams without government interference.

Art Deco had a significant influence on the visual design and atmosphere of the video games Bioshock 1 and 2. Set in the fictional underwater city of Rapture, both games feature a stunning architectural style heavily inspired by Art Deco (illustration 1).

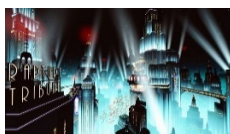


Illustration 1 – «The city of Rapture», Bioshock [5].

In terms of architectural aesthetic we can see the similarities in Geometric Shapes and Patterns, Elaborate Detailing, Luxurious Materials, Reflective Surfaces. Art Deco is known for its use of geometric shapes and patterns, which can be seen throughout Rapture. The city's buildings, interiors, and objects often feature angular, streamlined forms, creating a sense of sleek elegance. Art Deco places a strong emphasis on intricate and decorative detailing. In Bioshock, this is evident in the ornate carvings, mosaics, and reliefs that adorn the walls, ceilings, and facades of structures in Rapture. Art Deco favored opulent materials such as marble, chrome, glass, and exotic woods. In Bioshock, these materials are used extensively, contributing to the rich and luxurious feel of the city. Art Deco often incorporated mirrors and polished surfaces to create a sense of glamour and luxury. This is reflected in the game through the use of reflective surfaces like polished metals and mirrors. Furniture and Décor also supports the overall aesthetic - this influence is evident in the design of objects and furniture found throughout Rapture, characterized by their streamlined, elegant forms.

We can also see the resemblance through the color palette: In Bioshock, you'll notice the use of deep, saturated colors like rich blues, golds, reds, and blacks, which contribute to the dramatic and visually striking environment.

One of the key aspects of Rapture's design is the juxtaposition of opulence and decay. This is a hallmark of Art Deco in Bioshock, where the once-glamorous city has fallen into disrepair, but elements of its former grandeur still shine through.

The infusion of Art Deco into Bioshock 1 and 2 contributes significantly to the unique and immersive experience of exploring the dystopian underwater city of Rapture. The combination of Art Deco's elegance and architectural innovation with the game's dark narrative creates a visually striking and thematically rich environment for players to explore.

The thematic core of BioShock was born when Levine was walking at Rockefeller Center near the GE Building in New York City. He saw the uniqueness of the art deco styling of the building along with imagery around the building such as the statue of Atlas near it, and recognized that these were spaces that had not been experienced in the first-person shooter genre. Also according to Ken Levine: «Art Deco is full of nice solid shapes, so it's automatically low-poly and fits into a game budget perfectly» [3].

So the very concept of building the game around art deco setting heavily affected the overall plot: “for us, game design always comes first” [8].

The city of Columbia serves as the primary setting for the game's narrative and plays a central role in the game's themes and storyline.

Columbia is a floating city suspended high in the sky, above the clouds, and is designed to be a utopian, idyllic paradise. The city was originally created as a floating world's fair exhibit, showcasing American exceptionalism and technological marvels. It was commissioned by the U.S. government, led by an enigmatic figure known as Comstock.

Columbia is far more complicated style-wise than the setting of previous games: the city's design combines elements of early 20th-century architecture and technology with a distinct steampunk aesthetic. Its buildings and machines are a blend of Victorian-era design and futuristic innovation. But the element of Art Nouveau style still served as a key component in creating a visual aesthetics for this new setting (illustration 2).



Illustration 2 – Concept-art for Columbia, Bioshock Infinite [8].

Art Nouveau, an artistic movement that emerged in the late 19th and early 20th centuries, is characterized by its ornate and intricate designs, often featuring flowing lines, organic motifs, and a focus on craftsmanship. In the context of video games, including Bioshock Infinite, the influence of Art Nouveau can be observed in various aspects of the game's design, contributing to its unique visual style and atmosphere.

Art Nouveau architecture is known for its elaborate decorative elements, curving lines, and nature-inspired motifs. In Bioshock Infinite, the city of Columbia, floating high in the sky, showcases these characteristics. The buildings, interiors, and public spaces in the game often incorporate intricate ironwork, stained glass, and ornate carvings reminiscent of Art Nouveau aesthetics. The floating city's design is a blend of fantastical and historical elements, drawing inspiration from the Art Nouveau movement's emphasis on ornamental beauty.

The character design in Bioshock Infinite also reflects Art Nouveau influences. Characters like Elizabeth and the citizens of Columbia wear costumes that incorporate flowing fabrics, intricate patterns, and floral motifs, all of which are typical of Art Nouveau fashion. The attention to detail in their attire and the use of organic shapes echo the movement's design principles.

Art Nouveau's influence can be seen in the various props and objects scattered throughout the game world. Items such as furniture, lamps, and everyday objects often feature graceful curves, intricate patterns, and natural forms. These elements enhance the immersive experience and contribute to the overall Art Nouveau-inspired ambiance.

The user interface (UI) and typography in Bioshock Infinite also draw inspiration from Art Nouveau design. Menu screens, in-game text, and other UI elements often incorporate ornate borders, decorative fonts, and elegant motifs reminiscent of the movement's artistic style.

Art Nouveau's influence on poster art and promotional materials is notable in Bioshock Infinite. The game's promotional posters and in-game advertisements often feature intricate illustrations, curving lines, and elaborate typography, capturing the essence of the Art Nouveau movement's emphasis on decorative art.

In summary, Bioshock Infinite incorporates Art Nouveau influences in its architecture, character design, prop and object details, UI elements, and promotional materials. These artistic choices enhance the game's visual appeal and contribute to the creation of Columbia as a visually stunning and immersive game world.

Despite the fact that this art style was chosen almost randomly it helped Bioshock Infinite to fit in the ensemble of two previous games perfectly, while still exploring new horizons in visual aesthetics: “I think the way we handle that (keeping the design congruent) is really by limiting our palette of fantastical elements. It’s very easy, once you start introducing fantastic elements, just to take an "anything goes" approach. And that I think could be very dangerous, because your aesthetic often starts to crumble underneath that” [6].

Overall, the Bioshock game series is a testament to the potential of video games as an art form, offering players not only thrilling gameplay experiences but also immersive, intellectually stimulating worlds that are based on the actual art styles and encourage exploration and critical thinking.

Список использованных источников:

1. Культурный код Восторга. Подводная утопия BioShock// stopgame: сайт. - URL: https://stopgame.ru/blogs/topic/109103/kulturnyy_kod_vostorga_podvodnaya_u_topiya_bioshock (дата обращения: 14.11.2023).

2. Эль Канафи Мехди, Люка Рафаэль. Создание трилогии BioShock. От Восторга до Колумбии // издательство Бомбора (ISBN 978-1-59582-994-8) – 2023.

3. BioShock Infinite - BioShock Comparison Interview// youtube: сайт. - URL: <https://www.youtube.com/watch?v=AwdcqO0tLiI&t=177s> (дата обращения: 15.11.2023).

4. BioShock: The Art Deco design of Rapture// videogamearchitecture: сайт. - URL: <https://videogamearchitecture.wordpress.com/2016/06/08/bioshock-the-art-deco-design-of-rapture/> (дата обращения: 12.11.2023).

5. Bioshock: Rapture city Art Deco // thebunget.wordpress: сайт. - URL: <https://thebunget.wordpress.com/2017/08/26/255/> (дата обращения: 15.11.2023).

6. In Retrospect: Ken Levine On 'BioShock Infinite' And Many Worlds// forbes: сайт. - URL: <https://www.forbes.com/sites/danielnyegriffiths/2013/07/31/ken-levine-interview-bioshock-infinite-many-worlds/?sh=49ad4f6a5a97> (дата обращения: 12.11.2023).

7. Ken Levine Interview: Taking BioShock From Rapture To Columbia // blog.playstation: сайт. - URL: <https://blog.playstation.com/archive/2011/11/09/ken-levine-interview-taking-bioshock-from-rapture-to-columbia/> (дата обращения: 12.11.2023).

8. Ken Levine on BioShock: The Spoiler Interview// shacknews: сайт. - URL: <https://www.shacknews.com/article/48728/ken-levine-on-bioshock-the> (дата обращения: 11.11.2023).

9. The Art of Bioshock Infinite // DarkHorseBooks (ISBN 978-1-59582-994-8) – 2013 – С. 165.

© Литвинова Н.П., Уманская М.Б., 2023

УДК 070

**ЖУРНАЛИСТИКА В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ
ИЛИ ВЛИЯНИЕ БЛОГЕРОВ НА МЕДИА-ПРОСТРАНСТВО
JOURNALISM IN THE MODERN WORLD OR THE INFLUENCE
OF BLOGGERS ON THE MEDIA**

Мелешкова В.С., Мишина Е.Ю.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

One of the stable concepts in society, which is responsible for notifying people with the latest news in the world of politics, in the economic space, or talk about entertainment content is journalism. It is with its help people receive a huge amount of information, which is subsequently sorted by each person into interesting or not interesting, into important or one that a person will quickly forget about.

Previously, the main object that was responsible for the distribution of news was newspapers. They still exist nowadays: it is not uncommon to meet a person on the streets or in the subway who distributes free stacks with news headlines. Now it is impossible to consider a newspaper the main channel through which humanity learns about the latest news in various fields of activity. Television began to replace the paper version, and now the Internet has become the main news translator. Every person in the modern world can get free access to completely different news channels, which can adapt to the "taste" of a certain person, using the Internet space [1].

First of all, we would like to note that journalism is a public activity for the collection, processing and periodic dissemination of relevant social information (through print, radio, television, cinema, etc.); another meaning of the word is the system of enterprises and means of collecting and delivering information: editorial offices, TV and radio companies, news agencies and their production and technical base. The same term refers to the products of journalistic activity - works from which the issues of newspapers and magazines, radio and television programs are compiled. Finally, this is the name of a certain branch of scientific knowledge and education.

Journalism, like the world, has evolved, developing ways of transmitting information and people who defined their profession as a journalist. In modern society, students who have chosen this profession are taught a certain knowledge base that a specialist in this kind of activity should have, but at the same time education gives freedom to express themselves as a future journalist: shooting on

YouTube or recording videos on other various platforms in the media space, keeping their own Internet diaries, which became known as blogs, etc.

The advent of digital technologies has greatly changed the world of journalism, and along with this, people have changed who are turning from journalists into a new generation who call themselves bloggers [2].

A professional blogger is considered a person for whom maintaining a personal blog is the main occupation and source of income. At first glance, the profession of a blogger seems simple, but it is not true. First you need to decide on the format and topic of the blog, the target audience, develop a strategy and a promotion plan. Create a profile in a unique style, create a content plan, write high-quality interesting texts, make attractive photos and videos, edit them in applications. Also, we must not forget to conduct live broadcasts, make fascinating stories. Marketing skills will also come in handy: targeted advertising, marathons, sweepstakes, collaborations – all this is important for attracting an audience and promoting a blog.

The audience is looking for entertainment, communication and information on the web. You have to write posts, take photos and videos so that subscribers are interested, useful and evoke emotions. The main criterion for the success of a blog is the number of subscribers.

There are various categories of bloggers: some are responsible for entertaining content so that people reading or watching them can take a break from a busy day; other categories, for example, such as inviting popular people to their channel and interviewing them, perform functions more closely related to journalistic activity. Currently, the number and popularity of those bloggers who cover current news on their channels on various media platforms is growing.

Journalism plays an important role in shaping public opinion, as it provides people with information about events, problems and ideas that affect society. Here are a few ways in which journalism influences the formation of public opinion.

Journalists collect and analyze information about various events and problems that occur in society. They report on news, political events, social issues, economic trends and other important topics. Providing accurate and objective information helps people understand the situation and form their opinion.

Journalists not only report facts, but also analyze and interpret them. They investigate the causes and consequences of events, analyze different points of view and offer their own conclusions. This helps people gain a deep understanding of the problem and form their opinion based on arguments and facts.

Journalism plays an important role in identifying corruption, violations of the law and other negative phenomena in society. Journalists conduct investigations, collect evidence and uncover scandals. This helps people learn about problems that may be hidden or hushed up by the authorities, and influence public opinion regarding these problems.

Journalism contributes to the formation of public dialogue by providing a platform for discussion and exchange of opinions. Journalists publish articles, interviews and comments that provoke discussions and contribute to the formation of different points of view. It helps people to hear different arguments and develop critical thinking.

Journalism has an impact on political processes, as it informs people about political events, candidates and their program. Journalists analyze political decisions and actions, uncover corruption and violations, and help people make informed decisions in elections and influence political processes.

The first thing to note is that bloggers have a kind of independence from traditional media. They are not subject to strict corporate policies and are not limited by owners or editorial policies. Thanks to this, bloggers often have the opportunity to express their own opinions and freely choose content.

In addition, bloggers actively use social networks, which allows them to establish direct communication with the audience. Bloggers can respond to comments and questions from their subscribers, as well as launch surveys and hold discussions. Thus, bloggers create a more personal and interactive interaction with the audience, which increases their influence on people's opinions [3].

Bloggers also have more freedom in choosing topics for discussion. They are not limited to the formats and standards of traditional media and can address narrower topics or touch on topical issues that have not received due attention in traditional media. Bloggers often become experts in their field and can give a qualitative and independent analysis of events.

However, despite all the advantages of bloggers, their influence on the opinion of the Internet audience also causes certain risks. Unlike traditional media, bloggers are not required to comply with journalistic standards and ethical rules. This can lead to the dissemination of unverified or distorted information, as well as to the manipulation of stories in order to attract attention and increase their audience.

Bloggers as media play an important role in shaping the opinion of the Internet audience. They have greater independence and freedom of choice of content, as well as create interactive interaction with the audience. However, it is also necessary to take into account the potential risks associated with lack of control and non-compliance with journalistic standards.

Thus, it can be concluded that modern journalism has begun to improve with the advent of new technologies, has begun to nurture a new generation that actively uses Internet resources, but reminds that for the post of "journalist" you need to get an education with which you can use social networks more competently and develop them not as a hobby, and a new monetary resource and a real job, justifying their professional activities.

Список использованных источников:

1. Лекция 1. Что такое журналистика? – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://studfile.net/preview/8305818/page:2/> (дата обращения 18.11.2023)

2. Журналистика: ключевая роль в современном обществе – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://nauchniestati.ru/spravka/rol-zhurnalistiki-v-sovremennom-obshhestve/> (дата обращения 18.11.2023)

3. Основы теории журналистики – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://studfile.net/preview/5798018/> (дата обращения 18.11.2023)

4. Блогеры как СМИ и их влияние на аудиторию – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://studiowebd.ru/blogery-kak-smi-ih-vlijanie-na-mnenie-internet/> (дата обращения 18.11.2023)

© Мелешкова В.С., Мишина Е.Ю., 2023

УДК 37.061

**РОЛЬ ЗНАНИЯ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА
В ФОРМИРОВАНИИ СОВРЕМЕННОГО ЖУРНАЛИСТА
THE ROLE OF KNOWING THE ENGLISH LANGUAGE IN
EDUCATIONAL PROCESS
OF FORMING A PROFESSIONAL JOURNALIST**

Меркулова А.П., Дубровина И.А.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Professional training of specialists includes a number of compulsory disciplines. In the training of certified journalists, the curriculum necessarily includes several courses of a foreign language, in particular English, which include a business foreign language and speech practice and a general course of a foreign language.

In the twenty-first century, this profession is of particular interest among young people. The number of employees in the sphere is growing, and with them the competition is also increasing. Precisely, the majority of the alumni are eager to become good specialists in this field. There are several necessary qualities, such as confident communication skills, stress resistance, and professional knowledge. But some future journalists hesitate about the need of foreign language knowing. The most popular language to learn among foreign languages is English. In March, 2020, there were 59.4% (1st place) of sites with content in English and 8.5% (2nd place) of sites with content in Russian of the total number of sites in the world [1].

It would seem that if a journalist works in the local press, they don't need any additional languages besides the native one. Actually, it is writing in Russian for Russian-speaking readers. One can come to the conclusion that this very specialist will not need English to achieve higher positions. It is at this moment that a future professional should ask himself the question, if they want to work in the local press as an ordinary employee, perform routine uninteresting work, while receiving a salary below average. Or they have a willing to move up the career ladder, to be engaged into interesting projects, to communicate with famous people and to gain a good income? Most likely, going into the profession, everyone counts on the second option of developing their potential, and in this case, knowledge of English is a prerequisite for the formation of a journalist as a professional in his field. For some time the percentage of non-acceptance and denial of the need and importance of the English language In today's world, the majority of respondents consider the study and use of English is more necessary than attractive [2].

Let us observe the opportunities a qualified specialist knowing this international language has. And the first argument in favor of studying it lies in the very word "international", because today English is the most widely spoken language in the world. For more than 400 million people, it is their native language, for 300 million it remains a second language, and another 500 million speak English to some extent [3]. The presence of this fact is one of the main ones, since this profession involves working with people, and the more people can understand the speaker, the more material you will be able to collect. For a professional, a greater number of interesting information guides will open, which means that his work will become brighter, more interesting and closer to the reader. After all, when a writer has the opportunity to choose a topic for an article, then his desire to create a unique information product also increases. An uninterested author will never create an article that attracts the attention of millions of readers. If they themselves are not burning with his own work, then why outsiders would respect and enthusiastically distribute his podcast, article or TV program.

In addition to the prevalence of the language among the world's population, it is worth highlighting its recognition in the professional sphere. Of course, development as a person and a specialist can also be obtained by communicating with your friends and Russian-speaking colleagues, but, think for yourself, why then, after thousands of years of their existence, people continue to exchange knowledge with foreign colleagues? Does this mean that the experience that the inhabitants of another corner of the Earth have received can be useful for us? Using logic alone, we can conclude that these statements are true. The more people will be able to unite in one group (an association of journalists who speak English), the more information each of them will be able to receive and exchange

with colleagues. This can accelerate the development of the sphere, as millions of people will be able not to make the same mistakes, will learn from the wrong behavior of others and move forward. This fact is very important for journalists, as they sell, first of all, information. The more relevant and accessible it is, the more expensive and interesting it is for the audience. That is why some authors specifically create manuals for learning English for journalists e.g., S. G. Nyashina with her textbook BSU Series “English for Specific Purposes - English For Journalists; Journalism As A Profession”, in which the bias is made on the study of topics that a future professional may need.

However, let us suppose that a specialist has an interesting topic for an article. It is unique and relevant. Of course, according to the rules, the author needs to make sure of its truthfulness, and it is necessary to find at least 3 sources confirming its content. Unfortunately, there are no specialists of the right level of knowledge among Russian-speaking colleagues. In our country, it is still new, unexplored, and this is its charm! There is a unique opportunity to contribute to the system of the motherland, to open a platform for it, new opportunities! In order to implement the project at the lowest cost, the journalist has to contact their foreign colleagues and their experience. It can help to make the material better and more relevant, highlight nuances, while sharing the experience, thus can increase their own professional skills.

In one of Sovet-kak.ru articles on journalism, it is noted that “knowing of other languages helps to understand the culture and mentality of other peoples, which is also an important factor in journalism” [3]. In order to fully disclose the topic and better convey its content to the audience, a professional should not just have dry objective facts, he must understand the nature of their occurrence. It is necessary not only to look at the result, but also to understand what circumstances contributed to the development of a particular topic. To do this, it is necessary to understand the culture of the people you are writing about, to feel their mentality. Having passed through the problem of what was written, a journalist can write a much better material, touch a larger number of readers' hearts, thus forming his permanent audience. The task of a journalist is not only to provide the most complete and reliable news, but also to present it correctly: take into account the traditions, culture and, of course, the language of his reader or listener. A journalist is a universal person who is able to adapt to the interests and language of any person, and it does not matter whether it is a Russian reader or a scientist from Basel. Such mobility in communication can be given by a world language with a long history – English. This language will be able to unite people from different parts of the world, find a pleasant interlocutor and a qualified colleague [4]. But the purpose of education is not only to form a specialist who meets the requirements of scientific and technological progress, but also the development of a spiritually rich personality with creative potential, high professional culture,

and morality. It has been proved that a foreign language, as a tool of cognition, is an effective factor in the development of a moral personality [5]. Language as a phenomenon of the spiritual life of humanity plays a major role – it contributes to the process of communication, socialization, professionalization and social adaptation. Socialization, understood as the process of social formation of a person, the assimilation by an individual of values, norms, attitudes, patterns of behavior inherent in a given society or social group, cannot be imagined outside the context of language and speech. The concept of the Foreign Language discipline contains communicative-oriented and professionally-oriented aspect, and the whole process of teaching a foreign language reflects the diversity of subject, the study of which becomes a prerequisite professional development of a journalist [6].

So, summing up the above-mentioned the willing of becoming a professional in-demand journalist with a large active audience should draw the searcher's special interest to learning English, developing the skills in the professional sphere and in the field of common knowledge too.

Список использованных источников:

1. Usage statistics of content languages for websites. – URL: https://w3techs.com/technologies/overview/content_language (дата обращения: 21.11.2023)

2. Мамонова Наталья Васильевна Английский язык как средство глобализации массово-информационного дискурса // Медиасреда. 2020. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/angliyskiy-yazyk-kak-sredstvo-globalizatsii-massovo-informatsionnogo-diskursa> (дата обращения: 20.11.2023).

3. Иностранные языки – URL: <https://sovet-kak.ru/turbopages.org/sovet-kak.ru/s/a/inostrannye-yazykisovet-kak.ru> (дата обращения: 02.11.2023).

4. Кожухарь Е. Как я выучила английский и стала журналистом-международником Englex.ru URL: <https://englex.ru/english-for-journalism/> (дата обращения: 02.11.2023).

5. Пассов Е.И. Коммуникативное иноязычное образование. Концепция развития индивидуальности в диалоге культур. – Липецк, 1998. – 159 с.

6. Агеенко Н. В., Федорова Т. А. Формирование профессионально значимых качеств студентов средствами иностранного языка // Вестн. Сам. гос. техн. ун-та. Сер. Психолого-педагогич. науки. 2015. №4 (28). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-professionalno-znachimyh-kachestv-studentov-sredstvami-inostrannogo-yazyka> (дата обращения: 20.11.2023).

© Меркулова А.П., Дубровина И.А., 2023

УДК 61.001.12/18

**СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ В ЗДРАВООХРАНЕНИИ:
ПЛЮСЫ И МИНУСЫ
SOCIAL MEDIA IN HEALTHCARE:
ADVANTAGES AND DISADVANTAGES**

Морозихин О.И., Новикова Н.В.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

The modern society is undergoing significant transformations driven by technological advancements and globalization [1]. Routine and repetitive tasks are being automated, many tasks are performed remotely. The healthcare industry uses all the modern technological advancements, such as video conferencing and remote monitoring, to provide healthcare services to patients. This allows patients to consult with healthcare professionals from the comfort of their homes or local healthcare centers, eliminating the need for visits.

Doctors, pharm company officials and other professionals working in health care use different online tools such as social networks, health blogs, virtual reality, sharing platforms, and so on. Social media is widely used in healthcare for various purposes making healthcare more accessible and widespread [2].

The US Institute of Medicine developed a special program that offered education, monitoring, and feedback to patients with chronic diseases in their homes in 2012. As a result, there was a reduction in hospitalizations, readmissions, length of stay, and financial costs. The mood of patients improved and so did their satisfaction [3]. In Australia, a large number of elderly people use telemedicine to send information about their blood pressure or sugar levels online to their general practitioners. In Europe, various platforms were launched to improve medical care, such as clinical patient management system.

Social networks are an important tool for health education. They are used for giving health-related information to the public. Healthcare professionals use different platforms to share articles, infographics, and videos on topics such as disease prevention, healthy lifestyle, and treatment options.

Healthcare providers can connect with patients on social media to provide support, answer questions, and engage in discussions about health concerns. This helps in building a sense of community and fostering patient-doctor relationships.

Social media platforms are instrumental in launching public health campaigns. Such campaigns may focus on vaccination awareness, as it was during the pandemic, disease prevention, or encouraging healthy behavior. COVID-19 pandemic accelerated the use of social media [2].

Healthcare professionals use different platforms to connect with colleagues, share research findings, and engage in professional discussions. This helps in knowledge exchange and collaboration and creates a sense of community.

Social networks are a valuable source of data for different types of research in medicine and healthcare. Researchers can analyze trends, public sentiments, and discussions to gain insights into various health- and illness-related issues.

With the rise of telemedicine, it has become much easier to connect with patients for different consultations. This allows remote patient monitoring and enhances access to healthcare services.

During health crises or emergencies, social media is especially important. Healthcare organizations can provide updates, share guidelines, and address urgent concerns of people.

Social networks are used for recruiting healthcare professionals from all over the world and promoting training opportunities. Hospitals and clinics often use platforms to advertise job openings and share information about educational programs [3].

Understanding that different cultures have different traditions, ways of thinking, values and customs is very important [4]. When doctors deal with ethnic of racial minorities they should always beware of language barriers and consider cultural differences. Medical schools and universities have started including cultural competency courses into their curricular. Communication with a patient always includes cultural aspects. Some ethnic groups may not like keeping an eye contact, others ask an older member of the family to make a decision. Some people belonging to particular religious groups are very private and modest, and follow specific dietary requirements.

Healthcare organizations can build their brand image and manage their online reputation. Sharing success stories, and addressing people's concerns help in establishing trust with the public.

Doctors and pharm companies use social networks to advocate for policy changes, raise awareness about healthcare issues, and get support for specific causes.

While social media offers numerous benefits in healthcare, it is essential to navigate privacy and ethical considerations carefully. Healthcare professionals must adhere to regulations and guidelines to ensure the responsible and ethical use of social media in the field.

Doctors go online to read news articles, research medical developments, listen to different experts from all over the world, and consult with successful colleagues on patients' problems.

Pharmacists started using social media later than other medical workers. Most pharmacists use them for personal communications. Today, there are many

online spots related to pharmacy. Good examples of them are the Cynical Pharmacist and the US Pharmacists Association.

As with any professional group, ethical considerations and privacy concerns should be taken into account when using social media, especially in healthcare where patient confidentiality is of utmost importance.

Many medically focused groups are private and non-accessible to non-members. The funding comes through professional associations and big pharmaceutical companies or research funding, or advertising [5].

Sermo is a physician-exclusive social networking platform designed for medical professionals to connect, discuss clinical cases, share insights, seek advice, and collaborate on various aspects of healthcare. It provides a platform where doctors can engage in conversations with their peers, share experiences, and contribute to medical discussions.

Sermo has specialty-specific groups, allowing doctors from different fields to connect with those who share similar interests. The message board format makes it easy for users to create new topics and engage in threaded discussions.

The rating system adds credibility to the discussions by allowing doctors to rate posts based on their perceived accuracy or helpfulness. This can help users identify information that is well-regarded by their peers.

Doximity is also a doctor-oriented platform designed to help communication and collaboration. It offers secure environment, allowing doctors to connect with each other, share information, and stay up-to-date on different medical advancements around the world.

Doximity uses the national database to create accounts for doctors. This approach makes it easier for doctors to join and connect with colleagues.

Creating an active and engaged community reflects the platform's commitment to fostering meaningful connections among professionals. This can be particularly valuable in the healthcare industry, where effective communication and collaboration are crucial for providing quality patient care.

Every coin is double-sided. Social networks have a fair share of drawbacks. The lack of reliability as well as control is a significant issue when it comes to sharing medical information [6]. It is challenging to identify the qualifications and expertise of people who share health information. This makes it difficult to trust the accuracy of the information, besides many health-related posts do not usually have reputable references to support the information [7].

Platforms encourage an informal style of communication, which may not be suitable for conveying complex medical data, while formal medical publications are structured and follow certain standards, ensuring that information is presented in a clear and organized manner.

Social media platforms thrive on user interaction, comments, and sharing. This interactivity can lead to the rapid spread of information, whether accurate or

not. Misinformation or incomplete information can influence many people. A lack of gatekeeping can contribute to the proliferation of inaccurate or misleading health information.

People usually look for information during the time of crisis. To engage in the long term with people, health care professionals must offer informative and educational content [6]. There are some key considerations for healthcare professionals looking to offer valuable and engaging content.

First of all, they should share information that educates audience about health and wellness. This could include tips for maintaining a healthy lifestyle, information about common health conditions, or updates on medical advancements.

Secondly, they should empower the audience with preventive health measures and offer advice on vaccinations, and lifestyle changes that can contribute to better health outcomes.

Thirdly, it is important to address common misconceptions or myths related to health topics. Providing accurate information helps in building trust and dispelling misinformation.

Fourthly, it is good to create polls, quizzes, or surveys to encourage audience participation. This makes the content more engaging.

It is also very important to stay up-to-date with trends, news, and events and share information on relevant topics to keep people informed about the latest developments.

Social media has paved the way for doctors and patients to exchange information with each other, spread it instantly, and unite groups of people. It is a valuable tool for educating people. But there are certain risks. Privacy is a big concern when people share such valuable and important information.

Список использованных источников:

1. Морозихин О.И., Новикова Н.В. Построение карьеры в будущем: профессии завтрашнего дня // Социально-гуманитарные проблемы образования и профессиональной самореализации (Социальный инженер-2022) : Сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием, Москва, 12–16 декабря 2022 года. Том Часть 7. – Москва: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Российский государственный университет имени А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)", 2022. – С. 178-181.

2. Новикова Н.В., Нечаева Т.Ю., Авезова Б.С., Дубровина И.А. Социальные сети как пространство коммуникаций по вопросам здоровья // Проблемы социальной гигиены, здравоохранения и истории медицины. – 2023. – Т. 31, № S1. – С. 810-812.

3. Башмакова И.С., Казарян О.В., Мишина Е.Ю. и др. Развитие телемедицинских технологий: обзор зарубежной практики // Проблемы социальной гигиены, здравоохранения и истории медицины. – 2022. – Т. 30, № 5. – С. 972-975.

4. Хамидуллина Е.Р., Авезова Б.С. Важность и особенности межкультурной коммуникации в современном мире // Иностранный язык в профессиональной сфере: педагогика, лингвистика, межкультурная коммуникация : Сборник материалов Межвузовской научно-практической конференции - В 3-х ч., Москва, 18–20 октября 2021 года. Том 3. – Москва: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Российский государственный университет имени А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)", 2022. – С. 157-161.

5. Leite H., Hodgkinson I.R., Gruber T. New development: 'Healing at a distance' – telemedicine and COVID-19. Public Money & Management, 2020. – P. 1-3.

6. Lemos R., Albakri A., Boiten E. Risks of Sharing Cyber Incident Information. In Proceedings of International Conference on Availability, Reliability and Security. – Hamburg. 2018. – P.10.

7. O'Brien N., Yufei Y. The Role of Social Networking in Healthcare. 2016. P. 3043-3052.

© Морозихин О.И., Новикова Н.В., 2023

УДК 37.012.5

**ВЛИЯНИЕ ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО КЛИМАТА
В СОВРЕМЕННОЙ СЕМЬЕ НА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ПРОЦЕСС
В АКТУАЛЬНЫХ УСЛОВИЯХ
THE INFLUENCE OF PSYCHOLOGICAL CLIMATE
OF THE MODERN FAMILY ON EDUCATIONAL PROCESS
IN THE CURRENT CONDITIONS**

Мошечкова Т.В., Дубровина И.А.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

In spite of the fact that the modern world is facing a plenty of problems and risks of the nowadays reality the position of the family institute, as a socio-cultural phenomenon, has been still being strong. According to the common definition the family can be considered as a social institution that arose as a necessity to meet social needs. The family is usually characterized by free willing of getting

married, commonality of the style of life, and desiring and/or planning of having children.

It is the family that is the main guardian of traditions and culture, as well as the main component for the socialization of the individual, but since the beginning of the twentieth century the situation has been changed significantly. The former pillars of the family as a social institution are influenced by many factors, e.g., the sexual revolution, a great number of wars, economic crises. In developed, educated countries, there is a demographic crisis when mortality exceeds fertility. The institution of the family is probably not yet entirely destroyed, but its importance is falling considerably.

The current situation in Russian society is characterized by the presence of many unfavorable factors influencing the growth of the number of risks for all categories of the population. As for the term "risk", it is often considered as a possibility, a high probability of something, like rule, negative, undesirable, which may happen or may not happen [1].

Currently, the priority for young people can be defined as having a career, gaining material goods, enjoying personal well-being, taking into the consideration this current attitude to life values it is clear that the family does not take the first place.

According to Ulrich Beck [2], nowadays, when the ideas of nationalism are discarded as the features of patriarchal ideology, and globalisation is considered to be good, and national parochialism is actually evil especially for women's rights. It is unsurprising many people of different ages use each other for their own purposes. And women can use men for money, financial support, and men, meanwhile, use women to satisfy their own physiological needs.

Thus, the problem of the modern family lies in the formulation of basic concepts about the family, the laying of the value of the family, the moral decline of society. Modern people do not understand the importance of the family and increasingly refuse marriage or children. People are afraid of the responsibility they will have to bear in these cases.

In order to create and maintain a more comfortable psychological climate in the family, individuals increasingly turn to the help of psychoanalysts, counselors, and specialists in the field of family psychology. Many professions have their own principles and requirements, the implementation of which is mandatory for specialists. For example, a number of countries around the world have codes of ethics (Ethical Principles of Psychologists, 1981). For those who work directly with people in the field of psychological. These standards are even stricter and stricter, even more requirements and restrictions. They impose on the practicing psychologist, (Specialty Guidelines for the Delivery of Services by Counseling Psychologists, 1981) [3, p. 6]. Nevertheless, it should be noted that high-quality psychological assistance is not available to all the people in need,

moreover, in some regions, due to the socio-cultural and institutional tradition, it is not accepted to seek psychological help, or metaphorically, to wash dirty linen in public.

Another problem is the increasing number of divorces. Today, people perceive the family as a free and independent unit of society, which can be destroyed at any moment. Young people do not want to solve problems in the family, try to correct the current situation, try to change their behavior and attitude to some issues. The preservation of the family is not relevant now, partners can easily replace each other with someone else [4].

A full family has many advantages. It has been proven that people living in marriage are less ill, less stressed, and live longer. It is the family that gives rise to the socialization of a person. A child who is in a family that does not seek separation, feels confident, is less exposed to risks and the effects of harmful factors from outside, such as falling into bad companies, his own deviation, is less ill, has an inner core. A child growing up in a full family is more stress-resistant and is aimed at internal growth, can and is able to overcome crisis moments in life. As a proven fact, children who have grown up in a stable, official family are well settled in society and are able to form their own family.

Another problem of the institution of the family is the huge number of single-parent families. Today it is normal to have only a mom or dad, but children who grew up without one parent have many psychological traumas and, in the future, it has a great impact on them [5]. In modern realities, spouses put themselves, their psychological state in the foreground and do not care about growing children and adolescents' educational needs. Being not adult enough teenagers and other young people of early twenties sometimes do not feel enough responsibility of their life including serious attitude to studies.

The Childfree movement today has a huge number of followers, which negatively affects the institution of the family and the demographic situation in the countries. Supporters of this ideology reject the idea of having children in favor of personal comfort. They want to live exclusively for themselves. The main reason is that people are afraid to assume the responsibility of a parent, they believe that children interfere with their hobbies and hobbies and change their lives for the worse.

Especially in recent decades, new trends have emerged in the development of the institute, which are clearly visible in the analysis of the results of various statistical data and questionnaires and tests conducted in different age and social groups [6]. We should also remember about enormous, overwhelming influence of the Covid 19 period with all the quarantines, self-isolation, anxiety, sorrow and worries. The impact of the pandemic on the family institute can be considered as one of the most considerable and destructive.

The process of educating even at higher education institutions can be reckoned fragile from the point of view of psychological aspect. Even students, not mentioning schoolchildren, are being treated by the modern risk society, which has been recovering from the tragedy of the 2020-2022 and facing new problems and risks.

Some researchers highlight the parents' ignorance of their children's problems as one of the most significant problems modern educational system all over the world is facing. The parents being existed and worried have no energy and a lack of willing not only to listen to their children and to support them either [7]. Currently, there is a separation of the institution of marriage and the institution of the family. This is a situation where people do not legally register their marriage, but at the same time they live together and can even have children.

Developed countries, where there is a demographic crisis, are trying to stimulate the institution of the family with benefits, social support and protection. Countries take care of the preservation of marriage, complicating the divorce process, especially if a child is registered in the marriage.

But today the institution of the family is still under threat and all representatives of educational systems should take the responsibility of the consequences of the crisis of the family institute in the field of school and higher school, since the family being one of the main influential parts of up-bringing the young needs be given close and particular attention by all the participants of educating process.

Список использованных источников:

1. Воронцов Д. Б., Воронцова А. В. Социальные риски, влияющие на современную семью // Личность, семья и общество: вопросы педагогики и психологии. 2014. №45. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-riski-vliayuschie-na-sovremennuyu-semyu> (дата обращения: 01.11.2023).

2. Бек У. Жизнь в мировом обществе риска: космополитический поворот // Вестник Московского университета. Серия 12. Политические науки. 2012. №5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zhizn-v-mirovom-obschestve-riska-kosmopoliticheskiy-povorot> (дата обращения: 07.11.2023).

3. Алешина Ю.В. Индивидуальное семейное и психологическое консультирование. - М.: Класс, 2004. - 106 с.

4. Чухлебова И.Н., Радованович М. Психологические проблемы современной семьи // Материалы Всероссийской научно-практической конференции «Наука и социум». 2021. №XII. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/psihologicheskie-problemy-sovremennoy-semi> (дата обращения: 01.11.2023).

5. Антонов А.И., Медков В.М. Социология семьи. - М.: Изд-во МГУ, 1996.

6. Кучмаева О. В., Кучмаев М. Г., Петрякова О. Л. Трансформация института семьи и семейные ценности // Вестник славянских культур. 2009. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/transformatsiya-instituta-semi-i-semeynye-tsennosti> (дата обращения: 01.11.2023).

7. Arya Bharti Challenges in Education Industry (With Solutions) Data to Biz URL: <https://www.datatobiz.com/blog/challenges-in-education-industry/>(дата обращения: 01.11.2023).

© Мошечкова Т.В., Дубровина И.А., 2023

УДК 004.8:004.92

**ГЕНЕРАТИВНЫЕ НЕЙРОННЫЕ СЕТИ
КАК НОВЫЙ ИНСТРУМЕНТ В НАУКЕ И ИСКУССТВЕ
LES RÉSEAUX DE NEURONES GÉNÉRATIFS COMME
NOUVEL OUTIL EN SCIENCES ET EN ART**

Новикова П.А., Юрина Т.Н.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Un réseau neuronal génératif est un type de réseau neuronal artificiel utilisé pour générer de nouvelles données à partir de données existantes. Il est formé sur un ensemble de données et peut ensuite être utilisé pour créer de nouveaux échantillons similaires aux données d'origine. Les réseaux de neurones génératifs peuvent être utilisés pour résoudre divers problèmes : créer des images, des textes, de la musique, des vidéos, des animations uniques et autres.

Les réseaux génératifs peuvent être utilisés dans différents domaines de l'activité humaine : dans l'éducation, l'art, le design et la science.

Par exemple, les réseaux de neurones permettent aux artistes d'expérimenter différents styles et techniques sans être limités par les méthodes traditionnelles. Les créatifs peuvent créer des œuvres uniques et créatives ou compléter des œuvres originales.

De plus, les réseaux génératifs peuvent aider à créer des images qui ne peuvent pas être créées manuellement. Par exemple, ils peuvent être utilisés pour créer des portraits de personnes qui n'ont jamais existé ou pour créer des peintures abstraites qui reflètent des émotions ou des sentiments.

Il est important de comprendre que la qualité des résultats générés peut varier considérablement. Cela dépend de la qualité des données d'entraînement, de l'algorithme d'apprentissage automatique et de certains autres paramètres. Des résultats intéressants peuvent être obtenus lors de la génération de textes. Les

ordinateurs ne sont pas des penseurs créatifs, le texte généré peut donc paraître étrange ou illogique.

La combinaison des technologies de l'information, des réseaux génératifs, de l'art, du design et de l'artisanat populaire nous permettra d'obtenir un nouveau résultat extraordinaire. En particulier, avec l'aide de ces outils, on peut mettre en œuvre des expériences éclectiques.

En général, l'éclectisme est une approche qui permet de combiner différents éléments et idées en une seule composition harmonieuse, ce qui peut conduire à la création de solutions nouvelles et uniques. Cette approche encourage le développement de nouvelles idées. À l'ère moderne, l'éclectisme (vintage) est également utilisé dans la décoration intérieure et la mode. Plus l'humanité vieillit, plus il lui devient difficile de trouver une voie originale dans l'art. L'art de la combinaison, le dialogue des composants au sein de l'ensemble, l'harmonie des contraires - le monde est construit sur cela [1].

La peinture russe traditionnelle est multiforme et unique. Elle représente la plus grande valeur de l'histoire du pays. Et l'art populaire est la base de la culture spirituelle, qui doit être appréciée et soigneusement transmise de génération en génération [2].

Les réseaux de neurones peuvent également être utilisés pour générer des images des objets artisanaux traditionnels. Pour ce faire, il faut entraîner le réseau sur les données appropriées. Par exemple, les réseaux de neurones peuvent être utilisés pour créer des ornements ou des motifs traditionnels, qui peuvent ensuite être utilisés dans la production.

Des programmeurs et designers russes ont proposé le projet Neurokhokhloma, un réseau neuronal qui permet de générer des modèles à partir des arts et de l'artisanat populaires.

La plateforme Neurokhokhloma est créée sur la base de réseaux neuronaux génératifs, qui peuvent devenir une source de créativité et de divertissement pour les citoyens, ainsi qu'un élément de développement et de promotion de l'artisanat artistique populaire. C'est un projet artistique à l'intersection de la technologie et de l'art. Ce projet lie inextricablement l'artisanat traditionnel et les technologies modernes [3].

Au Département des technologies de l'information et de conception informatique, des recherches scientifiques ont été menées sur la génération de solutions compositionnelles à l'aide du réseau neuronal RUDALL-E.

Sur la base des résultats des générations expérimentales, il a été révélé : en utilisant la génération uniquement à partir d'une description textuelle, il est difficile d'obtenir une composition holistique et rythmée, car un problème se pose dans la précision des positions et des tailles des objets. Il a également été révélé que le réseau neuronal, s'appuyant sur une référence, génère de meilleurs résultats qu'une simple description textuelle. La plupart des images résultantes ne sont pas

des compositions linéaires, mais parmi elles, il existe des exemples avec un arrangement rythmique intéressant d'éléments, à partir desquels on pourra ensuite créer des ornements [4].

Grâce aux progrès scientifiques et technologiques, des solutions de conception complètement inattendues apparaissent et peuvent être utilisées dans divers domaines de production. Aujourd'hui, dans les conditions d'un flux d'informations sans fin, le travail créatif conjoint d'un designer avec un générateur automatique de compositions est autorisé afin de trouver des solutions fondamentalement nouvelles [5].

Une expérience a également été menée sur l'utilisation de réseaux neuronaux génératifs dans la création de compositions ornementales en utilisant l'exemple de la peinture de Gjel. Lors de l'analyse des résultats, il est important de comprendre : peu importe à quel point l'image créée par le réseau neuronal est précise et similaire à la peinture originale, elle ne peut pas être comparée à un véritable artisanat populaire. Cependant, au cours de l'expérience, de bonnes générations ont été obtenues, qui peuvent être des solutions de composition indépendantes.

Aujourd'hui, de plus en plus de professionnels du domaine du design et de l'art se tournent vers l'utilisation des réseaux de neurones. Cette approche accélère considérablement le travail sur le projet sans perdre la qualité et l'individualité des résultats.

Les réseaux de neurones génératifs sont un nouvel outil dont le développement et l'application dans le domaine de la création de compositions ornementales ouvrent de nouvelles opportunités. Cet outil peut être utile pour améliorer l'expérience utilisateur, créer des solutions de conception innovantes et rendre le processus de conception plus efficace. L'utilisation de réseaux de neurones avec l'utilisation du style des peintures traditionnelles permet de créer des solutions de composition avec des applications ultérieures dans les domaines des arts appliqués et du design [6].

Les réseaux génératifs peuvent constituer des outils utiles dans les domaines de l'éducation, des sciences et des arts. Ainsi, dans le processus éducatif, ils peuvent aider à créer des ensembles uniques de tâches et de questions d'auto-test. Dans le travail scientifique, ils peuvent contribuer à dépasser la pensée traditionnelle et offrir de nouvelles perspectives et idées. Dans le domaine des arts, les réseaux génératifs peuvent être utilisés pour améliorer la qualité de l'image, le transfert de style et le traitement de l'image. Les modèles génératifs offrent un nouvel outil aux artistes, en donnant la possibilité d'expérimenter de nouveaux styles.

Malgré tous les avantages énumérés ci-dessus, l'utilisation des réseaux génératifs doit être effectuée avec prudence, et la participation d'humaine reste nécessaire pour le suivi et la prise de décision finale.

Список использованных источников:

1. Новикова П.А., Информационные технологии как инструмент поиска новых решений и сохранения культурных традиций в современности // Международная научно-техническая конференция молодых ученых БГТУ им. В.Г. Шухова, посвященная 170-летию со дня рождения В.Г. Шухова [Электронный ресурс]: Белгород: БГТУ им. В.Г. Шухова, 2023. – Ч.19. – 66с.

2. Новикова П.А., Борзунов Г.И., Русские традиционные узоры как неисчерпаемый источник сохранения культуры и развития современного искусства // Международная научно-техническая конференция молодых ученых БГТУ им. В.Г. Шухова, посвященная 300-летию Российской академии наук: эл. сборник докладов [Электронный ресурс]: Белгород: БГТУ, 2022. – Ч.19. – 71с.

3. «НЕЙРОХОХЛОМА» нейросеть для генерации паттернов из НХП [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://nizhny800.ru/showcase-item-4448> (дата обращения 01.11.2023).

4. Зенина В.С., Новикова П.А., Генерация композиционных решений посредством нейросети RUDALL-E // Международная научно-техническая конференция молодых ученых БГТУ им. В.Г. Шухова, посвященная 170-летию со дня рождения В.Г. Шухова [Электронный ресурс]: Белгород: БГТУ им. В.Г. Шухова, 2023. – Ч.19. – 66с.

5. Шиленко П.С., Новикова П.А., Использование программы генерации орнаментов в современных дизайн-решениях // Инновационное развитие техники и технологий в промышленности: сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием. Часть 5. – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», 2023. – 304 с.

6. Зенина В.С., Новикова П.А., Борзунов Г.И., Использование генеративных нейросетей в создании орнаментальных композиций на примере росписи гжель // Всероссийский Круглый стол с международным участием «Современные тенденции компьютерного проектирования орнамента»: сборник материалов. – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», 2023. – 194 с.

© Новикова П.А., Юрина Т.Н., 2023

УДК 378.1

**СОВРЕМЕННОЕ ПРОСТРАНСТВО
ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
MODERN SPASE OF EDUCATIONAL TECHNOLOGIES**

Ордынец А.А., Ордынец Р.О.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

When we talk about new learning, about new education, we mean not only modern learning technologies, but also the changes that are behind their appearance. Case Thurlow, an expert in the field of higher and further professional education, professional teacher training, as well as teaching design methodology and education system development research, presented the seminar participants with modern trends that are changing the landscape of educational design and technology, as well as the methodological tasks and challenges associated with them, facing educational institutions. What are these trends? First of all, the desire to improve the quality of education and its results.

We talk a lot about teaching methods, about the assimilation of knowledge, but the effect, the return from education, should also be noticeable. This effect is clearly seen in medical or technical education. A diligent medical student can diagnose a disease, and a computer science student can write a new program. The result of the training of these students is that they do something useful on the basis of their knowledge, they create something [1].

As part of higher education, students learn to achieve practical results. And here the quality of teaching methods, which in modern realities come to education from various fields, plays an important role. So, for example, the increasingly used mentoring today came from the field of personnel management.

Higher education, in order to truly improve the quality of learning and learning outcomes, must actively use methods and practices from the world of work. Students should be considered as young employees of companies.

As practice shows, if you want to prepare a researcher-economist, then from the first year you need to treat him as a member of a team of scientists, encourage him to work for a result, which can be a term paper, scientific report or an article in a journal.

The second current trend in the field of education has received the harsh name of "constructivism". The constructivist approach to modern education implies, first of all, the actualization of education. That is, teaching should build on the knowledge and skills that students already have, but challenge them to develop the professional skills that young graduates will need in the workplace.

The third trend, like the first one, came to education from the sphere of corporate management. It's about knowledge management. The teacher, when working with students, must organize a system for collecting, storing and exchanging important information, as well as expert knowledge. If an international team of researchers is working on a scientific project, they must all be in constant contact with each other, share their best practices and conclusions, and develop within their professional environment [2].

The fourth trend is related to the need to create a performance support system that provides its participants with various levels of access to information when necessary. So, for teachers, various systems have been created to support the design of training, including tools for setting goals correctly, organizing lectures, and creating tests. For example, there is a special program that itself will formulate the goals and objectives of the course after the teacher answers all its questions.

Only the lazy do not remember the fifth trend today. In the field of education, e-learning technologies are becoming more and more popular day by day, and teaching “in face-to-face meeting mode” is slowly losing its positions. The number of students who have taken at least one online course during their time at the university has grown from 1.5 million to 4.5 million. And today, any university, if it wants to keep up with the times, should think about integrating online learning tools into the educational process.

This is not about replacing the teacher with a computer, but about the judicious use of new technologies. “If a student needs mathematics to study a certain discipline, but he does not shine in it, the teacher can offer him to take a mathematics course online. And it happens that very gifted students appear in the group, and for them, too, you can organize special online courses that go beyond the standard curriculum.

The sixth trend can be described as "learning in an informal setting" (informal learning). Informal learning is an informal, unplanned, sometimes spontaneous way of gaining knowledge and skills. As the researchers calculated, 68% of company employees say that they often receive important knowledge by e-mail. And 42 percent of employees say they learn a lot from "informal discussions" near the water cooler. While such learning usually takes place on the job, universities could adopt some useful “work” practices. For example, you can organize informal meetings of teachers and students with discussions and exchange of views over a cup of tea [3].

Facebook and Twitter have firmly entered our lives. Another trend of modern education is social media. Blogs, Wikis, podcasts, social bookmarking and even Youtube - all this can and should be used in teaching. For example, blogs fit well into education as a means of providing teacher and student feedback. And on Youtube, you can make and demonstrate some lesson to students. The

introduction of educational games into learning is the eighth trend of our time. Serious educational games are created for a wide variety of educational areas. There is, for example, a game that simulates the process of climate change, or a medical game to solve the problem of excess weight, there are economic games like “how to start a business”, or games where you can fight in the arena of world diplomacy. Of course, such games are just another educational tool, the teacher must approach them very critically and clearly understand why he embeds this or that game in the curriculum [4].

The ninth trend affects a rather narrow area of education, it is associated with the methodology of teaching the natural sciences. The teacher should not lose sight of the fundamental concepts and notions, but the students need to work with real problem situations. Education is a social process, and therefore, in the process of teaching the natural sciences, the teacher should use more new technologies, including distance learning, form groups, design the transfer of knowledge from student to student.

Finally, the tenth trend is mobile education, including mobile learning platforms, as well as the use of tablets and even smartphones in learning. Assessing a student's knowledge, developing their understanding and analytical skills, memorization - mobile devices can be used for all this. A student can always download a course or a separate lesson and study anywhere and anytime. Of course, mobile education is fraught with certain dangers, and it must be very carefully integrated into the learning process [5].

It is necessary to use only high-quality software, taking into account the fact that any mobile device is still a huge distraction. It can be summarized that any innovation in education, any new educational methodology must successively go through several stages: analysis, design, development, implementation and evaluation. Only such an approach to education will create a truly high-quality education.

Список использованных источников:

1. Мотивация учения – основное условие успешного обучения [Электронный ресурс] // urok.1sept.ru URL: <https://urok.1sept.ru/статьи/569621/> (дата обращения 21.10.2022)

2. Понятие успешности обучения в современных педагогических и психологических теориях [Электронный ресурс] // fundamental-research.ru URL: <https://fundamental-research.ru/ru/article/view?id=34575> (дата обращения 21.10.2022)

3. Исследование мотивации студентов к обучению в ВУЗе [Электронный ресурс]// elib.pstu.ru URL: <https://elib.pstu.ru/vufind/EdsRecord/edselr,edselr.28839018> (дата обращения 21.10.2022)

4. Шагивалеева, Г. Р. Изучение учебной мотивации студентов вуза / Г. Р. Шагивалеева, В. Ю. Калашникова. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2015 – С. 341-343. URL: <https://moluch.ru/archive/99/22136/> (дата обращения: 21.10.2022)

5. Подласый И.П. Педагогика: 100 вопросов - 100 ответов: учеб. пособие для вузов/И. П. Подласый URL: http://pedlib.ru/Books/1/0221/1_0221-196.shtml (дата обращения: 21.10.2022)

© Ордынец А.А., Ордынец Р.О., 2023

УДК 378.1

ПРИМЕНЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

КАК ОДНОГО ИЗ ВИДОВ ИННОВАЦИЙ В ОБРАЗОВАНИИ APPLICATION OF INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES

AS ONE OF THE TYPES OF INNOVATIONS IN EDUCATION

Ордынец Р.О.

Научный руководитель Орлова И.И.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Innovative activities in education involve complex activities aimed at the emergence of innovations in the educational sphere. These innovations may be methods and techniques for organizing the educational process, resources used in the process of education and training, scientific theories and concepts. Information and communication technology or ICT in the field of subject-based learning is one type of innovation in education. The use of these technologies is associated with the development of the information society and the active introduction of information tools into all spheres of life. Such technologies are aimed at informatizing the consciousness of students. Educational programs include new subjects that focus on the study of computer science, information processes and ICT. The teaching process is also being actively computerized to help to improve the information culture of teaching staff and students [1].

During the pandemic, the need arose to use video conferencing programs in the educational process.

The criteria for selecting such programs were:

1. Maximum number of participants
2. Guest login, that is, the ability to connect via a link without registration.
3. Integration with calendars.

4. Sending files to chat.
5. Screen sharing.
6. Recording the broadcast

Let's look at the functionality of some popular programs for creating online connections.

Google Meet allows you to create simple online meetings for up to 100 people on Google.

The program provides text chat, connection is via a guest link and screen sharing. The service integrates with calendars - the user creates a conference within an event in the calendar.

However, the call time is limited to 60 minutes. You won't be able to record a call or send files to chat.

The program works on such platforms: Android, iOS, Web.

Zoom has free meetings for up to 100 participants. There is screen sharing, call recording in the device memory, chat with sending files, integration with calendars, and entry to the conference via a link without registration. There are also boards for collaboration [2].

The disadvantage is the conference time limit - 40 minutes.

The program works on the platforms Windows, Android, Chrome OS, iOS, Linux, MacOS.

In Microsoft Teams, free meetings can accommodate up to 100 people and have a time limit of 60 minutes.

In addition to call recording, this is an option for a paid package.

Disadvantage: time limit, no more than 60 minutes.

Microsoft Teams run on Windows, Android, Chrome OS, iOS, Linux, MacOS platforms

Skype conferences can accommodate 100 people. There is screen sharing, call recording, and you can join using a guest link. If necessary, a chat is available where you can send a text message or file.

However, there is no integration with calendars, meaning you will have to create events manually.

Skype works on Windows, Android, iOS, Linux, MacOS and webOS platforms.

Yandex.Telemost is a video conferencing service from Yandex. Part of the Yandex 360 for business system [3].

Conferences can accommodate 40 participants and there are no restrictions on call duration. There are functions - screen sharing, call recording, sending files to chat (no more than 1 GB per month) and logging in using a guest link without registration.

There is integration with the Yandex calendar, that is, events are automatically uploaded there. There is no integration with Google and Microsoft.

The disadvantage is the limit of participants at the conference, which cannot be increased by purchasing a license.

Yandex.Teleconference works on platforms such as Windows, macOS, Android, iOS, Web.

Webinar.ru is a domestic service for webinars and video conferencing. The free version of Webinar has all the features from the list of criteria. Integration with Google and Outlook calendars. The disadvantages are the 60 minute limit and 30 participants.

Purchasing a license removes the time limit and opens calls for 100 or more users. Depends on the selected tariff.

Webinar.ru works on platforms such as Android, iOS, Web.

Sber Jazz is a cloud service from Sber developers.

The free version of the conference can accommodate 200 people with no restrictions on call time. There is screen sharing, call recording, and joining a meeting using a guest link.

In the chat you can only send text messages, you won't be able to attach a file, and you won't be able to automatically create an event in the calendar either, since there is no integration with Google and Outlook.

Upgrading to the paid version only adds a waiting room and speech transcription.

Sber Jazz works on platforms such as Windows, macOS, Linux, Android, iOS, Web.

VK Calls is a video conferencing platform for any task.

The service is free. All functions are available without additional conditions and tariffs.

In VK Calls you can gather as many interlocutors as you like and communicate without thinking about minutes. There is a guest connection. You can join using the link without authorization [4].

Events are added to the calendar. It is possible to record video and store it in the cloud. There is a screen demo.

It is possible to broadcast the meeting in chats and communities on VKontakte.

The possibility of using information technologies in education expands the capabilities of teachers and students, as it allows them to increase the number of students, including in the field of inclusive education.

Список использованных источников:

1. Справочник педагога. [Электронный ресурс]
//URL:https://spravochnick.ru/pedagogika/innovacionnye_obrazovatelnye_tehnologii/(дата обращения 19.11.2023)

2. Конференция «Молодой ученый». [Электронный ресурс] // URL:<https://moluch.ru/conf/ped/archive/207/11108/> (дата обращения 19.11.2023)

3. Электронный научно-практический журнал «Гуманитарные научные исследования» [Электронный ресурс] // URL:<https://human.snauka.ru/2017/11/24584>(дата обращения 19.11.2023)

4. 18 сервисов для видеоконференций в 2023 году. [Электронный ресурс] // URL:<https://vc.ru/services/602565-18-servisov-dlya-videokonferenci-v-2023-godu>(дата обращения 19.11.2023)

© Ордынец Р.О., 2023

УДК 001.38

**ЭКОСИСТЕМА SPRING
КАК МАГNUM ОПУС СОВРЕМЕННОЙ БЕКЭНД РАЗРАБОТКИ
SPRING ECOSYSTEM AS THE MAGNUM OPUS
OF MODERN BACKEND DEVELOPMENT**

Панкратов А.В.

Научный руководитель Мишина Е.Ю.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Spring, a Java framework, has evolved into an integral component of modern Java development. It simplifies application development and offers solutions to common programming challenges. Spring's significance in the world of Java development cannot be overstated. It empowers developers to create scalable and resilient applications using best practices. In this scientific article, we delve into various facets of the Spring ecosystem and its impact on contemporary Java development.

The history of Spring is a testament to its evolution and its profound significance in Java development. Initially released in 2002 by Rod Johnson with the publication of his book "Expert One-on-One J2EE Design and Development". Spring was aimed at simplifying Java Enterprise Edition (Java EE) development, which enabled the project to build an audience and receive numerous awards. Over the years, Spring has undergone significant updates and versions, introducing improvements and new features. Key milestones include the release of Spring 2.0 in October 2006, which introduced Aspect-Oriented Programming (AOP) and enhanced XML configuration. Spring 3.0, in December 2009, brought support for annotation-based configuration and introduced the Spring Expression Language (SpEL). Spring 4.0, released in December 2013, included notable

improvements such as support for Java SE 8, Groovy 2, aspects of Java EE 7, and WebSocket technology. Spring 5.0, with its focus on reactive programming, introduced compatibility with the Reactive Streams-compatible Reactor Core. Finally, the latest release, Spring Framework 6.0 in November 2022, set a Java 17+ baseline and shifted to Jakarta EE 9+ (in the jakarta namespace), emphasizing compatibility with recently released Jakarta EE 10 APIs, including Servlet 6.0 and JPA 3.1 [1].

In the realm of modern software development, Spring has emerged as a cornerstone, offering a rich tapestry of fundamental concepts and methodologies that have redefined how applications are built and maintained. The core principles of Inversion of Control (IoC) and Dependency Injection (DI) are foundational to Spring. IoC shifts control over object creation and lifecycle management from application code to the Spring container, promoting flexibility and modularity. DI complements this by facilitating dependency injection into components, reducing tight coupling, and enhancing overall design. Adopting these principles offers several advantages, including modularity, testability, reusability, flexibility, and scalability. These concepts, coupled with best practices, make Spring a compelling choice for building robust, maintainable, and scalable software.

Breaking an application into modules is of great importance for creating cleaner, more understandable, and manageable code. It makes the code more comprehensible and convenient during development. Modules can be independently maintained, simplifying collaboration among developers. This architecture aids in debugging code and locating errors more rapidly, which is crucial in the development of modern software.

Testing is a pivotal stage in software development. The framework provides integration with the best code testing libraries, enabling the application of various methodologies at work. The ease of creating tests helps identify and rectify errors at any stage of development, saving time and resources.

The reusability of components within the framework helps avoid code duplication and expedites development. This contributes to the consistency and reliability of the application since changes in reusable components propagate to all instances where they are used.

As the load on the application increases, scalability becomes critically important. Spring simplifies horizontal and vertical scaling, allowing the application to efficiently handle more requests and maintain high performance.

Flexibility in Spring is achieved through the use of Inversion of Control (IoC) and Aspect-Oriented Programming (AOP). IoC enables the configuration of dependencies and component behavior without modifying their original code. Meanwhile, AOP isolates cross-cutting concerns such as auditing and security into separate aspects, ensuring flexibility in modifying their behavior.

The Spring Core forms the foundational part of the Spring framework, offering essential components for application development. The Spring Core Container includes the Bean Factory and Application Context. The Bean Factory manages beans, representing objects or components controlled by Spring through metadata-based configuration. It oversees bean creation, initialization, and destruction, embracing IoC and DI. The Application Context extends the Bean Factory, providing additional functionalities like internationalization support, event handling, and aspect integration, enhancing support for Spring applications. Certainly, let's make the transition more seamless. Moving from our examination of the Spring Core, a pivotal component within the Spring framework, we shift our focus to Spring Boot, a revolutionary tool that simplifies Spring-based application development.

An essential component of the framework's ecosystem is Spring Boot. It is designed to simplify backend application development by minimizing the need for extensive configuration. Pre-configured dependencies streamline the development process, allowing developers to spend less time on setup. Starters automatically include the necessary libraries and configurations, expediting project initiation. Developers have provided an API for extension, enabling the community to create and share their own starters publicly. Examples include "spring-boot-starter-web" for web applications, "spring-boot-starter-data-jpa" for database interaction, and "grpc-spring-boot-starter" for deploying gRPC servers.

The Spring ecosystem offers magnificent possibilities with an extensive array of technologies, making it applicable to a wide range of backend projects.

It provides integration with MVC and WebFlux, enabling the development of modern web applications and RESTful APIs. Additionally, it simplifies the incorporation of embedded web servers like Tomcat, Jetty, and Undertow.

Database integration is a core feature, allowing developers to interact effortlessly and effectively with large datasets through various data access technologies, including JDBC and JPA, encompassing both SQL and NoSQL databases.

To achieve maximum security, Spring Security is in place, furnishing tools for authentication, authorization, and overall application security.

Spring Cloud takes microservices development to a new level by facilitating integration with service discovery, routing, load balancing, and messaging brokers.

Applications' interactions can be orchestrated through Spring Integration, creating pipelines and interfacing with external systems using diverse protocols and message formats.

The modern trend of metric collection is also addressed, with Spring Boot Actuator enabling comprehensive monitoring of all aspects of a running application.

Spring boasts an active and supportive developer community, contributing to its ongoing evolution. Innovations and improvements are regularly discussed and tested by developers, ensuring the framework's quality and relevance. Extensive documentation, online courses, educational materials, books, and articles provided by the community support developers. Resources like Spring.io and Stack Overflow offer answers and assistance for those seeking information about Spring and related technologies. This vast community and accessible resources make Spring an approachable and easily learnable framework for anyone interested in Java development.

In the ever-evolving landscape of backend development, the Spring ecosystem stands as a beacon of innovation and efficiency. Its profound impact on modern application development is undeniable, with its roots tracing back to the early 2000s when it emerged as a solution to the complexities of Java Enterprise Edition. In conclusion, the Spring ecosystem not only simplifies the complexities of backend development but also elevates the standards of software engineering. Its remarkable journey from a humble framework to a comprehensive ecosystem cements its status as the magnum opus of modern backend development. As the technology landscape continues to evolve, Spring remains a testament to the unwavering commitment of the developer community to simplify, enhance, and revolutionize the world of backend development.

Список использованных источников:

1. Род Джонсон «Expert One-on-One J2EE Design and Development» / Addison-Wesley, 2002 с. 45-70
2. Spring Framework – [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://en.wikipedia.org/wiki/Spring_Framework (дата обращения 02.11.2023)
3. Крейг Уоллс «Spring in Action» / Manning Publications, 2019 с. 112-135
4. Джош Лонг, Кенни Бастани «Cloud Native Java: Designing Resilient Systems with Spring Boot, Spring Cloud, and Cloud Foundry» / O'Reilly Media, 2017. с. 205-230

© Панкратов А.В., 2023

УДК 37

КОНЦЕПТ НЕПРЕРЫВНОГО ОБРАЗОВАНИЯ CONCEPT OF LIFELONG LEARNING

Пешкова С.Е., Соболева О.С.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Nowadays, in our ever-changing world it is important to learn in order to keep up with new tendencies in your profession, because in the age of technology knowledge can quite fast become outdated.

It is believed that the term “Lifelong education” was first used in 1968 in the proceedings of the UNESCO General Conference [1]. After the publication of the report of the commission led by E. Faure (1972), UNESCO made a decision recognizing lifelong education as the basic principle, the “guiding construct” for innovations or educational reforms in all countries of the world. Since the mid-1970s the idea of continuous education finds support almost in all countries, becomes the dominant vector of educational reforms.

Lifelong education involves updating knowledge and increasing accomplishments, which are necessary to improve the level of individual qualifications and in order to keep pace with the introduction of new products and services.

The concept of lifelong education emphasizes the priority of a student. Currently Universities will have to adjust the organization of their work to the needs in education of an increasingly diverse range of population categories: working students, mature age students, distance learning students, part-time students, etc.

Continuing education, or LLL (Lifelong Learning), is no longer “another way to learn”. This is a reality, a necessity in the modern world [2]. There are two main reasons for the development of LLL: the availability of online education and the rapid development of technology.

Benefits of EdTech (Education technology) can be presented as follows:

1. Introduces students to technology
2. Makes learning interesting
3. Encourages collaboration between students in different areas
4. Encourages individual learning
5. Lessons can be accessed at any time of the day
6. Easier for teachers to track students progress
7. Improves engagement between students and subject matter
8. Improves access to education in rural areas

Technology is constantly changing the foundations of even the most immutable professions. Technology moves the world forward. In almost every field of knowledge, something appears that changes it almost completely. There are two options: either you study it and remain a qualified and in-demand specialist, or you ignore it and remain on the sidelines of the labour market.

The book *Lifelong Education for Adults* [3] which quite accurately describes the features and principles, was written back in 1989. The theoretical principles derived in this book have only recently become possible to apply in practice. The authors of the book noted that for significant development of the culture of education, it must be accessible, mobile, continuous and proactive. Nowadays, online courses in almost any specialty are available to everyone; they can be taken anywhere. The field of online education is constantly evolving, the information in it is updating.

The key concepts associated with lifelong learning are:

personal responsibility for the need of learning;

learning based on critical thinking;

teachers are mentors in lifelong learning, not disseminators of knowledge and information;

learning is seen as an integral part of personal development.

There are contradictions that hinder the development of lifelong learning at different stages. Among them: the need to introduce innovative goals into teaching practice and the lack of a plan for continuous improvement of the academic and personal development of teachers and students included in the management system of educational organizations; declaration of general and professional competencies in the country's state educational standards and the absence of a national assessment system that meets international standards of professional education; the proclamation of new goals of lifelong education on a global scale and the lack of a system of motivation for potential students of different ages, etc.

According to the lifelong learning approach, a person should generally have communication skills in both native and foreign languages, effectively use modern technologies, be open to learning, be social, active, enterprising, must have cultural awareness and competence in self-expression. The life cycle of professions is shortening, so it seems more significant not to predict specific professions, but development of a set of skills, having mastered which, workers will be able to gain a foothold in one or another other activities, being ready for subsequent retraining [4].

How to master lifelong learning?

At first, free materials in the public domain can be used, but to gain deeper knowledge from real professionals and their feedback, it makes sense to invest in

a suitable educational program and try different formats: online or offline courses, group or individual lessons.

However, even a truly high-quality educational program is not the key to success and requires a high level of human involvement. Education, especially in adulthood, should be accompanied by a high level of self-organization and personal responsibility.

In conclusion, nowadays lifelong learning is not just a trend in education, but a necessary part of humans' lives, which ensures that a person is in demand in the field of his profession, no matter what profession it is.

Список использованных источников:

1. Формирование общества, основанного на знаниях. Новые задачи высшей школы. Доклад Всемирного банка. М.: Весь мир, 2003, Непрерывное образование и потребность в нем / Отв. ред. Г. А. Ключарев. М.: Наука, 2005

2. Сундалов М. Непрерывное обучение – главный тренд XXI века, [Электронный ресурс], режим доступа: <https://gb.ru/posts/nepriyvnoe-obuchenie-glavnyj-trend-xxi-veka>

3. J. Titmus Lifelong education for adults: an international handbook, 1989 Oxford; New York: Pergamon C.

4. Vefremtseva, T. Quality of lifelong learning // Вестник РМАТ 2022, No. 2, p. 93-104.

© Пешкова С.Е., Соболева О.С., 2023

УДК 372.881.1

ПОЧЕМУ ОСНОВЫ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И PR ЯВЛЯЮТСЯ ВАЖНОЙ ЧАСТЬЮ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА В ВУЗЕ WHY ARE THE FUNDAMENTALS OF ADVERTISING & PR AN IMPORTANT PART IN THE EDUCATION PROCESS IN THE UNIVERSITY

Пипус П.А., Башмакова И.С.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Any successful specialist in advertising peers much deeper than just a common person. He does not look superficially at what is happening in the society as he tries to understand the demands and needs of people and predict the way in which to direct his ads with the greatest impact on the consumer. In general, the advertiser observes, notices and reflects. The aim of the given article is to consider an advertiser as a person who works with the main marketing tool, i.e. advertising

technologies, to emphasize the importance of studying the basics of advertising activities at the university.

Marketing is the process of promoting a product or service from seller to buyer. Thus, the specialist is involved in choosing advertising technologies, planning campaigns and building loyalty of the target audience. All the mentioned points are of great importance as no one will be able to implement his activity without good knowledge of them. No doubt that the way to acquire this knowledge is the university. What are the fundamentals of advertising and PR as a subject in the educational process? Advertising as a subject is a field of knowledge that studies the process of creating, planning, placing and evaluating advertising messages aimed at attracting attention and convincing consumers of the benefits of a particular product or service [1]. This subject examines the principles and methods of creating effective advertising by analyzing the market and target audience, by choosing media platforms and channels for distributing advertising messages, as well as by assessing the effectiveness of an advertising campaign. Advertising as a subject also includes the study of the legal and ethical aspects of advertising, as well as the role of advertising in the society and above all, its impact on consumers. The purpose of advertising is to attract attention to a product or service, to create interest and convince people of its necessity.

Advertising objectives are the following.

1. Drawing attention to a product or service.
2. Creation and strengthening of the brand image.
3. Increased sales and profits.
4. Study and analysis of the market and consumer demand.
5. Expanding the sales market and attracting new customers.
6. Competitive advantage in the market.
7. Increasing brand awareness and differentiating it from competitors.
8. Creating interest in new products or services.
9. Formation of consumer loyalty.

10. Popularization of socially significant and important messages [2]. And what is PR or Public Relations? PR is the process of creating and maintaining a positive image of a company, organization or individual in the eyes of the public. It includes a wide range of activities aimed at establishing and maintaining trusting relationships with various target audiences, including consumers, investors, media, government agencies, etc [3]. The purpose of PR is to create a positive image, to increase recognition and trust in a brand or personality, and to manage public opinion about them. PR methods may include organizing press conferences, holding events and promotions. One can work with bloggers and the media, can create publications and promotional materials, communicate with the public through social networks. PR is an important part of a marketing strategy

and can influence the success of a business or career. The main objectives of PR are the following.

1. Formation and maintenance of a positive image. PR is aimed at creating and strengthening a positive perception of a company, organization or individual in the society.

2. Establishing trusting relationships with the target audience. PR helps establish trust and connection with various groups of people who may be interested in a company's products or services.

3. Managing public opinion. PR can influence public opinion about a company or individual, forming a certain position or point of view.

4. Attracting new clients or investors. A good image and public opinion management can attract new customers and investors, which contributes to business growth.

5. Development of relations with the media. PR helps establish and maintain relationships with journalists and media outlets, which can lead to free advertising and publications about the company.

6. Maintaining stability and reputation. PR can help manage crisis situations and maintain business or career stability.

7. Increasing brand or personality awareness. PR can help increase brand or personality awareness, which can lead to increased sales or career opportunities.

8. Improved interaction with the public. PR helps establish more effective interaction with the public and understanding of their needs and expectations.

9. Create a positive work environment. PR can help create a positive work environment, which impacts employee motivation and productivity.

10. Formation of loyalty and support. PR can help build loyalty and support among target audiences, which is important for the long-term success of a company or individual [4]. Trends in modern advertising are the following.

1. Use of digital technologies: With the development of the Internet and social media, advertising campaigns are increasingly using digital technologies to attract attention to their products or services. This can be in the form of contextual advertising, advertising on social networks, video advertising.

2. Ads personalization. With the help of modern technology and analytics, companies can collect information about their customers and create personalized advertising that will be more effective and attractive to each individual consumer.

3. Interactive advertising. In order to attract attention and retain the interest of the audience, companies are increasingly using interactive advertising formats that allow viewers to interact with advertising material.

4. Video advertising. Video formats are becoming increasingly popular in advertising as they allow for better communication and emotional impact on the audience.

5. Use of influencers. Popular bloggers and influencers are becoming more and more in demand for advertising campaigns as they have a large audience and can effectively advertise products or services.

6. Branding on social networks. Companies actively use social networks to create and maintain their image, as well as to interact with customers.

7. Advertising on mobile devices. With the growing number of mobile device users, advertising on mobile platforms is becoming more popular and effective.

8. Increasing role of PR. Instead of traditional advertising, companies are increasingly using PR campaigns to create a positive image and attract attention to their products or services.

9. Emotional advertising. In order to evoke an emotional response in the audience, companies are increasingly using emotional stories and images in their advertising campaigns.

10. Socially Responsible Advertising. Consumers today are increasingly paying attention to the social responsibility of companies, so advertising campaigns are becoming more socially oriented and include messages about charity and environmental protection.

Why do students need to learn the basis of these issues? Why is the subject “Basics of Advertising and PR” necessary? It is important as it helps students understand the principles and methods of promoting goods and services in the market. The knowledge gained in this subject allows students to develop effective advertising campaigns and PR strategies that can attract the attention of the target audience and increase sales. Also, studying the basics of advertising and PR allows students to understand how to create and maintain a brand image, manage public opinion about the company and its products. This knowledge can be useful for future professional activities in the field of marketing, advertising and PR. In addition, it also helps students develop creative thinking, analytical skills and teamwork which are essential for a successful career in marketing and communications. An advertising specialist is a relevant profession in the modern world for several reasons. With the development of technology and the emergence of new communication channels, the advertising market is becoming more diverse and dynamic. This creates a demand for specialists who can effectively use various tools to promote products and services. An equally important point is the high level of competition. In a highly competitive environment, companies and individuals need a professional approach to promoting their products and services. An advertising professional can help them create a unique and compelling image that will set them apart from their competitors. Then, the importance of image. It is no secret that in the modern world, image plays an important role in the success of business and personal career. An advertising professional can help create and maintain a positive image for a company or individual, which can influence its

success and profitability. In general, an advertising specialist is an integral part of business and personal success in the modern world, which makes this profession relevant and in demand. These are all the points which must be learnt at the university by students.

Список использованных источников:

1. Росситер, Дж., Перси, Л. Реклама и продвижение товаров. – СПб. : Питер, 2000. 651 с.
2. Уэллс, У., Бернетт, Дж., Морирти, С. Реклама. Принципы и практика. – СПб. : Питер, 2008. 651 с.
3. Беспмятнова, Г.Н. Реклама: теория и практика. – Воронеж : Изд-во ВГУ, 2011. 400 с.
4. Халилов, Д. Маркетинг в социальных сетях. [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. Режим доступа: <https://brpo.by/wp-content/uploads/2021/11/pdf>

© Пипус П.А., Башмакова И.С., 2023

УДК 687.1

**РАЗРАБОТКА ОРНАМЕНТАЛЬНОГО ДИЗАЙНА
ДЛЯ ВЕЧЕРНЕГО ПЛАТЬЯ
DEVELOPING ORNAMENTAL DESIGN FOR AN EVENING DRESS**

Попова С.Д.

Научный руководитель Николаева Е.В.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Modern world culture is the owner of an immense heritage in the field of fine arts. Studying the greatest monuments of architecture, painting, sculpture, decorative and applied art, it is impossible not to pay due attention to such an area of creativity as ornament.

The emergence of ornaments dates back to the times of antiquity, because the human desire to decorate appeared already at the very first stages of the development of culture and is found among the most ancient peoples. Painting, sculpture and architecture widely use this form of decoration.

Ornament (from Latin ornamentum – decoration) is a pattern based on the repetition and alternation of its constituent elements; it is intended for decorating various objects, structures, works and even the human body. Associated with the surface that it decorates and visually organizes, the ornament, as a rule, reveals or accentuates the architectonics of the object on which it is applied.

The researchers of the ornament suppose that it originated already in the Upper Paleolithic era (15-10 thousand years BC). The ancient people endowed the idea of the structure of the world with special signs. For example, a circle is the sun, a square is the earth, a triangle is mountains, a spiral is development, movement, etc. Gradually, these signs-symbols acquired the ornamental expressiveness of the pattern, which began to be considered only as an aesthetic value.

By the nature of the composition, the ornament can be ribbon, centric, edging, heraldic, filling the surface or combining some of these types in more complex combinations. According to the motives used in the ornament, it is divided into technical, symbolic, geometric, and floral. There are other classifications of the ornament: calligraphic, fantastic, astral, landscape, animalistic, object, anthropomorphic.

The ornament is still popular and widely used by designers in various fields. In fashion, ornament plays a kind of decorative role [1, p. 141].

Geometric ornament is also very popular in modern fashion: polka dot, check, stripe. It attracts the eyes due to the clarity of lines, a certain rhythm, dynamism; it remains relevant at all times [2, p. 96].

In the 1960s, Yves Saint Laurent turned classic polka dots into an energetic and active pattern. The story also keeps a funny fact: Minnie – the famous girlfriend of Mickey Mouse – also wears a polka dot dress. The print in a modern design is an enlarged dot, or a combination of dots of different sizes. One of the most striking images of the season is the polka dot total look. If earlier polka dot dresses served exclusively to create a retro image, today, in combination with fashion accessories, they look trendy. The trend of this season is a colored large or very small drawing.

When developing modern sketches, such an urgent topic as ornament could not be ignored. The polka dot print was used on an evening dress (Fig. 1a). To give more femininity, the ornament was placed on a transparent mesh along the entire length of the insert. It complements the basic plain material. The dress has an asymmetrical design. The two-thirds of the solid fabric are combined with a third of the ornamented one, it slims, visually stretches the figure in the vertical direction. The relief with its configuration emphasizes the natural curves of the figure, accentuating the thin waist. The print is ordered, fits into a uniform grid with an equal step between the motifs both vertically and horizontally. Such conciseness balances the flying folds at the bottom of the garment. Polka dots contrast the tone of the background and match the main fabric in the light-density characteristics.



Figure 1 – Sketches of models with ornaments: a) polka dot; b) checkered; c) striped

Plaid fabric is a fashion favorite of the last century. In the second half of the twentieth century, it did not go out of fashion at all. In the 50s, they wore elegant plaid dresses with full skirts in the style of "New Look". In the 60s, in the era of pop art, futuristic costumes and dresses made of checked fabric came into fashion. In 1984, mannequins dressed in vests and plaid skirts walked the catwalk – it was a challenge. The iconic Parisian couturier Jean Paul Gaultier is a true connoisseur of the checked pattern on the fabric. His collections rarely do without this ornament. He expressively applies this print in both men's and women's suits. Today, a large check, a small check, a traditional tartan, a pie de pool check and a diagonal check are relevant. Garments made in the patchwork technique are considered to be a special chic – as if assembled from a variety of checkered flaps. Fashion brands Givenchy, Mulberry, Pringle of Scotland, Missoni, Berluti, Wanda Nylon offer a huge selection of clothes made of plaid fabric. Cocktail and evening dresses with a checkered pattern are considered particularly refined.

As a shortage in this assortment group was revealed, it was decided to develop evening dresses with a checked ornament, the most expressive of which is presented in Fig. 1b. Straight and laconic stripes of different shades intertwining with each other at right angles create a checkered ornament over the entire surface. The dress expands to the bottom in the form of a flower, namely, repeats the shape of the loach flower. Following the expansion of the shape of the garment, the check pitch also increases. Its structure becomes sparser, the size of the checks increases. On the sleeve of the dress, the ornament behaves in a similar way relative to the shape, but there are some differences. The directions of intersecting ornamental lines are more active diagonal here. This balances the asymmetric design of the model, combined with the configuration of the neckline and the bottom line of the sleeve. Not only the decorative characteristics of the dress are thought out, but also its functional features: from the wrist level there is a cut along the entire length of the sleeve. The checks are stretched along the figure in the vertical direction to visually make the figure taller and slimmer. Some of the ornamental stripes have a dual purpose: they are both part of the ornament and functional elements coming out of the ornamental top of the dress with ribbons in the direction of the skirt. In fact, the two parts are joined together by the lines of the ornament that have gone beyond the rapport, the panels, the ornament seems to come to life and turns from a simple print into a constructive and compositional element at the junction of the upper and lower parts of the garment. Here the

ornament is the compositional center, focusing the entire viewer's attention on the waist area. Contrasting to each other in tone, the horizontal and vertical stripes of the ornament, forming two independent grids, are located with a shift of half a step of rapport relative to each other: light over dark, overlapping it at intersections. They thereby attract attention to the expressive silhouette of the dress, expanding to the bottom [3].

Almost every person has a striped thing in their wardrobe. Striped designs in clothing have a long symbolic history [4] and can complement the image advantageously. Stylists often recommend such garments because of the possibility of creating visual illusions. Vertical stripes are a godsend for short people. It is this print that allows you to build a silhouette, visually lengthen it and visually emphasize the shapes. It is better for skinny girls to prefer horizontal stripes, which will visually add the missing volume to the figure. This will allow to create successful optical illusions in the right areas, for example, to enlarge the chest, expand the hips, emphasize the waist. A diagonal stripe will help hide the excess.

When developing the third of the presented sketches (Fig. 1c), possible visual effects created by the stripe ornament were taken into account. In the sketch, the diagonal arrangement of the dividing lines, individual elements, and ornamental stripes was chosen. An asymmetric design always slims and hides possible figure flaws. All the main elements of the model converge to the waistline; almost all of them are filled with an ornamental stripe, the stripes flow along the figure, rhythmically passing one into another, dragging the gaze with them. The smooth-painted parts of the garment frame the ornamented ones, collect them, calming the dynamics in certain places. A contrasting dark yoke belt gathers all the ornamented details with its asymmetric edge, directing them to the center, setting the compositional center. With a holistic perception of the model, a semicircle is viewed, going from top to bottom, formed by all the ornamented details arranged relative to each other with a shift at an angle of a certain degree. All sketches are made in a single color scheme and a single purpose, and therefore can form into a single series, despite the use of different ornamental motifs. The simple ornamental motifs used in the models, on the contrary, give them a certain unity. Such models will look good in any color: both monochrome and multicolor.

Список использованных источников:

1. Колташова Л.Ю., Власова Ю.С. Скифские мотивы и их трансформация в современный образ // Инновации и технологии к развитию теории современной моды. Сборник материалов I Международной научно-практической конференции «МОДА (Материалы. Одежда. Дизайн. Аксессуары)». – Москва, 2021. С. 141-145.

2. Колташова Л.Ю., Власова Ю.С. Эпатаж и мода – способ поиска новых дизайнерских решений // Инновации и технологии к развитию теории

современной моды. Сборник материалов II Международной научно-практической конференции «МОДА (Материалы. Одежда. Дизайн. Аксессуары)». – Москва, 2022. – С. 96-103.

3. Белослудцева А.К., Власова Ю.С. Разработка и варианты применения фактурных и условных орнаментальных композиций // Инновационное развитие техники и технологий в промышленности. Сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием. Москва, 2021. – С. 37-41.

4. Пастуро М. Дьявольская материя. История полосок и полосатых тканей. – М.: Новое литературное обозрение, 2023. – 112 с.

© Попова С.Д., 2023

УДК 159.9

**ОСОБЕННОСТИ СТРЕССОУСТОЙЧИВОСТИ,
ВЛИЯЮЩИЕ НА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ПРОЦЕСС ПОДРОСТКОВ
ИЗ ПОЛНЫХ И НЕПОЛНЫХ СЕМЕЙ
STRESS RESISTANCE FEATURES INFLUENCING THE
EDUCATIONAL PROCESS OF ADOLESCENTS FROM NUCLEAR
AND SINGLE-PARENT FAMILIES**

Потапова В.А., Авезова Б.С.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

The article is devoted to the study of the differences in stress resistance of teenagers from full and incomplete families. The scientific literature sharply raises the question of the importance of everyday stress and its impact on family factors. As the author notes, at the same time, everyday stress is the result of successive negative events, for example, a lack of money, problems at work and difficulties in the family [1, p. 250]. Therefore, the aim of the study was everyday troubles, which create a constant atmosphere in which the family functions, and lead to symptomatic behavior of its members.

These work, interpersonal, social and role stressors are experienced by the individual as threatening and abusive ones; therefore, they affect mental health. Compared to traumatic events, they have less force, but their cumulative effect leads to the same result - it depletes the physiological and psychological resources of the individual; and due to the processes of stress transmission to the entire family system, they negatively affect the psychological well-being of other family members.

Stress tolerance is a term describing a person who is not bothered by stress at all. According to Johns Hopkins stress expert, Dr. George Everly: "This man is just letting stress roll off his back. It's almost like immunity to stress. And just like with a real vaccination, some people cultivate this state of immunity by deliberately exposing themselves to controlled doses of stress" [2, p. 672]. The scientist writes that we experience stress or perceive things as threatening when we do not believe that our resources to overcome obstacles (incentives, people, situations, etc.) are sufficient for what circumstances require. When the demands exceed our ability to cope with them, we feel stressed.

It is traditionally characterized that adolescence is "difficult", "problematic", "inconvenient" for parents and teachers. According to sociologists, a family is the most important institution of society, because the survival of the human race depends on it. The family educates a person, teaching and taking care of them. The person spends most of their time in the family, shaping their personality most of all. The family is the center of society and the source of culture.

It is known that children succeed much less and are more emotionally attached to each other in families with one parent. This happens for various reasons: a child is born out of wedlock, separation of parents, divorce or even the death of one of the parents. Of course, this option is not ideal for a child; however, sometimes it is a source of joy, freedom, happiness, that cannot be achieved with the help of a standard family formula.

In one of the articles written by Ivanova O.I. and Busarova O.R., it is stated that the aim of the study was to establish the difference in stress resistance of people from nuclear and single-parent families [3, p. 11]. The difference between one family and another is that a full family is the one with two parents, and an incomplete family is the one with one parent. The similarity is that they have one or more children.

Data analysis revealed that in stressful situations, a teenager from a full family experiences more emotional comfort than in a single-parent family. Author mentioned, it is also worth noting that for a child from a one-parent family, problems with academic performance (passing written exams and oral tests, etc.) are the most important and take the first place [4, p. 103]. On the contrary, children from complete families focus on relationships with peers and acceptance by the society. For teenagers of this group, learning difficulties are on the second place. Scientists discussed some problems of full families in their work. They note that for children from lone-parent families, concern for the health of their closest relatives is characteristic, but for people from nuclear families, the indicator for this criterion is much lower [5, p. 347].

According to the results of the Dittman's article, 166 adolescents aged 15-17 years were investigated for the influence of socially unfavorable environmental

conditions on the level of stress. Children, who were raised in single-parent families, show a higher level of anxiety (even if they initially have low innate parameters of neuroticism) and had stress both on a psychological and physiological level more than teenagers from the families with a mother and a stepfather. Teenagers, living in a family with a stepfather, have anxiety parameters similar to adolescents living in full families [6, p. 111].

To increase stress tolerance, a positive mood will help, it forms positive thinking. Every person's life is filled with many problems, but no difficulties should hinder a full life and the ability to enjoy it. It is necessary to throw unnecessary and insignificant problems out of your thoughts, think more about joyful life moments and solve problems as they arise. Sometimes people mistakenly believe that if they think about difficulties all the time, they will solve issues faster; however, they really won't do that, but they will undermine their health. To increase stress tolerance, you need to try to change the attitude to everything that happens. For instance, if a person really cannot change the current situation, then it is worth trying to look at certain things in a different way.

You need to learn to let go of unnecessary emotions. Keeping them to yourself, a person does not become stronger, on the contrary, it exhausts them. It is important to release emotions regularly and adequately. A good way to vent emotions and increase stress tolerance is physical activity, long walks, dancing, climbing mountains, etc.

Thus, negative emotions are highlighted with negative feelings, turning into positive ones, and this will also give pleasure. Differential features of stressors are observed in children from both groups. The scientific novelty of the study lies in the identification of criteria for the difference in stress tolerance in full and incomplete families.

Список использованных источников:

1. Целуйко В. М. Психология неблагополучной семьи: Книга для педагогов и родителей / В. М. Целуйко. М.: – М.: ВЛАДОС-ПРЕСС, 2004. – 272 с.

2. Эйдемиллер Е. В. Психология и психотерапия семьи / Э. Г. Эйдемиллер, В. Юстицкис. - 2. изд., расшир., доп. - СПб. и др.: Питер 1999. – 651с.

3. Иванова О. И. Особенности копинг-стратегий старших подростков из неполных семей: автореферат выпускной квалификационной работы: магистерская диссертация. М.: 2019, - 14 с.

4. Иванова О. И., Бусарова О. Р. Особенности копинг-стратегий старших подростков из неполных семей // Психология и право. 2020. Том 10. № 1. – С. 103–115.

5. Комарова А.В., Цап В.Б. Копинг-стратегии подростков в полных и неполных семьях // Психология стресса и совладающего поведения: вызовы,

ресурсы, благополучие. Кострома, 26-28 сентября 2019. г.: в 2 т. / отв. ред.: М.В. Сапоровская, Т.Л. Крюкова, С.А. Хазова. – Кострома : Изд-во Костром. гос. ун-та, 2019. – Т. 1. – С. 346-352.

6. Dittman C.K., Farruggia S.P., Keown L.J., & Sanders, M.R. Dealing with Disobedience: An evaluation of a brief parenting intervention for young children showing noncompliant behavior problems / Child Psychiatry and Human Development. 2015. – P. 102 -112.

© Потапова В.А., Авезова Б.С., 2023

УДК 378

КИТАЙСКАЯ СИСТЕМА ОБРАЗОВАНИЯ CHINESE EDUCATION SYSTEM

Савельева Е.А.

Научный руководитель Новикова Н.В.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

China is a country with rich cultural traditions that have shaped its history and influenced various parts of Chinese society. The centuries old traditions are an integral part of Chinese culture celebrated and treasured today [1]. China is well-known for its emphasis on respect, harmony, and piety. The roots of these values are deeply intertwined with old traditions and have influenced social behavior as well as relationships within Chinese society. The Chinese government, through reforms and transformations, has established a unique education system, combining traditions and modernity. The results of it are evident in China's rapidly developing economy today.

In recent decades, the economy of China has been growing at an impressive pace. Modern society continues to discuss the roots of this development. The significant progress in China could not have occurred without the serious efforts of the government and representatives of the economic sector.

Despite having a highly developed market economy the Chinese government still provides space for businesses while directing them in the right direction. The economy does not enjoy full autonomy, but the government actively works to strengthen and enhance its potential for an even more innovative future. Since the establishment of the PRC, the government has played a key role in economic growth, shaping a "managed market" in China, where development is directed by the government [2].

In recent years, the country's leadership has changed the emphasis from the "Made in China" strategy to "Invested and Developed in China" and defined

policy priorities in scientific research. The government intends to pay special attention to the "Development Plan for National Strategic Industries," such as high-tech manufacturing, biotechnology, environmental technologies, communication technologies. Telemedicine is becoming increasingly popular. During the pandemic the number of the platform "A Good Doctor" increased ninefold [3].

The most important ideas of the national mentality of the Chinese people are a love for hard work and an incentive to achieve goals, instilled and brought up by parents in childhood. From early years, every child begins to understand that hard work, dedication, and self-improvement will inevitably help them not to stop halfway and reach their set goals. Traditional Chinese culture and values have strongly influenced this awareness of the national idea. After the founding of the PRC in 1949, the government faced the challenging task of preparing an adequate number of highly qualified professionals focused on achieving common goals. To cultivate such thinking, the Chinese government did a great job of establishing an education system based on several fundamental principles.

China's economy ranks second globally after the United States, maintaining a leading position in terms of GDP and purchasing power. The growing Chinese economy requires highly skilled specialists who will conduct cutting-edge research and innovative projects, meeting the highest standards.

Firstly, most of the state budget today is invested in education in China. Universities, which contribute valuable talent to the country, are almost entirely subsidized by the government [4].

The quality of education is becoming really important all over the world [5], encourages talented students, the future invaluable workforce for the country, by providing grants. Secondly, in 1986, the Chinese government enacted a compulsory education law, making nine years of education mandatory for all Chinese children. It is interesting to point out that Japan also has compulsory education through middle school. Literacy rates in both countries are over 90%.

Practical results of research activities indicate that China's education system encompasses a complete cycle of learning, from schools to research institutes and design bureaus. The structure of China's education system includes general basic education and higher education. The Law on Education of the People's Republic of China (Article 17) embodies the following types of education: preschool, primary, secondary, and higher education, as well as vocational education and adult education (Article 19).

Preschool education in China is not compulsory, and all kindergartens and preschool institutions require tuition payment. Children are taught from an early age to study well and not be lazy; otherwise, a child may even be expelled from kindergarten, as it could blacken the institution's reputation. It is also worth noting that kindergarten is a time when ideological education is introduced into the

curriculum. Moreover, it is essential to emphasize that teachers play a crucial role in implementing this concept, being the most responsible individuals in the classroom. Each morning begins with the raising of the national flag, and all games are strictly monitored by educators.

In China, there are both public and private kindergartens. Private kindergartens focus on an individual approach to each child's education, while in public preschool institutions, children are taught to work, cope with daily needs, and prepare for primary school [6].

In China, school education has a three-stage structure, and only the first two stages are free; parents are obligated to pay for high school. Some provinces in China combine elementary and junior high schools. Chinese schools have a uniform for all students, and the entrance gates open twice a day, with the learning process continuing even during vacations. After the break, students are required to submit completed homework to their teachers. Sending children abroad is a common practice, not for leisure but for a more in-depth study of foreign languages. It seems that children spend every free minute on their studies. Children get used to discipline and self-organization.

In high school, students typically go if they intend to enroll in a university. Another crucial moment is that, before starting this stage, students take a specialized test and choose a direction—either professional-technical or academic.

In academic high schools, students are prepared for university enrollment. Students can expect to receive education in serious and specialized disciplines that will be needed in university. Professional-technical high schools are focused on preparing future workers.

One indicator of the development of education and science in the country is the university system. China has a specific policy regarding universities aimed at enhancing the prestige of Chinese universities worldwide.

Until 2020, China operated the "State Mid- and Long-term Education Reform and Development Program for 2010-2020." As a result of its implementation, China achieved all planned indicators in the education sector and is currently transitioning to a new stage of education development in the country, which will last until 2035 [2]. The government plans to make the country highly educated, able to compete with global leaders, and a great power with highly qualified personnel and human resources. The education development plan is also aimed at laying a solid foundation for building a strong, modernized socialist state by the mid-21st century.

The strategic tasks outlined in the plan also include raising the level of education through the modernization of approaches and equipment, developing the moral and physical health of students, actively advancing the "Belt and Road Initiative", linked to the ideas of modernization and the overall direction of society's digitization. China is a powerful and economically rising country, the

leading trading nation that values trading with the whole world. Globalization processes also have their confluence on the education system: they lead to the internationalization of education.

In China, technical universities predominate, and the preparation of specialists in technological and agricultural fields is prevalent. Chinese universities are divided into regular universities and key universities, the number of which is not very high. The difference between them lies in the fact that key universities receive more government support. Graduates from key universities find it easier to secure employment, as employers prefer hiring individuals from key universities due to their prestige.

There are two programs for key universities in China: one is called "Project 211," and the other is "Project 985," adopted in 1995 and 1998 respectively. These programs were aimed at bringing national higher education institutions in line with international standards. From 2010 to 2020, "Projects 211 and 985" were succeeded by the "Double First-Class Initiative for Universities and Disciplines," which has positioned China as an innovation marvel.

However, the Chinese education system has its drawbacks. Firstly, there is an uneven distribution of pedagogical resources. Secondly, social inequality influences an individual's entire life. Due to underperformance in school, a person may enroll in a less prestigious university, and after graduation, they may face difficulties in finding employment. Collectively, these factors impose significant constraints on an individual's further personal development.

By the current situation of economic development, Chinese education should align with the economic and social progress of the country. To minimize these drawbacks, the government should take the initiative, distribute educational resources proportionally, strengthen the management of educational resources, and make a significant contribution to the construction of what is known as the "second century" of China.

Despite modern reforms, China's education retains its historical traditions in the context of education, focusing on principles of patriotism and humanity. The structure and content of education are still revised, and much attention is paid to improving the quality of teaching. International studies show that China is among the top five countries in the world in terms of the quality of education.

Список использованных источников:

1. Савельева Е.А., Мишина Е.Ю. Чайная церемония в Поднебесной // Иностранный язык в профессиональной сфере: педагогика, лингвистика, межкультурная коммуникация : Сборник материалов Межвузовской научно-практической конференции. В 2-х ч., Москва, 24–26 октября 2022 года / Под ред. Е.В. Николаевой. Том 2. – Москва: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего

образования "Российский государственный университет имени А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)", 2023. – С. 170-175.

2. Гурулева Т.Л. Университеты КНР: современное состояние и стратегия глобального развития до 2035 года // Вестник ВолГУ. Серия 4, История. Регионоведение. Международные отношения. 2020. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/universitety-knr-sovremennoe-sostoyanie-i-strategiya-globalnogo-razvitiya-do-2035-goda>

3. Башмакова И.С., Казарян О.В., Мишина Е.Ю. и др. Развитие телемедицинских технологий: обзор зарубежной практики // Проблемы социальной гигиены, здравоохранения и истории медицины. – 2022. – Т. 30, № 5. – С. 972-975. – DOI 10.32687/0869-866X-2022-30-s1-972-975.

4. Му А. Идеологическое и политическое воспитание в рамках учебной программы: новое направление реформы высшего образования в Китае // Социально-политические науки. 2021. №5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ideologicheskoe-i-politicheskoe-voospitanie-v-ramkah-uchebnoy-programmy-novoe-napravlenie-reformy-vysshego-obrazovaniya-v-kitae> (дата обращения: 22.11.2023).

5. Корытко М.Н., Новикова Н.В. Повышение качества образования // Социально-гуманитарные проблемы образования и профессиональной самореализации (Социальный инженер-2022) : Сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием, Москва, 12–16 декабря 2022 года. Том Часть 7. – Москва: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Российский государственный университет имени А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)", 2022. – С. 301-303.

6. Цзун Ч. Тенденции развития современного дошкольного воспитания в Китае // Ученые записки Забайкальского государственного университета. – 2015. – № 5(64). – С. 100-103.

© Савельева Е.А., 2023

УДК 378

**СОВРЕМЕННЫЙ КРИМИНАЛИСТ:
КАРЬЕРНЫЕ ПЕРСПЕКТИВЫ И КОМПЕТЕНЦИИ
A FORENSIC SCIENTIST:
CAREER OPPORTUNITIES AND EDUCATION REQUIREMENTS**

Саланкина Е.С., Новикова Н.В.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

The goal of this article is to analyze different jobs in forensics and find out what education people need to become professionals in this field.

Forensic science combines biology, chemistry, and physics. Forensic scientists look for, identify, and assess evidence. Forensic scientists use their expertise to reconstruct the events leading up to a crime, the crime itself, and the aftermath. This helps in understanding the sequence of events and identifying key factors that may have contributed to the crime [1].

Proper evidence collection is crucial in forensic investigations. Forensic scientists are trained to collect, preserve, and document various types of evidence, such as DNA, fingerprints, bloodstains, and firearms-related evidence. The goal is to ensure that the evidence is not contaminated and is admissible in court.

Forensic laboratories employ a variety of techniques to analyze evidence. For example, DNA analysis can link a suspect to a crime scene, while fingerprint analysis can identify individuals present at the scene. Modern forensic methods may also include advanced technologies like high-resolution imaging, spectroscopy, and computer forensics.

Forensic scientists aim to establish connections between individuals and the evidence found at a crime scene. This may involve comparing DNA profiles, matching fingerprints, or linking a suspect to a weapon through ballistic analysis. These connections can be crucial in building a case.

Forensic scientists often serve as expert witnesses in court, presenting their findings and explaining the scientific methods used in their analysis. Their testimony can help the court understand the significance of the evidence and its relevance to the case.

To ensure the reliability of forensic evidence, proper quality control measures are used in forensic laboratories. This includes standardized procedures, validation of methods, and proficiency testing to maintain accuracy and reliability.

Becoming a forensic psychologist typically requires advanced education and training. Most forensic psychologists hold a Doctor of Philosophy (Ph.D.) or

a Doctor of Psychology (Psy.D.) in clinical psychology or a related field. This typically involves coursework, research, and clinical training. FPs provide assessments and interviews of a person involved in the criminal justice system. Forensic psychologists also evaluate people for PTSD. They also help crime victims.

Forensic anthropologists analyze human remains, gather evidence and determine the cause of death. They use dentists' records, X-rays, DNA and so on.

Forensic nurses evaluate victims and collect physical evidence while treating patients for injuries. They interview victims and search for evidence to decide if there was domestic abuse.

A forensic linguist uses the knowledge of languages to present laws. Forensic linguists help when there are language barriers. Their help is very often needed in Florida, where there are lots of illegal immigrants from Cuba speaking Spanish. Forensic linguists help to create effective interview questions and evaluate answers to determine if they are accurate.

Forensic dentists are invited to help in case of disasters or mass murders. They identify human remains using dental records. Dental data helps to determine the age of a person. Forensic dentists help in cases of domestic abuse.

Forensic analysts collect physical evidence such as blood, bodily fluids, prints, plants, soil, fibres found at crime scenes, analyze and preserve them. Forensic analysts present evidence to the court.

Forensic medical examiners examine corpses to find out what the cause of death was. They investigate any death believed to be not natural. They may investigate the circumstances that led to the death. They examine internal organs such as heart, lungs, liver and kidneys, tissues, skin, cells, and bodily fluids in case of a violent death.

Forensic investigators gather evidence working with local medical examiners. They interview witnesses and determine the cause of death.

The most common degree for CSIs is a bachelor's degree in Criminal justice. A CSI officer must have the education required in the country's scientific and educational system. CSI employees must have a thorough knowledge of the procedures and techniques for working at the scene of an incident. To be able to engage in CSI work, a candidate must undergo special training and have some experience.

Forensic scientists must have skills in working with various laboratory instruments and analytical methods, such as chromatography, spectrometry, microscopy and others. They must be able to correctly draw up protocols and reports on research conducted so that these documents are reliable and can be used in court proceedings. Working in forensic science requires knowledge of the laws and procedural rules governing the collection and use of evidence. Forensic

scientists must be familiar with the principles of chain of evidence to ensure that the evidence is legal.

Forensic scientists need to have communication and collaboration skills, as they often work in teams with other professionals such as investigators and attorneys. They must be able to provide information and explain their findings in a way that can be understood even by those without specialized training in forensic science. Thus, applicants must have a general education, possess the necessary skills and knowledge in the field of criminology, be attentive to detail, technically competent and able to work in a team. These qualities will enable them to do their job effectively and ensure fairness in legal proceedings.

CSIs have to adapt to different rules and procedures depending on their location. They must be attentive and carefully study and transfer information. In addition, the lack of uniform legal regulation can cause problems when investigating crimes, especially if the case spans several regions. In such cases, it is necessary to take into account the differences in the rules and regulations of different places to ensure that the investigation is carried out correctly and reliable information is presented in court. Thus, CSI specialists who are members of expert services have to face the lack of uniform legal regulation in their work.

CSIs not only have to deal with crime scene investigations and evidence collection, but also perform other functions associated with police work. For example, they can assist in the investigation of criminal cases, arrest suspects, and participate in searches. This requires them to have additional professional skills and responsibilities associated with the role of a police officer.

A lot of jobs are dependent on IT and AI nowadays [2]. AI is widely used in the field of digital forensics. Digital crimes are very complicated, and the use of AI in digital forensics is important. AI makes the process of investigation faster, and more efficient. The main goal of AI in digital forensics is to automate data analysis.

Online programs in forensics has made attending university more convenient and accessible [3]. Traditional education can be challenging for students with full-time jobs, and families. In the USA Miami Dade College, Southern New Hampshire University, the University of Nebraska, Arizona State University, Penn State World Campus, the University of Cincinnati, the University of Southern California, the University of Maryland and the University of Florida offer online courses in forensics and digital forensics.

Online and offline students learn subjects such as physics, trace science, biology, chemistry, and practical skills in the processing and analysis of traces, including fingerprints, DNA, ballistic evidence, and others [4].

First of all, students study the criminal justice system in the USA, its evolution and the current state of institutions. Secondly, students learn the basic principles and techniques of forensic investigation, including the collection and

analysis of evidence, interrogation techniques, the development of investigative hypotheses, etc. Thirdly, they learn the basic principles and concepts of criminal law, such as legal liability, crime, punishment, as well as the different types of criminal offenses and their classification and the basic principles and procedures of the criminal process, including arrest, arraignment, trials, appeals, etc. The course of criminology helps to understand the basic theories and approaches in criminology, analyze the causes of crime, and its consequences. Students also study research methods.

Basics of general and forensic photography helps to understand the design and principles of operation of the camera, various photographic techniques, photo quality enhancement technologies, filming rules, and admissibility of photographic evidence in court.

Forensic fingerprinting course contains the history of fingerprinting, defining the struggle to create a universal system of people identification. Students get to know papillary patterns and functions of human skin. They study methods for detecting and recording fingerprints.

Students also study IT and social networks functioning. It is important for US criminologists when solving and investigating crimes to use various social networks. For example in 2013, Chicago police arrested over members of low-level criminal groups that actively communicated in social networks [5].

Forensic chemistry and traceology course is all about the history of the creation and development of the forensic system laboratories. It provides different types of physical evidence that are sent to laboratories. Students learn how to use microscopes and other instruments.

Forensic biology gives an overview of the history and modern methods of analysing biological evidence of biological origin. They study DNA, technical equipment used for testing and identification of biological traces. Students also learn how to examine documents, and identify people by voice.

Список использованных источников:

1. Bertino A.J., Bertino P. Forensic Science: Fundamentals & Investigations. Cengage Learning: 3rd edition. – 2020. – 898 p.

2. Корытко М.Н., Новикова Н.В. Эволюция рынка труда: профессии прошлого и будущего // Социально-гуманитарные проблемы образования и профессиональной самореализации (Социальный инженер-2021) : сборник материалов Всероссийская научная конференция молодых исследователей с международным участием, Москва, 06–10 декабря 2021 года. Том Часть 7. – Москва: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Российский государственный университет имени А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)", 2021. – С. 109-112.

3. Кузнецова Е.В., Мишина Е.Ю. Дистанционное обучение в современном мире // Социально-гуманитарные проблемы образования и профессиональной самореализации (Социальный инженер-2022) : Сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием, Москва, 12–16 декабря 2022 года. Том Часть 7. – Москва: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Российский государственный университет имени А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)", 2022. – С. 135-138.

4. Виноградова О.П. Некоторые особенности профессиональной подготовки экспертов-криминалистов: из опыта США // Известия Тульского государственного университета. Экономические и юридические науки, №. 2, 2022, С. 116-124.

5. Волчецкая Т.С., Головин А.Ю., Осипова Е.В. Особенности развития российской и американской криминалистики: криминалистическая техника, тактика и методика // Вестник Томского государственного университета. Право, №29, 2018, С. 40-52.

© Саланкина Е.С., Новикова Н.В., 2023

УДК 53.043

**ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТГц ДИАПАЗОНА
ЭЛЕКТРОМАГНИТНОГО ИЗЛУЧЕНИЯ
USE OF THE THz RANGE OF ELECTROMAGNETIC RADIATION**

Соколова Т.Д., Мишина Е.Ю.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

With each passing year, scientific discoveries are being put into practice, penetrating into people's daily activities. Scientists investigate more and more new tasks, which subsequently receive quite extensive application, making many achieving significant advancements. This article will talk about the THz range of electromagnetic radiation and its applications. The term "T-ray" or "terahertz " was introduced at the beginning of the 21st century: in 2001 by Professor Xi-Cheng Zhang of the Institute of Photonics. Before that, the rays were also known, only they were called «submillimeter rays», and even earlier "far infra-red rays» [1]. A light frequency of 1 THz corresponds to a wavelength of 300 μm (0.3 mm). At the moment, the terahertz spectral range is understood as the frequency range of 0.1-10 THz, which corresponds to wavelengths of light of 3mm-30 μm . Interestingly, THz radiation was discovered, in fact, the very last and for a long

time was little used in science and various technologies, so it was often called "terahertz failure". But since the end of the 20th century (about 1980 years) the situation has changed rapidly [2]. Scientists in this field became more and more all over the world. Great achievements in this field were closely intertwined with the development of photonics, with the help of which a solution was found for detecting and creating THz waves. The terahertz band occupies an intermediate position between the infrared and microwave bands. Until the twentieth century, this band was very underdeveloped in all directions and was not an example of a "future breakthrough in science". Until in 1922 at Moscow University with a laboratory of electromagnetism, named after British physicist James Clerk Maxwell, where our compatriot A.A. Glagoleva-Arkadyeva together with her husband Professor V.K. Arkadyev (who made a significant contribution to the development of his wife) decided to find a completely new method of obtaining little-known at that time electromagnetic waves, which were (lay) between the radio wave and the optical region of the spectrum. The main task was to prove the unity of nature and electromagnetic and light waves. In 1922 A.A. Glagoleva-Arkadyeva invented the source of these waves and gave it the name "mass radiator" and made a report on her results in Nizhny Novgorod at the congress of the Russian Association of Physicists. This discovery "closed the gap" in the scale and proved the unity of light and electromagnetic waves, which consequently brought A.A. Glagoleva-Arkadyeva fame and recognition outside the USSR. Each of the physical phenomena has its own features that distinguish it from others, making it unique, the same can be said about our range. The peculiarities of the THz range are:

1. Huge frequency range, non-ionising radiation.
2. Possibility of obtaining contrast images.
3. All objects that surround us radiate in the THz range.
4. Strong reaction of many substances to THz radiation.
5. Sensitivity of THz radiation to water and other polar liquids.
6. Transparency of many bodies for this range.

Here we come to the most important thing, namely the field of application. Let us briefly familiarise ourselves with each of them:

"Security" and its systems. Recently, much attention has been paid to the safety of citizens, so this application is relevant. As we have already found out, THz radiation can easily penetrate through clothes, paper, plastic and is non-ionising, which makes it much safer than X-rays (no harm to the body). Thanks to these rays it is possible to easily detect dangerous explosive objects under a person's clothes, metal and other prohibited substances. Why does terahertz radiation so easily detect explosive substances? It's quite simple. Molecules of organic substances (being organic compounds) have rotational and collective

vibrational absorption lines in the frequency region of this range (THz), which causes the presence of characteristic spectral features in this area [4].

Communication. Terahertz radiation is quite difficult to transmit over cable, but it is well transmitted through the air, but because of the frequency difference, air molecules absorb THz waves quite strongly, making it possible to transmit only a few metres, but the bandwidth and potential data capacity is much higher than in systems that operate on microwave radiation, such as WLANs. But despite all the priorities, terahertz sources are very high on the price tag.

Spectroscopy, atmospheric and space exploration. THz radiation has the ability to interact with oscillators (a system that makes oscillations, i.e., whose performance is periodic in time [5]) that have resonant frequencies, so terahertz radiation can be used to identify molecules. Hence, to study various interstellar clouds, envelopes, comets and other astronomical objects in astrophysics, THz radiation comes in handy.

Medicine. Once again, terahertz radiation is non-ionising, which makes it much safer than X-rays. And it is in this area that terahertz radiation has gained the greatest application. Thanks to the biotropic parameters of THz-waves, the ageing of medicines is monitored, and the danger of impurities in these technological processes is determined. Treatment of oncological diseases will become much easier due to the fact that these waves penetrate well into the upper layers of the skin, which allows detection of processes at early stages. New methods of therapy are gradually being introduced in Russia: NO-therapy, EHF therapy [6].

Currently, there are two imaging systems: passive and active. These systems provide different information about the object. For example, the active image is the one that we can see with our eyes, i.e. in the visible spectral range, and the passive image is, let's say, a picture taken in complete darkness with the help of a special device, where we can see not only the object itself, but also some information about it (body temperature).

We decided to reproduce this experiment ourselves with the help of a special device, a thermal imager, which we rented from the company "EuroDom" in the city of Stary Oskol. The thermal imager we had was from the company "Testo", model "875-1i". In an ordinary room we first created a naturally active picture of a person in the visible spectral range. As we can see, this is an ordinary photograph taken in diffuse light using a light source. The same thing we see with our eyes every day. Now we turn off the lights, shade all the windows and create total darkness. In this light range our eyes see nothing, including the object, this can be explained by the fact that human eyes have weak radiation to register a passive picture in the visible range. So we take a device, in our case a thermal imager, and point a special camera at the object. Now we see the object itself, but only in a slightly different way, namely the parts of the human body in different

temperature areas. The nose has a temperature of 34,4°C, the cheeks are colder - 33,2°C, and the forehead temperature is 33,9°C. Such subtleties cannot be seen in the active picture.

The passive picture was taken at a wavelength of 10 μm.

From all this we can conclude that in the terahertz spectral range the intensity of body radiation decreases, but at the same time, its registration requires more highly sensitive devices and radiation receivers than those used in active systems.

Although the "terahertz gap" has been closed, the terahertz range has not been fully explored yet. At this point in time, there are many devices that are used in the terahertz range and have quite extensive applications. THz waves in the future could fundamentally change the treatment methods of modern medicine, which is one of the main goals pursued by scientists around the world. Various devices will improve security systems, help explore space and make leaps in communication. The THz band has important and unique properties not only for science and its fields, but also for people themselves. Of course, it will take a lot of time to study these waves in detail, but there are more and more groups of specialists in this area every year, because this area is extremely relevant for the development of modern science.

Список использованных источников:

1. Профессор Д.Р. Хохлов Т-лучи: физика и возможности применения // Газета "Советский физик". - 2014. - №№5(108). - С. 3.

2. Грабовский С.В кафедра ОФМС А.А. Глаголева-Аркадьева 120 лет со дня рождения // Газета "Советский физик". – 2004

3. Глаголева-Аркадьева А.А. "Собрание трудов" М-Л. (1948).

4. Teraview URL: <https://teraview.com/> (дата обращения: 16.06.2021).

5. <https://www.wikipedia.org/>

6. И.М. Чекрыгин А.Э. Чекрыгин В.Э Чекрыгин Терагерцевые технологии - медицине // 13-17 September, Sevastopol, Crimea, Ukraine: Int. Crimean Conference "Microwave and Telecommunication Technology (CriMiCo 2010), 2010 20th. - С. 1115-1116.

7. Костюков А.М. Терагерцевое излучения: автореф. дис. физика наук: Самара, 4 с

8. Dmitriev, V.G. Handbook of Nonlinear Optical Crystals / V.G. Dmitriev, G.G. Gurzadyan, D.N. Nikogosyan. – Third revised edition. – Springer, 1999

9. Zhang, X.-C. Introduction to THz Wave Photonics / X.-C. Zhang, Jingzhou Xu. – Springer, 2010. – 248 p.

10. Terahertz optoelectronics / K. Sakai (ed.). – Springer, 2005. – 402 p.

© Соколова Т.Д., Мишина Е.Ю., 2023

УДК 37:004

**ВЛИЯНИЕ МЕДИАТЕХНОЛОГИЙ НА СИСТЕМУ ОБРАЗОВАНИЯ
THE IMPACT OF MEDIA TECHNOLOGY
ON THE EDUCATION SYSTEM**

Соловьева Е.Д., Николаева Е.В.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Digital technologies are a powerful instrument that can help improve education in various ways, such as making it easier for instructors to generate instructional materials and providing new methods for people to learn and collaborate. A new era has arrived with the Internet's worldwide reach and many intelligent devices connected to it. In fact, the use of advanced digital technology contains a great potential to revolutionize education [1, 2].

Media technologies include a variety of media and tools such as the internet, social media, mobile applications, computer programs, audio and video materials, etc. [3]. They are constantly evolving and changing, opening up new opportunities for education.

Over the recent decade, education has undergone significant changes due to the development of media technology. Online learning has become increasingly popular and accessible so that students can study various subjects and get quality education from the comfort of their homes. This was especially important in the context of the COVID-19 pandemic when most educational institutions switched to distance learning [4]. Thus, social media has become an integral part of education, allowing students to socialize, share information and create learning communities. Virtual learning environments and distance learning have opened up programs to students who would otherwise be excluded [5].

It is worth noting the significant role that social media are gaining in education. They allow students not just to communicate, but share useful information and experience, create educational communities and groups, which promotes collective learning and development. Millions of Russian students already have the opportunity to communicate with their peers on the other side of the world without much difficulty. Mobile applications also play an important role in education, providing access to educational resources anytime and anywhere. Due to these new media, students are able to learn new languages, to study science and humanities right from their mobile devices. Mobile learning applications have also become widely used, providing access to educational resources anytime and anywhere. The use of mobile applications for learning is actively developing in many countries, including Russia. Some universities offer their own apps where

students can access lectures, materials for independent work and communication with professors.

Media technologies have brought significant changes to education in Russia, making it more accessible, flexible and diverse. Online platforms and mobile applications open up new opportunities for distance learning and professional development, which is an important step in the development of education in the country.

Russian online platforms offer courses at various levels and in various directions. They allow users to study new subjects, improve their qualifications and receive certificates from leading Russian universities and companies. One of the most popular platforms is Lectorium, which offers more than 5,000 video lectures on various topics ranging from humanities to exact and natural sciences. There are also platforms specializing in online learning in programming, marketing, finance and other areas.

Online learning platforms make education more global, allowing students from different countries to study courses from leading universities and experts from around the world. Among modern media technologies, online learning platforms such as SkyEng, Uchi.ru, Coursera, Udemy, edX and others are particularly important. They provide access to courses from leading universities and experts from around the world, enabling students to study various subjects and earn certificates and diplomas.

The introduction of media technologies into educational programs has fundamentally changed the process of acquiring information, comprehending and analyzing it, and applying theoretical knowledge to solve practical problems [6].

One of the main benefits of media technologies in education is the personalized approach to learning. Students can choose materials and teaching methods that are appropriate to their level of knowledge, interests and pace of learning. This allows them to absorb information and develop their skills more effectively. Thanks to media technologies, students have the opportunity to personalize their education by choosing individual educational trajectories. This makes learning programs more individualized, corresponding to students' abilities, psychological characteristics and personal preferences.

In addition, media technology makes learning more interesting and engaging. The use of multimedia materials, interactive tasks and game elements help to engage students' attention and make the learning process more exciting.

Media technologies also make it possible to overcome geographical and social limitations in education. They provide access to quality educational resources for students from remote areas, as well as for people with disabilities.

At the Kosygin State University of Russia, there are educational programs, which incorporate media technologies. For instance, one of the new educational

programs is Digital Marketing, where students are taught to work with new media tools to promote themselves and the product in general.

Every year students at the Kosygin State University of Russia demonstrate their achievements in mastering media technologies related to their future profession. At the textile exhibitions, our university presented current topics about the directions of digital fashion development, in particular, the promotion of new technologies in the fashion industry, which students are already using in practice.

It is important to keep up with constantly evolving technology. In a world where everything is changing every day, traditional methods of education have also changed. This is not a bad thing, on the contrary, now education has become more accessible and interesting and allows students to communicate, exchange information and experience, create educational communities and groups, which contributes not only to the acquisition of professional competences, but also to the formation of “soft” skills required today by a specialist in any profession.

E-learning and m-learning programs provide students and teachers access to a vast pool of information content. While technology will play an essential role in shaping the future of education, ensuring that new teaching tools are used effectively will require a new generation of educators who understand the importance of human connection in the classroom. These can lead to a satisfying and engaging career in education. Students gain the knowledge and skills necessary to employ new educational technology to maximize their advantages in the future. In upcoming years, education trends will experience the tide of growing internet capabilities and network capacity, making it easier to incorporate innovative technology into educational process.

Thus, benefits of media technology in education include putting students' knowledge into action; sharpening students' critical thinking; increased collaboration; better communication; personalized learning opportunities. Enriching the classroom with media technology results in better comprehension; interactivity and class engagement; opportunity to explore complex matters combining different educational tools and methodologies; more effective learning due to time-saving educational process. However, despite all the advantages, there are also some challenges to using media technologies in education. For example, it is necessary to ensure that such technologies are accessible to all students, as well as to ensure data security and protection from the negative impact of content [7].

To summarize, it should be emphasized that media technologies have greatly changed the education system. Media technologies have had a huge impact on the education system, changing the way we learn and access knowledge. They provide learners with the opportunity to receive education anytime and anywhere through interactive online courses, video lessons, webinars and other learning tools.

However, there is no complete substitute for offline teaching and learning. Thus we have reached the era of hybrid teaching and learning, where both online and offline systems are integrated to enhance the educational results as an outcome of the implementation of Education 4.0 [8].

Overall, modern media technologies offer tremendous opportunities for education and development, providing access to knowledge and information that was previously inaccessible. In general, we can say that media technologies have a significant impact on the education system, opening up new opportunities for learning and self-development. Nevertheless, it is important to remember that the proper use of these technologies requires attention to security, content quality, and accessibility for all students.

Список использованных источников:

1. Круглова М.С., Пятина Н.Р. Роль цифровых медиатехнологий в сфере высшего образования // Цифровая экономика и онлайн-образование: ключевые тренды и препятствия. Материалы III Международной научно-практической конференции. – Екатеринбург, 2023. – С. 130-132.

2. Платонова А.В., Ярцева Е.Я. Современные медиатехнологии в образовании // Проблемы современного педагогического образования. – 2022. – № 77-2. – С. 280-282.

3. Башмакова И.С. Вебквест технологии в современном образовании // Актуальные проблемы общей теории языка, перевода, межкультурной коммуникации и методики преподавания иностранных языков. Сборник статей по материалам межрегиональной научно-практической конференции. – Саранск, 2023. – С. 88-92.

4. Николаева Е.В. Творческий учебный проект в условиях дистанционного профессионально-ориентированного обучения иностранному языку // Дизайн и технологии, 2020, №77 (119). – С. 126-133.

5. The Impact of Digital Technologies. The United Nations. – URL: <https://www.un.org/en/un75/impact-digital-technologies>

6. Nikolaeva E.V. Interactive internet projects in the practice of professionally oriented English language teaching (on the example of the thematic module “Flats & Houses”) // Иностранный язык в нелингвистическом вузе: академические исследования и педагогическая практика. Сборник материалов Межвузовской научно-практической конференции. Москва, РГУ им. А.Н. Косыгина, 2021. – С. 46-51.

7. Solidjonov D.Z. The impact of social media on education: advantage and disadvantage // Экономика и социум. 2021. №3-1 (82). С. 284-288.

8. Haleem A., Javaid M., Qadri M.A., Suman R. Understanding the role of digital technologies in education: A review. Sustainable Operations and Computers. 2022, Vol. 3, pp. 275-285.

© Соловьева Е.Д., Николаева Е.В., 2023

УДК 378.1

НОБЕЛЕВСКАЯ ПРЕМИЯ ПО ФИЗИКЕ 2023
NOBEL PRIZE IN PHYSICS IN 2023

Сталь М.А.

Научный руководитель Мишина Е.Ю.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

On the third of October of 2023 Pierre Agostini (The Ohio State University, Columbus, USA), Ferenc Krausz (Max Planck Institute of Quantum Optics, Garching and Ludwig-Maximilians-Universität München, Germany) and Anne L’Huillier (Lund University, Sweden) received the Nobel Prize in Physics “for experimental methods that generate attosecond pulses of light for the study of electron dynamics in matter” from The Royal Swedish Academy of Sciences.

As you know lots of most of the brilliant inventions in our world are related to light, we strive to know the most interesting thing on earth, like the speed of light. In the 19th century, photography involved long exposures of several hours, which meant that the subject had to remain motionless while large amounts of light accumulated. But already at the beginning of the 20th century, Einstein discovered wave-particle duality and expressed his theory of relativity. The basic idea behind special relativity is that the rest mass of a light photon is zero, i.e., an observer cannot catch up with a photon at superluminal speed and then travel with it at the speed of light. In the 21st century we have been able to advance even further [1].

Anne L’Huillier discovered a new effect from laser light’s interaction with atoms in a gas. This effect can be used to create shorter pulses of light than were previously possible. In turn Pierre Agostini and Ferenc Krausz independently applied this technology in practice. They actually start a new branch of physics in which we can control atoms.

This year's laureates conducted experiments demonstrating a method of producing pulses of light short enough to image processes inside atoms and molecules. Simply put, the work of three scientists created the fastest camera in history which shoots quadrillions of times faster than all the optical cameras familiar to us; this speed of recording is due to the fact that, reducing the scale of research down to the quantum world, we are faced with the fact that everything tends to move at light or near-light speeds. Therefore, it doesn’t matter what power your microscope is, if it can't detect such movements, you simply won't see anything.

Attosecond physics is a fairly large area of little known speeds and distances. An attosecond is so short that the number of them in one second is equal to the number seconds since the creation of the universe 13.8 billion years ago. In a molecule, atoms can move and rotate in parts per million. billionth of a second - femtosecond. These movements can be learned in a very short time. Pulses that can be produced with a laser, but when whole atoms move, the time scale is determined with its large and heavy nuclei, which are extremely slow compared to the light and agile electrons. An attosecond is 0,001 of femtosecond or one billionth of a billionth of a second, which happen almost instantly. To achieve such speeds, scientists had to use cunning and bypass some of nature's limitations. This will likely allow their technology to increase the performance of modern computers by about 100,000 times in the future. This is a brilliant discovery because we have reached new speeds. They can also help medicine diagnose diseases at the atomic stage. Therefore, with high-speed laser pulses, as if we are photographing, we run into problems associated with the nature of electromagnetic radiation. Electromagnetic radiation is what flares are, but the shortest flare that we can generate will be limited by the wavelength of the electromagnetic radiation itself, so it was necessary to bypass this limitation and speed up the process several times. They generated the shortest pulse of 43 attoseconds. As we know from the school physics course, the limit for the pulse duration is the time during which light travels its wavelength; this cannot be done in principle, since the wavelength of light is the region of localization of the photon [2].

They got around this by using sound. After all, sound is also waves, if we consider several waves close in frequency and begin to superimpose them on each other, this will lead to interference and the formation of a pulse, and by manipulating different frequencies, we can form both long and short pulses, the same can be done with electricity -magnetic waves, causing the lasers to continuously emit waves at different frequencies, at one moment they will combine in such a way that they will form a high pulse peak, namely a flash.

Anna was inspired by strings, if we take a string whose beginning and end are fixed and make it vibrate between them, then we will get a tone (a sound wave of a certain length), but if we fix more points on this string, we will get overtones of a higher sound, reducing wavelength and increasing the vibration frequency. In 1987, she was the first to discover how to use lasers to create overtones for electromagnetic waves to reduce the wave and increase the frequency, using an infrared laser whose radiation was passed through a noble inert gas, usually electrons associated with the nucleus cannot leave the gas atom, since they don't have enough energy to escape the atom's energy field. However, when laser light hits a gas and affects its atoms, it causes electromagnetic vibrations, which in turn distort the electric field that holds electrons around the atomic nucleus. Some

electrons leave the atom, creating a transient free electron that is also exposed to the laser field, resulting in additional energy. When the field, as a result of oscillations, turns around and changes its movement, the electron is attracted in the opposite direction and can again attach to the nucleus of the atom, but for this it is necessary to get rid of excess energy. This energy will be released in the form of a short ultraviolet flash, the wavelength of which will be only a fraction of the laser wavelength, and the oscillation period will be less than a femtosecond. It is this minor flash obtained as a result of the interaction of the laser with a gas atom that allows us to overcome the barrier and reduce the process to the attoseconds we need. It is worth noting that Professor L'Huillier became only the fifth woman to be awarded a Nobel in physics in more than 120 years of the award's existence [3].

In 2001 Pierre Agostini and his research group in France succeeded in producing and investigating a series of consecutive light pulses, like a train with carriages, and set at that time the record for the fastest impulse in the entire history of the world. They could see that each pulse lasted just 250 attoseconds. At the same time, Ferenc Krausz received a single pulse from train and measure a duration, it was longer than Agostini's, to wit 650 attoseconds. Perhaps, in Krausch's experiment, an electron broke away from a gas atom and flew away completely. Their pictures are not exactly photographs; they contain information about the quantum state of the electron, it's somewhat reminiscent of a thermal imager. The transition to completely new technologies for turning on and off the signal, fast encoding of zeros and ones, according to Krausch's estimates, will lead to an acceleration of computer performance by about 100,000 times. However, at the moment, an installation that replaces an entire transistor occupies one room, so this is not a technology of the near future, but let's hope that there will be more geniuses about whom I will have time to write another article.

Список использованных источников:

1. URL: <https://www.nobelprize.org/prizes/physics/2023/press-release/> (дата обращения 22.11.2023)

2. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BF%D0%B8%D1%81%D0%BE%D0%BA_%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D1%89%D0%B8%D0%BD_%E2%80%94%D0%BB%D0%B0%D1%83%D1%80%D0%B5%D0%B0%D1%82%D0%BE%D0%B2_%D0%9D%D0%BE%D0%B1%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%B2%D1%81%D0%BA%D0%BE%D0%B9_%D0%BF%D1%80%D0%B5%D0%BC%D0%B8%D0%B8 (дата обращения 22.11.2023)

3. URL: <https://www.nobelprize.org/uploads/2023/10/popular-physicsprize2023.pdf> (дата обращения 22.11.2023)

© Сталь М.А., 2023

УДК 792.077+678.16

КОСПЛЕЙ: ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ
COSPLAY: THE HISTORY AND THE PRESENT

Страхова Е.П., Николаева Е.В.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Cosplay is an art practice of embodiment in a variety of characters, which includes dressing up in costumes, applying makeup and performing the chosen image. The cosplayer often sews the costume himself, applies makeup, creates accessories and various paraphernalia, as well as engaged in styling the wig. However, there are masters in the industry and it is possible to apply to them. The level and complexity of the images can vary from the simplest Halloween costumes to professional ones with intricate detailing. Many factors influence this: the skills of the cosplayer, the desire to work out the smallest details, and even which character is being created. Costumes do not always replicate the character exactly, many cosplayers add additional details at will, and some may simplify the image. In addition, an original character that the cosplayer himself has invented can be chosen for cosplay as well [1]. In general, it is a real art that includes many different skills.

Technically, cosplay can be even attributed to performances that have been staged in the theaters since antiquity. The Greek theater originated in Athens in the 6th century BC with the staging of tragedies at religious festivals [2]. There were three types of performances there: tragedy, comedy and satirical drama. However, it is difficult to call them cosplay, although both Greek performances and modern cosplay use special costumes and the actors play the roles of the characters assigned. However, later theaters starting with commedia dell'arte became more and more similar to modern cosplay. It is also impossible not to mention the masquerade balls held since the 15th century. As a matter of fact, until 1984 cosplay was most often called a masquerade.

Let consider cosplay in the modern sense. From the position of cultural philosophy cosplay with its performative patterns expanded recreation of historical events and fictional plots from specific locations (theatres) to the whole space of everyday reality. Garments and accessories from different epochs, cultures and fictional worlds are “woven” into street fashion making fashion as a cultural phenomenon a more complicated fractal entity [3].

Many people believe that cosplay originated in Japan. In fact, it is not correct. The Japanese only adopted this cultural practice borrowed from the Americans. In 1939, Forrest James Ackerman and his girlfriend Myrtle A. Jones

appeared in special costumes at the first World Science Fiction Convention in New York. Forrest wore a “futuristic costume” inspired by the 1933 movie *The Coming Events*, and Myrtle wore a dress recreated from the same movie. Myrtle, known among science fiction fans as “Moroho”, was the costume designer [4]. The second Worldcon had both an unofficial masquerade and an already official masquerade as part of the program. It was won by David Kyle, wearing the costume of Mina the Merciless [5]. After that, the masquerades continued to be part of the World Science Fiction Convention.

In 1984 Nobuyuki Takahashi, a Japanese film director and producer, attended Worldcon, about which he later wrote an article in the Japanese magazine *My Anime*. It was there that he first mentioned the term “cosplay”. He could have translated the word “masquerade” into Japanese, but in the direct translation it means an “aristocratic costume”, which is not at all in the spirit of Worldcon. Therefore, Takahashi decided to use the term “costume play”, but this word combination is too long, especially for the Japanese pronunciation, so he shortened it by taking the first mora (syllables) of each word. Thus, “costume” was shortened to “kosu” and “play” became “pure”, and the word “kosupure” was formed [6].

Since then, cosplay has evolved and grown. Now few people would find the costumes of Forrest Ackerman and Myrtle Jones amazing, and David Kyle couldn't win a contest. Cosplay now is about painstakingly working on an image in every little detail: clothing, accessories, paraphernalia, makeup, and playing.

Clothing for cosplay is very different from what is worn in normal life. Although it can form the basis of the costume, in case the cosplayer sews it by hand. This is the most economical option for making a costume, but very energy- and time-consuming. Costumes can also be bought online, although their quality often leaves much to be desired. Such costumes usually need to be finalized. You can also order tailoring of the costume, this is probably the most expensive option, but the quality will be better. It is also worth mentioning here about wigs. Unfortunately, it is almost impossible for ordinary cosplayers to make this accessory themselves. Nevertheless, they often have to lay the wigs themselves. This is a very difficult process, but here one can turn to professional hairdressers.

Paraphernalia and accessories can also be both self-made and purchased. As a rule, a variety of materials is used for their manufacture: polystyrene foam, papier-mache, EVA foam, plastelin, plaster, epoxy resin, cardboard and many others.

With makeup, everything is more complicated. The cosplayers either do it themselves or take an assistant with them to the festival. Makeup in cosplay is also different from everyday makeup – it should not just decorate a person, but help to embody into the character. Makeup is used to visually change facial

features for greater similarity, and if the cosplayer's eye color is different from the character, lenses are required.

It is also necessary to mention photography. Photo shoots are simply necessary to put the result of your labors on the Internet. Here it is important to choose a good photographer, as well as not to miss with the location for shooting. If the photo session is held in the studio – it is usually accordingly decorated, if on the street, it is only necessary to find a suitable place where there will not be too many passers-by, and take into account the time of day – at night it will be difficult to shoot. Also do not shoot in cold weather unnecessarily, because the shooting will take a long time, and sometimes the chosen image does not imply warm clothes.

Cosplay has several problems right now. To begin with, perhaps, with the attitude in society – if a cosplayer goes out in a costume not for a festival, he or she will certainly attract attention, and it can often be negative. Besides, a costume that is not good enough at a festival or a photo shoot posted on the net may receive negative criticism. However, in real life, this is less common. Some fans may start asking the cosplayer questions about the universe from which the character is being cosplayed, because they want to check it for “authenticity”. Moreover, harassment of girl cosplayers is worth mentioning. “Cosplay is Not Consent,” a movement started in 2013 by Rochelle Kahan, Erin Filson, and Anna Kegler that brought the issue of sexual harassment in the cosplay community convention into the mainstream [5]. Harassment of cosplayers includes taking photos without permission, verbal abuse, touching and groping. Harassment is not limited to women in provocative outfits: male cosplayers have spoken out about being bullied for not fitting into certain costumes and characters.

The pros of cosplay should be mentioned as well. The main plus is the response at the festivals. From my own experience, it is incredibly gratifying when a character is recognized and asked for a photo. Besides, if the cosplayer is well enough prepared, they can perform on stage, and this, in addition to the support of the public, can bring quite material prizes. It is also possible to gain popularity putting cosplay images in the social network. And the last but not the least, the opportunity to reincarnate into your favorite character brings great pleasure to many cosplayers [7].

Список использованных источников:

1. Уважанова А.Е. «Косплей» костюмированная игра перевоплощения // Сборник трудов международной научно-практической конференции «Инновации и дизайн». – 2020. – №1. – С. 74-78.

2. Ancient Greek Theatre. World History Encyclopedia. – URL: https://www.worldhistory.org/Greek_Theatre/ (дата обращения 22.11.2023).

3. Николаева Е.В. Фрактальная динамика моды // Общество. Среда. Развитие. – 2013. – № 4(29). – С. 26-30.

4. Where does cosplay come from? History of cosplay. – URL: <http://www.cosplay4charity.be/History.aspx> (дата обращения 22.11.2023).

5. Barboza B. The History of Cosplay. Gamerant. 11.11.2023. – URL: <https://gamerant.com/the-history-of-cosplay/> (дата обращения 22.11.2023).

6. Телегина М.С., Астафьева Т.В. Формирование и развитие фестивалей косплея в США, Японии и России // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств. – 2019. – № 48. – С. 85-90.

7. Кулагина Н.В., Овчинникова М.А. Мотивация игроков косплея с разным стажем участия в ролевой игре // Концепт. – 2014. – №5. – С. 31-35.

© Страхова Е.П., Николаева Е.В., 2023

УДК 378.1

**ВЫБОР ЛУЧШЕГО УНИВЕРСИТЕТА
НА ОСНОВАНИИ СРАВНИТЕЛЬНОГО АНАЛИЗА
CHOOSING THE BEST UNIVERSITY BASED
ON COMPARATIVE ANALYSIS**

Тарасова Я.С., Соболева О.С.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

The development of a market economy in Russia determined the need to form a market for services in the field of higher education. High level of demand for educational services is explained by the fact that education plays an important role in system of values of modern man, being at the same time a key mechanism of his socialization. Choosing a university is a crucial moment in the life of young people that determines fate for many years. Therefore, now the choice of higher education institution is more conscious, deep, even analytical.

Any Russian student, choosing a place of educational institution for mastering a profession related to light industry, inevitably learns about the two most popular universities where this education can be obtained. These are Kosygin University (RGUK) and St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design (SPSUITD). Both universities are leaders in the field of light industry [1, 2], which is why an applicant faces a difficult choice. This article is intended to compare two educational institutions and to find out which is better. The comparison will take place according to the following criteria: rating; quality students' life; location of universities; additional education.

At the end of the article, table 1 is presented, in which the results of the comparison are entered.

The comparison criterion “Rating” will be based on three points: education, research and socialization. These indicators will give an overall picture of the universities considered.

On the website of the Interfax national rating, Kosygin University has the following rating: 101-105 place according to the criterion of “Education”, 94-95 place according to the criterion of “Research” and 171-174 place according to the criterion of “Socialization” [1]. St. Petersburg University has 19-21, 83-85 and 171-174 places, respectively [2].

The “Quality student’s life” parameter includes three items: tuition fees, scholarship and available catering places, as far as they present a common vision of student’s life and expenses they take on.

According to the official website [3], tuition fee for the first full-time year at Kosygin university is 280,000 rubles, whilst the same course at SPSUITD costs 200,000 rubles [4].

In accordance with the “Regulations on Scholarship provision” [5], the amount of the state academic scholarship for students who get “excellent” marks is 4,000 rubles at Kosygin University and 5,796 rubles at SPSUITD [6].

As for catering places, the situation with RSU is shown in the figure 1: within walking distance from the main building there are about five establishments with an average check of 100-200 rubles, the most popular of which is Eurospar Express. Due to the pleasant prices and geographical accessibility, students eat there most often.

With St. Petersburg University, the circumstances are different: of those establishments with an average check of up to 300 rubles, three are fast-service restaurants.

The comparison criterion “Location of universities” will be based on the following principles: the quality of the city’s life, the distance from the dormitory and the means of transport by which students can get to the university. The choice of these items is conditioned by the fact that they most fully reflect the essence of the criterion.

According to the results of a study conducted in 2022 [7], Moscow took the first place in the rating of Russian regions in terms of quality of life with a score of 82.999, leaving St. Petersburg second place with a score of 82.307.

Kosygin University has five dormitories, but the dormitory of the Textile faculty is 3.6 km from Building No. 1 on Oktyabrskaya metro station. You can get there by six routes, the fastest of which is to take bus No. 196. The total time spent on the road is on average half an hour.

Just like the Moscow university, SPSUITD has several dormitory buildings, but the address of the dormitory of the Institute of Textiles and Fashion is being considered. The distance from this hostel to the main building of the university is

11.2 km. The easiest way is to take bus No. 27 and get directly from the dormitory building to the Institute of Textiles and Fashion in 50 minutes.

The “Additional education” parameter includes three items: numbers of training programmes implemented and tuition fees.

Additional professional education is an important element of the modern education system. It responds to people’s needs to improve their educational and professional skills in a dynamic labor market [8]. There are more than 250 educational programs in the additional education centre of the Kosygin University, while in St. Petersburg there are about 60.

For the reason that two universities do not have the same specialty, I will consider similar programs, after studying which, the student will be able to obtain a diploma of retraining. These programs are "Designing, modelling and technology of sewing products. Advanced level" at RGUK and "Modeling and designing of women's clothing for an individual figure". At Kosygin university, the program consists of 8 stages and a graduation paper. The total cost of training will be 125,396 rubles [9]. There are 9 stages of payment in SPSUITD, and the final cost of studying at this university will be 180,000 rubles [10].

Table 1 – Comparison of Kosygin University and SPSUITD.

Criteria		Universities	
		RGUK	SPSUITD
Rating	Education	0	1
	Research	0	1
	Socialisation	1	1
Quality of students' life	Scholarship	0	1
	Available catering places	1	0
	Tuition fee	0	1
Location	Quality of the city's life	1	0
	Distance from the dormitory	1	0
	Means of transport	0	1
Additional education	Numbers of training programmes implemented	1	0
	Tuition fee	1	0
Total:		6	6

As can be seen from the table, universities have equalized in the score, which means that a student will have to rely on his or her personal preferences when choosing a university.

Список использованных источников:

1. Российский государственный университет имени А.Н.Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство) / Интерфакс - Высшее образование в России [Электронный ресурс]. URL: <https://academia.interfax.ru/ru/university/98/?page=ratings>

2. Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна / Интерфакс - Высшее образование в России [Электронный ресурс]. URL: <https://academia.interfax.ru/ru/university/242/?page=ratings>

3. Об установлении стоимости обучения при приеме на 1 курс в 2023-2024 учебном году: приказ Министерства науки и высшего образования Рос. Федерации от 26 мая 2023 г. №182/о

4. Об утверждении стоимости обучения на 2023/24 учебный год для 1 курса (высшее образование): приказ Министерства науки и высшего образования Рос. Федерации от 24 апреля 2023 г. №51

5. О внесении изменений в приказ: приказ Министерства науки и высшего образования Рос. Федерации от 12 сентября 2018 г. №307-о

6. На основании решения Ученого Совета (протокол №11 от 31.08.2023г.): приказ М-ва науки и высшего образования Рос. Федерации от 31 августа 2023 г. №103

7. Рейтинг российских регионов по качеству жизни - 2022 [Электронный ресурс]. URL: https://ria.ru/20230213/kachestvo_zhizni-1850749274.html

8. Артемова А.С., Башмакова И.С. Актуальность развития системы дополнительного профессионального образования. Сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием. Москва, 2022. С. 13-16.

8. Конструирование, моделирование и технология швейных изделий. Продвинутый уровень [Электронный ресурс]. URL: <https://dokosygin.ru/catalog/b032a88c-4b4b-455f-bacb-3338933c675f>

9. Стоимость обучения по дополнительным образовательным программам в Институте дополнительного профессионального образования : приложение к приказу от 20 июля 2023 г. №12

© Тарасова Я.С., Соболева О.С., 2023

УДК 372.881.1

ОБУЧЕНИЕ ЦИФРОВОЙ ЖИВОПИСИ В ВУЗЕ TRAINING DIGITAL PAINTING AT UNIVERSITY

Тарбенкова И.А., Башмакова И.С.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

For several years, digital painting has been recognized as a trend of art modern world by illustrators. Why is the hand-drawn graphics in such a demand? The aim of the given article is to consider the process of education to digital painting at university. Digital illustration or computer illustration is the use of digital tools to create images under the direct control of the artist. Usually, it is done by using a pointing device such as a graphics tablet or, less commonly, a mouse. It is true that creating visual content for games, films, and advertising is becoming increasingly popular. Experienced artists actively study graphic design, because such knowledge can significantly expand their professional

competencies. 2D artists draw in-game illustrations and advertising materials, take part in the creation of films and cartoons, and solve a huge number of problems. They work closely with designers, experts in animation and graphics, being part of a large creative team. But the question is whether an artist who works in digital painting field needs higher education or he doesn't. People have different opinions on that issue. Some people believe that formal education is not necessary because creativity and natural talent may be enough to achieve success in art. However, most artists agree that education has a positive impact on their skill development and career. All the world's masterpieces can be analyzed from the point of view of colour, composition, and style. In many paintings, the laws of composition, linear and aerial perspective, knowledge of anatomy, chiaroscuro, and so on can be traced. It turns out that to be an artist you need to have a huge amount of knowledge and skills. Or should you just feel? Feel the colour, stroke, lines, nature, emotions, and simply life, in order to transfer it to the canvas, be it a sheet of paper or a canvas in Photoshop. Or maybe everyone can be an artist? After all, there are many great self-taught masters, for example, Vincent Van Gogh, Frida Kahlo, Paul Gauguin and others. Let's look at the creative path of Vincent Van Gogh. In 1866, young Vincent studied at the boarding school in Tilburg, where he received drawing lessons. In March 1868, in the middle of the school year, Vincent suddenly left school and returned home. In July 1869, he got a job in the Hague branch of the large art and trading company Goupil & Cie. There he received the necessary training as a salesman. Due to constant contact with works of art, Van Gogh began to understand painting, and he often visited city museums and galleries, admiring the works of Jean-François Millet and Jules Breton. Later, in Paris, he attended exhibitions at the Salon and the Louvre and eventually began to try his hand at painting. Gradually, this activity began to take up more of his time, and Vincent finally lost interest in work, deciding for himself that art had no worse enemies than art dealers [1]. He believed that the best thing is to work hard, so he continued his studies on his own. Vincent worked hard, he studied the life of the city, especially the poor neighborhoods. Achieving interesting and surprising color in his works, he sometimes resorted to mixing different writing techniques on one canvas. They were chalk, pen, sepia. Van Gogh constantly improved himself. He tried to find inaccuracies in his works and corrected mistakes. Many artists would envy his diligence and hard work. In order to achieve high results, he kept his vows: not to start painting before you have mastered drawing, because "drawing is the backbone of painting; draw first and foremost human figures, for they are the key to everything that lives. They indirectly have a beneficial effect on the work on the landscape. His early landscapes are in line with the general trend of Dutch lyrical landscape of that time. With the development of his own style, the artist's works became more recognizable and unique [2]. Thus, Van Gogh was a self-taught person who

created masterpieces without completed academic training, but did not at all want to remain an interesting amateur: he himself, with only a little help from Mauve (his relative), set up a school for himself, although not academic, but with severe restraining discipline. However, despite the fact that there are examples of famous self-taught artists, one cannot rely on the fact that one can create masterpieces without proper education, and one must not forget that during his lifetime Van Gogh sold from 1 to 14 paintings according to various sources. Therefore, he cannot be called a financially successful artist. Also, even though Van Gogh is considered a painting genius these days, how many self-taught artists have not received recognition and have failed to create anything worthwhile? Perhaps these nameless artists would have had a chance to immortalize their work if they had enough knowledge.

So, what is an artist? Any artist is too broad title to answer. Usually, people choose one or two areas to develop in. You can become an illustrator and create illustrations for books, articles in magazines, newspapers. You can train to be a copy artist and create professional copies of famous paintings. You can also become a fashion designer to create sketches and develop samples of new clothing models. Or, for example, you can train graphic skills and become an artist who illustrates literary works, magazine and newspaper, creates various drawings, and engravings. Let's get closer to modern times: more and more projects are being implemented in digital format, artists must adapt to reality. One of the branches of digital art is 2D graphics. What should a 2D artist be able to do? Every 2D artist must be able to draw - this is the main rule, without which it is impossible to enter the profession. 2D artists know the basics of painting and composition, creating drawings on paper using pastels, watercolors and regular pencil. When creating images or game illustrations, it is necessary to evaluate proportions, choose angles, arrange light and shade, etc. To be closer to modern time, one must admit that more and more projects are being implemented in digital format. One of the branches of digital art is 2D graphics. What should a 2D artist be able to do? 2D artists know the basics of painting and composition. When one creates images, he must know everything about proportions, how to arrange light and shade. The responsibilities of a 2D artist depend on the place of work and the project in which he is involved. These specialists take part in the creation of casual, children's, strategic, logic and other games for mobile applications and personal computers. They work on creating illustrations, draw advertising materials, posters, concept art for games, films, and more, they can do web design. 2D artists use professional software, as well as computers and graphics tablets for their work. While studying and receiving additional professional education, future 2D artists need to collect a portfolio and take part in any projects that will help them gain first experience and feedback [3]. Pros and cons of higher education for being a digital artist. Many students complain about the presence of non-core general education subjects,

which in the first years take up half of the curriculum. Then, the difficulty to combine work with full-time study. Biased assessments: since there are no clearly defined formulas in art, and everyone's concept of beauty is different, it is impossible to please everyone with your works. Also, the vision of beauty between a student and a teacher may differ. However, it is usually the technicality of completing tasks that is assessed. During training, you will need to create not only what the student likes, but also what is necessary for the programme of the university. Students have to do the work which they don't like or want, they can burn out because of it. Self-study still plays a very important role in higher education. There may be some disadvantages, but there are also many advantages to receive this form of training. Education is important for an artist as it helps develop their skills and creativity and allows them to learn different techniques and styles of art. A trained artist can study art history and gain inspiration from the works of great masters. Education gives students the opportunity to understand the basics of composition, colour science that is useful for future career. Education can also help an artist learn to use various techniques and materials, study composition and colour combinations, and master skills in working with modern technologies. Education allows an artist to study and understand the history and culture of various people, that can become a source of inspiration for their work. An artist who has knowledge of art theory and history can better understand and analyze their art and communicate about it with the public. Additionally, higher education can be helpful to an artist in establishing professional connections. At art schools you can meet other talented students and teachers who can become useful contacts and support in the future. Education also provides the opportunity to participate in exhibitions and competitions, where the artist can demonstrate his work to a wide audience. Education also helps an artist learn technical skills in using modern art tools and software. In conclusion, it is necessary to emphasize that every 2D artist must be able to draw. That is the main rule, without which it is impossible to enter the profession. 2D artists must know the basics of painting and composition. When creating images or game illustrations, it is necessary to evaluate proportions correctly, to choose angles, arrange light and shade. For all this one cannot do without professional knowledge which students acquire at the university.

Список использованных источников:

1. Дмитриева Н.А. Винсент Ван Гог. Человек и художник. – М. : Наука, 1980. 402 с.
2. Рапелли П., Паллавизини А. Ван Гог. Гении искусства. – М. : Омега, 2010. 160 с.
3. Полезные книги для художников компьютерных игр.
<https://vk.com/@sibgamejam-poleznye-knigi-dlya-hudozhnikov-komputernyh-igr>

© **Тарбенкова И.А., Башмакова И.С., 2023**

УДК 001.895:378

**ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ
ВЫСШЕГО ТВОРЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ
TRENDS IN THE DEVELOPMENT
OF HIGHER CREATIVE EDUCATION**

Терещук С.Р., Соболева О.С.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

In today's world, where technology and innovation play a key role in the development of society, higher education is becoming an increasingly important tool to train qualified specialists and professionals. However, in recent years, more and more attention has been paid not only to technical and scientific specialties, but also to creative specialties. Creative education, which was previously less popular and accessible, now attracts more and more students seeking to develop their talents and contribute to the development of culture, art and design. This article is devoted to the main trends and directions in the development of higher creative education, and the opportunities that are open to students in this field.

As mentioned above, with the development of technology and innovation in the modern world, higher education, especially in the creative sphere, is becoming increasingly important. In this regard, many educational institutions offer new approaches and teaching methods that allow students to get quality education and develop their creative abilities [1].

Why is creative education popular right now? There are several reasons why people choose creative specialties. First, it is an opportunity to express themselves and their ideas through art, music, literature and other forms of creativity. Second, creative education helps to develop critical thinking, communication and problem-solving skills that are essential in any profession. Third, creative professions can be very highly paid and in demand on the labor market. Finally, creativity can be a source of enjoyment and fulfillment, which makes creative education attractive to many people [2].

Creative education is available now. There are many institutions that offer programs in art, design, music, theater, and other creative disciplines. These programs can be either face-to-face or distance learning, allowing people from different regions and countries to get a quality education. In addition, there are many online courses and workshops that one can take to improve their skills in a particular field.

Modern creative education is constantly evolving and adapting to new requirements and challenges.

Modern creative education has a number of advantages over other types of education. Firstly, it allows students to develop their creative abilities and talents, which can help them achieve success in their future careers. Second, creative specialties are often highly paid and in demand on the labor market, which makes education in this field more attractive to students. Third, creative education can help students to develop their communication and leadership skills, which is also an important advantage for future careers. Finally, creative education provides students with the opportunity to work on projects that can be challenging and inspiring, which makes the learning process more fun and motivating.

Creative graduates can work in a variety of industries such as art, design, fashion, music, film, and theater. They can also start their own companies or work on creative projects as freelancers. In addition, graduates can receive grants, scholarships and other types of financial support to continue their education or develop their creativity.

One of the main trends in higher creative education is the integration of high technology and modern mechanisms into the learning process. This allows students to learn new tools and methods of work, as well as access to large amounts of information. For example, many universities offer courses in digital content creation, animation, virtual reality and other areas.

In today's world, high technology plays a significant role in all spheres of life, including education. Higher education institutions teaching art specialties are no exception. Integration of high technologies into the learning process allows improving the quality of education, making it more accessible and interesting for students. In addition, the use of modern technologies allows teachers to more effectively organize the educational process and control its results.

One example of integrating high technology into art education is the use of computer programs to create digital images, animation, and video. Students can use these programs to create their own artwork as well as to learn the basics of computer graphics and animation [3].

Also, some schools use virtual reality technology to create three-dimensional models and scenes. This allows students to more deeply understand the principles of working with three-dimensional objects and create more realistic images.

It is important to note that the integration of high technologies should not replace traditional teaching methods, but should complement them. After all, the main goal of art education is to develop students' creative thinking and ability to create works of art, not just to teach them how to work with computer programs.

Today it is becoming commonplace to use 3-D printing tools, 3-D scanning of objects with their subsequent digitalization, computer graphics and modeling

to create interactive exhibitions and recreate individual locations using "game engine" technologies.

The level of interactivity in the education process is growing nowadays. This, in turn, raises the question of the possibility of using such technologies as "Virtual reality, VR" and "Augmented reality, AR".

In addition to the possibility of using virtual and augmented reality as a tool for visualization of space and objects, there is a possibility of using them directly as tools for designing, object creation and design. Active introduction of VR and AR technologies could qualitatively improve the training of specialists in such disciplines as: computer science and computer graphics, design engineering, architectural design, digital painting, game design, computer technologies (2D graphics, 3D modeling, visualization, video editing and video animation), user interface design [4].

Another trend is the increasing number of interdisciplinary programs and courses. This allows students to get a broader education and learn how to work in different fields. For example, students can study art, design and technology at the same time, which gives them the opportunity to become more versatile specialists.

Of course, in today's world, education should not only be of high quality and depth, but also universal. Therefore, many educational institutions are beginning to introduce interdisciplinary programs that combine different areas of knowledge.

Such programs allow students to gain a broader outlook and learn how to apply knowledge from different fields to their work. For example, an art student can learn the basics of programming and design to create their work at a higher level. Interdisciplinary programs also help students better understand how different fields of study interact with each other and how they can be used to solve different problems. This is especially important in the creative field, where you need to be able to think outside the box and find new solutions.

However, implementing interdisciplinary programs can be a complex process that requires changing teaching approaches and adapting curricula. It is also important to consider that such programs may take more time and require more effort from students. Nevertheless, the benefits of interdisciplinary education are clear. It helps students become more flexible and adaptable, which is an important quality in today's world. In addition, such programs can help students find new ideas and solutions for their projects, which can lead to more innovative and successful outcomes.

It is also worth noting that many universities are beginning to place more emphasis on developing soft skills in students. This includes communication, critical thinking, problem solving and teamwork skills. Such skills are essential for success in any field, and especially in the creative field.

Nowadays, higher education plays a key role in preparing professionals who can successfully work in various fields. One of the most important aspects of higher education is the development of soft skills, which help students to become more successful and effective in their professional career. Soft skills include communication skills, teamwork, critical thinking, problem solving, time management and others. They are necessary for successful accomplishment of various tasks and achievement of goals in professional activities.

Introducing soft skills into higher education helps students become more confident, develop their communication skills and learn to work with others. It also helps students to become more responsible, organized and motivated. Using soft skills in higher education also helps students to better adapt to changing conditions in the labor market. They can use their skills to succeed in job interviews and get the desired job [5].

Thus, the implementation of soft skills in higher education is of great importance for training professionals who can work successfully in the modern world. It helps students to become more effective and successful in their careers and improves their communication and teamwork skills.

In addition, more and more universities are starting to offer courses on entrepreneurship and startups. This helps students learn how to work under uncertainty and create their own projects.

For quite some time now, creativity and business have gone hand in hand. Many successful entrepreneurs started out with creative ideas and projects. So it's no surprise that more and more educational institutions are starting to offer courses and programs that will help students learn how to create and grow their own businesses.

These programs are designed to help students develop the skills they need to be successful in business. They teach students how to develop business plans, manage finances, communicate with customers and partners, and solve problems and make decisions. Startup courses also help students understand how to start a business from scratch and the steps they need to take to grow it. They include learning about various aspects of starting and managing a business, such as product development, marketing, sales, and human resource management. Running your own business programs can also help students understand the skills they need to succeed in business. These may include learning skills such as leadership, communication, problem solving and teamwork.

Are graduates of creative universities successful? Of course, if the student himself contributed to his professional success. Firstly, it is the student's talent and diligence. Secondly, the ability to find and implement new ideas. Third, the ability to work in a team and communicate with others. And finally, constant self-development and learning new skills.

Overall, higher creative education continues to evolve and adapt to the new challenges and opportunities presented by the modern world. The integration of technology, interdisciplinarity, soft skills development and entrepreneurship all contribute to ensuring that students receive a quality education and are prepared to work in a rapidly changing world.

Список использованных источников:

1. Барбер Майкл, Доннелли Кейтлин, Ризви Саад, Накануне схода лавины. Высшее образование и грядущая революция 2013, [Электронный ресурс], режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/nakanune-shodalaviny-vysshee-obrazovanie-i-gryaduschaya-revolyuetsiya>

2. Плюсы и минусы творческих профессий, [Электронный ресурс], режим доступа: <https://synergytimes.ru/learn/plyusy-i-minusy-tvorcheskikh-professiy-dengi-i-slava-vs-nestabilnost-i-plotnyy-grafik>

3. Искусство программирования, [Электронный ресурс], режим доступа: <https://www.gpntb.ru/vystavki-v-gpntb-rossii/2021-god/113-chitatelnyam/6/7787-iskusstvo-programmirovaniya.html>

4. К. Г. Лысиков Повышение эффективности образовательного процесса по специальности «дизайн виртуальной среды» путем внедрения технологий дополненной и виртуальной реальности// Электронный сборник материалов I Международной научно-практической конференции: Актуальные проблемы физики, электроники и энергетики, Новополюцк, 2023. С. 295-297.

5. Румянцева О.В. Развитие soft skills в вузе: взгляд студентов, 2022, [Электронный ресурс], режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitiye-soft-skills-v-vuze-vzglyad-studentov>

© Терещук С.Р., Соболева О.С., 2023

УДК 372.881.1

**ВЛИЯНИЕ ИНТЕРЬЕРА
НА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ПРОЦЕСС В УНИВЕРСИТЕТЕ
THE INFLUENCE OF INTERIOR
ON THE EDUCATIONAL PROCESS AT THE UNIVERSITY**

Тоскина В.И.

Научный руководитель Башмакова И.С.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

The interior plays a significant role in shaping the learning environment and influences the educational process of students. The relevance of this topic is

due to constant changes in education and the desire to create comfortable conditions for learning. An optimally designed interior can stimulate creative thinking, might increase productivity and enrich the educational experience. New styles in the interior, the right approach to the use of space geometry and colour schemes can improve not only the educational process, but also refresh the appearance of the institute. The aim of the given article is to show that a well-chosen interior helps improve student concentration and engagement in the learning process. For example, the use of neutral and pastel colors in the interior of the premises helps to create a calm atmosphere that helps improve attention and assimilation of information. It is also important to consider space distribution and lighting to create optimal learning conditions. Human beings are greatly affected by their surroundings, especially in learning spaces. Lighting, colours, seating arrangement, and other factors all have a physical and psychological impact on students, which is reflected in their behavior, and performance. Although there have been previous studies that have linked a student's behavior to the interior design elements of the learning space, there is no extensive, combined study that can guide the design of university educational spaces to achieve the highest possible efficiency for the students. It is important to set criteria to assess the learning space. The standard states whether or not a learning space can provide an appropriate learning environment that can help students physically and psychologically. Some research results showed that many existing educational spaces have problems with interior design elements. Some of these problems, such as lighting, ventilation, and temperature, can be avoided from the beginning by orienting educational spaces correctly and thus obtaining adequate natural lighting, ventilation, and temperature without having to rely on industrial means. Noise can also be reduced if a suitable location away from the noise is chosen, as well as careful selection of finishing materials of sound insulation material. On the other hand, the colour of the white wall, which many studies have confirmed harms the space users of students and teachers but is still used, is a problem that is easily avoidable but still recurring. It is preferable to use cold or warm colours instead. It has been established that the color must necessarily correspond to geographical and natural conditions; image of an organization or company; architecture of the building; its interior; style of furniture and type of lighting, as well as the purpose of the room and its size [1, 2]. Red colour is associated with energy and leadership. In the interior it can be used in small quantities, focusing attention on individual elements of furniture, in paintings, etc. Yellow color pleases, and at the same time creates an imperceptibly cozy atmosphere in the interior of the premises. Various shades of blue and green are well suited for decorating rooms. Green shades have a positive effect on heart rate and blood pressure, and, in addition, improve vision. The blue colour and its shades will allow you to concentrate and think clearly, creates coolness and

inspires calm and confidence. Very well suited for educational environments. Orange colour is very well suited for decorating the interior of a room where creative work, design projects, and any creative developments are carried out, i.e. for a designer's creative workshop. In small inclusions in the interior of the living environment, the colour orange will well dilute the calmness of the yellow color. White and beige colours in the interior do not have a strong impact on the psyche and are universal. They are widely used for walls, ceilings in the interior, and can often be used in textiles, for example, when using curtains, furniture upholstery, etc. While colour psychology has been widely adopted by the advertising industry, these same takeaways are applicable to the classroom setting as well, as it was mentioned above. Colour has the ability to influence one's mood, health and performance which means that certain paint colors or furniture choices have a direct impact on what takes place inside the classroom as well. Certain colours can capture attention, increase alertness, or create calmness. By designing classrooms with this in mind, the learning environment is well suited to enhance learning abilities and memory retention. Typically, classroom walls are more of a mixture of artwork, homework, and visual aids for student viewing which ends up looking visually chaotic. While these details are obviously intended to help students learn, they counterproductively cause stress and anxiety as well as embed negative learning behaviors. Instead, display areas should be confined to a space within the classroom, rather than scattered throughout the entire room. Colours in the learning environment should be selected to maximize information retention and stimulate participation. The key to creating an environment conducive to learning in a classroom is to not over-stimulate learners. Overstimulation is often caused by large amounts of bright colors, especially reds and oranges. Calmness, relaxation, happiness and comfort are feelings elicited by colors such as green and blue. How do you achieve an appropriate color balance for a learning environment?

When selecting colors for the classroom there are several factors to consider. Some questions you should think about include: How will the environment be used? Is it an energetic environment, calm environment, creative environment, or a focused environment? What is the age range of the students? The age of the student influences which colour palate should be considered. As the use of bright colours can create stress and anxiety, younger children actually prefer these environments. Younger children tend to gravitate towards warmer palettes and older students towards cooler palettes. Colour palettes can feature a variety of shades of the same colour to set a specific mood, or layered with other colors for a more dynamic environment. An effective colour palette can enhance information retention and facilitate the thinking process as well. By learning the principles of colour psychology, not only can we help students learn better, but we can use these tools to influence our own learning and work habits too.

Besides, properly designed classroom interiors can improve student comfort and satisfaction with learning. Ergonomic furniture, comfortable seating areas and comfortable working conditions also play an important role in creating a stimulating learning environment. It can also be concluded from some researches that the urban environment surrounding a person is overcrowded with straight lines and angles, a huge number of large planes (asphalt pavement, bare walls of glass and concrete, blank fences). It is often dominated by the same elements (rows of windows on the flat walls of tall buildings, paving slabs, etc.). An unfavorable visual environment surrounds a person in interior spaces, which is facilitated by many modern materials, such as polished walls, plastic, linoleum, tiles, meshes, gratings, tiled coverings, blinds, etc. According to the interior specialist E.S. Ponomarev [3], students and workers forced to stay for a long time in one enclosed room at a fixed point, for example, at a workplace or at a desk, cannot avoid the adverse effects of even one ill-conceived element. People strongly associate squares and rectangles with practical things, so they bring a sense of trust and authority. General meanings: discipline, strength, courage, safety, reliability. Triangles can have different meanings. A right triangle brings feelings of stability and balance, but an acute triangle looks risky and ready to fall, giving people a feeling of tension. General meanings: excitement, risk, danger. The circle has a connection with the sun and the Earth, as well as with other cosmic objects, while the ellipse is similar to the entire universe. In addition, unlike previous figures, the circles do not have corners, which makes them softer. General meanings: eternity, femininity, universe, magic, mystery. Spirals are often seen in nature, such as shells and flowers, the reason why it is often associated with the cycle of life and growth. In modern society they are perceived as a sign of creativity and a sharp mind. General meanings: growth, creativity, calmness, intelligence. All things created by nature have their own unique shape. Leaves, flowers, trees, animals and many other representatives of flora and fauna become a source of inspiration for artists and designers. Natural forms have clear meanings for the plants and animals they symbolize. They often bring a feeling of relaxation. Abstract shapes are an effective way to quickly convey a message without text. General meanings: duality of meaning, uniqueness, complexity. [4] Therefore, you should not just arrange furniture in public spaces, but also take into account what can be used in them as a visual element of relaxation and motivation.

Thus, the influence of the interior on the educational process of students is enormous. New interior styles and the correct use of space geometry and colour schemes can improve not only the educational environment, but also make educational institutions more productive and enjoyable. Moreover, this can be achieved without breaking the budget through careful planning and efficient use of resources.

Список использованных источников:

1. Абрамова, Ж.А. Роль цвета в эффективном использовании человеческих ресурсов ресурсам области – эффективное использование. // Сборник материалов XVIII Ежегодной научной конференции студентов Технологического университета. – М.: Научный консультант, 2018. С. 99 – 105.
2. Архипова, А.А. Организация среды для отдыха молодежи. // Материалы XI Международной научно-практической конференции «Научный потенциал мира». – София, 2015. С. 13-14.
3. Пономарева, Е. С. Интерьер гражданских зданий. – Минск: Высшая школа, 1991. 255 с.
4. Arhipova, A. Knock Design into Shape. Psychology of Shapes. [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. Режим доступа: <https://blog.tubikstudio.com/>

© Тоскина В.И., 2023

УДК 021

**АВСТРИЙСКАЯ НАЦИОНАЛЬНАЯ БИБЛИОТЕКА
DIE ÖSTERREICHISCHE NATIONALBIBLIOTHEK**

Трoнина Е.М., Казарян О.В.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

In Zeiten, an denen Ressourcen online von überall aus verfügbar sind, stellt sich die Frage nach der Rolle der Bibliotheken neu. Die Bibliotheken von heute sind kombinierte Präsenz- und Ausleihbibliotheken, die viele Studenten und alle Interessierten, die Erkenntnisse aus verschiedenen Quellen gewinnen wollen, täglich besuchen.

Die Österreichische Nationalbibliothek gehört zu den größten wissenschaftlichen Bibliotheken in der Welt. Sie hat mehr als 2 Millionen Bände [1]. Sie ist die historisch bedeutendste, den Beständen nach die größte und zugleich die „Staatsbibliothek“ der Republik Österreich. Ihre Traditionen, die bis in das Mittelalter zurückreichen, finden im repräsentativen Barockbau in Wien am Josefplatz mit dem berühmten Prunksaal als Zentrum ihren architektonischen Ausdruck.

Die wichtigste Aufgabe der Bibliothek ist es neben der Erhaltung des umfangreichen Erbes an Schrifttum aus Jahrhunderten österreichischer Geschichte, auch in der Gegenwart alle in Österreich erscheinende Literatur über Österreich zu sammeln und zu archivieren.

Die Österreichische Nationalbibliothek, die ehemalige Hofbibliothek der habsburgischen Kaiser, wurde 1526 von Kaiser Ferdinand I. gegründet. Durch die Bibliotheken der Fugger, der Ambraser Sammlung, des Prinzen Eugen u. a. sowie durch die Säkularisationen wurde sie stark vermehrt [2].

Mit ihren Sammlungen bildet sie ein bedeutendes Zentrum der Literaturversorgung in Österreich. Die Bibliothek gibt die „Österreichische Bibliografie“ heraus. Der erste Versuch sämtliche österreichische Neuerscheinungen systematisch zu erfassen war im Jahre 1792. 1946 erschien das erste Heft der «Österreichischen Bibliografie», die seit dieser Zeit ohne Unterbrechung veröffentlicht wird. Seit 2003 erscheint die Österreichische Bibliografie online. Sie wird weltweit in vielen Ländern verwendet. Dieses Verzeichnis ist eine unverzichtbare Quelle für alle, die sich über das wissenschaftliche und kulturelle Schaffen ein Bild machen wollen. Die Österreichische Bibliografie erfasst Bücher, Periodik (Zeitungen, Zeitschriften, Jahrbücher u. a.) mit Angabe von Verfasser, Titel, Seiten- und Bandzahl, Illustrationen, Erscheinungsjahr und -ort, damit heutige und kommende Generationen, darunter viele Studierende und Forscher, an einer Stelle das Wissen eines Landes versammelt finden und mit einem Blick die sozialen, technologischen, wissenschaftlichen Schwerpunkte einer Zeit erfassen können.

Seit über 100 Jahren werden in Österreich Lieder, Tänze, Märchen und Sprüche aus der mündlichen Überlieferung aufgeschrieben. Im Archiv des Österreichischen Volksliedwerkes werden sie aufbewahrt und allen, die sich dafür interessieren oder die kulturellen und sozialwissenschaftlichen Forschungen durchführen, zur Verfügung gestellt. Neben diesen Druckwerken haben die handschriftlichen Aufzeichnungen von Melodien und Texten eine große Bedeutung, weil sie regionale Besonderheiten in Musik und Sprache dokumentieren. Auch die Sammlung der audiovisuellen Dokumente kann man sich im Archiv des Österreichischen Volksliedwerkes hören und sehen lassen. Es ist sehr wichtig, dass man all diese Objekte in einer Datenbank finden kann.

Von großer Bedeutung ist zusätzliche Service in der Bibliothek für blinde und sehbehinderte Menschen. In der Österreichischen Nationalbibliothek gibt es speziellen Arbeitsplätze, die Computer mit einer speziellen Tastatur und einer Sprachausgabefunktion bieten. Papiervorlagen können auf einem Monitor angezeigt und vergrößert werden.

Seit einiger Zeit dienen die Ansichtskarten als Quellen zur Forschungen in den Bereichen Medienwissenschaft, Fotogeschichte und Volkskunde. Die Österreichische Nationalbibliothek verfügt in ihrer Kartensammlung über eine große Anzahl historischer Ansichtskarten mit topografischen Motiven, die digitalisiert wurden. Sie wurden auch mit bibliografischen Angaben und geografischen Koordinaten versehen. Man kann diese Vielzahl an Karten online blättern, die Veränderungen in der Kulturlandschaft bemerken, dokumentieren

und sie bei der Arbeit an verschiedenen Forschungsthemen benutzen. Manches aber bleibt über Jahrzehnte gleich und entzückt wie früher alle Menschen wie z. B. das Schloss Schönbrunn in Wien.

Das Online-Portal der Österreichischen Nationalbibliothek erfreut sich großer Beliebtheit und wird von den Studierenden und Lehrenden vieler Studienrichtungen besucht, weil es ihnen Möglichkeiten der hochschulübergreifenden Arbeit und einen schnellen Zugang zur wissenschaftlichen Recherche im Internet eröffnet.

Der Datenstoff der Österreichischen Nationalbibliothek erweitert stets den Beitritt zum Bildungsraum der Studierenden und ergänzt ihre Entwicklungspotentiale. Die Bibliothek bietet wissenschaftliche Literatur auch in Form von E-Books an. Den Bibliothekbenutzern stehen elektronische Bücher der renommierten Verlage zur Verfügung.

Immer neue E-Books, E-Journals und Datenbanken werden über die entwickelten Plattformen angeboten. Alle elektronischen Medien stehen für eine unbegrenzte Anzahl gleichzeitiger Nutzer zur Verfügung, was für Plattformteilnehmer sehr bequem ist. Der digitale Zugang zu den Beständen ermöglicht ihre Bildungsfelder auf innovativem Weg neu zu erweitern [4].

Heute bieten im «Center für Informations- und Medienkompetenz» (CIM) der Österreichischen Nationalbibliothek drei neue Terminals Zugang zum Webarchiv Österreich, das Webseiten von 2009 bis heute von über 2,5 Mio. Domains beinhaltet. Die Geräte sind mit einer Druckmöglichkeit ausgestattet. Um den internen und externen Wissenstransfer sicherzustellen, werden im Rahmen eines Modulprogramms für Universitäten und auch für ÖNB-MitarbeiterInnen Trainings zu Recherchestrategien in den Webarchiven angeboten.

Um zu lernen, die benötigten Informationen schneller aus einer so großen Bank zu finden, bietet das Center für Informations- und Medienkompetenz (CIM) der Österreichischen Nationalbibliothek Studierenden zahlreiche Trainings zum Erwerb oder zur Stärkung grundlegender Kompetenzen im Umgang mit Information und Medien. Im Mittelpunkt steht die praxisnahe Vermittlung, wie man das Wissen schnell und gezielt elektronisch finden kann. Als erste Bibliothek Österreichs bietet die Österreichische Nationalbibliothek für SchülerInnen ab 15 Jahren eine innovative, app-basierte Rallye durch die Bibliothek mit dem Titel «Abookalypse» an. Die TeilnehmerInnen müssen verschiedene Rechercheaufgaben mit Augmented Reality-Elementen an mehreren Stationen am Standort Heldenplatz lösen und werden so spielerisch in die Benützung der Bibliothek eingeweiht. Ein zweites Planspiel mit dem Titel «Fake Hunter» ist der Förderung der Informationskompetenz gewidmet. Das Ziel des Spiels ist ein bewusster Umgang mit Fake News in Online-Medien und Social Media [3].

Weltbekannt sind zahlreiche Ausstellungsprojekte der Bibliothek, die die ausgewählten Objekte ihrer Schätze präsentieren. Die Österreichische

Nationalbibliothek arbeitet mit vielen Bibliotheken aus verschiedene Ländern zusammen. Die Mitarbeiter der Bibliothek veranstalten zahlreiche international Wechselausstellungen und entwickeln neue Innovationen und Konzepte, die den hohen Stellenwert der Bücher unterstreichen und die die Möglichkeit geben die Buchkultur neu zu entdecken. Die Österreichische Nationalbibliothek hat fünf spezielle Angebote: den Prunksaal, das Papyruseum, das Globenmuseum, das Esperantomuseum und das Literaturmuseum, die immer großes Interesse erwecken.

Das Spektrum der Besucherschaft der Österreichischen Nationalbibliothek ist groß. Es umfasst nicht nur Studierende, die hier an ihren Projekten und Untersuchungen arbeiten, sondern auch Wissenschaftlicher, zahlreiche Forscher unterschiedlicher Richtungen, Besucher aus beruflichen Gründen und alle, die gern lesen und ihre Aktivitäten entwickeln wollen.

Список использованных источников:

1. Муравлева Н.В. Австрия. Лингвострановедческий словарь. – М.: «Метатекст», 1997. - 451 с.

2. Brockhaus Enzyklopädie Wiesbaden Bd. 14, 1972 - 816 S.

3. Wissen teilen. ÖNB-Magazin. 2023. №1. S.14. Доступ: https://www.onb.ac.at/fileadmin/content/onb-dateien/1Sitemap/Ueber_Uns/OENB_Magazin/ONB_Magazin_01_23_web.pdf

4. Lernen ist ein Kinderspiel. ÖNB-Magazin. 2023. №1. S.24. Доступ: https://www.onb.ac.at/fileadmin/content/onb-dateien/1Sitemap/Ueber_Uns/OENB_Magazin/ONB_Magazin_01_23_web.pdf

© Тренина Е.М., Казарян О.В., 2023

УДК 379.83:796.012.6

ПУТЕШЕСТВИЯ И ФИЗИЧЕСКИЕ НАГРУЗКИ КАК СПОСОБ ДОСТИЖЕНИЯ СЧАСТЬЯ TRAVELLING AND PHYSICAL ACTIVITIES AS A MEANS OF HAPPINESS

Ухина Д.Е., Новикова Н.В.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

The tourism industry has long promoted the idea that going on a holiday can bring happiness and joy [1]. While the images of sunny beaches and smiling faces may create a sense of anticipation and excitement for travelers, it is important to assess if this description accurately reflects the overall experience. If we take a look at advertising posters and TV commercials, we shall see that such

nouns as happiness, fun, dream, freedom and such verbs as enjoy are among the most frequently used ones: The happiness island. (Barbados); Enjoy every minute. (Barbados); Too much fun just for one day. (Turkey); Where happiness means the world. (Club Med); And what's your idea of happiness? (Club Med); Where happiness lives. (Aruba); Your freedom – your choice. (Hoseasons); Time to enjoy. (Cresta Holidays); So easy to enjoy. (Singapore); Relax – Explore – Enjoy. (The New Forest).

Among very frequently used adjectives in travel ads are happy, friendly and enjoyable [2].

Research suggests that taking a vacation can indeed have positive effects on happiness and well-being. Vacations provide an opportunity to relax, unwind, and engage in enjoyable activities, which can contribute to a sense of happiness and freedom.

Exploring new destinations, experiencing different cultures, and creating lasting memories can enhance one's overall satisfaction with life, which is really important for people who work a lot and for the elderly. Travel is a unique means of rehabilitation through which elderly people can increase their social circle, have new friends and support [3]. However, it is important to consider that individual experiences may vary. Factors such as personal preferences, travel companions, and the overall travel experience can influence the level of happiness one derives from a holiday. It is essential to approach travel with realistic expectations and an open mind. While a holiday can certainly bring happiness, it is also important to remember that true happiness comes from within and can be cultivated through a variety of experiences, both within and outside of the tourism industry.

While the tourism industry often promotes the idea that travel brings happiness, there is still much to learn about the underlying psychological elements and mechanisms at play.

In recent years, there has been a growing recognition of the importance of studying the effects of tourism on visitors' psychological well-being.

Travel experiences can sometimes have unfavorable outcomes and challenges. Travelers may experience homesickness, concerns about safety and security, cultural unfamiliarity, and even health issues.

Feeling homesick while being away from familiar surroundings and loved ones is a common experience for some travelers. Being in an unfamiliar environment, especially in a foreign culture, can create feelings of discomfort and anxiety. Concerns about crime, accidents, terrorism, or conflicts may also contribute to a sense of unease during travel.

Furthermore, travelers may encounter physical health issues while on vacation [1]. Headaches, migraines, muscular aches and pains, extreme tiredness, and nausea are some examples of health problems that can arise. Viral infections,

such as colds or stomach-related illnesses, are also not uncommon, particularly during the initial days of a trip when the body adjusts to new environments.

During the pandemic, quite a lot of countries had problems with attracting travellers. People were concerned about their safety and if the place would be able to give them memorable experiences despite the mask regime and other restrictions. In 2021 the Scottish Culture, Tourism and Major Events Directorate produced an inspiring commercial letting people know why the county needs them and why they really need a holiday in this fabulous location. The commercial was full of hope, tranquility and peace. These were the things everybody needed at that time.

While travel challenges exist, it is important to remember that they are not universal experiences and can vary greatly depending on individual circumstances and destinations. Travelers can mitigate some of these risks by taking necessary precautions, such as staying informed about safety measures, practicing good hygiene, and seeking medical advice before their trip.

Additionally, being prepared and informed about the local customs and culture of the destination can help alleviate some of the discomfort and concerns associated with encountering unfamiliar cultures.

Overall, while travel can sometimes present challenges and health issues, being aware of these potential risks and taking appropriate measures can contribute to a more positive and enjoyable travel experience. It's important to balance the excitement of exploration with realistic expectations and preparedness for potential difficulties.

In 2022 The World Happiness Report revealed that travelling, quality of life, and happiness are interconnected [4]. When people travel, they experience a boost of positive emotions such as interest, joy, and excitement. Exploring new places and cultures, and taking part in enjoyable activities creates a sense of well-being and happiness.

Travelling provides opportunities for personal growth and self-reflection, also it helps create good memories. Travel therapy was founded by E. Crowe. It is the psychotherapeutic journey that becomes increasingly popular. This is a simple way to transform yourself through the accumulated experience, through getting a new one and transfer the relationship to a new level. It is a way to strengthen person's identity and his or her relationships with other people [5].

Travel can offer a break from routine, and reduce stress. Stress is the reaction to worries or threats. Short-term stress mobilizes the body to respond to danger. If stress is long-term, it can have serious consequences.

Stress can cause physical problems such as insomnia and indigestion. Stress is closely connected to anxiety, irritability and other problems on a mental level. It is important to develop stress management [6].

The connection between travelling, and well-being vary among people. It is influenced by personal preferences, experiences, social and cultural background. Research can enhance our understanding of the relationship between travelling and well-being and guide people in planning their holidays.

Travelling significantly contributes to prioritizing physical, social, and psychological health [1]. It creates an opportunity to escape from the stress and problems of everyday life at home or work. Getting into a new environment, engaging in leisure activities, and exploring new cultures, people relax, refill their energy and focus on personal well-being.

Reflecting on a trip and experiencing satisfaction with memories it created can evoke positive emotions long after the journey.

Activities that go along with personal interests, such as adventure sports, cultural activities, or connecting with nature, can also enhance happiness. Activities bringing joy and a sense of fulfillment impact psychological and emotional health in a very positive way.

Having more time with friends and people you love is very important. Traveling often provides an opportunity to spend more time with them, create shared experiences and foster deeper connections. All this increases life satisfaction.

Physical activities during travel also improve physical and mental health. Exercise is a mood booster; it releases endorphins and lowers the level of stress.

The body responses to stress involves different changes that are driven by the release of adrenaline and norepinephrine. They initiate the activation of the hypothalamic-pituitary axis and trigger the release of hormones such as cortisol [6].

The stress response prepares the body for physical activities by raising blood pressure. It also activates energy for muscle function. This response optimizes the readiness of the body for possible challenges.

Exercise is a natural and effective means of lowering stress. Physical activity also improves mood. Furthermore, exercise starts the secretion of endorphins, which is natural analgesics.

Overall, travel experiences influence happiness. By giving opportunities for social interactions, sports and physical activities, and a break from digital distractions, travel contributes to increased life satisfaction and positive feelings. Exploration of new places and engaging in new activities can enhance happiness and well-being.

Список использованных источников:

1. Balderas-Cejudo A., Patterson I. Tourism as a Means of Happiness and Subjective Well-Being for Senior Travelers. ANDULI. Revista Andaluza De Ciencias Sociales, №23, 2023. P. 19–33.

2. Новикова Н.В., Селезнева Л.Н., Авезова Б.С. и др. Анализ особенностей выбора прилагательных в англоязычной рекламе // Дизайн и технологии. – 2020. – № 78(120). – С. 129-135.

3. Новикова Н.В., Селезнева Л.Н., Авезова Б.С. и др. Популяризация туризма, здорового образа жизни, физической и социальной активности в программах активного долголетия пожилых граждан // Проблемы социальной гигиены, здравоохранения и истории медицины. – 2022. – Т. 30, № 5. – С. 1083-1086.

4. The World Happiness Report <https://happiness-report.s3.amazonaws.com/2022/WHR+22.pdf>. 2022, p.9

5. Спиваковская В. Travel therapy. Интервью с Э. Кроу // Сноб. – URL:<https://snob.ru/profile/28982/blog/111872>

6. Степанова Е.В. Физические нагрузки как средство повышения стрессоустойчивости / Е. В. Степанова // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2017. – № 2-5. – С. 69-71.

© Ухина Д.Е., Новикова Н.В., 2023

УДК 721.02: 004.9

НЕЙРОСЕТИ В ДИЗАЙНЕ NEURAL NETWORKS IN DESIGN

Фролова П.И., Кашлева М.М., Николаева Е.В.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Neural networks, also known as artificial neural networks or simulated neural networks are a subset of machine learning and are at the heart of deep learning algorithms. Their name and structure are inspired by the human brain, mimicking the way that biological neurons signal to one another. Neural networks began to be researched more than fifty years ago, but they have become extremely widespread in recent years.

The history of neural networks spans several decades and has seen considerable advancements. The important milestones and developments in the history of artificial intelligence and neural networks are examined below [1].

1940s. In 1943, mathematicians Warren McCulloch and Walter Pitts built a circuitry system that ran simple algorithms and was intended to approximate the functioning of the human brain.

1950s. In 1958, Frank Rosenblatt, an American psychologist who is also considered the father of deep learning, created the perceptron, a form of artificial neural network capable of learning and making judgments by modifying its

weights. The perceptron featured a single layer of computing units and could handle problems that were linearly separate.

1970s. Paul Werbos, an American scientist, developed the backpropagation method, which facilitated the training of multilayer neural networks. It made deep learning possible by enabling weights to be adjusted across the network based on the error calculated at the output layer.

1980s. Cognitive psychologist and computer scientist Geoffrey Hinton, along with computer scientist Yann LeCun, and a group of fellow researchers began investigating the concept of connectionism, which emphasizes the idea that cognitive processes emerge through interconnected networks of simple processing units. This period paved the way for modern neural networks and deep learning.

1990s. Jürgen Schmidhuber and Sepp Hochreiter, both computer scientists from Germany, proposed the Long Short-Term Memory recurrent neural network framework in 1997.

2000s. Geoffrey Hinton and his colleagues pioneered RBMs, a sort of generative artificial neural network that enables unsupervised learning. RBMs opened the path for deep belief networks and deep learning algorithms.

It was not until around 2010 that research in neural networks picked up great speed. The big data trend, where companies amass vast troves of data and parallel computing gave scientists the training data and computing resources needed to run complex artificial neural networks. In 2012, a neural network named AlexNet won the ImageNet Large Scale Visual Recognition competition, an image classification challenge. Since then, interest in artificial neural networks has soared and technology has continued to improve.

Neural networks rely on training data to learn and improve their accuracy over time. However, once these learning algorithms are fine-tuned for accuracy, they are powerful tools in computer science and artificial intelligence, allowing us to classify and cluster data at a high velocity. Tasks in speech recognition or image recognition can take minutes versus hours when compared to the manual identification by human experts. One of the most well-known neural networks is Google's search algorithm.

Neural networks are widely used in a variety of applications, including image recognition, predictive modeling and natural language processing. Examples of significant applications since 2000 include handwriting recognition for check processing, speech-to-text transcription, data analysis, weather prediction and facial recognition [2]. Today neural networks many areas of life – in medicine, marketing, and design.

Neural networks can be useful mechanisms for designers in many fields, but they can also be an obstacle [3, 4].

Let us consider some of the best-known neural networks used by designers.

1. Midjourney. Midjourney generates different images for any topic or idea. It can generate simple images in a particular theme, as well as combine seemingly incompatible items into one cohesive image. Neural network also allows to choose the format in which it will be more convenient for the user to save it. Another significant feature of this neural network is that the more detailed you describe the request, the more accurate the resulting image will be, which means that you can fully describe the characteristics of the image you want, as the neural network will take everything into account.

2. Shutterstock.AI. Most designers are familiar with such a platform as Shutterstock, they take ideas for future projects, logos, presentations and much more on this site. Here it is possible to generate images using text queries. The result is very accurate and of high quality. This neural network is more suitable for designers of architectural environment, exposition designers, as well as interior designers, because the network can create the whole image from a single object with excellent accuracy, so that it can be taken as a basis for an architectural project. Besides, Shutterstock.AI can be useful for graphic designers and web designers, to generate logos and design their style.

3. ChatGPT. ChatGPT is a neural network capable to generate a text based on just one phrase. It works on the same principle as Midjourney: the more specific the query, the more precise and detailed the answer will be. This network searches for an answer based on a huge number of replies to a given question on the Internet and gives the most appropriate description, avoiding unnecessary information and verbosity.

There are obvious advantages, which neural nets possess.

1. Ability to self-analyses. Artificial intelligence is able to improve the accuracy and efficiency of its work, which is one of its best properties. The neural network is self-improving and can make decisions on its own while performing a particular task. Neural networks can also help designers improve the accuracy and productivity of their projects, for example, by allowing them to quickly identify errors or flaws in a design and suggest fixes for them.

2. Idea generation. Neural networks can help designers generate new ideas and concepts by suggesting options and variations based on existing materials or given parameters. Artificial intelligence can be used to improve the design process, for example, by automatically correcting errors, optimizing images or providing recommendations on the composition and layout of elements, which can help the designer in the design of their portfolio or a working site and other tasks.

3. Adaptation. Neural networks are prepared for possible changes in input information to continue working effectively. After a quick period of adaptation, they will be ready to work. A neural network does not need rest or time off, and, unlike humans, it is not distracted by emotions that could interfere with its

performance, which gives it a superiority over humans. Artificial intelligence can be used to recreate tools and plug-ins that simplify the mundane goals of designers, such as composition, image processing and colour matching.

4. Speed of operation. Neural networks can generate text, images, and present several variants of the solution in just a few minutes [5].

In spite of a large number of advantages of neural networks, they also have some disadvantages.

1. Limited access to technology. Some designers may have limited access to modern neural network technologies due to the difficulty of using them or the lack of specialists who can develop solutions suitable for their specific needs. The use of artificial intelligence for commercial purposes may not always be available, since the product created by a neural network is not free.

2. Loss of individuality and uniqueness. Using neural networks can result in designs that appear standardized or lack individuality. Using automatic idea generation or templates can limit a designer's creativity and innovation. This causes a risk of becoming trend-following: neural networks may suggest to designers certain options or styles that are considered popular or in demand, which may lead to the possibility of creating designs that follow trends rather than being tailored to the designer's unique vision or the needs of a particular client.

3. Incorrect predictions and high dependency. Neural network algorithms are prone to errors and incorrect predictions, especially if used on an insufficiently diverse data set. Complete reliance on neural networks without additional consideration and analysis can lead to poor decisions or design errors. In addition, the behavior of the neural network is still unpredictable due to the fact that artificial intelligence does not stop improving and learning. A neural network can also be considered a black box, since it is impossible to know what data it relies on to solve a particular problem.

4. Another significant disadvantage of a neural network is that it finds answers and remembers them, while a person identifies patterns [5].

In conclusion it should be noted that neural networks greatly simplify the life of designers, in many ways helping them in solving the tasks that make up their work, but every creative person should understand that by replacing their individual view of art with a neural network, they risk losing their special style and personal signature features, turning into an ordinary mass product manufacturer [6]. Therefore, neural networks, both in design and in any other professions, should be used moderately to avoid plagiarism and monotony.

Список использованных источников:

1. Foote K.D. A Brief History of Neural Networks. Dataversity. 9.11.2021. – URL: <https://www.dataversity.net/a-brief-history-of-neural-networks/> (дата обращения 22.11.2023).

2. Антипко А. В. Нейросеть: определение, принцип работы, область применения. Специалисты по нейросетям // Молодой ученый. – 2023. – № 33 (480). – С. 13-14. – URL: <https://moluch.ru/archive/480/105505/> (дата обращения: 22.11.2023).

3. Морковкин Е.А., Новичихина А.А., Замулин И.С. Искусственный интеллект как инструмент современного искусства // Вестник Хакасского государственного университета им. Н.Ф. Катанова. – 2021. – № 1(35). – С. 55-59.

4. Савкова Н. В. Нейросимбиоз архитектора и искусственного интеллекта // Экономика строительства. – 2023. – № 7. – С. 69-74.

5. Достоинства и недостатки нейронных сетей// Bewave. 27.02.2023. – URL: <https://bewave.ru/blog/dostoinstva-i-nedostatki-neyronnykh-setey/> (дата обращения 18.11.2023).

6. Дизайнеры vs Нейросеть: дизайн-соревнование внутри агентства // Хабр. 11.11.2023. – URL: <https://habr.com/ru/articles/766610/> (дата обращения 18.11.2023).

© Фролова П.И., Кашлева М.М., Николаева Е.В., 2023

УДК 685.4

ИНТЕГРАЦИЯ ОБРАЗОВАНИЯ, НАУКИ И ПРОИЗВОДСТВА КАК ОДИН ИЗ ВАЖНЕЙШИХ ТРЕНДОВ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МОДЕЛЬЕРА ПЕРЧАТОК

INTEGRATION DE L'EDUCATION, DE LA SCIENCE ET DE LA PRODUCTION-COMME L'UNE DES TENDANCES LES PLUS IMPORTANTES DANS L'ACTIVITE PROFESSIONNELLE DU CREATEUR DE MODE DE GANTS

Цой К.В., Юрина Т.Н., Синева О.В.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

L'intégration de l'enseignement de la science et de la production est l'une des innovations les plus importantes dans l'activité professionnelle. Un spécialiste moderne doit posséder non seulement la quantité nécessaire de connaissances fondamentales et spécialisées, mais aussi certaines compétences pour résoudre des problèmes professionnels de manière créative, améliorer constamment ses compétences, être mobile et être capable de s'adapter aux conditions changeantes [1].

L'innovation est une ressource essentielle pour le développement de l'industrie. La fabrication de gants appartient à l'une des branches de l'industrie légère. Cependant, dans la production de ces produits, il y a une faible interaction du secteur de la recherche et du développement avec le secteur réel de l'économie, l'ouverture du cycle de l'innovation, ce qui entraîne une diminution de la compétitivité de ce secteur de l'économie.

Le processus de fabrication des gants, de l'idée au produit fini, est complexe et prend beaucoup de temps. Étant donné que les produits à gants sont constitués d'un grand nombre de petites pièces, ce qui entraîne une augmentation du nombre d'opérations dans leur fabrication. Afin de mieux répondre à ces problèmes, il est nécessaire d'étudier les différents aspects nécessaires à la production la plus efficace et à la réduction de l'intensité de main-d'œuvre. Lors du développement de bases de données et de la systématisation des paramètres anthropométriques des mains, il est nécessaire d'étudier les aspects suivants pour améliorer la conception des gants et leur utilisation ultérieure dans les systèmes de conception assistée par ordinateur(automatisé): apprendre l'histoire d'origine des gants; effectuer des études anthropométriques des mains, pour clarifier les caractéristiques et les dimensions, pour une construction plus précise des modèles; sélection du logiciel pour la construction de modèles de gants; sélection du matériau pour la production de gants avec détermination des caractéristiques physiques et mécaniques; développement d'un projet de conception.

La solution du premier problème est une analyse rétrospective de la littérature consacrée à l'apparition et au développement de la production de gants et des produits eux – mêmes.

L'origine du nom "gant" , le concept vient du mot "doigt" ("perst" en russe ancien) ce qui signifie le doigt. D'abord les manches persillés sonnaient comme "perstaki" et plus tard elles ont acquis sa forme familière

Selon l'un des mythes: la Belle déesse Vénus jouait au bord de la mer avec des coquillages et s'est blessée accidentellement le doigt de sa main, d'autres déesses ont pansé la plaie avec des rubans de Lin, et ils l'ont fait très soigneusement et discrètement sur toute la main de la belle Déesse. Peut-être que c'est avec cette légende que l'histoire des gants commence?

Le plus ancien gant en cuir tressé a été trouvé dans la tombe de Toutankhamon. Elle aurait appartenu à l'Archer. Mais la coutume de se protéger ses mains – du froid, des influences extérieures - est encore plus ancienne. Des peintures rupestres représentant des formes de protection des mains ont été découvertes dans une grotte près de Marseille. Ils appartiennent au paléolithique supérieur.

L'histoire de l'Egypte Ancienne raconte l'utilisation de gants par les égyptiens de haut statut (fig. 1).



Figure 1 – Gant De Toutankhamon [2]

En Europe, au Moyen âge, les gants sont un symbole de "l'Étiquette". Ils sont tellement entrés dans la vie de la classe aisée qu'on a inventé le langage des gants: à l'époque de l'aristocratie, un gant jeté signifiait un défi pour un duel. Et si la dame donnait un gant à un homme; cela suggérait une attitude à son égard. [2] Tous les accessoires n'ont pas une histoire aussi intéressante et riche. Bien sûr, la fonction principale des gants est de protéger les mains d'une personne du froid et de la saleté, la forme de protection initiale des gants est une poche, sans décharge des doigts. Ensuite, pour plus de commodité dans le travail, le pouce a été coupé et les gants ont progressivement acquis une apparence moderne. À partir du XIXe siècle, les Gants sont devenus une partie intégrante du costume et, en plus, ont acquis une fonction esthétique utilitaire. Un grand nombre de gants spéciaux (sport, protection) sont apparus [3].

Au XIIe siècle, la profession de gantier est apparue en Europe. À la Renaissance, les gants maintenaient leurs positions, ils sont brodés d'or et de pierres précieuses. Même Leonardo da Vinci a travaillé en tant que créateur de mode-gant, il a créé des gants de natation, ils ressemblaient à des palmes [4].

À l'époque baroque et rococo, les hommes refusent les gants, seuls les Mousquetaires portent un gant, pour la main dans laquelle ils tiennent l'épée. Napoléon et Joséphine ravivent la mode des gants, estimant qu'ils donnent aux hommes un look plus viril. En 1807, dans la fabrication de gants, James Winter invente une machine à coudre pour les articles en cuir. Il a inventé une méthode mécanique pour sculpter des gants, ce qui a entraîné une forte augmentation du nombre de produits fabriqués et son coût. En outre, la nouvelle méthode permettait de fabriquer des gants de différentes tailles, de sorte qu'il n'était plus nécessaire de les commander exactement à la taille de la main. Bien sûr, la technique de l'époque était loin d'être parfaite et chaque seconde paire de gants finis était grande ou petite pour le client. Mais, surtout, avec l'avènement d'une large production industrielle, les gants ont cessé d'être un produit à la pièce [5].

En Russie, Peter I a lancé la mode des gants - la finition et l'apparence des gants parlaient du bien-être du propriétaire. Le XXe siècle était marqué par le déclin de l'intérêt à cet accessoire, désormais on portait les gants uniquement pour protéger les mains.

La solution des deuxième, troisième, quatrième, cinquième tâches est appliquée et nécessite le développement de nouvelles méthodes innovantes.

L'étude du processus de fabrication de gants favorise l'intégration de l'éducation scientifique et de la production; ainsi que le développement de l'innovation contribuant au développement de l'industrie.

Список использованных источников:

1. Индивидуальный учебный проект: методические рекомендации по выполнению индивидуального проекта для обучающихся и преподавателей/ 2 –е издание/ ГАПОУ ГГК; Сост.: И.Н. Молева, Н.М. Смирнова, 2020. –22с.
2. <https://www.imperiasumok.ru/blog/istoriya-i-proiskhozhdenie-perchatok-ot-kakogo-slova-obrazovalos-kto-i-v-kakom-godu-primenal/> (время обращения к сайту 03.11.2023)
3. Т.В. Козлова Основы проектирования изделий из кожи. Учебное пособие для вузов.-2-е изд. М.: Легпромбытиздат,1987-232 с.
4. <https://pkvst.ru/novye-razrabotki-v-ximicheskoy-promyshlennosti-prozvolayut-obezopasit-rabotu-v-shaxtax-i-norax-krotov/> (время обращения к сайту 03.11.2023)
5. <https://ulzapovednik.ru/publikatsii/publikatsii/veshch-s-istoriey-perchatki-v-sobranii-muzeya-zapovednika-rodina-v-i-lenina/>(дата обращения 03.10.2023)

© Цой К.В., Юрина Т.Н., Синева О.В., 2023

УДК 81'42

СПЕЦИФИКА ТЕКСТОВ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ

Аббасова Э.М., Батуева А.А.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Социальная реклама, как вообще всякая реклама, представляет собой определенный текст, содержащий послание, обращенное к широкой аудитории: социальной группе, нации или культурному меньшинству, в связи с какой-то общественной проблемой. В отличие от коммерческой рекламы, ориентированной на определенный сегмент общества, социальная реклама ориентирована на все социальные слои и возрастные категории. Характерная черта такого рекламного текста состоит в том, что он делается не от имени отдельных предпринимателей, а от обществ, ассоциаций, групп.

Что касается функций социальной рекламы, то многие авторы основной считают передачу информации, направленной на актуализацию и поиск решения конкретной общезначимой проблемы. О.В. Колокольцева, рассматривающая социальную рекламу как элемент системы социального управления, выделяет следующие ее функции:

создание заинтересованности общественности в решении той или иной социальной проблемы;

сохранение или изменение имиджа (репутации) общества и его властвующей элиты;

приобщение отдельных социальных групп и индивидов к ценностям общества в целом, чтобы они действовали в интересах этого общества и государства [1].

Другой автор (Клименок Н.А.), выделяет следующие функции социальной рекламы: интегративную, транслирующую и регулятивную, а также функции закрепления и воспроизводства общественных отношений, функцию социализации [2].

В процессе реализации функций характерных именно для социальной рекламы выполняются и общие функции для нее и других видов рекламы (в том числе, просветительская, эстетическая, психологическая).

Сам термин «социальная реклама», создателем которого стал И.Ю. Буренков (тележурналист, специалист в области рекламы и PR), используется только в России и является адаптированным переводом таких английских терминов как «public service announcement» («реклама в рамках служения обществу») или «public service advertising» (реклама, направленная на улучшение общественного благосостояния) [1].

Е.В. Ромат определяет социальную рекламу как «один из типов некоммерческой рекламы, целью которой является формирование определенных психологических установок, которые способствуют достижению общественно значимых целей на различных уровнях: от отдельных социальных групп до общества в целом» [3].

Основным источником появления социальной рекламы является жизнь общества, которая изобилует конфликтными ситуациями и поэтому остро нуждается в созидательных действиях и процессах.

Сегодня используют несколько классификаций социальной рекламы. Во-первых, ее подразделяют на общественную, некоммерческую, государственную и собственно социальную. Также существует деление по сфере применения (окружающая среда, медицина, оплата налогов и т.д.); по уровню применения (общефедеральная, региональная, муниципальная); по широте охвата (комплексная, локальная); по способу воздействия на управляемый объект (директивная, рекомендательная); по средствам распространения (телевидение, радио, наружная и т.д.).

В текстах социальной рекламы могут использовать такие стратегии, как запугивание, нейтральное сообщение, юмор, моральная поддержка и т.д. Все они реализуются посредством выбора определенных языковых средств. Тональность социальной рекламы может быть императивной (назидательная, предупреждающая и порицающая) и кооперативной (доверительная, рекомендательная, эмоционально-сочувственная и воодушевляющая).

Несомненно, важно рассмотреть характеристику языка социальной рекламы:

1. Он имеет метафорический характер, в нем широко используются символы, вызывающие у адресата ассоциативный ряд, что способствует повышению внимания к идее, пропагандируемой рекламой.

2. В нем используются образы и высказывания, характерные для данного типа культуры, именно это делает рекламу понятной и доступной.

3. Разработка языка рекламы предполагает использование дизайнерских методов, он должен отвечать эстетическим критериям.

4. Язык рекламы меняется в соответствии с изменениями социальной ситуации, эстетических предпочтений, моды, а также в связи с разработкой новых рекламных техник и технологий.

Грамотное использование языка социальной рекламы является важнейшим условием закрепления и трансляции ценностей.

При анализе вербального компонента рекламы, как правило, подчеркивается, что текстовое сообщение должно быть посвящено лишь одной теме, конкретно, интересно направлено к реальному человеку, а не к «идеальному типу», при этом необходимо использовать простой язык. Желательность, исключительность, правдоподобность – вот критерии, по которым принято оценивать рекламные тексты.

Изучение текстов социальной рекламы позволило выявить огромное разнообразие языковых средств, которые призваны сделать текст более запоминающимся, экспрессивным, выразительным. Все эти приемы необходимы для воздействия на адресата. Рассмотрим лишь некоторые особенности текстов социальной рекламы.

Текст социальной рекламы чаще всего представлен повелительными и побудительными предложениями: Don't let garbage replace wildlife./Stop climate change before it changes you!/ Animals are not products. Do not sell them./ Stop the hate before it's too late. / Keep your hands off the women.

Риторические вопросы могут вызвать размышления и привести аудиторию к осознанию важности проблемы, вызвать эмоциональный отклик. В этой связи примеры их использования довольно многочисленны: What on Earth are we doing to our planet? / Would you kill somebody for their hair? / Will they turn you on or will they turn on you? (реклама о вреде наркотиков) / Are you still labelling people? / How long can you keep hiding? (реклама о домашнем насилии) /Can't you see the fear in their eyes? (реклама о насилии над детьми).

Употребление местоимений и глаголов в первом и втором лице используется для установления контакта и эмоциональной связи с аудиторией: You don't need a gun to feel powerful. / You deserve to be safe./ Are you a man suffering from domestic abuse? You are not alone. / One second

can change your life (реклама использования ремней безопасности в машине).

Такой стилистический прием как гиперболизация служит для нагнетания атмосферы, подчеркивания остроты и важности проблемы и необходимости принятия срочного решения. Часто употребляются лексические единицы с негативным значением, например, «kill», «hurt», «ugly». Например: Drugs kill you slowly. /Kill your bad habits, not yourself. / Drunk driving KILLS. / Love shouldn't HURT.

Использование в рекламных текстах различных видов тропов стало своего рода нормой. Одними из самых распространенных являются метафоры, эпитеты и олицетворения.

Как видно из вышеприведенных примеров, для рекламного сообщения характерны краткость, яркость, доходчивость, убедительность и выразительность, которые чаще всего в сочетании с ярким визуальным образом способствуют более эффективному воздействию социальной рекламы на целевую аудиторию. Социальная реклама как мощный инструмент влияния на общественное мнение служит развитию гуманистических отношений между людьми, формированию нравственных ценностей и позитивно влияет на благополучие общества в целом.

Список использованных источников:

1. Колокольцева О. В. Социальная реклама в процессе формирования ценностных установок трансформирующегося общества. Саратов: Саратов. гос. технич.ун-т, 2003. – 128 с.

2. Клименок Н. А. Институционализация социальной рекламы в современном российском обществе. автореф. дис.... к.социол.н. – Пенза, 2005. – 24с.

3. Ромат Е.В. Реклама. История, теория, практика. – Санкт-Петербург: Питер, 2002. – 144 с.

4. Рюмин Р.В. Социальная реклама как речевой жанр: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Томск, 2012. – 24 с.

© Аббасова Э.М., Батуева А.А., 2023

УДК 81'27

ЭКСПРЕССИВНАЯ ПУНКТУАЦИЯ В ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСЕ

Алдохина А.В.

Научный руководитель Кондракова Ю.Н.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Мир вокруг стремительно меняется, с каждым годом привнося в нашу действительность все больше нового и необычного. Эти изменения затрагивают не только научно-техническую сферу, но и аспекты повседневной жизни, в частности – общение.

Компьютеризация, являющаяся одной из важнейших составляющих научно-технической революции, началась в конце XX века и продолжается по сегодняшний день. С течением времени персональные компьютеры, планшеты и смартфоны упрочили позиции в качестве помощников человека и приобрели статус предмета быта. С появлением этих гаджетов на качественно иной уровень вышли способы коммуникации; в них учитывается потребность людей в удобстве и высокой скорости передачи информации.

Как правило, невзирая на разнообразие видов коммуникации, принято выделять две ее основные формы, по своей значимости занимающие одинаковое место – устную и письменную. Они обладают рядом индивидуальных характеристик и находятся в сложном взаимодействии, в одно и то же время представляя единство и контраст. Главное различие заключается в специфической модели бытования. Устная речь прежде всего ассоциируется с неформальным функционированием в сфере непосредственного общения, когда же письменная – с более официальным обменом информацией, при котором отсутствует прямой контакт между пишущим и читающим. Первому типу при этом присущи динамичность, активное взаимодействие и быстрая реакция, отсутствие подготовки, минимальная возможность коррекции ошибок, а также наличие особых ритмических средств. Второй тип отличают возможность обдумать форму и содержание передаваемого сообщения, возможность коррекции, усложненный синтаксис, развернутость и (преимущественно) графическое оформление.

Примечательно, что коммуникация в сети Интернет в полной мере не соответствует ни одной из названных выше форм. Она парадоксально является и синхронной, и разделенной в пространстве и времени. Устное сообщение не опосредовано каким-либо каналом передачи информации,

когда же для связи онлайн однозначно необходимо цифровое устройство. Исходя из факта фиксации, а также отдаленности участников общения друг от друга, именно письменная речь должна быть названа основой сетевого взаимодействия. Оторванность времени создания и восприятия текста, характерная для письменной деятельности, компенсируется высокой скоростью обновления страниц, возможностью обмениваться информацией параллельно с разными адресатами. Данные особенности сближают письменную по форме цифровую коммуникацию с устной формой реализации речи.

Из всего упомянутого можно заключить, что Интернет-дискурс предстает в качестве устно-письменной формы сообщения.

Также важно отметить, что огромное влияние на Интернет-дискурс оказывает закон экономии речевых средств (иначе, закон наименьшего усилия), более типичный для устного изложения. По мнению А. Мартине, экономия – важный фактор эволюции языка, лежащий в ее истоках [1]. Как итог – скорость интернет-переписки стремится к скорости звучащей речи, ведь в ней допустимо опущение различных элементов.

Наряду с этим растет и влияние интонационного принципа расстановки знаков препинания, согласно которому основой пунктуационного оформления речи служит ее ритмомелодическая сторона. К. Ажеж, современный французский лингвист-востоковед, замечает: «Употребление пунктуационных знаков сходно с тем, что наблюдается в устном общении, когда используется интонация, жестикуляция и мимика» [2].

Основная роль пунктуации – членение незвучащего текста и его графическая организация. Знаки препинания при этом облегчают зрительное восприятие и понимание текста, а при воспроизведении вслух помогают оформить его интонационно [3]. Знание принципов этого раздела предоставляет возможность передавать некоторые значения в тексте так, как того не позволяет лексика. Интересно в этом смысле явление авторской пунктуации – контекстуально обусловленного отступления от общих норм, отвечающего требованиям эмоционального наполнения продуцируемого.

В ходе изучения темы был проведен анализ комментариев пользователей видеохостинга YouTube. В результате анализа, принимая во внимание перечисленные факты, выделены положения, характеризующие общие тенденции развития современной интернет-пунктуации.

Выбранный для анализа материал представлен на трех языках: русском, английском и иврите, дистанцированных друг от друга как в лингвистическом, так и в географическом плане, что позволяет закрепить за ними статус выразителей разницы в менталитете, присущей их носителям.

Однако необходимо проследить, существуют ли, несмотря на это отличие, общие закономерности, типичные для коммуникации в Интернете.

Прежде всего было отмечено, что интонационный принцип, ориентация на звучащую речь и желание приблизиться к ее темпу обуславливают опущение знаков в угоду скорости набора текста. Сегодня такое нарушение характерно не только для личной переписки [4], но и для жанра комментария – настолько свободным и открытым стало онлайн-общение. Рассмотрим некоторые примеры.

Странное сравнение, а я считаю если не похож это очень даже хорошо.

Смотришь на комментарии и страшно становится что ты живешь с их авторами на одной планете, а может и в одной стране.

This was so beautifully done the talent girl u should do more of these (Это было очень хорошо сделано талант девочка ты должна делать больше такого – прим. авт.: здесь и далее в скобках приведен авторский перевод с сохранением пунктуации оригинала).

Colors make a lot of people nervous because there's so much to mess up if you're not comfortable with it but this was a great simple video showing people they shouldn't be afraid to switch it up (Цвета заставляют многих людей нервничать потому что можно многое испортить если тебе не нравится но это было отличное простое видео показывающее людям что им не следует бояться менять это).

שיר מדהים כבר הוא נתקע לי בראש אני ממש שמח שחזרתם אוהב אותכם תמשיכו ככה

(Потрясающая песня она уже засела у меня в голове я очень рад что вы вернулись я люблю вас ребята так держать).

חצי מהמכשירים שהראתם יש לנו בבית ואנחנו אפילו משתמשים ברובם כמו בקלטות וטלפון חוטי וההורים שלי הם טכנאים או משהו כזה אז יש להם המון חלקים כאלה רק אצלי בחדר יש לי 3 מצלמות על פילם וגם עט כזה שהוא גם עט וגם עט למסכי מגע של פעם

(У нас дома есть половина устройств которые вы показали и мы даже используем большинство из них например кассеты и проводной телефон а мои родители техники или что-то в этом роде поэтому у них много таких деталей только в моей комнате у меня 3 камеры на пленке и такая ручка которая одновременно и ручка и ручка для старых сенсорных экранов).

Зафиксировано, что связанное с законом наименьшего усилия стремление к написанию коротких и простых предложений приводит к неупотреблению ряда знаков. Пользователи избегают построения сложных конструкций с подчинительной связью, поэтому крайне редко в цифровом общении реализуется потенциал точки с запятой, двоеточия и кавычек.

В противовес этому, получает распространение синергия определенных символов, поскольку сказывается влияние присущей устной форме эмоциональности. Так, одновременное использование двух, трех и более восклицательных или вопросительных знаков – иногда сочетание

обоих – является средством усиления экспрессивности, способствует передаче чувств, желаний, требований пишущего.

Отдельное спасибо монтажера – когда смотрю видео (обычно слушаю их за рулем фоном) – так приятно становится!!!

17 лет за рулем, гражданская профессия слесарь по ремонту и обслуживанию автомобилей - мне видос КАТЕГОРИЧЕСКИ понравился !!! лайк однозначно.

I did Feynman Technique this whole time?? (Я все это время выполнял технику Фейнмана??).

I love this!!!! Don't know how you don't run out of ideas Tim?!! (Мне это нравится!!!! Не понимаю как у тебя не иссякают идеи Тим?!!)

וואו !! סרטון מעולה !! זה רק מוכיח כמה השחקנים האלה נאמנים לתפקיד (ומבחינתי הנסיכה הקסומה זה אחד הסרטים המהממים . אני ממש אוהבת את הסרט הזה !!)

(Ух ты!! Отличное видео!! Это просто доказывает, насколько эти актеры преданы своей роли (а для меня Принцесса-невеста это один из самых потрясающих фильмов. Я очень люблю этот фильм!!)).

אחד השירים הטובים!!! מקווה שיהיה הופעות!

(Одна из лучших песен!!! Надеюсь что выступления будут!).

По причине этого же влияния изменяются семантические функции некоторых пунктограмм. Многоточие служит не столько для обозначения пропуска в тексте, прерванности или незаконченности высказывания, сколько для выражения неуверенности, сомнения или грусти; делает акцент на темпе речи человека.

Бедная девушка, что за наркоман ее озвучивал...

Такое ностальгичное видео... Никто из героев не является моим любимчиком, мне нравится безумная комбинация всех этих разнообразных темпераментов и характеров.

The fact that you add a link to every piece of clothing has my subscription. (Тот факт что ты добавляешь ссылку на каждый предмет одежды заставил меня подписаться).

And this just straight up made me want to continue for my martial arts... (И это сразу же заставило меня захотеть продолжать заниматься боевыми искусствами...).

בדיוק בקטע של האינטרנט שיכול להתנתק כל הזמן התנתק לי האינטרנט... האירוניה...

(Именно на части про постоянное отключение интернета у меня отключился интернет... иронично...).

וואו זה החזיר אותי אחורה..... עוד דברים נוסטלגיים נוסטלגיה זה טוב !

(Это вернуло меня в прошлое..... больше ностальгического ностальгия – это хорошо!).

Как можно видеть из примеров, комментаторы прибегают к одним и тем же способам проявления экспрессии через печатный текст, соответствующим культуре современного сетевого взаимодействия.

Подводя итоги проведенной работы, резюмируем: общение в сети стремится к избавлению от всего, что отнимает время и усилия, перегружает текст. Однако параллельно люди активно ищут и изобретают новые способы передачи не только информации, но и собственного отношения к ней, и это не может не приводить к эффекту, обратному упрощению – образцом тому служит синергия знаков препинания.

Результаты предпринятого исследования показывают, что индивидуальность в использовании знаков препинания заключается не в нарушении пунктуационных норм, а в усилении их значимости как дополнительных инструментов выражения мыслей и чувств. Важно обратить внимание на то, что сам факт появления и стремительной эволюции Интернет-дискурса представляет собой закономерный процесс развития как социума, так и языка.

Список использованных источников:

1. Мартине А. Принцип экономии в фонетических изменениях [Электронный ресурс]. URL: https://books.google.ru/books/Принцип_экономии_в_фо.html?id=9doGHQAAСAAJ&redir_esc=y (дата обращения: 21.10.2023).

2. Ажеж К. Человек говорящий: Вклад лингвистики в гуманитарные науки. – М.: Едиториал, 2003. – 304 с.

3. Руденко А. К. Пунктуация и интонация: системная связь и условия реализации в современном русском литературном языке: автореф. дис. к. филол. н. Моск. гос. лингвистический университет. – М., 2014. – 29 с.

4. יאיר ת' שפת בני הנוער: הווסטאפ כמרחב חברתי להבעת רגשות // עיונים בשפה וחברה. – 2023 – №.102-124 – עמ' 16.

© Алдохина А.В., 2023

УДК 003.083

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОКРАЩЕНИЙ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ИНТЕРНЕТ-ЧАТАХ

Алиева А.К.

Научный руководитель Батуева А.А.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Сегодня мир информационных технологий и социальных сетей становится все более значимым для повседневной жизни каждого человека. Коммуникация в интернете превратилась в неотъемлемую часть современного общества, позволяя людям общаться, обмениваться информацией и выражать свое мнение на расстоянии.

С развитием интернета и мобильных технологий, доступ к информации стал более доступным и быстрым. Социальные сети и мессенджеры упростили процесс общения, позволив людям делиться своими мыслями и идеями с большим кругом людей. Интернет-коммуникация стала основным способом общения для многих современных людей, заменив традиционные формы взаимодействия, такие как телефон, почта и личное общение.

Как правило, виртуальное общение происходит в чатах. При первом посещении чата человек не всегда может понять, что там происходит, потому что видит много непонятных никнеймов (от англ. nickname – прозвище, псевдоним), реплик и изображений [1, с. 217]. Нужно некоторое время, чтобы стало ясно, что обсуждают участники чата.

Виртуальное общение часто бывает непостоянным и спонтанным. Атмосфера беседы может кардинально измениться за короткий промежуток времени, так как характер, структура и правила общения определяются временными обстоятельствами. Этот процесс можно сравнить с карнавалом, где люди создают своих персонажей, которых они хотят представлять, используя никнеймы и аватары, и определяют тему и правила беседы [1, с. 218].

В результате, чаты являются местом активного времяпровождения молодых людей, для которых виртуальное общение является приемлемой альтернативой реальным встречам и способом самореализации. Содержание виртуальных бесед обычно связано с поиском друзей, обменом интересами или обсуждением личных проблем, бытовых вопросов и определяется уровнем культуры и образованности пользователя.

Благодаря новым формам общения, носители языка получают новый опыт, который оказывает влияние на язык, так как язык является инструментом, чувствительным к различным изменениям (политическим, социальным и т.д.). Безусловно, виртуальная коммуникация вносит коррективы в языковой системе, которые отражаются на всех ее уровнях: лексическом, орфографическом и других.

Чаты с большим числом участников обычно характеризуются высокой скоростью обмена сообщениями, поэтому пользователи предпочитают краткие и простые формы выражения. В среднем, одна реплика – это пара предложений. Сообщения примитивны и не перегружены лишней информацией и средствами выразительности речи.

Ранее оплата интернет-трафика была обязательной, что стимулировало людей максимально сокращать время пребывания в сети. Это привело к тому, что сообщения стали более лаконичными и четкими. В целях ускорения набора текста появились сокращения и аббревиатуры некоторых слов.

Несмотря на то, что сегодня доступ к интернету стал дешевле, краткость сообщений остается актуальной. Ритм жизни ускорился, и многие люди набирают сообщения на ходу – по пути на работу или учебу. Иногда человеку необходимо быстро ответить на сообщение. В таком случае важно передавать как можно больше информации за минимальный промежуток времени. Безусловно, проще отправить короткое сообщение, чем набирать большой текст, при этом сохраняя ясность мысли для адресата.

Нами было проведено исследование, в ходе которого мы составили классификацию сокращений, используемых в интернет-чатах, и выбрали 100 примеров их употребления для определения наиболее и наименее популярных типов. Классификация была составлена на основе работ Сергеевой Т.С., Гребневой Д.М. и Чигиной Н.В.

Так, аббревиатуры можно классифицировать по следующим характеристикам: структура; стилистическая принадлежность; способ выражения; способ прочтения; контекст.

Рассмотрим виды сокращений по их структуре [2, с. 176].

1. Усечения. Усекаться может начальная, срединная и конечная часть слова. Например, слово «professional» в ходе усечения конечной части станет «рго».

2. Слияния – аббревиатуры, образовавшиеся в результате усечения нескольких слов и сложения получившихся частей.

3. Собственно инициализмы – слова, образованные путем сложения первых букв фразы и читаемые по буквам.

4. Акронимы – слова, образованные по первым буквам фразы и читаемые как слова. Иногда в ходе такого сокращения могут

образовываться омонимы. К примеру, слово «laser» (light amplification by stimulated emission of radiation). Такие аббревиатуры совпадают с уже существующими словами, но они не обладают общим значением.

По стилистической принадлежности сокращения разделяются на формальные и неформальные.

Формальные аббревиатуры являются общепринятыми. Они уместны как в устной, так и в письменной речи. Их можно увидеть в научных трудах, в СМИ или услышать в повседневной беседе. К формальным аббревиатурам можно отнести общепринятые, пришедшие из латыни (etc, PS, a.m, p.m); традиционные сокращения (Mr, Dr, St); сокращенные названия дней недели (Mon, Tue, Wed) и месяцев (Jan, Feb, Mar).

Неформальные аббревиатуры – это сленг. Следовательно, они применимы только в разговорном стиле речи. При письме в официальном стиле их следует избегать.

В зависимости от устного или письменного способа выражения выделяются графические и лексические аббревиатуры [2, с. 176].

Графическими аббревиатурами являются такие сокращения, которые используются только в письменной речи и в устной речи соответствующей звуковой формы не имеют. Эти аббревиатуры используются для сокращения названий дней недели, географических объектов, месяцев, военных званий, обращений, единиц меры, веса и длины (no – number, со – company, Blvd – Boulevard).

Лексические аббревиатуры – это аббревиатуры, реализуемые и в устной, и в письменной речи.

Использование лексических аббревиатур в устной речи позволяет разделить их на группы по способу прочтения [3, с. 98]: аббревиатуры с буквенным чтением; аббревиатуры, читаемые, как целое слово; слоговые аббревиатуры; аббревиатуры с сочетанием начала слова с целым словом.

Аббревиатуры с буквенным чтением образованы из первых букв слов, входящих в понятие, и читаются по буквам (UK – United Kingdom). Ударение в таких аббревиатурах падает на последний слог.

Аббревиатуры, читаемые, как целое слово: HIV (Human Immunodeficiency Virus); NATO (North Atlantic Treaty Organisation); NOW (National Organization of Women).

Среди таких аббревиатур иногда встречаются омонимы, как, например, уже упомянутое «NOW».

Слоговые аббревиатуры составлены из начальных слогов входящих в словосочетание слов и читаются либо как целое слово, либо по слогам (Wi-Fi – Wireless Fidelity).

Аббревиатуры с сочетанием начала слова с целым словом. В таком случае берется начальная часть или буква одного слова и соединяется с другим словом, не подвергшимся изменениям (e-mail – electronic mail).

В зависимости от контекста сокращенные единицы бывают [2, с. 176]: авторские; текстовые; общепринятые.

Авторские аббревиатуры не зарегистрированы в словарях и не могут быть однозначно расшифрованы без контекста. Такой тип аббревиатур часто можно наблюдать в социальных сетях.

Текстовые аббревиатуры также при расшифровке нуждаются в контексте. Как правило, такие сокращения относятся к профессиональным сферам.

Общепринятые аббревиатуры зафиксированы в словарях и регулярно используются большим количеством людей.

Для исследования были взяты 100 сокращений из текстовых сообщений пользователей социальной сети «Reddit», имеющей также черты форума. Мы применим к ним классификацию и посмотрим, какие виды сокращений пользуются большей популярностью, а какие – меньшей.

Структурные виды сокращений: 1) усечения. Этот вид сокращений оказался немногочисленным. Всего 4% (bro – брат, sis – сестра, congrats – поздравления, sup – как дела?); 2) слияния – сокращений такого типа среди собранного материала насчитывается тоже 4% (motel – мотель / придорожная гостиница, sitcom – ситком / ситуационная комедия, webinar – вебинар / веб-конференция, vlog – влог / видео блог); 3) собственно инициализмы – таких сокращений оказалось больше всего – 42% (TBH (to be honest) – по правде говоря, IYKYK (if you know you know) – если вы знаете, вы знаете, TIL (today I learned) – сегодня я узнал); 4) акронимов насчитывается 7% (HAND (have a nice day) – хорошего дня, ASAP (as soon as possible) – как можно скорее, АКА (also known as) – также известный как).

Структуру стоит рассмотреть подробнее, потому что в ходе исследования были обнаружены типы сокращений, которые формируют группы, отличные от уже упомянутых:

Сокращение слога или слова с использованием одной буквы (4%). Этот и следующий типы сокращения происходят посредством замены элементов, звучание которых полностью совпадает. В данном случае чаще всего для сокращения используются буквы «С», которая выступает в роли слова «see»; «U» для «you»; «R» для «are» и «B» для «be».

Сокращение слога или слова с использованием одной цифры (13%). Как было сказано ранее, заменяемый элемент должен быть созвучен со своей заменой. Для сокращения используют следующие цифры: 1, 2, 4, 8. «1» нечасто можно увидеть в аббревиатурах. Единица встречается в сокращениях неопределенных местоимений. К примеру, «no1» (no one),

«ne1» (anyone), «som1» (someone). Цифра «2» используется в сокращениях чаще всего, так как может выступать в роли сразу трех лексических единиц: «to», «too» и «two». В результате мы видим такие аббревиатуры, как «2day» (today) или «2night» (tonight). Цифра «4» используется для замены предлога или слога «for»: «4ever» (forever). При замене слога цифрой «8» получаем «gr8» (great), «w8» (wait), «d8» (date) и т.д.

Сокращение частей сложносоставного слова (2%). При этом способе сокращения некоторые буквы из слова опускаются, и получается следующее: «bf» вместо «boyfriend» или «gf» вместо «girlfriend».

Выкидка гласных букв (5%). В результате получаем «wknd» (weekend), «msg» (message), «pls» (please) и др.

К отдельному виду сокращений можно отнести слова типа «wanna», «gonna», «gotta» и т.п. (13%) Эти лексические единицы возникли в устной речи в результате редукции. Некоторые звуки стали короче, а некоторые – и просто были убраны. Из-за такого фонетического процесса, как редукция, речь становится быстрее и проще. Сокращенные, таким образом, слова сейчас можно увидеть и в письменной речи.

Гибридные сокращения (6%). Иногда эти способы сочетаются, вследствие чего можно получить гибридное сокращение, например, инициализм с присутствием в нем цифры: ELI5 – explain like I am five.

Стилистическая принадлежность.

Формальные сокращения (4%). Все попавшие сюда сокращения – это сокращения, образованные слиянием.

Неформальные сокращения (96%). Почти все сокращения из подобранного материала оказались неформальными.

Способ выражения. Графические (5%). В эту группу вошли все слова, образованные выкидкой гласных. Лексические (95%). Все остальные сокращения могут реализоваться и в устной речи.

Классификация по способу прочтения применима только к лексическим аббревиатурам, поэтому 5 сокращений, относящихся к графическим, при подсчете процентного соотношения учитываться не будут.

Способ прочтения: инициальные аббревиатуры с буквенным чтением (53,7%); инициальные аббревиатуры, читаемые, как целое слово, (43,1%); слоговые аббревиатуры (3,2%); аббревиатуры с сочетанием начала слова с целым словом (0).

Как было сказано ранее, общеупотребимые сокращения закреплены в словарях и используются большим количеством людей. Чтобы определить, какие из аббревиатур закреплены в словарях, мы использовали онлайн-словарь Cambridge Dictionary [4].

Контекст.

Авторские (58%). Таких сокращений оказалось больше всего. Ниже приведены некоторые из них, которые показались нам интересными: IYKYK (if you know you know – если вы знаете, то вы знаете); TTKSF (trying to keep a straight face – стараюсь сдерживать улыбку); ISTG (I swear to god – Богом клянусь);

Текстовые – отсутствуют.

Общеупотребимые (42%). Несколько примеров общеупотребимых сокращений: ТВН (to be honest – по правде говоря); АФК (away from keyboard – отошел от клавиатуры); ICYMI (in case you missed it – на случай, если ты пропустил).

По результатам исследования можно сформулировать характеристику самого распространенного сокращения в интернет-коммуникации и, наоборот, самого непопулярного сокращения.

Так, с наибольшей вероятностью в интернет-коммуникации встретятся лексические сокращения; сокращения, образованные путем сложения начальных букв фразы; сокращения неформальной стилистической окраски; сокращения, читаемые по буквам, и незакрепленные в словарях сокращения.

С наименьшей вероятностью встретится сокращение частей сложносоставного слова; сокращение формальной стилистической окраски; не реализуемое в устной речи сокращение; относящееся к какой-либо профессиональной сфере и с сочетанием начала слова с целым словом.

Список использованных источников:

1. Бондаренко Т. А. Общение в виртуальном мире интернета // *Advanced Engineering Research*, 2009. – С. 216–223.

2. Сергеева Т. С. Аббревиатура в системе лексических // *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. – 2013. – №. 6-2. – С. 174–179.

3. Гребнева Д. М., Чигина Н. В. Аббревиатурные процессы в английском языке // *Инновационная наука*. – 2016. – № 11-2. – С. 98–100.

4. Cambridge Dictionary [Электронный ресурс] <https://dictionary.cambridge.org/ru/> (Дата обращения 15.11.2023).

© Алиева А.К., 2023

УДК 81Г342.3

**РЕДУКЦИЯ ГЛАСНЫХ В РАЗГОВОРНОЙ РЕЧИ
В РУССКОМ И АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКАХ
НА ПРИМЕРЕ ЗВУКА «ШВА»**

Андреева Е.В.

Научный руководитель Годунова Е.В.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Статья посвящена изучению способов произношения редуцированного звука «шва», характерного для русского и английского языков. В статье описана история появления термина, способы реализации звука «шва» в двух языках, а также выявлены сходства и различия реализации «шва» в фонетике русского и английского языков.

Изначально «шва» являлся номенклатурным знаком, то есть термином, описывающим лингвистические реалии одного языка – древнего иврита. Номенклатурный знак, выходя за рамки обозначения лингвистических реалий своего языка вследствие нахождения похожих явлений в других языках, становится широкоупотребимым.

Так произошло с термином «шва», который использовался в древнем иврите для названия огласовки, обозначающей отсутствие звука (הַ שׁוֹאֵם – «шва нах», «шва покоящееся») или гласный звук (הַ שׁוֹאֵם – «шва на», «шва подвижное») [1, с. 20]. С развитием сравнительной фонетики, изучающей и сопоставляющей звуковую строй разных языков, стало понятно, что термин «шва» – это явление не только древнего и современного иврита, но и многих других языков.

Фонема «шва» как термин западноевропейской лингвистики был введен в науку немецкими лингвистами Иоганном Андреасом Шмеллером и Александром Джоном Эллисом в XIX веке [2]. Звук «шва» представлен в International Phonetic Alphabet (международном фонетическом алфавите) как [ə], символ, который выглядит как буква «е», повернутая на 180 градусов.

Чтобы дать определение фонеме «шва» в русском языке, следует рассмотреть процесс редукции гласных в русском языке. По определению Т.В. Бабушкиной, редукция – это сокращение длительности гласных звуков и изменение их акустико-физиологических свойств в безударном положении [3, с. 29]. Редукция безударных гласных является существенным признаком для определения ударения в слове, а отсутствие редукции является отклонением от литературной нормы.

В русском языке существует три степени редукции: количественная (изменение долготы гласных [и], [ы], [у] без изменения их качества, например, количественная редукция звука [ы] в словах [сын] – [сыны] – [сынΛвја]), нулевая (выпадение гласных и согласных звуков, например, нулевая редукция звука [а] как в слове «делала» – [д’эλλь]) и качественная редукция. Рассмотрим последний тип редукции подробнее, поскольку в ходе этого фонетического процесса в речи появляется звук «шва».

Качественная редукция – это уменьшение силы и долготы звучания в безударном слоге. Качественной редукции подвергаются гласные [а], [о], [э]. В зависимости от положения относительно ударного слова различают две степени редукции:

1. Редукция первой степени приводит к относительному сокращению длительности произнесения гласного звука и к препятствует различению в безударном слоге звуков, отличающихся в ударной позиции. Редукция первой степени происходит в первом предударном слоге или в абсолютном начале слова (если слово начинается с гласного звука).

Положение под ударением	1-я степень редукции после твердых согласных	Примеры	1-я степень редукции после мягких согласных	Примеры
[А]	[А]	сад [сат] – сады [сАды]	[И]	пять [п’ат’] – пяти [п’И’гИ]
[О]	[А]; [ы’] – после твердых шипящих	дом [дом] – дома [д’Ама], жены [ж’оны] – жена [ж’Ина]	[И]	нес [н’ос] – несу [н’И’бу]
[Э]	[ы’]	шесть [шэс’т’] – шесть [шэ’с’т’И]	[И]	лес [л’эс] – леса [л’И’са]

Рисунок 1 – Изменения гласных звуков русского языка в первой степени редукции

В результате редукции первой степени не появляется звук «шва». Гласный в первом предударном слоге (или в абсолютном начале слова) в традиции русского произношения лишь уменьшает долготу и несколько меняет произношение, в сравнении с ударной формой.

2. Редукция второй степени приводит к значительному изменению звуков. Они становятся значительно менее отчетливыми и более краткими. Редукция второй степени происходит в предударных слогах (кроме первого предударного и абсолютного начала слова) и во всех заударных слогах.

Положение под ударением	2-я степень редукции после твердых согласных	Примеры	2-я степень редукции после мягких согласных	Примеры
[А]	[в]	сад [сат] – садовый [сАд’Авод’] – по саду [п’о сАд’у]	[в]	пять [п’ат’] – пятичас [п’И’т’И’ч’ас] – на пель [н’а п’ель’]
[О]	[в]	дом [дом] – домовой [д’ом’Авои] – садов [сАд’ов]	[в]	леса [л’эс] – лесной [л’эс’нои] – лесовод [л’эс’Авод’] – по лесу [п’о л’эсу]
[Э]	[ы’]	шесть [шэс’т’] – шестисот [шэ’с’Ис’от’] – на шесть [н’а шэ’с’т’]	[в]	лес [л’эс] – лесовод [л’эс’Авод’] – по лесу [п’о л’эсу]

Рисунок 2 – Изменения гласных звуков русского языка во второй степени редукции

Звук «шва» звучит в словах садовый [сэдΛвот], домовой [дъмΛвои], шестисот [шэс’т’исот] во втором предударном слоге.

Таким образом, звук «шва» в русском языке реализуется во всех безударных (редуцированных) слогах (кроме первого предударного слога и абсолютного начала слова) после твердых согласных.

В результате статистического анализа аллофонов русских фонем, проведенного Н.С. Смирновой и П.Г. Чистиковым, было выявлено, что

аллофон фонемы [a] в заударном слоге – лишь одно из проявлений звука «шва» – является вторым по количеству употреблений в большом текстовом корпусе русского языка среди 59 аллофонов [4, с. 704].

В отличие от русского языка, «шва» в английском языке звучит в большинстве безударных слогов, поскольку большинство гласных редуцируется в нейтральный гласный [ə] [1, с. 61]. На рис. 3 представлен способ редукции шести английских гласных в безударных положениях, в трех из которых результатом является звук «шва» – [ə].

Гласные буквы	Положение без ударения	Примеры
A	[ə]	About [ə'baʊt], sofa [sə'fəʊ]
O	[ə] Исключение: в конце слова – [ɔ]	factory ['fæktəri], obey [ə'beɪ], potato [pə'teɪtə]
U	[ə] Исключение: в конце слова перед «-е» – [ju]	surprise [sə'praɪz], circus ['sɜ:kəs], rescue ['reskju]
E	[ə] Исключение: [ɛ] + [m, n, l, r, ŋ] + согласный	ticket ['tɪkɪt], decided [dɪ'sɪ'dɪd], student ['stju:dnt]
I/Y	[ɪ] Исключение: в конце слова и перед гласным – [i] (близкий к кардинальному гласному [ɪ])	enemy ['emɪni], syllable ['sɪləbəl], imagine [ɪ'mædʒɪn], aviation [æ'vɪʃən]

Рисунок 3 – Редукция безударных гласных в английском языке

В английском языке, как и в русском, существует три вида редукции: количественная (которой подвергаются долгие гласные, стоящие в безударном положении, например, «you» [j] – [ju:], «she» [ʃi] – [ʃi:]), нулевая (характерна для повседневной речи, например, нулевая редукция согласного [h] и гласного [ə] в конструкции «I have been» [a'ihəv bi:n] – «I've been» [a'iv bi:n]) и качественная, которую мы рассмотрим ниже на примере звука [ə] – результата качественной редукции гласных звуков [a], [o], [u], [e] (в случае с последним, звук [e] редуцируется в [ə], если за ним следуют звуки [m, n, r, l, ŋ]).

В английском языке выделяют несколько типов «шва» [1]:

- 1) долгий звук «шва» (long schwas) в ударной позиции: first [fɜ:st], personal ['pɜ:snl];
- 2) звук «шва» в абсолютном начале слова (short schwas in pre-stress position): another [ə'nʌðər], around [ə'raʊnd];
- 3) звук «шва» в первой предударной позиции (pre-stress schwas): today [tə'deɪ];
- 4) звук «шва» в заударной позиции (word-final schwas): grandfather ['grænd,fɑ:ðə], never ['nevə].

Как видно из случаев появления в речи «шва», этот звук появляется чаще в английском языке, чем в русском. В английском мы слышим гласный [ə] не только в заударной позиции и второй предударной позиции, но также и в первой предударной позиции, в абсолютном начале слова и даже, в некоторых случаях, в ударной позиции.

Столь широкая распространённость «шва» в английском представляет серьезную сложность для русскоговорящих людей, желающих избавиться от русского акцента. В первой предударной позиции в русском языке будут редуцированные гласные [Λ], [ы] и [ыэ], не соотносимые с английским более коротким [ə] – «шва», которая в русском языке будет лишь во второй предударной и заударной позициях. Например, носитель английского языка

произнесет в потоке речи артикль «а» как [ə]: «a dog» [ə dɒg], «an apple» [ən'æpəl]. Артикуляционный аппарат русскоговорящего не подстроен под произношение краткого «шва» в первой предударной позиции, как в примерах выше, и произнесет другой звук – [v] или, в русской транскрипции, [Λ], несмотря на то, что «шва» существует в русском в словах «корова» [kə'rovə], «собака» [sə'bakə], «молоко» [mələ'ko].

Ученые-фонологи отмечают также еще одно важное отличие редукции безударных гласных русского языка от аналогичного процесса в английском. В.А. Виноградов утверждает, что важнейшим различием редуктивной панорамы двух языков является «обратное распространение степеней редукции» [5, с. 19-20]. Для русского языка характерна затухающая динамика слогов, когда наиболее сильный слог – ударный (степень редукции 0) противостоит первому предударному (степень редукции 1) и остальным слогам (степень редукции 0). В общем, редуктивную схему русского языка можно представить следующим образом: 2 – 1 – 0 – 2 («добежала» [дѣб'изжалъ]).

В английском языке, напротив, редукция строится по принципу фокусировки динамичности и выглядит несколько симметричнее. Максимальная степень редукции характерна для слогов, непосредственно примыкающих к ударному. Схематично представить ее можно так: 1 – 2 – 0 – 2 – 1 («information» [,infə'meɪʃn], «predominate» [pri'dɔmineɪt]). Русская и английская редуктивные модели совпадают лишь в одной позиции – в первом заударном слоге.

Некорректное использование полных и редуцированных форм в речи может лишь в лучшем случае привести к так называемому «русскому акценту», в остальном же ошибки ведут к серьезным искажениям смысла высказывания. Если вместо редуцированных форм употреблять полные, то в предложении появится значимость случайных слов, производя впечатление интонационного ударения. Одновременно с этим более важные по смыслу слова уравниваются в потоке речи со связующими элементами, что нарушает естественный фонетический строй речи, делая ее менее ясной и выразительной.

Список использованных источников:

1. Marková Bc. G. The Schwa Sound in Two Speeches by Elizabeth II. - Masaryk University, 2017. - 130 с.
2. S.O.S.! It's a Schwa! By: Jura Kool // KoolMinds Academy of Learning URL: <https://www.koolminds.com/schwa-article> (дата обращения: 11.11.2023).
3. Бабушкина Т.В., Гурьева Н.Н. Фонетическая система русского языка. - Тверь: Твер. гос. ун-т, 1999. - 78 с.
4. Смирнова Н.С., Чистиков П. Г. Программа анализа фонетических статистик в текстах на русском языке и ее использование для решения

прикладных задач в области речевых технологий // Международная конференция по компьютерной лингвистике и интеллектуальным технологиям "Диалог 2021". - 2021. - №20. - С. 698-710.

5. Виноградов В.А. Консонантизм и вокализм русского языка: Практическая фонология.. - М.: Изд-во Моск. ун-та, 1971. - 83 с.

© Андреева Е.В., 2023

УДК 316

СЕМИОТИКА ЭМОДЗИ

Балян С.Н.

Научный руководитель Кащеев О.В.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Семиотика эмодзи – это научно-исследовательская область, изучающая символы и их смыслы в контексте использования. Актуальность научной работы заключается в исследовании роли и значения эмодзи в современной коммуникации. Последние годы эмодзи стали широко распространенными и популярными среди пользователей смартфонов и социальных медиа. Изучение этого направления может помочь в понимании того, как эти символы влияют на коммуникацию и взаимодействие людей.

В этой работе предпринята попытка изучения и анализа семиотического значения эмодзи: какие эмоции, ассоциации или идеи они передают. Проведено исследование их контекстного использования, как новой формы языка: как эмодзи могут взаимодействовать с текстовыми сообщениями и как они могут дополнять или заменять слова в коммуникации.

Гипотеза данной научной работы может быть сформулирована в виде предположения о том, что эмодзи обладают семиотическим значением, которое может быть исследовано и объяснено через анализ их использования и контекста. Эмодзи могут быть рассмотрены как самостоятельная форма коммуникации, которая имеет свои собственные семиотические правила и смысловые оттенки.

Одними из малочисленных трудов, которые изучают данную тему, являются книги Марселя Данези «Семиотика эмодзи: Расцвет визуального языка в эпоху Интернет» (2017 г.) [1], Владимира Агеева «Семиотика» (2002 г.) [2] и Бориса Манделя «Современная речевая коммуникация: исторические связи, теория, практика» (2019 г.) [3].

Эти маленькие иконки, используемые для выражения эмоций и идей в текстовых сообщениях, стали неотъемлемой частью нашей коммуникации в цифровом мире, захватывая социальные сети, мессенджеры и даже печатные издания [1].

Эмодзи имеют глубокий семантический потенциал и могут передавать различные значения и эмоциональные нюансы. Они не просто отображают основные эмоции, но также передают тонкости настроения, социальных отношений и культурных конвенций. Они стали популярными благодаря своей универсальности и простоте использования. Они преодолевают языковые барьеры и позволяют нам быстро и эффективно коммуницировать с людьми со всего мира.

Учитывая, что коммуникация с помощью эмодзи является частью семиотики, рассмотрим основные теории и модели семиотической интерпретации, такие как триада Чарльза Пирса, треугольник Готлоба Фреге и модель Ролана Барта, и как они применяются к эмодзи.

Триада Чарльза Пирса, является одной из ключевых моделей семиотической интерпретации, которая состоит из трех основных элементов: объекта, знака и интерпретанта, и отображается в треугольнике Фреге [2]. В контексте эмодзи, треугольник Фреге и триада Пирса позволяют нам анализировать, как знаки (в данном случае, эмодзи) связаны с объектами (эмоциями или концепциями) и как они интерпретируются различными людьми.

Идея Ролана Барта, о фотографических сообщениях находит свое отражение в коммуникации с использованием эмодзи. Газетная фотография, говорил Ролан, представляет собой сообщение. Весь комплекс этого сообщения образуют источник-отправитель, канал передачи и среда получателей. Источник-отправитель – это редакция газеты. Среда получателей – это публика, читающая газету. А канал передачи – сама газета, вернее, комплекс параллельных сообщений, центром которых является фотография [3]. Применение этой идеи Ролана Барта к эмодзи, позволяет нам анализировать, как эмодзи передают смысл и эмоции через их внешний вид, связанные с ними контексты и культурные конвенции.

Используя эти теории и модели семиотической интерпретации, мы можем глубже понять, как эмодзи работают как символы и как они влияют на нашу коммуникацию [4].

Объективно, эмодзи стали неотъемлемой частью современной коммуникации, позволяя коммуникантам выражать эмоции, уточнять смысл и создавать эмоциональную связь с другими людьми. Они имеют мощный эффект на наше эмоциональное восприятие и взаимодействие в онлайн-среде. Рассмотрим различные способы интерпретации значения

эмодзи, включая контекст использования, культурные различия и индивидуальные предпочтения.

Контекст играет важную роль в интерпретации эмодзи. Один и тот же символ может иметь разное значение, в зависимости от того, где и как он используется. Поэтому важно учитывать окружающую ситуацию, чтобы понять и передать истинное значение эмодзи.

Культурные различия также влияют на интерпретацию эмодзи. Некоторые символы могут иметь особое значение или ассоциации в определенных странах или регионах. Понимание этих культурных особенностей позволяет нам избегать недоразумений и строить эффективную коммуникацию.

Наконец, индивидуальные предпочтения играют важную роль в интерпретации эмодзи. Каждый человек может воспринимать символы по-своему, основываясь на своем личном опыте, образовании и эмоциональной связи с ними. Один и тот же эмодзи может вызывать у разных людей разные эмоции или ассоциации. Поэтому важно учитывать индивидуальные предпочтения, чтобы передать и понять истинное значение эмодзи.

Семантика и синтаксис эмодзи имеют свои особенности, которые позволяют выражать определенные эмоции и создавать контекст в коммуникации.

Синтаксис эмодзи.

Один отдельный эмодзи: эмодзи могут использоваться индивидуально, чтобы выразить определенную эмоцию или объект.

Комбинирование эмодзи: может использоваться для создания новых значений и ассоциаций. Различные эмодзи, объединенные вместе, могут создавать смысловые сочетания, которые отображают эмоциональные оттенки или сообщают о конкретных действиях и жестах.

Эмодзи с текстом: иногда эмодзи используются в сочетании с текстом, чтобы уточнить или усилить смысл сообщения.

Синтаксис использования эмодзи может изменяться в зависимости от платформы общения. Некоторые из них могут предлагать эмодзи, основанные на введенных символах или словах.

Семантика эмодзи.

Эмоциональная семантика: каждый эмодзи представляет собой определенную эмоцию или эмоциональное состояние.

Семантика объектов и символов: некоторые эмодзи представляют конкретные объекты, животных, предметы или символы, которые имеют свою семантику.

Прагматика эмодзи:

Средство эмоциональной экспрессии: эмодзи позволяют передавать эмоциональное состояние и настроение в текстовой коммуникации. Они помогают уточнить и усилить эмоциональную окраску сообщения.

Средство контекстуализации: эмодзи помогают уточнить и интерпретировать смысл сообщения, добавляя контекстуальную информацию. Они могут изменять тон и оттенок высказывания, влияя на его восприятие и понимание.

Средство социальной идентификации: эмодзи могут использоваться для выражения принадлежности к определенной группе или сообществу. Они могут служить символическими маркерами, отражающими культурные, социальные и личностные особенности.

Средство коммуникативной эффективности: использование эмодзи может способствовать лучшему пониманию и восприятию сообщений. Они могут помочь смягчить или усилить выражение, улучшить эмоциональную связь между коммуникантами.

В целом, эмодзи являются мощным средством выражения эмоций, передачи контекста и создания эффективной коммуникации. Они позволяют нам усилить и расширить наши сообщения, делая их более выразительными и эмоциональными. Эмодзи могут заменять слова или фразы, особенно когда вам хочется сократить сообщение или передать мысль более компактно.

Эмодзи можно рассматривать с точки зрения семиотики – науки, изучающей знаки и их значения [2]. Рассмотрим основные аспекты глубокого семиотического анализа эмодзи. Форма эмодзи важна для его семиотического анализа. Она может содержать различные элементы: лицевые выражения, предметы, животных и т.д. Форма эмодзи может быть абстрактной или конкретной, одиночной или состоять из нескольких элементов. У каждой формы есть свое значение и интерпретация. Цвет эмодзи также имеет семиотическую значимость. Разные цвета могут вызывать разные эмоциональные и символические реакции. Культурная значимость – каждая культура может иметь свои особенности в интерпретации и использовании эмодзи. Некоторые эмодзи могут быть более популярны или часто используются в определенной культуре, в то время как в других культурах они могут быть менее распространены или иметь другое значение.

Контекст и комбинации – значение эмодзи может зависеть от контекста, в котором они используются. Они могут изменить свое значение, когда вы видите их в сочетании с другими эмодзи или текстом.

Значение эмодзи может меняться со временем и в зависимости от общественных тенденций. Модные тренды и влияние социальных медиа

могут повлиять на эмодзи и привести к изменению значений и интерпретаций.

В ходе проведения эксперимента с целью исследования эффективности коммуникации с использованием эмодзи, была предпринята попытка установить диалог с участниками на различные темы, используя только эмодзи в качестве коммуникативного средства. Результаты исследования оказались интересными и разнообразными. Оказалось, что эмодзи могут быть эффективным инструментом передачи информации и эмоций с помощью визуальных символов. Участники эксперимента демонстрировали умение использовать эмодзи для выражения своих мыслей, чувств и реакций, не прибегая к словам. В целом, эксперимент показал, что эмодзи могут быть эффективным средством коммуникации, позволяя передавать информацию и эмоции с помощью визуальных символов, понятных для множества людей во всем мире.

Таким образом, эмодзи сыграли значительную роль в эволюции нашей коммуникации и восприятия информации онлайн. Они обогатили нашу способность выразить эмоции и улучшили понимание сообщений, а также помогли создать культурные коды и укрепить связь между людьми в онлайн-сообществах. Эмодзи также стали частью популярной культуры и мемов. Они используются для создания шуток, выражения уникального стиля и передачи сленговых фраз. Они стали своеобразным языком, способом выражения собственного стиля и личности, а также общения среди различных культур и языков. Их эволюция от простых символов до более разнообразных и выразительных иконок свидетельствует о значительной популярности и важности эмодзи в нашей современной цифровой культуре.

Из проведенных исследований и анализа можно сделать заключение, что эмодзи действительно обладают семиотическим значением. Они являются визуальными символами, которые могут передавать информацию и эмоции в процессе коммуникации. Семиотическое значение эмодзи определено контекстом, культурными конвенциями и предпочтениями коммуникантов. Каждый эмодзи имеет свое символическое значение, которое может быть расшифровано и понято при анализе его использования и контекста [3, 4].

В целом, на основании проведенных исследований можно сделать вывод, что эмодзи обладают семиотическим значением и способны функционировать как самостоятельная форма коммуникации, уникальная и дополняющая текстовые сообщения. Они предоставляют пользователям возможность выражать эмоции, идеи и сложные сообщения с помощью визуальных символов, универсальных и мощных в своем выражении.

Выдвинутая в данной работе гипотеза о том, что эмодзи обладают семиотическим значением и способны функционировать как самостоятельная форма коммуникации, подтверждается.

Список использованных источников:

1. Данези М. Семиотика эмодзи: Расцвет визуального языка в эпоху Интернет – Издательство: Медиа и коммуникация, 2017г. - с. 47-52.
2. Агеев В. Семиотика – Издательство: Весь мир, РГБ, 2002г. – 112с.
3. Мандель Б. Современная речевая коммуникация: исторические связи, теория, практика – 2019г.- с. 169-185 [Электронный ресурс] – URL: <https://znanium.com/> (Дата обращения: 05.11.2023г.)
4. Воякина Е. Визуализация современной цифровой коммуникации: эмодзи вместо слов – 2023г. [Электронный ресурс] – URL: <https://elibrary.ru/> (Дата обращения: 06.11.2023г.)
5. Васильева, И.А., Халина, Н.В. Эмодзи как дополнительный семантико-семиотический компонент современного SMM-текста 2021г. 105–111с. [Электронный ресурс] – URL: <https://cyberleninka.ru/> (Дата обращения: 05.11.2023г.)
6. Marcel Danesi. «The Semiotics of Emoji: The Rise of Visual Language in the Age of the Internet» 2017 г.

© Балян С.Н., 2023

УДК 81-25

**ЗАИМСТВОВАННЫЕ СЛЕНГОВЫЕ ВЫРАЖЕНИЯ
КАК ЯВЛЕНИЕ РУССКОГО ЯЗЫКА**

Богачанова Т.Д., Васильева Л.И., Дегтярева Д.О., Махновец Е.Е.
*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Новосибирский государственный технический университет», Новосибирск
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Новосибирский государственный
архитектурно-строительный университет», Новосибирск*

С каждым днём мы всё больше и больше слышим от русской молодежи непонятные или незнакомые слова, которые также можно назвать «сленгом». По определению Кембриджского словаря [5], сленг – неформальный язык общения определенных групп, который чаще употребляется в устной форме, нежели чем в письменной. Активное использование лексики подобного характера определяет актуальность данного исследования. В данной работе мы предприняли попытку основных вопросов появления сленга в русском языке, выявить причины включения данного блока лексики в речевую культуру носителей языка, а также

выявить наиболее популярные сленгизмы в современном русском языке. Исследование базируется на анализе сленговых слов и выражений, а также на интернет-анкетировании, проведенном посредством социальной сети Вконтакте.

История возникновения понятия «сленг» берет свое начало еще в XVIII веке и означает с английского языка – «оскорбление». На данный момент сложно сказать, что сленг и по сей день используется как оскорбление, ведь нынешняя молодежь использует его в обычной речи с целью донесения информации легким и понятным образом. Помимо этого, словарь синонимов русского языка объясняет слово «сленг» как жаргон, просторечие. С этим можно согласиться, ведь использование сленга упрощает понимание ввиду использования английских слов, которые знакомы большинству.

Период активного развития сленга в России пришёлся на 50-е года XX века, когда появилась субкультура стилиг, примером подражания которых стал Запад и его образ жизни. Субкультура стилиг шла против стереотипов поведения советского общества, что объясняет распространение англоязычной лексики в речи советского гражданина.

Следующий этап развития сленга относится к 70-м годам прошлого столетия, когда в СССР начались образования новых субкультур – хиппи, готы, панки. Появление новых обществ, в котором были в основном молодые люди так же повлияло на разнообразие сленговых выражений, которые используются и по сей день, например, гёрл, глюк, кайф и так далее.

С появлением сети Интернет, сленг стал разнообразнее и красочнее, так как социальные сети связывают людей по всему миру. Такие сленговые выражения, как «асап» (ASAP – as soon as possible), «ФР» (FR – for real), «плиз» (PLZ/PLS – please), внедрились в русскоязычный сленг из-за частого использования носителями английского языка. Это связано с тем, что зачастую мобильные операторы взимают дополнительную плату за превышение объема сообщений, поэтому наилучший выход из этой ситуации – использование аббревиатур или сокращений, которые не утратят смысл нужной для передачи информации. Помимо этого, использование набора символов в последствии сокращения слова или части предложения, значительно ускоряет процесс передачи сообщений. Таким образом, путём внедрения новых слов из английского языка мы получили то, что можем назвать современным сленгом, который может использоваться как в реальной жизни, так и при общении в интернете.

У молодежи XXI века не возникает проблем с пониманием большинства сленговых выражений, так как дети ещё с малых лет начинают изучать английский язык: школьники погружаются в новый язык уже со

второго класса. Изучение английского, даже минимальное, уже позволяет детям и подросткам использовать в повседневной жизни сленговые выражения, заимствованные из иностранной речи. Э.М. Береговская отмечает, что в этом ключе сленг выполняет демонстративную функцию [1] как способ выделения из толпы, метод привлечения внимания именно к персоне этого молодого человека, выделяющегося не только внешне, но и в речевом отношении, что соотносится с экспрессивной функцией, позволяя «наиболее ярко выразить свою субъективную оценку...» [7, с. 80].

Следует добавить, что сленг – постоянно меняющаяся часть языка, которая находится под постоянным влиянием происходящих событий, к которым относятся музыка, кино и другие сферы жизни общества. Например, из музыкальной сферы в русский язык внедрились такие слова, как «кавер» (с англ. to cover – покрывать), что означает новое исполнение уже существующей песни. Касательно кинематографа, поклонники фильмов или сериалов используют слово «каст», что в переводе с английского означает «актерский состав». Из этого мы можем сделать вывод, что молодое поколение использует сленг даже в таких сферах жизни.

Сленгизмы, которые используют студенты в своей речи – это также один из способов трансляции своей индивидуальности актуализации и уровня интеллектуального развития, это своеобразный закрытый способ коммуникации и общения определенной социальной группы, в данном случае речь идет о студентах. Сленг, как кодовый язык, служит и для «зашифровки» речи, чтобы оставаться непонятными для преподавателей, родителей и членов других социальных групп, такого мнения придерживаются исследователи Грязнова Е.В., Мальцева С.М., Азолова Ю.В., Ларина Т.В. [2] и Черенкова Д.И. [8].

Исследователи отмечают способность сленгизмов подстраиваться под словообразовательную систему русского языка, т.е. адаптироваться, в связи с этим выделяются определенные словообразовательные модели, например, «суффиксацию (гонщик, ездун, походняк, туфтовый), постфиксацию (неврубон, расслабон), префиксально-суффиксальный способ (добазариться), субстантивацию (зеленые), сложение (бесогон, кишкодав), аббревиацию (зоя «змея особо ядовитая»), усечения (нарк, норм, пешкарусом «пешком + Икарус») [6, с. 70].

Мы провели опрос среди учащихся Новосибирского государственного технического университета, в котором приняли участие и представители старшего поколения (рис. 1а). Данные таблицы позволяют сделать вывод о том, что представители молодого поколения в возрасте от 14 до 18 лет приняли активное участие в опросе.

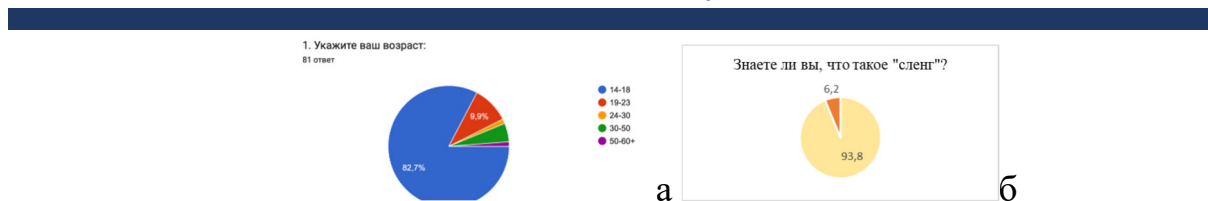


Рисунок 1 Распределение ответов на вопрос: а) Ваш возраст; б) Знаете ли Вы, что такое сленг.

По результатам опроса мы выявили, что больше 90% опрошенных имеют представление о понятии «сленг» (рис. 1б).

Помимо этого, мы задали вопрос участникам, используют ли они сленговые выражения в повседневной речи (при общении с семьей, друзьями, коллегами) – (рис. 2а). Данные диаграммы позволяют сделать вывод о том, что почти 90% людей активно используют сленгизмы в ситуации непринужденного общения.

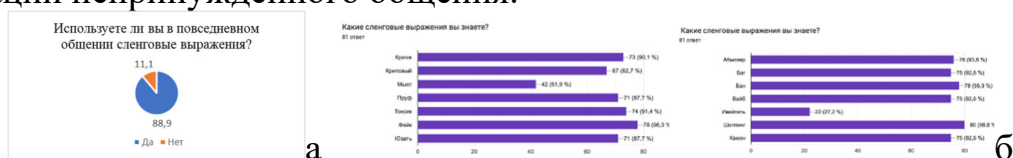


Рисунок 2 – Распределение ответов на вопрос: а) Используете ли Вы сленг в повседневном общении; б) Какие сленговые выражения Вы знаете

Помимо этого, участникам опроса было предложено выбрать те сленговые выражения, которые они знают (рис. 2б). В списке можно встретить такие языковые «новинки», как кринж, криповый, мьют, пруф, токсик, фейк, юзать, абьюзер, баг, бан, вайб, ивейтить, шоппинг, камон.

Конечно, многие выражения, встречающиеся в определенном контексте, могут быть распознаны носителям языка без проблем, например, «Он спамил и получил бан» – о ситуации общения в сети Интернет, когда пользователь многократно размещает повторяющуюся информацию, нарушая правила общения в сообществе или на форуме, за что администратор налагает на него штраф в отсутствии возможности зайти на сайт какое-то определенное время. Или в такой фразе «Я сегодня столько классных шмоток купила. Шоппинг удался», т.е. из разговора подруг можно узнать о том, кто девушка купила необходимые вещи гардероба в магазине и т.д. Некоторые сленговые выражения мы не можем распознать в контексте, в этом случае необходимо прибегнуть к словарю молодежного сленга [4, 3].

Из всего перечня сленговых выражений наиболее известными оказались следующие. Кринж (с англ. to cringe – съезживаться) – на языке сленга означает чувство стыда, неловкости за чье-либо поведение. Токсик (с англ. toxic – токсичный, ядовитый) – используется в значении человека, который вызывает негативные эмоции своими словами или действиями, который пытается сделать жизнь другого человека ужасной [9]. Фэйк (с англ. fake - фальшивый) – означает подделку, ложную или недостоверную

информацию. Шоппинг (с англ. shopping – покупка) – имеет значение совершения покупок в магазине.

При этом, наименее знакомыми для участников опроса оказались следующие сленговые выражения. Мьют (с англ. mute – немой) – выражение, характерное для компьютерных игроков, «блокировка доступа к сообщениям». Ивейтить/Ивейдить (с англ. to evade – уклоняться) – имеет то же значение, что и перевод с английского языка: уклоняться от обязанностей/поручений.

Отсюда следует вывод, что английские сленговые выражения используются часто, что приводит к распространению сленга в русской речи. Русский язык богат своей лексикой, но внедрение заимствованных сленговых выражений упрощает задачу молодёжи донести информацию друг для друга, однако возникает другая коммуникативная проблема, которая стоит очень остро в современном мире – проблемы взаимопонимания представителей разных социальных групп и представителей разных поколений, что может стать перспективой дальнейшего нашего исследования.

Список использованных источников:

1. Береговская Э.М. Молодежный сленг: формирование и функционирование // Вопр. языкознания. 1996. № 3. – С. 32–41.

2. Грязнова Е.В., Мальцева С.М., Азолова Ю.В., Ларина Т.В. Современные трактовки понятия «воспитание»: семья, патриотизм и социализация // Карельский научный журнал. 2018. Т. 7. № 4 (25). – С. 30-32.

3. Елистратов В. С. Толковый словарь русского сленга. М. Аст-пресс школа. 2023, 672 с.

4. Захарова Л.А., Шуваева А.В. Словарь молодёжного сленга (на материале лексикона студентов Томского государственного университета): учебно-методич. пособие. / Л.А. Захарова, А.В. Шуваева. – Томск: Издательский Дом Томского государственного университета, 2014.– 126 с.

5. Кембриджский англо-русский словарь значений и словосочетаний (Интернет-версия). Адрес URL: <https://dictionary.cambridge.org> (Дата обращения: 11.10.2023)

6. Раренко М. Б. Сленг как признак социальной принадлежности // Язык и мода. 2017. №2017. С.64 – 74.

7. Рубцова Е.А. Функциональные особенности сленгизмов молодежных печатных СМИ // Вестник РУДН, серия Вопросы образования: языки и специальность, 2008, № 5. – С.76 – 81

8. Черенкова Д.И. Молодежный сленг: положительное и отрицательное влияние на сознание и речь подростка// Наука и инновации в XXI веке: актуальные вопросы, открытия и достижения: Сборник статей

XIII Международной научно-практической конференции (20-21 мая 2019 г.). Пенза: Наука и Просвещение, 2019. – С.246-249.

9. Яцкая Д. Д. Актуальность использования сленга, заимствованного из английского языка, в русском языке // Художественное произведение в современной культуре: Творчество – исполнительно-гуманитарное знание: Сборник статей и материалов сер. «Десятилетие науки и технологий в России» Сост. С.С. Наседкина, общ. ред. Е. А. Куштым, Челябинск, 2023 – ФГБОУ ВО «Сибирский государственный университет науки и технологий им. М. Ф. Решетнева», 2023. – С. 312-316.

© Богачанова Т.Д., Махновец Е.Е.,
Васильева Л.И., Дегтярева Д.О., 2023

УДК 339.138

ОСОБЕННОСТИ ТЕКСТОВ ДЛЯ РЕКЛАМЫ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Борисова А.А., Куропаткина М.С., Леськова Е.А.

Научный руководитель Аржанова К.А.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Государственный университет управления», Москва

Социальные сети являются важным аспектом современной рекламной деятельности. В эпоху цифровизации и всеобщей информатизации общества, социальные сети, такие как ВКонтакте, Телеграм и Одноклассники, выступают не просто как платформы для общения, но и как мощные инструменты для продвижения товаров и услуг. В этом контексте особенности создания рекламных текстов приобретают особое значение, поскольку именно текст является одним из ключевых элементов воздействия на потенциального потребителя.

Рассматривая ВКонтакте, Телеграм и Одноклассники, становится очевидным, что каждая из этих платформ имеет свои уникальные характеристики, влияющие на структуру, стиль и содержание рекламных текстов. Также необходимо понимать, что алгоритмы распространения контента в каждой из этих сетей имеют свои особенности, которые следует учитывать при создании рекламных текстов. Это касается не только выбора ключевых слов и фраз, но и структуры самого текста, его способности привлекать и удерживать внимание целевой аудитории. В свою очередь, понимание психологии потребителей, активных в данных социальных сетях, позволяет создавать более целенаправленные и эффективные рекламные сообщения.

Особенности рекламных текстов «ВКонтакте». В социальной сети ВКонтакте рекламные тексты играют важную роль в привлечении внимания

пользователей. Эта платформа, насчитывающая миллионы активных пользователей ежедневно, предоставляет уникальные возможности для рекламодателей. Особенности рекламных текстов в этой социальной сети определяются несколькими ключевыми факторами: адаптированность под мобильные устройства; особенности таргетинга; разнообразие форматов рекламы; взаимодействие с пользователями через анализ их реакции на рекламные материалы; постоянное развитие и адаптивность социальной сети к изменяющимся условиям рынка.

Социальная сеть ВКонтакте, занимая одно из ведущих мест среди платформ для общения и развлечения, предоставляет рекламодателям множество инструментов для продвижения своих товаров, услуг или личного бренда. Разнообразие рекламных форматов позволяет адаптировать рекламную кампанию под конкретные задачи и целевую аудиторию. Так можно выделить следующие типы рекламных постов во ВКонтакте: реклама сообществ по продаже товаров/услуг; реклама личных блогов; таргетированная реклама веб-сайтов [1].

Особенности текстов для рекламы товаров и услуг:

прежде всего, стоит учитывать масштаб и демографическую структуру аудитории ВКонтакте;

ключевой аспект – визуальное оформление;

специфика текстового контента рекламных постов: текст должен быть кратким, ясным и привлекательным; важно избегать сложных и длинных предложений, а также использовать активные глаголы и призывы к действию. Это поможет стимулировать пользователей к взаимодействию с рекламным материалом и переходу к покупке товара или услуги;

эмоциональное воздействие на аудиторию. В таком виде текстов не подойдет вариант перечисления преимуществ или завлекающий прием, состоящий из одного предложения. Как правило, специалисты по рекламе и копирайтеры вычисляют так называемые «боли клиента» и воздействуют на них через текст.

Особенности рекламных текстов для личных блогов.

Одним из ключевых аспектов является органичность и естественность. Рекламный контент должен гармонично вписываться в общую концепцию блога, не вызывая отторжения у аудитории. Это требует тщательного подхода к выбору рекламируемого продукта или услуги, а также к форме и содержанию рекламного сообщения.

Учет интересов и предпочтений целевой аудитории блога. Рекламный пост должен отвечать потребностям и интересам читателей, предоставляя им полезную и актуальную информацию. Это поможет усилить воздействие рекламного сообщения и повысить его эффективность.

Визуальное оформление рекламных постов. Визуальный контент играет важную роль в привлечении внимания аудитории и формировании ее восприятия рекламного сообщения. Фотографии, видео и графические элементы должны быть высокого качества, актуальными и соответствовать стилю блога.

Эмоциональный подход. Личные блоги часто строятся на эмоциональной связи между блогером и его аудиторией, и рекламный контент должен поддерживать эту связь. Эмоциональные и искренние рекламные сообщения, которые отражают личный опыт и мнение блогера, могут быть особенно эффективными.

Особенности таргетированной рекламы веб-сайтов.

Тексты для веб-сайтов отличаются своей краткостью – в среднем 1-3 предложения в посте, которые содержат в себе информацию, привлекающую к переходу по ссылке. Также завершать посты могут тематические хэштеги. Важным аспектом является и визуальное оформление рекламного объявления. Качественные изображения, привлекательные заголовки и короткие, но емкие тексты могут значительно увеличить эффективность рекламы. Ведь именно визуальное восприятие в первую очередь влияет на решение пользователя перейти по рекламной ссылке.

Особенности рекламных текстов в «Одноклассниках».

1. Привлекательный заголовок: тексты для рекламы в Одноклассниках должны иметь яркий и привлекательный заголовок, который заинтересует пользователей и побудит их прочитать далее.

2. Краткость и ёмкость: тексты для рекламы в Одноклассниках должны быть краткими и содержательными. Пользователи обычно сканируют новости и сообщения, поэтому важно передать ключевую информацию в короткой форме.

3. Прямая речь и личный подход: тексты для рекламы в Одноклассниках могут использовать прямую речь и личный подход, чтобы установить более тесную связь с пользователями. Например, использование фраз «Тебе это понравится!» или «Ты не сможешь устоять!» может привлечь внимание и вызвать интерес.

4. Визуальные элементы: рекламные посты в Одноклассниках могут содержать визуальные элементы, такие как фотографии или видео, чтобы привлечь внимание пользователей. Визуальный контент может быть более привлекательным и эффективным для передачи информации.

5. Уникальные предложения: тексты для рекламы в Одноклассниках могут выделяться среди других постов благодаря уникальным предложениям или акциям, например, «Только сегодня – бесплатная доставка» или «Ограниченное предложение – скидка 50% на все товары».

6. Адаптация к целевой аудитории: тексты для рекламы в Одноклассниках могут быть адаптированы к целевой аудитории. Например, если реклама предназначена для молодежи, можно использовать более неформальный и разговорный стиль.

7. Частота публикаций: важно определить оптимальную частоту публикаций для рекламных постов в Одноклассниках. Слишком частые публикации могут раздражать пользователей, а слишком редкие – не привлекать достаточное внимание.

8. Поддержка отзывов и комментариев: рекламные посты в Одноклассниках могут поддерживать комментарии и отзывы пользователей. Это может помочь создать доверие и убедить пользователей в качестве продукта или услуги.

9. Соответствие правилам и формату Одноклассников: тексты для рекламы в Одноклассниках должны соответствовать правилам и формату платформы, например, использование запрещенной рекламы или неприемлемого языка может привести к блокировке аккаунта или отклонению рекламы.

10. Отсутствие слов-усилителей, призывов к действию: запрещено содержание в объявлении слов-усилителей, не несущих смысловой нагрузки, таких как «Шок», «Сенсация» и т.п. Не допускается использование формулировок, принуждающих пользователя к совершению действия, например «Жми скорее», «Я жду» и других [2].

Особенности текстов таргетированной рекламы в Одноклассниках:

1. Краткость и ясность. Тексты таргетированной рекламы в Одноклассниках обычно ограничены по объему и требуют краткости и ясности, чтобы быстро привлечь внимание пользователей.

2. Выделение преимуществ. В текстах рекламы важно выделить ключевые преимущества продукта или услуги, чтобы пользователи сразу поняли, почему они должны обратить на него внимание.

3. Актуальность и срочность. В текстах рекламы можно использовать актуальные события или предложения с ограниченным сроком действия, чтобы создать чувство срочности и стимулировать пользователей к действию.

4. Персонализация. Тексты рекламы могут быть настроены на конкретного пользователя, например, с использованием его имени или других персональных данных, чтобы создать более индивидуальное впечатление.

5. Адаптация к формату. Тексты рекламы в Одноклассниках могут быть адаптированы к конкретному формату, например, карусели или новостной ленте, чтобы максимально эффективно привлечь внимание пользователей.

6. Соблюдение правил и ограничений. При создании рекламных текстов в Одноклассниках необходимо соблюдать правила и ограничения платформы, чтобы избежать блокировки или отклонения рекламы [3].

Особенности рекламных текстов в «Telegram». Одной из особенностей текстов в рекламе в социальной сети Телеграм является их краткость и лаконичность. В силу ограниченного количества символов, которое можно использовать в одном сообщении, рекламные тексты должны быть максимально информативными и привлекательными.

Яркий, запоминающийся или «кричащий» заголовок, который должен заинтересовать потенциального клиента и вызвать его желание узнать больше. Для этого также используется гиперссылки «Узнать подробнее», «Посмотреть», «Хочу купить». Заголовки часто содержат краткое описание продукта или услуги, а также преимущества, которые они предлагают.

Важным элементом рекламных текстов в Телеграме является использование активных глаголов и прилагательных, которые подчеркивают выгоду или уникальность предложения. Также часто используются краткие фразы или слоганы, которые запоминаются легко и вызывают положительные эмоции. Для того чтобы привлечь внимание пользователей, в рекламных текстах в Телеграме используются различные акции, скидки или бонусы, которые делают предложение более привлекательным для потенциальных клиентов.

Важно также понимать особенности целевой аудитории и адаптировать тексты под их интересы и потребности. Также следует учитывать, что пользователи Телеграма могут быть более скептически настроены к рекламе, поэтому тексты должны быть честными и прозрачными, а также предлагать конкретные решения или выгоды для клиентов [4].

Таким образом, можно сделать вывод, что каждая социальная сеть имеет свои особенности, влияющие на формат и стиль рекламных текстов. Исследование показало, что ВКонтакте, например, предпочитает более визуальные и эмоциональные подходы к рекламе, что требует от текстов быть яркими и вовлекающими. В Телеграме акцент делается на краткость и информативность, в то время как Одноклассники требуют более традиционного и деликатного подхода, учитывая особенности своей целевой аудитории.

Исследование трех российских социальных сетей подчеркнуло важность понимания алгоритмов распространения контента в каждой из них. Важным при продвижении компании является формирование коммуникационной стратегии, это становится для бренда приоритетной задачей [5]. Рекламные тексты должны быть оптимизированы таким образом, чтобы максимально соответствовать критериям релевантности и

вовлеченности, которые используются алгоритмами. Это включает в себя использование ключевых слов, создание привлекательных заголовков и вовлекающего контента.

Также было выявлено, что понимание психологии аудитории является критически важным для создания успешных рекламных текстов. Это включает в себя не только понимание демографических характеристик, но и предпочтений, поведенческих особенностей и культурных норм целевой аудитории. Такой подход позволяет создавать более персонализированные и эффективные рекламные сообщения.

После проведения анализа стало понятно, что успех в сфере цифровой рекламы требует не только творческого подхода к созданию контента, но и тщательного анализа особенностей платформ и аудитории. Эти выводы могут служить руководством для специалистов в области маркетинга и рекламы, стремящихся повысить эффективность своих рекламных кампаний в социальных сетях.

Список использованных источников:

1. Бондарчук П.С., Чернышева А.М. Реклама в блогах и социальных сетях / Бондарчук П.С., Чернышева А.М. [Электронный ресурс] // CYBERLENINKA: [сайт]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/reklama-v-blogah-i-sotsialnyh-setyah> (дата обращения: 24.11.2023).

2. Требования к тексту в рекламном посте [Электронный ресурс] / ОК.ru, 2022 – Режим доступа: <https://ok.ru/help/trebovaniya-k-tekstu-v-reklamnom-poste> (дата обращения: 24.11.2023).

3. Блогеры в Одноклассниках [Электронный ресурс] / INSEDOК, 2016 - Режим доступа: <https://insideok.ru/blog/blogeri-v-odnoklassnikah/> (дата обращения: 24.11.2023).

4. Запускаем рекламу в Telegram Ads: как настроить кампанию на официальной платформе мессенджера // elama.ru URL: <https://elama.ru/blog/zapuskajem-reklamu-v-telegram-kak-nastroit-kampaniyu-na-oficialnoy-platfome-messendzhera/#free-webinars> (дата обращения: 24.11.2023).

5. Аржанова К.А. Ситуативный и коммуникационный контент в рамках SMM-продвижения бренда в социальных сетях / К. А. Аржанова, А. И. Еремеева // Цифровая социология. – 2023. – Т. 6, № 2. – С. 4-11. – DOI 10.26425/2658-347X-2023-6-2-4-11.

© Борисова А.А., Куропаткина М.С., Леськова Е.А., 2023

УДК 811

ПРОБЛЕМЫ ОБЩЕНИЯ С ИНОСТРАННЫМИ СТУДЕНТАМИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Быкова О.Ю., Стаценко А.А.

Научный руководитель Турко У.И.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Елецкий государственный университет имени И.А. Бунина», Елец

Одна из важных составляющих жизни человека – общение. Оно является важным аспектом и играет фундаментальную роль в течение всей жизни человека. Оно формирует нашу культуру, ценности и традиции, является неотъемлемой частью самовыражения и саморазвития. Общение способствует созданию и развитию крепких отношений между людьми. Расширяя свой круг общения, мы развиваем навыки коммуникации и становимся успешными членами социума.

Общение – комплексный и многоаспектный процесс. Понятие «общение» в своих трудах рассматривали многие ученые и исследователи. В словаре по педагогике Г.М. Коджаспирова и А.Ю. Коджаспиров определяют общение как сложный и многогранный процесс установления и развития контактов между людьми, создаваемый потребностями в совместной деятельности и включающий в себя три базовых процесса: коммуникацию, интеракцию и социальную перцепцию [1, с. 216].

В.С. Кукушин говорит о том, что «общение» – процесс естественных взаимоотношений, взаимодействий людей друг с другом, сформированный на понимании, передаче мыслей, переживаний, эмоций в соответствии с социальными нормами и условиями деятельности [2, с. 48].

В данной статье мы рассматриваем важность общения русских студентов с иностранными студентами в социальных сетях и проблемы, которые могут возникнуть в процессе коммуникации.

Взаимодействие российских студентов с иностранными имеет ряд особенностей и неопределимое значение в современном мире:

Общение с иностранными студентами позволяет русским студентам обратиться к стране, а именно культуре, традициям и обычаям, ценностям, что обогащает культурный опыт, расширяет границы и видение мира, способствует социализации и развитию толерантности у граждан России. Через общение студенты обмениваются знаниями, навыками и идеями, что способствует повышению развития общества и сознанию окружающего мира.

У обеих сторон коммуникации происходит улучшение навыков общения. Восприятие и понимание другого строя языка помогает студентам стать более адаптивными в межличностном взаимодействии.

При коммуникации студентов из разных стран происходит повышение межкультурного понимания. Общение способствует развитию эмпатии, терпимости, что является важным навыком межкультурного восприятия. Возможно, данное умение пригодится русским студентам для успешной коммуникации, так как в будущем кто-то свяжет свою жизнь с переводческой или педагогической деятельностью.

Происходит улучшение языковых навыков, так как постоянное соприкосновение с носителями других языков помогает и русским студентам, и иностранным совершенствовать свои лингвистические навыки и улучшать произношение, пополнять словарный запас и более «глубоко» понимать другой язык, что очень важно для международной коммуникации и культурного обмена.

Общение русских студентов с иностранными не только обогащает опыт, но и способствует формированию открытости, гибкого мышления и понимания «другой культуры». Такие отношения – основа создания будущих международных связей и проектов между университетами разных стран.

Иностранные студенты, попадая в новую страну (в данном случае в рамках учебного процесса), сталкиваются с процессом адаптации. Адаптация в новой культуре – это процесс приспособления к новым условиям жизни, включая культурные, социальные, экономические и политические особенности страны. Этот процесс может быть сложным и требовать времени, но он необходим для успешной интеграции в новое общество. Современное общество путём введения новых тенденций облегчает адаптивные процессы, потому как вариантом решения предлагает использовать социальные сети.

Среди иностранных студентов ЕГУ им. И.А. Бунина было проведено анкетирование, по результатам которого выявлены некоторые проблемы, обозначены ближайшие задачи, способные помочь в адаптации, а также расписаны планы по решению проблем межкультурного общения.

В опросе приняли участие 54 иностранных студента ЕГУ им. И.А. Бунина, которые представляют культуры Китая и стран Африки.

Первый вопрос носил общий характер – «Общаетесь ли Вы с российскими студентами в социальных сетях?». Результаты опроса представлены в диаграмме ниже (рис. 1).



Рисунок 1 – Распределение ответов на вопрос «Общаетесь ли Вы с российскими студентами в социальных сетях?»

Результаты показывают, что 46 респондентов дали положительный ответ и лишь 8 – отрицательный. Мы можем сделать вывод о том, что социальные сети играют важную роль в общении людей. Они позволяют пользователям общаться с друзьями и знакомыми, делиться информацией и находить новых друзей. В социальных сетях подобное общение с российскими студентами имеет большое положительное значение для самих представителей России:

Расширение кругозора. Общение с иностранцами может помочь расширить ваш кругозор, узнать о культуре, традициях и обычаях других стран.

Развитие языковых навыков. Общение на иностранном языке помогает улучшить навыки говорения, аудирования, чтения и письма.

Возможность найти друзей и партнеров по всему миру. Социальные сети позволяют находить друзей и партнеров из разных стран, что может привести к интересным знакомствам и возможностям.

Обмен опытом и знаниями. Общение с иностранцами может помочь обмениваться опытом и знаниями, а также находить решения для различных проблем.

Поддержка и помощь в трудных ситуациях. В социальных сетях можно найти поддержку и помощь в сложных ситуациях, таких как поиск работы, жилья или решение проблем с документами.

Однако стоит отметить, что по результатам опроса всё же была выявлена та категория студентов, которые не входят в коммуникацию с российскими студентами в социальных сетях. Для ответивших «нет» был составлен дополнительный вопрос (рис. 2).



Рисунок 2 – Распределение ответов на вопрос «Назовите причину отсутствия коммуникации с российскими студентами в социальных сетях»

Напомним, что данный опрос был предназначен исключительно для тех 8 студентов, которые ответили отрицательно на вопрос об общении с представителями российского студенчества.

Из опрошенных все 8 человек подтвердили наличие языкового барьера, из чего можно сделать вывод о том, что это основная причина страха коммуникации. Однако остальные 46 участников опроса данное затруднение не считают причиной отсутствия общения, потому как данную проблему легко решить с помощью использования сайта переводчика, изучения языка, совместного времяпрепровождения. 7 человек отметили незнание этикета общения страны, однако для первой группы «общающихся» это также не стало проблемой, потому как наблюдение и

внешний культурный опыт, который получает человек по приезду в другую страну, помогают скорейшему течению адаптации, в том числе и к условиям общения. 1 человек отметил отсутствие необходимости, однако мы считаем, что причина может крыться в каком-либо негативном опыте общения, либо в иной психологической составляющей данного ответа. 4 респондента отметили страх вступать в коммуникацию, что говорит о психотипе личности или каких-либо культурных особенностях (в том числе отношении к конкретной конфессии).

Ответы на данный вопрос помогли установить причины отсутствия общения, как следствие, сделаны выводы о том, что данные проблемы могут быть решены и проработаны для эффективной коммуникации.

На основании проведённой с респондентами беседы можно сделать вывод о том, что может стать действительной проблемой отсутствия коммуникации иностранных студентов, приехавших в российских вуз по обмену, с российскими представителями данного вуза.

Языковой барьер. Часто общение в социальных сетях может быть затруднено из-за языкового барьера. Это может помешать эффективному общению и привести к недопониманию. Однако данная проблема часто решается путём изучения языка носителя или же с помощью знаний русского студента языка своего собеседника. Причём последнее может быть также эффективно, потому как коммуникатор может вывести знания языка на более высокий уровень, что повлечёт за собой эффективность понимания речи, в свою очередь такой метод обучения языку установит доброжелательные отношения между общающимися.

Различия в культуре. Культурные различия могут затруднить общение с иностранными студентами, поскольку они могут не понимать культурные отсылки или шутки. Здесь большое внимание уделяется лингвострановедческому аспекту общения – нужно вовлекать иностранных студентов в как можно большее количество творческих, научных, образовательных, спортивных и культурных мероприятий, чтобы представители других культур смогли оценить менталитет страны пребывания в разных сферах общения.

Разница во времени. Если вы общаетесь с иностранными студентами из других часовых поясов, разница во времени может вызвать проблемы, так как они могут быть активны, когда вы спите, или наоборот. Это по большей части касается тех иностранных студентов, кто обучается в российских вузах заочно и не посещает занятия вместе с российскими представителями студенчества. Иностранные граждане в таком случае вовсе предпочитают не заводить полезные контакты, потому как ориентированы на обучение и получение знаний, а не на коммуникацию внутри страны обучения.

Негативное отношение к социальным сетям. Некоторые студенты могут испытывать предубеждения или опасения по поводу использования социальных сетей. Это может создать барьер для общения.

Проблемы с конфиденциальностью. Иностранные студенты могут быть обеспокоены вопросами конфиденциальности, связанными с использованием социальных сетей, такими как возможность их данных быть доступными для третьих лиц или возможность преследования через социальные сети.

Технические проблемы. Технические проблемы, такие как проблемы с подключением к интернету или с самим приложением, могут мешать общению.

Проблема общения иностранных и российских студентов в социальных сетях на данный момент актуальна, потому как учёт отношений на политической арене также имеет немалый вклад в коммуникативные и адаптивные процессы, кроме того, культурный код страны пребывания не всегда понятен приезжим обучающимся. Адаптивные процессы включают проработку не только проблем языкового барьера, но и особенностей культурного сознания, менталитета, быта. Социальные сети играют немалую роль в данном аспекте, потому как в век технологий подобные процессы адаптации начинаются как раз с общения, причём наиболее эффективно оно проходит в сети – в привычной для многих представителей молодёжи системе и сфере. Проблемы, возникающие при данном типе общения, зачастую имеют несложное решение и связаны с разницей культур.

Список использованных источников:

1. Коджаспирова Г.М., Коджаспиров А.Ю. Словарь по педагогике. – М.: ИКЦ «МарТ»; Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ», 2005. 447 с.

2. Кукушин В.С. Введение в педагогическую деятельность: Учебное пособие. – М.: ИКЦ «МарТ»; Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ», 2005. 256 с.

© Быкова О.Ю., Стаценко А.А., 2023

УДК 81`25

ХАРАКТЕРНЫЕ ЧЕРТЫ АМЕРИКАНСКОГО ЮМОРА НА ПРИМЕРЕ СЕРИАЛА «СВЕРХЪЕСТЕСТВЕННОЕ»

Винярская Н.Б.

Научный руководитель Годунова Е.В.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Статья посвящена чертам американского юмора, популярность которого стремительно возрастает в современном мире в связи с огромным количеством фильмов и сериалов, снятых американскими кинокомпаниями. Актуальность работы обусловлена необходимостью изучения особенностей американского юмора, чтобы понимать определённые шутки, уметь использовать различные приёмы в письменной и устной коммуникации.

«Юмор» как термин, интерпретируется учеными различных областей науки по-разному. Так, в словаре В.И. Даля юмор определяется как: «веселая, острая, шутливая складка ума, умеющая подмечать и резко, но безобидно выставлять странности нравов или обычаев; удаль, разгул иронии» [1]. В толковом словаре английского языка Cambridge Dictionary даётся такая трактовка слова humor: «the ability to be amused by something seen, heard, or thought about, sometimes causing you to smile or laugh, or the quality in something that causes such amusement» («способность быть удивленным чем-то увиденным, услышанным или тем, о чём человек подумал, иногда заставляющая вас улыбаться или смеяться, или качество чего-то, что вызывает такое настроение») [2].

Сегодня изучением юмора занимаются многие ученые: психологи, антропологи, филологи и другие. Учеными были сформулированы несколько теорий, одной из которых является теория облегчения. Согласно теории облегчения, смех нужен для того, чтобы сбросить эмоциональное напряжение. Веселье является следствием освобождения накопившейся отрицательной энергии. Этот механизм был впервые описан лордом Э. Шефтсбери в трактате «Sensus Communis, или Опыт о свободе острого ума и доброго расположения духа». З. Фрейд так же изучал данную теорию. Он брал в пример те причины для напряжения, темы обсуждения которых являются самыми табуированными, а шутки, над которыми самыми смешными. Речь идёт о сексуальном напряжении и о враждебности. Если посмотреть современные стендап шоу, можно заметить, что комики чаще всего шутят именно на эти темы, потому что юмор об этом позволяет разбавить напряжение, связанное с ними же.

Согласно теории превосходства, которая восходит к Платону и Аристотелю, человек смеётся над недостатками других, что позволяет ему почувствовать собственное превосходство над кем-то. Этим можно объяснить огромное количество шуток над меньшинствами, женщинами и людьми, поведение которых отличается от абсолютной нормы.

Нельзя не упомянуть теорию несоответствия, которую развивали такие учёные как И. Кант, А. Шопенгауэр, С. Кьеркегор. Суть этой теории в том, что смех возникает тогда, когда что-то не соответствует нашим ожиданиям и привычным мыслительным схемам. Сам Аристотель в своей работе «Риторика» писал, что, чтобы вызвать у публики смех, нужно сначала создать ожидание, а потом разрушить его [3].

Все страны и менталитеты отличны своим юмором. США не исключение. Американский юмор имеет свои характерные особенности, среди которых выделяется острота и броскость.

Нельзя не упомянуть то, что американский юмор произошёл непосредственно от классического английского юмора. Он претерпел большое количество изменений с течением времени, но начало его всё равно берётся в Англии [4].

Американский юмор никогда не был элитарным, он был основан на проблемах простых людей. Шутки должны были понимать абсолютно все. Так получилось из-за того, что английский юмор был рассчитан именно на высшие слои общества, тем самым был недоступен для остальных, что и стало тем, что американский юмор не перенял.

Можно выделить несколько особенностей американского юмора. Рассмотрим на примере сериала «Сверхъестественное», какие чаще всего поднимаются темы, и на чем основаны шутки.

1. Прямолинейность и отсутствие скрытого смысла: в 22 серии 7 сезона между Бобби Сингером и демоном Кроули происходит такой диалог:

You look like sad s***!

As usual, you look at the root.

Герой прямолинейно говорит другому о состоянии его внешнего вида, а тот с соглашается с этим с помощью самоиронии, принимая фразу без спора.

2. Высмеивание глупости, чего-то низменного. В 22 серии 3 сезона Бобби говорит: «You can't build a life on gluttony and drunkenness, son» (На обжорстве и пьянстве жизнь не построишь, сынок). Здесь наглядно показано высмеивание лени, глупости и чревоугодия. В 17 серии 6 сезона Сэм шутит над братом: «No smoking, no drinking, sex before marriage – no, no... Dean, they've out law edall of you». Здесь высмеиваются низменные потребности человека и невозможность людей, приверженным к такому образу жизни, отказаться от него.

3. Абсурдная ситуация: в 4 серии 6 сезона главный герой Дин Винчестер, открыв шкафчик, увидел там кошку, на что начать громко кричать. В данном случае можно заметить гиперболизацию ситуации, доведение испуга главного героя до абсурда. В 16 серии 4 сезона Дин Винчестер шутит так: «I was ready for an attack by any psycho. I had a fork». Герой доводит до абсурда положение, иронизирует над ситуацией, произнося очевидно неправдивую вещь, делая вид что говорит что-то обычное.

4. Частое использование игры слов, гиперболы: в 12 серии 5 сезона между Кастиелем и Дином происходит следующий диалог:

Observe the act of abstinence against sounds.

What?

Shut up.

В этой шутке герой «играет» со словами, пытаясь передать разговорное ругательство с помощью нормативной лексики.

5. Самоирония и шутки над собственным превосходством над другими: В 21 серии 9 сезона демон Кроули избивает другого демона в кандалах, обладающего его внешностью, произнося при этом: «Sorry, but your exceptionally beautiful appearance will not soften the fate». В американском юморе не редкостью являются шутки о самовлюбленности, над превосходством над другими, что и показано на данном примере.

В 3 серии 3 сезона Дин Винчестер говорит: «I am inimitable! I am Batman!» (Я неподражаем! Я – Бэтмен!). Он иронизирует над самим собой. Герой радуется тому, что у него что-то получилось, при этом утрированно хвалит себя.

6. Шутки над властью и рутинными вещам: в 12 серии 6 сезона Дин Винчестер произносит такую фразу: «We are people, and when people really, really need something, we lie. This is how they become president» (Мы люди, а когда людям что-то очень-очень нужно, мы лжём. Так становятся президентом). На данном примере видно, что американцы шутят над повседневностью и властью.

В 8 серии 5 сезона Дин Винчестер говорит: «A bloody, violent monster... and you wanna be social net friends with him?» (Фокусник – кровожадный жестокий монстр, а ты хочешь его в интернете зафрендить?) Герой иронизирует над обыденной вещью – добавлением в друзья в социальных сетях, однако добавляет в это абсурдное высказывание и иронию над собеседником.

Таким образом, рассмотрев некоторые шутки из сериала, можно сделать определённые выводы об американском юморе, представленном в кинокартине. А.Р. Немкова в статье «Национально-специфические черты американского юмора» выделяет следующие признаки юмора в США:

негласное отсутствие скрытого смысла, ироничная прямота или двойной смысл;

понятие смешного в американском обществе в основном базируется на высмеивании глупости, недалекости, человеческой приверженности к низменным поступкам;

доведение и без того нелепой ситуации до крайности, какой-то несуразицы, абсурда [4].

Эти черты были рассмотрены при анализе шуток из сериала «Сверхъестественное». Однако, нами было выделено и представлено ещё две черты американского юмора:

1) самоирония и шутки над собственным превосходством над другими;

2) шутки над властью и рутинными вещами.

Можно отметить, что в американском юморе действительно поднимаются обыденные темы, знакомые каждому человеку. Люди шутят над самими собой, утрируя ситуацию для того, чтобы шутка была более показательная и смешная.

Список использованных источников:

1. Толковый словарь живого великорусского языка: избр. ст. / В. И. Даль; совмещ. ред. изд. В. И. Даля и И. А. Бодуэна де Куртенэ. М.: Олма-Пресс, 2004. – 700 с.

2. Словарь «Cambridge Dictionary» // URL: <https://dictionary.cambridge.org/> (дата обращения: 20.11.2023).

3. Аверинцев С. С. Риторика и истоки европейской литературной традиции. – М.: Школа ЯРК, 1996. – 448 с.

4. Немкова А.Р. Национально-специфические черты американского юмора // Идеи. Поиски. Решения: сборник статей и тезисов XIII Международной научно-практической конференции преподавателей, аспирантов, магистрантов, студентов, Минск, 22 ноября 2019 г. В 7 т. Т. II / БГУ, Филологический фак., Каф. английского языкознания; редкол.: Н. Н. Нижнева (отв. ред.) и др.]. Минск : БГУ, 2020. – 118 с

© Винярская Н.Б., 2023

УДК 070+316.77

ВОПРОС ОБ ИНВОЛЮЦИИ ЖАНРОВ ПЕЧАТНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ В ИНТЕРНЕТЕ

Гагауз А.

Научный руководитель Морозов В.Э.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Данная работа посвящена рассмотрению инволюции жанров печатной журналистики в интернете. Выбор темы обоснован ростом аудитории интернет-СМИ, изменением традиционных жанров печатной журналистики и появлением новых. Цель исследования – определить направления исследования инволюции печатных жанров в интернет-журналистике.

В ходе исследования использовались следующие методы: систематизация сведений из проанализированных научных источников, комплексный анализ текстов интернет-журналистики (культурологический, функционально-лингвистический, лингвостилистический, контент-анализ), сравнительный анализ одноименных жанров печатной и интернет-журналистики, статический анализ, анкетирование читателей печатных и интернет-СМИ. В качестве теоретической базы исследования принята классификация жанров, представленная в работе А.А. Тертычного «Особенности жанрообразования в интернет-СМИ» [10]. Существуют и другие жанровые классификации журналистских произведений [1, 4]. Но мы, как и большинство исследователей, придерживаемся идей А.А. Тертычного.

Вопрос о жанрах интернет-журналистики достаточно актуален и активно изучается последние два десятилетия. Его поднимали в своих работах Сафина А.Р. [8], Тертычный А.А. [10], Калмыков А.А. [3], Пак Е.М. [7], Ерицын А.Е. [2]. Исследователи находят следующие особенности:

предлагается различать в интернете собственно текстовые и гипертекстовые жанры. В настоящей статье рассматриваются первые;

выделяются мономедийные и мультимедийные жанры, мы рассматриваем первые;

отмечается тенденция к более широкому использованию мультимедийных жанров;

усматривается тенденция к объединению текстов в гипертекстовые жанры при помощи гиперссылок;

считается, что сокращается длина традиционных жанров;

выделяются новые текстовые и гипертекстовые жанры (универсальное информационное сообщение, лонгриды, бэкграундеры и др.);

речевые структуры стремятся к упрощению по принципу: одно предложение – одна мысль.

В настоящей работе исследуются собственно текстовые мономедийные жанры, т.е. тексты, созданные при помощи печатного слова и представляющие собой самодостаточные журналистские произведения, что не отрицает возможности сопровождения их иллюстрациями, как в печати, вспомогательными микротекстами, вроде печатных врезок, сносок и выносок, и использования гиперссылок для перехода на те или иные веб-страницы, что является не узкожанровым признаком, а общим правилом пользования интернетом.

Мы выбрали такие тексты, так как именно их непосредственными предшественниками являются жанры печатной журналистики [8, с. 226], инволюция которых и рассматривается в ходе нашего исследования. Вопрос о преемственности и развитии традиционных жанров в интернет-журналистике исследован недостаточно. Дело в том, что сколько-нибудь объемлющего, целенаправленного и последовательного сравнения одноименных печатных и интернет-жанров не проводилось.

Так, А.А. Тертычный [10, с. 177] находит, что длина традиционных жанров, как уже было сказано, сокращается из-за отсутствия у пользователей интернета привычки к чтению длинных текстов. Даже если это так, то это явление отнюдь не имеет необратимого характера, поскольку среди произведений одноименных жанров в печати и в интернете, посвященных одному и тому же событию, количество знаков в печатных текстах нередко превышает число знаков в виртуальных.

Сравним, например, две информационные корреспонденции, посвященные официальному закрытию сезона проката средств легкомобильного транспорта (самокатов и велосипедов): «Прокатные самокаты и велосипеды отправили на зимовку» из печатного номера газеты «Вечерняя Москва» от 23 ноября 2023 г. [11] и публикацию «В Москве завершили сезон аренды самокатов» с сайта информационного портала «Рамлер» [5]. Первое сообщение содержит около 3500 п.з., считая пробелы, второе около 2200 п.з. Следует учесть, что в обеих публикациях речь идет о сообщении, сделанном Департаментом транспорта Правительства Москвы. «Вечерняя Москва» является газетой этого Правительства. Она уделила больше внимания его сообщению, чем «Рамблер». В ней содержатся больше подробностей использования самокатов в столице, а также приводится мнение представителя одного из прокатных сервисов, а не только двух сотрудников Департамента, как в онлайн-публикации.

Обратимся к аналитической корреспонденции «Электросамокаты увозят на зимовку. Почему кататься в мороз это плохая идея» с сайта интернет-канала «Piter.TV» [9] о закрытии сезона в Петербурге. Она содержит около 4500 п.з., в ней рассказывается о двух прокатных компаниях, в том числе об их мнениях, почему на зиму следует отказаться от проката самокатов и велосипедов.

Тенденцию к объединению текстов в гипертекстовые жанры, думается, лучше считать часто используемой возможностью, нежели неизменным обстоятельством. Так, в указанных интернет-публикациях содержатся лишь гиперссылки самого общего, справочного, характера, такие, как «хаотичной», «Москва», «Максим Лискутов». Они не дают оснований для сведения веб-страниц к структурному, тематическому и функциональному единству жанра. В то же время публикация в «Вечерней Москве» содержит врезку «Только цифры» со статистическими данными о пользовании самокатами и подпись к иллюстрации, сообщающую частную информацию о последней в этом сезоне поездке на прокатных самокатах.

То же самое можно сказать о тенденции к уходу от текстовых жанров к мультимедийным. Так, ни в одной из вышеназванных онлайн-публикаций не дано ни видео, ни аудиоряда, даже на канале «Piter.TV». На последнем помещена фотография трех самокатов, которую вряд ли можно отнести к жанрам фотожурналистики, в отличие от упомянутой фотозаметки из «Вечерней Москвы». На сайте «Рамблера» вообще нет зрительного ряда.

В прошлом в качестве особенности интернет-публикаций отмечались как раз повышенная их длина и обилие разного рода выделений. Сейчас уже это ушло в прошлое. В рассмотренных интернет-публикациях помимо гиперссылок и авторских подписей графически выделены только заголовки, а на телеканале еще выделен лид и используются плашки для выделения цитат. В печатной публикации тоже выделены заголовок, лид и подписи, а в рамке на плашке дана врезка. Только при ее заголовке использован изобразительный элемент в виде счётов.

Что касается общего числа одноименных печатных и интернет-жанров, то оно зависит, во-первых, от того, какой жанровой классификации придерживается исследователь, во-вторых, от того, сколько жанров он исследует. Но мнение о том, что все традиционные жанры трансформировались до неузнаваемости и на их основе возникли настолько новые жанры, что нецелесообразно использовать прежние названия [2], никем из авторитетных ученых не поддерживается.

Таким образом, для изучения инволюции печатных жанров в интернет-СМИ требуется рассматривать под углом зрения взаимодействия формы, содержания, общественного назначения, авторского замысла и стиля, а не только сосредоточивать внимание на такие общесетевые факты,

как гиперссылки, интерактивность и мультимедийность [7, с. 71-92]. Тогда различия между одноименными собственно текстовыми жанрами печатных и интернет-публикаций видятся намного менее значительными.

Результаты предпринятого исследования могут быть использованы для подготовки журналистов и для обучения чтению СМИ российских и иностранных учащихся [6, с. 63-69].

Список использованных источников

1. Дмитриевский А.Л. Жанры журналистики // Ученые записки Орловского государственного университета. – 2014 - №4 (60). – С.149-158.

2. Ерицын А.Е. Трансформации информационных жанров журналистики в эпоху интернет-СМИ: классификация, структурные и стилистические особенности // Научный журнал «АРХИВАРИУС». – 2021. - Том 7 #7(61). – С. 31-33

3. Калмыков А.А. Интернет-журналистика в системе СМИ: становление, развитие, профессионализация : автореферат дис. ... доктора филологических наук. - Москва, 2009. - 50 с.

4. Кройчик Л.Е. Система журналистских жанров [Электронный ресурс] <https://evartist.narod.ru/text5/64.htm?ysclid=lpqcqt2ro6716966519> (точка доступа 24.11.2023)

5. Ликсутов М. В Москве завершили сезон аренды электросамокатов [электронный ресурс] https://news.rambler.ru/moscow_city/51814209/?utm_content=news_media&utm_medium=read_more&utm_source=copylink (точка доступа: 24.11.2023)

6. Морозов В.Э. Методика урока русского языка как иностранного: Учебно-методическое пособие по преподаванию русского языка в инокультурной среде. - М.: ВК, 2012. - 228 с.

7. Пак Е.М. Жанрообразование в сетевых СМИ: творческие и технологические факторы : дис. ... кандидата филологических наук. - Санкт-Петербург, 2014. - 260 с.

8. Сафина А.Р. Особенности жанров интернет-СМИ // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. 2013. - Т. 15. - №2. – С. 226-229.

9. Сибилева Н. Электросамокаты увозят на зимовку. Почему кататься в мороз – это плохая идея [электронный ресурс] https://piter.tv/event/elektrosamokati_zimoj_mozhno_li_ezdit/?ysclid=lpbtivwky7531534105 (точка доступа: 24.11.2023)

10. Тертычный, А.А. Особенности жанрообразования в интернет-СМИ // Научные ведомости БелГУ. - Сер. Гуманитарные науки. - 2013. - №6(149), вып.17.- С. 172-179.

11. Шевцова М. Прокатные самокаты и велосипеды отправили на зимовку [электронный ресурс]

<https://files.vm.ru/pdf/2023.11/original/655e4ea682682c5b2eabe717.pdf> (точка доступа 24.11.2023)

© Гагауз А., 2023

УДК 82-54

РЕЧЬ У. ЧЕРЧИЛЛЯ НА ЗАСЕДАНИИ ПАЛАТЫ ОБЩИН 1936 года: ЛИНГВО-КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

Гунтаишвили С.Г.

Научный руководитель Жиленко М.Н.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Уинстон Черчилль (1874-1965 гг.), член британского парламента, являлся для своего времени одним из главных противников рейхканцлера Германии Адольфа Гитлера и его политического режима, проводимого в Германии с 1933 года. Британский политик видел в фашизме угрозу для всей Европы и пытался максимально привлечь внимание общественности к возможным последствиям этого режима. Обеспокоенность Черчилля отчетливо выражена в некоторых его политических речах, лингво-культурологический анализ одной из которых и является целью данной работы. Для исследования стилистических, грамматических и синтаксических особенностей политического дискурса Уинстона Черчилля, в котором выражена настороженность в отношении политики Германии 30-х годов, были взяты отрывки из речи, произнесенной в марте 1936 года на Заседании внешнеполитического комитета консерваторов-заднескамеечников в Палате общин [1]. В дополнение к изучению лингвистических особенностей речи был также проведен культурологический анализ его выступления.

Свою речь У. Черчилль начинает с исторического прошлого Англии. Политик умело высказывает главный тезис, характеризующий внешнюю политику страны, в первом же предложении: Англия всегда противостояла самой сильной и агрессивной державе на Континенте («For four hundred years the foreign policy of England has been to oppose the strongest, most aggressive, most dominating Power on the Continent» [1, с. 207]). Форма Present Perfect, употребленная для сказуемого, подчеркивает результат такой политики, о котором не говорится напрямую. В этом же предложении следующей стилистической особенностью является употребление слова «oppose» в отношении противника, что является достаточно нейтральным вариантом для выражения противодействия, в отличие от других глаголов,

например, от глагола «fight». Согласно Кембриджскому словарю, значение «oppose» – «to disagree with something or someone, often by speaking or fighting against it, him, or her» [2], что в переводе означает «не соглашаться с чем-то или кем-то, часто высказываясь или борясь против этого, него или нее» (здесь и далее – перевод автора), в то время как «fight» имеет прямое значение борьбы: «to use physical force to try to defeat another person or group of people» [2], то есть «применять физическую силу, чтобы попытаться победить другого человека или группу людей».

Далее Черчилль заостряет внимание на том, насколько для Англии всегда было важно сохранение собственной свободы и независимости. По мнению политика, это повлияло и на целостность Европы в том числе. Снова приводя исторические примеры противостояний, Черчилль акцентирует внимание на том, что Англия никогда не объединялась с завоевателями и «не разделяла с ними плоды победы» («Faced by Philip II of Spain, against Louis XIV under William III and Marlborough, against Napoleon, against William II of Germany, it would have been easy and must have been very tempting to join with the stronger and share the fruits of his conquest» [1, с. 207]), а, наоборот, противостояла до последнего, объединяясь с менее сильными державами, чтобы никто никому не был подчинен («However, we always took the harder course, joined with the less strong Powers, made a combination among them, and thus defeated and frustrated the Continental military tyrant whoever he was, whatever nation he led. Thus we preserved the liberties of Europe» [1, с. 207]). Нельзя не отметить, что Уинстон Черчилль выражает свое единство с народом и страной, используя в своей речи местоимение «we» («мы»). Данный прием показывает, что политик ни в коем случае не отделяет ни себя от народа, ни народ от истории государства. При этом каждого, кто вел захватнические войны против Англии, Черчилль называет «military tyrant» («военный тиран»), а не просто «invader» («захватчик») или «conqueror» («завоеватель»). В данном случае он использует гиперболу, чтобы ясно выразить осуждение в отношении любых захватнических войн. Политик акцентирует внимание на том, что именно правильная внешняя политика Англии, проводимая с давних пор, служит гарантом независимости нации, и данную концепцию поведения на международной арене необходимо сохранять.

Помимо этого, У. Черчилль акцентирует внимание на том, что для Англии абсолютно неважно, кто ведет захватнические войны, а кому грозит захват территории. Англия совершенно одинаково будет противостоять «военному тирану», кем бы он ни был. Поэтому совершенно естественно, что для противостояния Англия будет объединяться даже со своим «заклятым другом» – Францией, и, если нужно, быть анти-германских настроений, как в случае с режимом Гитлера («Observe that the policy of

England takes no account of which nation it is that seeks the overlordship of Europe. The question is not whether it is Spain, or the French Monarchy, or the French Empire, or the German Empire, or the Hitler régime. It has nothing to do with rulers or nations; it is concerned solely with whoever is the strongest or the potentially dominating tyrant. Therefore, we should not be afraid of being accused of being pro-French or anti-German. If the circumstances were reversed, we could equally be pro-German and anti-French» [1, с. 207]). Черчилль использует сравнение, утверждая, что такая политика Англии является «законом, а не просто целесообразностью, продиктованной случайными обстоятельствами...»: «It is a law of public policy which we are following, and not a mere expedient dictated by accidental circumstances, or likes and dislikes, or any other sentiment» [1, с. 207].

В этом же выступлении Черчилль характеризует французскую армию как «сильнейшую в Европе», но при этом самих французов называет «миролюбивыми и охваченными страхом» («The question, therefore, arises which is today the Power in Europe which is the strongest, and which seeks in a dangerous and oppressive sense to dominate. Today, for this year, probably for part of 1937, the French Army is the strongest in Europe» [1, с. 207]). Используя такие метафоры в отношении Франции, британский политик показывает, что, несмотря на сильнейшую армию, никто в Европе не боится Франции, потому что от нее не исходит никакой угрозы захватнической войны. («But no one is afraid of France. Everyone knows that France wants to be let alone, and that with her it is only a case of self-preservation. Everyone knows that the French are peaceful and overhung by fear» [1, с. 207]).

Этого, по мнению Черчилля, нельзя было сказать о Германии. Предложение «Germany, on the other hand, fears no one» [1, с. 207] представляет собой одну из самых важных мыслей, которую Черчилль пытался донести до аудитории. Форма сказуемого, употребленного в Present Continuous, в предложении «She is arming in a manner which has never been seen in German history» [1, с. 207] усиливает положение вооружения Германии на момент произнесения речи, так же, как и предложение «She is led by a handful of triumphant desperadoes» [1, с. 207] с эпитетом «a handful of triumphant desperadoes», который переводится как «горстка торжествующих головорезов», употребленным в отношении правительства Германии. Все это демонстрирует отчаянную готовность Германии в любой момент начать захватнические войны на территории Европы. Еще один эпитет в отношении германского правительства употребляется в предложении «The money is running short, discontents are arising beneath these despotic rulers» [1, с. 207], где Черчилль характеризует германских правителей «деспотичными». Опасения британского политика по поводу угрозы вторжения также демонстрируют предложения: «Very soon they will have to

choose, on the one hand, between economic and financial collapse or internal upheaval, and on the other, a war which could have no other object, and which, if successful, can have no other result, than a Germanised Europe under Nazi control» [1, с. 207] и «Therefore, it seems to me that all the old conditions present themselves again, and that our national salvation depends upon our gathering once again all the forces of Europe to contain, to restrain, and if necessary to frustrate, German domination» [1, с. 207].

В завершение своей речи Черчилль снова возвращается к истории и задумывается над тем, что бы было, если бы кто-нибудь из имперских завоевателей захватил Европу. Политик уверен, что в таком случае завоеватели бы «низвели до ничтожества и нищеты» захваченные страны «на следующий день после своей победы» («For, believe me, if any of those other Powers, Spain, Louis XIV, Napoleon, Kaiser Wilhelm II, had with our aid become the absolute masters of Europe, they could have despoiled us, reduced us to insignificance and penury on the morrow of their victory» [1, с. 207]).

Таким образом, главный тезис речи Уинстона Черчилля – это идея, выраженная словами «Германия никого и ничего не боится». Именно на данный факт британский политик пытался обратить внимание общественности, чтобы избежать угрозы вторжения Германии в Европу, которая исходила из возвышающихся политических амбиций Германии 1930-х годов.

Список использованных источников:

1. Churchill W.S. The Second World War, Vol. 1. «The Gathering Storm». В.: Houghton Mifflin Co., 1948. 808 p.

2. Cambridge Dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org/>. (дата обращения: 19.11.2023).

© Гунтаишвили С.Г., 2023

УДК 304.3

НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКИЙ ПРОГРЕСС И СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКИЕ ИДЕАЛЫ ЭПОХИ В ТВОРЧЕСТВЕ Ж. ВЕРНА

Иохим Ю.А.

Научный руководитель Жиленко М.Н.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

В XIX веке европейская цивилизация была взбудоражена новыми открытиями, возможностями и идеями. Уже был накоплен большой объем

знаний, который необходимо было систематизировать. Результатом подобного структурирования явилась научно-техническая революция – процесс, повлиявший не только на развитие науки и техники, но и на философские взгляды, политику, искусство. Философы, мыслители, инженеры, люди науки понимали, какие огромные преимущества дают достижения научно-технического прогресса, и вместе с тем осознавали, какие социальные проблемы они могут нести с собой. С одной стороны, промышленность может многократно увеличить производство, с другой стороны, возникает актуальный и по сей день вопрос о том, каково место человека в этом новом мире?

Отношение к новым технологиям разнилось, некоторые люди увидели в техническом прогрессе решение глобальных проблем, спасение человечества и переход к совершенно новому уровню развития и совершенства. На эмоциональном подъеме менялось восприятие мира, человеческого предназначения. Волна достижений породила всплеск совершенно новых образов технотронных чудес, которые отчасти заменили в сознании людей образы классической мифологии. Так, например, дирижабли – огромные рыбы, плывущие в лучший мир. Несбыточные мечты людей прогресса того времени нашли свое отражение в живописи, литературе и других сферах искусства. Такие идеалистические взгляды оформились в научно-технический романтизм – особый духовно-политический феномен, для которого свойственно соединение рационально и научно-технически обоснованного с идеально желаемым и который выступает как синтез трех составляющих: антропологического оптимизма, социального сциентизма и гуманистического технократизма.

Ярким представителем научно-технического романтизма являлся Жюль Габриель Верн (1828-1905 гг.) – французский писатель, основоположник жанра научной фантастики и классик приключенческой литературы, чье творчество выступает неким этапом метафорического осмысления новой реальности. В настоящей работе поставлена цель проследить отражение в творчестве Ж. Верна социально-политических идей и научно-технических достижений эпохи.

Ж. Верна часто рассматривают как продолжателя классического авантюрно-приключенческого течения в научной фантастике, однако важно понимать, что в его романах авантюрно-приключенческий характер не является главным – он выступает лишь в роли художественного приема, транслирующего некие более важные мысли. Его произведения всегда несут в себе презентацию и столкновение определенных социальных моделей и социально-политических идеалов, предлагающих некую альтернативу существующему миру.

Уже в «Таинственном острове» (1873 г.) Жюль Верн моделирует социальный конструкт общины, преодолевающей трудности и осваивающей достижения научно-технического прогресса аналогично тому, как этот путь прошло все человечество. «Таинственный остров» в этом отношении может быть противопоставлен прежнему раннелиберальному идеалу Дэниэля Дефо: если последний показывает, как человек в одиночестве способен обустроить свою жизнь, то у Жюль Верна залогом движения вперед является содружество, единство действия, принципы общежития, которое основано на сотрудничестве и равенстве ее участников в принятии решений. Слаженность действий создает цивилизацию, и в этом смысле во взглядах Жюль Верна можно усмотреть как влияние идей Локка об общественном договоре, так и концепт социализма с его плановой экономикой.

Позднее Жюль Верн экстраполирует свою социальную модель в космос в романе «Гектор Сервадок» (1877 г.), а затем расширяет ее, конструируя уже основанное на ней общество будущего, – «Пятьсот миллионов бегумы» (1879 г.). Важным нововведением в жанре утопии у Ж. Верна становится то, что герои не находят «Утопию» случайно, а создают ее сами, построив свободный город Франсвиль.

Произведения Ж. Верна отражают этап превращения идеалов научно-технического романтизма в реальное массовое политическое действие. Этап развития феномена научно-технического романтизма, когда он, как сказал бы Г. Гегель, из состояния духа «в себе» переходит в состояние духа «для-себя». Писатель на этом этапе представляет направление оптимистического прогнозирования последствий научно-технических открытий. Научно-технический романтизм Жюль Верна формирует новый тип общественного сознания, включающий принципиальную веру во всемогущество науки, переходящую в веру в способность человека к научному преобразованию политической реальности. Также большое значение играет и сам сформированный этический идеал благородного изгнанника-гения: любой человек, ориентированный на преобразование мира, неизбежно сталкивается с тем, что существующая реальность не принимает его.

Жюль Верн закладывает латентный поведенческий образец, пригодный для противостояния обществу, то есть, по мнению писателя, неприятие новых идей неизбежно, но оно будет преодолено. Здесь важен переход от романтизации того, что закончилось и уже не может быть воплощено в жизнь, к романтизации поступков человека, направленных на изменение мира. Жюль Верн помещает в фокус внимания этический идеал ученого как человека будущего, еще не понятого современниками, а это и есть преобразованная черта героев романтизма.

Наиболее яркий представитель такого типажа – это капитан Немо из произведения «Двадцать тысяч лье под водой» (1870 г.), который перенял черты благородных изгнанников эпохи романтизма, но главное его отличие состоит в том, что персонаж отвергнут обществом уже не по причине простонародного происхождения или несчастной любви, а как человек, бросивший вызов старому миру, поднявший восстание против самой могущественной страны на планете, как один из лидеров восстания сипаев в Индии, представляющий новый человеческий типаж.

Образ ученого в работах Ж. Верна близок к этическим представлениям о революционере, носителе социального идеала в противостоянии реальному миру, готовом к борьбе ради изменения действительности, борце, часто отвергнутом обществом, но готовым к противостоянию и радикальному преобразованию.

Несмотря на оптимизм книги «Пятьсот миллионов бегумы», в этой же работе Жюль Верн делает и негативный прогноз общественного развития, при котором основой социального устройства является национальный шовинизм и наращивание вооружений, обусловленные тем же научно-техническим прогрессом. То есть для него утверждение идеала добра и справедливости не предопределено, прогресс и регресс – это противоборствующие начала, и победа может быть обеспечена только в ходе противостояния и борьбы. Ж. Верн не утверждает, что его этический и социальный идеалы победят, но говорит, что они могут победить, если будут способны на борьбу и на то, чтобы в этой борьбе идти до конца. Его герои часто стоят на грани поражения и гибели, и их выручает не «*deus ex machina*», а их собственная воля и твердость.

Во всех его произведениях в художественной форме транслируются модели политических угроз и надежд, с которыми встретится мир в XX веке: романтика революционной борьбы («20000 лье под водой»), преимущества свободного труда объединившихся в коммуну людей («Таинственный остров»), экспансия олигархии США и ее плутократическая диктатура («Плавучий остров», 1895 г.), предупреждения об угрозе использования достижений науки и техники для агрессивной экспансии олигархических элит и стремящихся к власти над миром авантюристов («Флаг Родины», 1896 г.) и остальные.

Без художественной оболочки и, собственно, самих научно-технологических чудес, книги Ж. Верна не были бы приняты массовой публикой. Описанные автором достижения научного прогресса воспринимаются современниками как возможное будущее. Удивительно, но многие из представленных Ж. Верном изобретений и феноменов существуют сейчас, как, например, полеты в космос и на луну в романах «Из пушки на Луну» (1865 г.), «Вокруг Луны» (1870 г.) и «Гектор

Сервадак». Помимо самих космических полетов, Жюль Верн предсказал широкое использование алюминия при создании летательных и космических аппаратов, в XIX веке производство этого металла было очень дорогим. Так же, как и в реальности, в 1969 году, у Жюля Верна во время первого полета на Луну экипаж состоял из трех человек. Кроме того, он описал быстрые путешествия вокруг света в романе «Вокруг света за 80 дней». Герой Жюля Верна, англичанин Филеас Фогг, совершил кругосветное путешествие за 80 дней, но в произведении несколько раз повторяется, что будет время, когда Землю можно будет объехать за 80 часов, что оказалось правдой, так как сейчас минимальное время кругосветного путешествия составляет всего 72 часа. В романе «20000 льё под водой» Ж. Верн предсказал появление быстроходных подводных лодок. Поскольку история подводного кораблестроения началась еще в XVII веке, у Жюля Верна было много поводов придумать «Наутилус» и предсказать то, как будут развиваться подлодки. Корабль капитана Немо погружается на сотни метров, развивает скорость до 50 узлов, позволяет проводить исследования морского дна и эффективно воевать. Многие из показателей «Наутилуса» до сих пор являются фантастическими. С другой стороны, Ж. Верн дожил до появления торпед и был расстроен тем фактом, что вооружил Наутилус не торпедами, а тараном. У Ж. Верна также есть предположения о развитии самолетов, оружия массового поражения и ядерных взрывах, в антиутопиях описывается современный метод казни – электрический стул. Ж. Верн предсказал появление железнодорожной магистрали: Транссибирской и Трансмонгольской железнодорожной магистрали в «Клодиусе Бомбарнаке». И подобных примеров можно привести еще множество.

Проанализировав произведения Ж. Верна, можно сделать вывод, что научно-технический прогресс – это не только научные достижения, но еще и вызванные ими изменения мировоззрения людей, их понимание необратимости процессов механизации, кардинальное изменение политических и философских взглядов, а также понимание, что старые социальные модели больше не действенны. Достижения научно-технического прогресса и развитие общественно-политических идей нашли прямое отражение в литературе XIX века, чьи герои не могли оставаться прежними. Появляется новый идеал человека прогресса и науки и новый жанр, который как никакой другой подходит этой эпохе. Романы Ж. Верна – это не миры приключений, а модели миров, социумов с новыми не только этическими, но и социально-политическими идеалами, представляющими альтернативу существующему миру.

Список использованных источников:

1. Черняховская Ю.С. Ж. Верн и Г. Уэллс: две модели развития западного научно-технического романтизма // Новый филологический вестник. М.: 2020. С.258–269.
2. Жюль Верн. Таинственный остров. М.: Энас-книга. 528 с.
3. Жюль Верн. 20 000 лье под водой. Спб.: СЗКЭО. 384 с.
4. Жюль Верн. Гектор Сервадак. М.: Вече. 608 с.
5. Жюль Верн. Пятьсот миллионов бегумы. М.: Вече. 544 с.
6. Жюль Верн. Клодиус Бомбарнак. М.: Вече. 576 с.
7. Жюль Верн. Вокруг света в восемьдесят дней. М.: Лабиринт. 251 с.
8. Жюль Верн. Флаг Родины. М. Эксмо. 608 с.

© Иохим Ю.А., 2023

УДК 82-7

ОСОБЕННОСТИ АМЕРИКАНСКОГО ЮМОРА

Кирдяпкина Д.В.

Научный руководитель Батуева А.А.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Юмор является неотъемлемой частью повседневного общения в любой стране и в любой культуре. Он помогает людям легче взаимодействовать друг с другом, налаживать свои социальные связи, а также он может быть средством, с помощью которого можно снять возникшее напряжение в ходе общения или же превратить диалог в более неформальный. Юмор в виде шуток, анекдотов и любых других возможных его проявлений использовался людьми на протяжении всей истории. На основе национальных и культурных особенностей формировались характерные для той или иной группы черты. Однако, по мере развития технологий и в процессе глобализации люди из разных стран и культур начали все чаще контактировать друг с другом. Английский или же британский юмор представляется несколько сложным, странным и непонятным для тех, кто не является представителем этой нации. В то же время американский юмор ощущается более легким для восприятия людей из другой культуры, но и он не обделен наличием своих собственных отличительных черт.

Несколько затруднительно будет рассматривать юмор как нечто целостное и структурное, так как он очень многообразен в своих проявлениях. Он может быть как визуальным, так и словесным, может

представлять собой короткую ситуативную шутку, а может – тщательно прописанный и выверенный комедийный монолог длительностью в два часа или же вообще произведение на несколько сотен страниц. Однако связующее звено все же присутствует, и им является некое национальное своеобразие.

Население США сложно назвать единообразным, оно представляет собой смешение людей разных национальностей, рас и культур, каждая из которых внесли свой вклад в формирование своеобразия американского юмора. Мы можем сказать, что прошло уже достаточно времени для того, чтобы могли укорениться некоторые национальные черты, которые возможно заметить и определить.

Первое, что надо отметить, это любовь американцев к юмору скорее действенному, чем словесному. Если мы обратим внимание на комедийные фильмы производства этой страны, то мы заметим, что шутки в них основаны в большинстве своем на визуальной составляющей, чем на иронии, игре слов, сарказме и других видах. Кто-то поскользнулся и упал, кому-то прилетел в лицо торт или пирог, что-то еще случилось с человеком [1]. Один из ярких примеров – комедийные фильмы с участием Джима Керри, например, «Маска» или же «Эйс Вентура: Розыск домашних животных», юмористическая составляющая которых имеет в основе его актерскую игру лицом, его яркую мимику, на которую невозможно не обратить внимание. Это один из факторов, почему американский юмор проще для восприятия людей из любых других стран. Человеку, смотрящему такую комедию, не нужно задумываться, он в состоянии сразу понять, где шутка, в чем она заключается, он вряд ли сможет пропустить ее. Кроме того, зрителю не нужно каких-либо дополнительных знаний о культуре страны и ее истории, или же знаний из какой-либо области. Это юмор понятный для всех, абсолютно доступный, пусть и не являющийся достаточно смешным для некоторых.

Однако стоит заметить, что несмотря на любовь американцев к визуальному типу юмора, нельзя сказать, что они совершенно не любят юмор словесный. США является страной, в которой дорогу себе проложил такой вид комеди, как стендап. Безусловно, до этого существовало нечто похожее, например, выступления монологистов в водевилях, однако, огромную популярность жанр разговорной комедии приобрел именно в Америке, что нельзя не отметить. Многие считают прародителем стендапа Марка Твена, буквально гастролировавшего со своими комедийными лекциями. Существует даже «Приз Марка Твена» – награда, ежегодно вручаемая за выдающийся комедийный вклад в американскую культуру [2]. К тому же, одни из самых известных в мире стендап-комиков, Джордж Карлин и Луи Секей, выступающие под псевдонимом Луи Си Кей, –

являются американцами. Кроме прочего, невозможно проигнорировать любовь этой нации к преувеличениям и нелепости в ходе создания комического. Подобное встречается, несомненно, в шутках и многих других народов, но в юмористической традиции Америки роль этих способов действительно высока [3]. «“Mr. Mayor,” says I, after laying my ear to his right shoulder-blade and listening, “you’ve got a bad attack of super-inflammation of the right clavicle of the harpsichord!” “Good Lord!” says he, with a groan. “Can’t you rub something on it, or set it or anything?” – Мистер мэр, – говорю я, приложив ухо к его правой лопатке и прислушиваясь, – вы схватили серьёзное свёрхвоспаление клавикулы клавикордиала. – Господи, боже мой, – застонал он, – нельзя ли что-нибудь втереть, или вправить, или вообще что-нибудь?» [3]. Именно этим и обусловлено большое количество, так называемых, низкосортных шуток в американской комедии. Американцы склонны доводить до крайности, до абсурда, преувеличивать и без того уже нелепую ситуацию в ходе создания юмористического произведения. Часто это остается единственным элементом шутки, что означает отсутствие скрытого смысла. Помимо этого, склонность к смеху над нелепостью ситуации выражается также в шутках над физиологическими аспектами человеческого тела, часто используемых в американской комедии, которые тоже зачастую не имеют никакого подтекста.

Стоит отметить, что в последнее время мы также можем заметить, что американская комедия имеет свои рамки. Представители этой страны, за редким исключением, вряд ли будут шутить на тему расовой принадлежности другого человека или же его происхождения. Также редко от них можно услышать шутки о вероисповедании. Однако, надо заметить, что этот «запрет» действует в том случае, если речь идет о другом человеке или группе людей. Американцы не далеки от самоиронии, поэтому мы не можем назвать шутки на эти темы в отношении себя редкостью. Это связано с набирающими обороты социальными движениями. Человек, решивший пошутить подобным образом, рискует оскорбить своего собеседника или аудиторию, а в некоторых ситуациях возможно даже вызвать конфликт или получить взыскание в ходе судебных разбирательств. Однако в остальном тематика шуток американцев ничем особенно не отличается от тех сюжетов, над которыми обычно шутят любые другие народы мира [1].

В заключении мы можем подытожить, что самые характерные особенности американского юмора заключаются в простоте шуток, их доступности для любого, зачастую в визуальном его выражении, в склонности к преувеличению и доведению до абсурда в ходе его создания, а также в табуированности тем расовой принадлежности и вероисповедания в отношении другого человека.

Список использованных источников:

1. Шалаева А. А. К вопросу об особенностях американского юмора // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2017. – Т. 37. – С. 188–190. – URL: <http://e-koncept.ru/2017/771268.htm>
2. Федерман. История стендапа. От Марка Твена до Дэйва Шаппелла. – URL: <https://history-of-standup.ru>
3. Жук Е.Е. Лингвокультурные особенности британского и американского юмора (на материале произведений П.Г. Вудхауса и О. Генри) // «Вопросы современной лингвистики / Key Issues of Contemporary Linguistics» № 4. – 2013. С. 22-27. – URL: <https://www.linguamgou.ru/jour/article/view/962>

© Кирдяпкина Д.В., 2023

УДК 003.082.6

ПРОСОДИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ НОВОСТНОГО ДИСКУРСА

Корнеева А.И.

Научный руководитель Арнова Н.В.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Московский педагогический государственный университет», Москва

Растущий интерес к воздействию телевизионной речи, а также к средствам, с помощью которых это воздействие может осуществляться, вызван широким распространением информационных технологий, усилением их влияния на все аспекты жизни человека. Успешное общение предполагает набор определенных языковых средств, способствующих наиболее адекватному восприятию звучащей речи. Одним из таких средств является интонация говорящего, целый арсенал просодических средств, которые во многом способствуют формированию отношения слушателя к излагаемой информации, что представляется особенно актуальным для телевизионной речи.

Телевизионное вещание, занимающее ведущее место в современном информационном обществе и оказывающее большое влияние на распространение норм литературного языка, является специфическим проявлением языковой реальности в сфере массовой коммуникации

В последние десятилетия современный медиадискурс претерпел некоторые изменения. И по сей день просодические средства медиадискурса остаются недостаточно изученными в лингвистике, что определяет актуальность выбранной темы исследования.

Исследователи фоностилистических характеристик телевизионной речи пришли к выводу, что просодия является ключевым фактором, определяющим телевизионный жанр и его дискурсивную модель. Речь

телевизионных дикторов считается просодической, характеризующейся наличием вариативности в темпе, диапазоне голоса диктора и паузах. Просодические средства выступают в качестве инструмента воздействия на зрителя с целью формирования определенного отношения аудитории к предлагаемой информации, что можно отнести к элементам манипулирования общественным сознанием.

Подтверждение этой позиции мы находим в исследованиях, изучающих взаимосвязь когнитивного и коммуникативного компонентов речевой деятельности и анализирующих глубинные взаимосвязи интонационных контуров и прагматических значений высказывания [1, 2]. Они отмечают, что слуховое восприятие основано на интонационных характеристиках, которые способствуют оптимальному объяснению структуры текста и, таким образом, связаны с информационными структурами.

Выбор языковых средств говорящим осуществляется с использованием системы, в которой каждый элемент тесно взаимосвязан с другими элементами, что приводит к единству формы и содержания. Просодические средства, не имеющие собственной формы, образуют независимую зону передачи информации, наслаиваясь на значимые языковые единицы (морфемы, лексемы, предложения) и изменяя их первоначальную форму и значение, что приводит к существенному подтексту смысла высказывания. Таким образом, содержание звучащего высказывания определяется взаимодействием интонации и лексико-синтаксических средств с учетом контекста высказывания и других коммуникативных факторов.

Просодия, согласно определению Р.К. Потаповой, это «суперсегментарные свойства речи, а именно высота тона, длительность (количество) и громкость (сила, амплитуда)» [3]. М.В. Белорукова дополняет понятие просодии параметрами: пауза, мелодия, темп, акцентная структура, ритм, тембр, акустическими коррелятами которых являются различные сочетания интенсивности, растянутые во времени, формирующие материальную сторону рассматриваемого явления [4].

Н.Д. Арутюнова приводит ещё одно определение дискурса: «Дискурс – это связный текст в сочетании с экстралингвистическими, прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами; текст, взятый в концептуальном аспекте; речь, рассматриваемая как целенаправленное социальное действие, как компонент, участвующий во взаимодействии людей и механизмов их сознания (когнитивных процессов). Дискурс – это речь, «погруженная в жизнь» [5].

В зарубежной лингвистике просодия понимается как «термин, который используется в суперсегментарной фонетике и фонологии

применительно к изменениям таких параметров, как высота тона, громкость, темп, ритм и пауза» [6].

Согласно Полонскому А.В., медиадискурс – это вид речемыслительной деятельности, который характерен только для информационного поля средств массовой информации. Согласно второму определению, под медиадискурсом понимается любой вид дискурса, реализуемый в сфере массовой коммуникации, продуцируемый средствами массовой информации [7].

Т.М. Надеина проанализировала связь между акустическими параметрами речевого сигнала и выделила просодические характеристики, а также просодические средства. Исследователь пришёл к выводу, что просодические характеристики связаны с функционированием одного акустического параметра, среди них высота основного тона, его интенсивность, громкость, продолжительность и тембр [8]. В свою очередь, просодические средства – это такие явления, реализация которых возможна только в комплексе взаимодействия акустических параметров. Среди них Урманова Л.Э. выделяет мелодию, темп, ритм, артикуляцию, паузу, фразовое ударение, а интонацию [9]. Эта классификация речевых средств представляется одной из наиболее полных в современной лингвистике, за исключением того, что интонация не является просодическим средством.

Телевизионная речь является одним из видов устной речи, подразделяющейся на следующие оппозиционные типы: монологическая – диалогическая; подготовленная – спонтанная; обстоятельная – расслабленная (в зависимости от внимания коммуниканта к звуковой стороне речи).

Каждый из этих видов речи характеризуется определенными особенностями: монолог предполагает выступление одного человека, выдвигает определенные требования к оформлению высказывания. Диалог направлен на вовлечение собеседника в коммуникативный акт. Подготовленная речь характеризуется продуманностью, чёткой структурой, говорящий досконально знает информацию, с которой он будет выступать. Спонтанная речь имеет неподготовленную форму, часто не содержит речевых средств, направленных на воздействие, формирование определенного образа. Обстоятельная речь предполагает сосредоточение внимания на звуковой стороне сообщения, расслабленная, наоборот, отличается меньшим вниманием к звуковому аспекту.

Речь диктора – это подготовленная монологическая речь, характеризующаяся особой мелодичностью, монотонным контуром по сравнению с разговорным стилем. Такая речь подразумевает использование плавный, ровный тон, ритмическое распределение длительностей, умеренный темп.

Подготовленный монолог говорящего характеризуется плавным движением тона, плавным повышением/понижением его уровня и отсутствием резких скачков.

Особенностью подготовленного монологического дискурса также является равномерное распределение интенсивности звучания: более интенсивное звучание в начальных синтагмах с постепенным снижением в последующих.

Плавный и размеренный темп речи позволяет придать своеобразную ритмичность исполнению.

Отдельно следует остановиться на паузе телевизионной речи. Помимо перечисленных выше функций, пауза речи диктора может быть направлена на привлечение внимания слушателей к важной части сообщения. Кроме того, подготовленная речь характеризуется прагматическими паузами. Такие паузы планируются, несут смысловую нагрузку, их место определяется выбором говорящего.

Таким образом, можно утверждать, что спонтанная и подготовленная речь использует различные просодические средства в процессе создания телевизионного дискурса. В отличие от разговорной речи, выбор этих средств часто обусловлен необходимостью создать положительный или отрицательный образ того, что говорится в высказывании. Соответственно, значительно расширяется арсенал просодических средств профессионального диктора, что позволяет оказывать речевое влияние на слушателей, иначе, реципиентов.

Список использованных источников:

1. Аниховская, Т. В. Риторика интеллективного общения (на материале телевизионных программ новостей Би-Би-Си) [Текст]: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Т. В. Аниховская. - М., 2004. -С 190
2. Дёмина М.А. Фонопрагматическая обусловленность речи телеведущих информационных программ: на материале британского варианта английского языка: автореф. дис. канд. филол. наук. М., 2012, 24с.
3. Потапова Р.К. Новые информационные технологии и лингвистика: Учеб. пособие / Р.К. Потапова. М.: МГЛУ, 2002. – 576 с.
4. Белорукова М.В. Интонация и просодия: сходства и различия // В кн.: новини на научния прогрес-2011. ... Н. Новгород: Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова, 2011. – С. 9–11.
5. Арутюнова Н. Д. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь. М.: Сов. энциклопедия, 1990. URL: <http://tapemark.narod.ru/les/136g.html> (дата обращения: 20.11.2023)
6. Crystal, D., 1970. Prosodic systems and language acquisition. Prosodic feature analysis, pp.77-90.

7. Полонский, А.В. Современный медиадискурс: ключевые идеи и слова / А.В. Полонский // Русский язык в современном медиапространстве. Материалы Междунар. науч.-практ. конф. - Белгород: БелГУ, 2009. - С. 151-160

8. Надеина Т.М. Просодическая организация речи как фактор речевого воздействия : Дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.19: М., 2004 – 428 с., С 9-11

9. Урманова Л. Э. "Просодические особенности телевизионных дискурсов" В мире науки и искусства: вопросы филологии, искусствоведения и культурологии, no. 11 (42), 2014, pp. 67-73

© Корнеева А.И., 2023

УДК 710

КОПИРАЙТИНГ И ЕГО РОЛЬ В ЦИФРОВОЙ СФЕРЕ РЕКЛАМЫ

Ерунова К.А., Косарева А.М., Комиссарова Е.А., Иванова-Римская В.А.

Научный руководитель Аржанова К.А.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Государственный университет управления», Москва

Копирайтинг – это элемент цифрового маркетинга и офлайн-рекламы, охватывающая рекламные материалы на различных платформах, включая рекламные щиты и журналы. Отличительная черта текстов копирайтинга – убеждение клиента в необходимости покупки продукта или услуги [1]. Они должны быть информативными, интересными, привлекательными, красноречивыми, забавными, а также основанными на фактах, чтобы вызвать интерес у читателя и побудить к дальнейшим действиям. Существуют различные виды копирайтинга, такие как SEO-копирайтинг, копирайтинг для сайтов, почтовый копирайтинг и UX-копирайтинг. Контент должен быть адаптирован под целевую аудиторию и использоваться для достижения бизнес-целей [2]. Следовательно, необходимо определить роль копирайтинга в цифровой сфере рекламы.

Статистические данные подтверждают, что цифровая среда и копирайтинг играют решающую роль в успешном развитии бизнеса. 4.33 миллиарда людей, 55% населения Земли, используют социальные сети, а 99% пользователей интернета ежемесячно изучают бренды, не задумываясь об этом. YouTube пользуется популярностью у 81% населения, а Facebook – у 69%. 90% пользователей имеют учетную запись электронной почты, соответственно, копирайтинг электронной почты является неотъемлемой частью данной дисциплины. По данным исследовательских центров, количество посещений интернет-магазинов выросло в 3-4 раза и достигло пика в январе 2021 года [3]. При этом у молодых людей, вне зависимости от гендера, выявлен особый интерес к онлайн-покупкам. Для эффективного

использования копирайтинга необходимо выбрать подходящую формулу, такую как AIDA (внимание, интерес, желание, призыв к действию), PAS и FAB. Эти формулы помогают привлечь внимание потребителей и продвигать товары и услуги [4].

При написании хорошего копирайтерского текста в цифровой среде следует учитывать несколько аспектов. Необходимо знать свою аудиторию: важно понимать, к кому обращаться. Следует определить возраст потребителей, пол, местоположение, интересы и потребности, чтобы бренд мог адаптировать свой контент к их предпочтениям и желаниям. Нужно поставить четкую цель: решить, что надо достичь копирайтингом. Создать привлекательный заголовок. Заголовок – это первое, что увидят читатели, поэтому крайне важно привлечь их внимание. Можно использовать ключевые слова, короткие и убедительные фразы, чтобы привлечь читателей и побудить их читать больше. Использовать личный тон: копирайтинг – это установление контакта с читателем. Нужно выбрать личный и аутентичный тон, чтобы создать эмоциональную связь с читателями. Необходимо создать убедительный призыв к действию. Конечная цель копирайтинга – побудить читателей к действию. Создать четкий, конкретный и убедительный призыв к действию, который побудит читателей совершить желаемое действие. Перед публикацией контента обязательно просмотреть и отредактировать его, чтобы исключить грамматические и орфографические ошибки [5].

Копирайтинг играет одну из главных ролей в цифровой сфере рекламы. Из-за большого количества потребляемой информации пользователь может не заметить или не запомнить вашу рекламу. Поэтому необходима качественная работа с текстом, чтобы не упустить клиента и привлечь его внимание. А для того, чтобы рекламный текст работал, существуют критерии хорошего рекламного текста. В хорошем рекламном тексте акцентируется внимание только на одном предложении или идее. Также рекламный текст не должен вызывать целый спектр эмоций, работа идет только на одну эмоцию. Повествование должно сохранять логическую цепочку, не стоит перескакивать с темы на тему. Это поможет клиенту понять, о чем идет речь и не запутаться [1].

Рассмотрим различных стили и языковые приёмы, которые используются в копирайтинге для привлечения внимания и убеждения потребителя. Существует 10 популярных литературных приемов, которые можно использовать в рекламных текстах. Они доказывают, что копирайтинг и художественная литература не так уж сильно отличаются [2].

Рифма. Рифмование создает шаблон, а люди предпочитают шаблоны. Поскольку слова в конце каждой строки или предложения звучат одинаково, рифмовка помогает им закрепиться и в сознании человека.

Правило трех. «Правило трех» срабатывает, когда дело доходит до группировки слов или фраз по три, а также трехкратного повторения слов или фраз.

Анафора и эпифора. Анафора – это когда происходит повтор слова или фразы в начале нескольких предложений. Это усиливает сообщение или идею, еще больше внедряя их в сознание аудитории. Повторение слова или фразы в конце предложения, между тем, называется эпифорой.

Аналогии и метафоры. Аналогия – это когда используется изображение чего-либо для описания продукта или услуги. Метафоры – это когда бренд повествует о своей деятельности.

Простой язык. Когда компании передают свое сообщение простым языком, они обращаются к более широкой аудитории.

Короткие слова. Их простота означает, что потребители с большей вероятностью поймут их и уловят их смысл.

Юмор. Юмор – эффективный способ установить контакт с людьми.

Образность. Если действительно надо тронуть свою аудиторию, необходимо использовать факты для усиления образов.

Сторителлинг. Это рассказ истории, который в первую очередь создаст эмоциональную связь с аудиторией.

Данные приёмы необходимо использовать в зависимости от целей рекламной компании. Например, если нужно убедить аудиторию в преимуществах продукта, то стоит использовать убедительные и информационные элементы. Если же цель – создать эмоциональную связь с брендом, то стоит обратить внимание на элементы сторителлинга и эмоционального повествования.

Также важную роль играет А и В тестирование. Это метод сплит-тестирования, который помогает определить, какая из двух разных версий рекламы, целевой страницы или электронной почты работает лучше. Это похоже на то, что две версии одной страницы соревнуются друг с другом в том, какая из них привлечет больше посетителей. А и В тесты – отличный способ оптимизировать копирайтинг и увеличить конверсии. А и В тестирование необходимо для совершенствования копирайтинга, потому что оно помогает понять, что лучше всего работает с целевой аудиторией. Можно поэкспериментировать с различными заголовками, изображениями, цветами и призывами к действию, чтобы увидеть, какие из них увеличивают конверсию больше всего. Результаты тестов дадут представление о том, как пользователи взаимодействуют с различными элементами страницы, чтобы точно знать, что нужно настроить для максимизации конверсий. В целом, А и В тестирование является важным инструментом для оптимизации копирайтинга и повышения его эффективности. Путем проведения тестов с

различными элементами текста и рекламных материалов можно узнать, что лучше всего работает с аудиторией и увеличить конверсии [3].

Приведём примеры успешных рекламных текстов, используемых компаниями для привлечения клиентов. Компания Articulate привлекает клиентов с помощью игры слов и юмора, что позволяет ей выделиться на фоне конкурентов. Компания Moosejaw использует юмор и эмоциональную связь, чтобы сделать свои товары более привлекательными и запоминающимися. Компания Velocity Partners представляет свои исследования в сжатой и точной форме, что делает их контент привлекательным и мощным.

Анализ этих кейсов демонстрирует, что использование правильных слов и креативных подходов в копирайтинге может помочь компаниям привлечь и удержать клиентов [5].

Таким образом, копирайтинг – это не только искусство убедительного текста, но и наука о том, как правильно подобрать приемы и стиль речи для достижения конкретных целей рекламной кампании.

Стили и языковые приемы в копирайтинге играют важную роль в привлечении внимания и убеждении потребителя. Использование литературных приемов, визуальных образов, ценового позиционирования и А и В тестирования помогает создать эффективные рекламные кампании и поддерживать высокие конверсии. Поэтому важно следить за требованиями по разработке текстов для того, чтобы обеспечить эффективную работу рекламных сообщений.

Для того что вовлечь потребителей в коммуникацию с брендом необходимо создавать коммуникационный контент, который будет наиболее эффективно справляться с этой задачей [6].

Список использованных источников:

1. Роль копирайтинга в успешных маркетинговых стратегиях 2023. [Электронный ресурс] / vc.ru, 2023. – Режим доступа: <https://vc.ru/marketing/684911-rol-kopiraytinga-v-uspeshnyh-marketingovyh-strategiyah/> (дата обращения 19.11.2023).

2. Копирайтинг. Виды копирайтинга. Копирайтинг и информационный стиль. [Электронный ресурс] /4brain.ru, 2023. – Режим доступа: <https://4brain.ru/journalism/7.php/> (дата обращения 19.11.2023).

3. Pew research center [Электронный ресурс] / pewresearch, 2023. – Режим доступа: <https://www.pewresearch.org/> (дата обращения 19.11.2023).

4. Модель AIDA в маркетинге: что это, принципы работы, техника продаж и практические советы по применению AIDA [Электронный ресурс] / calltouch.com, 2023. – Режим доступа <https://www.calltouch.ru/blog/model-aida-v-marketinge-cto-eto-principy-raboty-tehnika-prodazh-i-prakticheskie-sovety-po-primeniyu-aida/> (дата обращения 19.11.2023).

5. Элементы копирайтинга и взаимосвязь с брендом: анализ языка печатной рекламы [Электронный ресурс] / researchgate, 2023. – Режим доступа:

https://www.researchgate.net/publication/345506799_Copy_Writing_Elements_and_Brand_Relationship_An_Analysis_of_Print_Advertisements%27_Language (дата обращения 19.11.2023).

6. Аржанова, К. А. Ситуативный и коммуникационный контент в рамках SMM-продвижения бренда в социальных сетях / К. А. Аржанова, А. И. Еремеева // Цифровая социология. – 2023. – Т. 6, № 2. – С. 4-11. – DOI 10.26425/2658-347X-2023-6-2-4-11.

© Ерунова К.А., Косарева А.М.,
Комиссарова Е.А, Иванова-Римская В.А., 2023

УДК 811.163.41

**ПРОБЛЕМЫ ИЗУЧЕНИЯ ЭМОТИВНОЙ ЛЕКСИКИ
В СЕРБСКОМ ЯЗЫКЕ
НА МАТЕРИАЛЕ ПРОИЗВЕДЕНИЙ СЕРБСКИХ ПОЭТОВ XX века**

Кузикьянц Е.П.

Научный руководитель Манойлович Н.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Эмоции – неотъемлемая часть жизни людей, особая ее сторона. Это основа их восприятия себя как элемента окружающего мира. Помимо того, что эмоции помогают нам оценивать и осмыслять действительность в целом, они могут также формировать наше поведение в зависимости от этой оценки, например, влиять на принятие решений, побуждать нас к действию или наоборот. В.И. Шаховский в своей работе «Эмоции как объект исследования в лингвистике» писал об этом: «Современная наука позволяет установить, а дискурсивная практика подтверждает, что человек далеко не только homo sapiens, но и homo sentiens, поскольку многими его действиями руководят эмоции» [11].

Играя такую большую роль в жизни всех людей, эмоции не могли не оставить большой отпечаток в языке, помимо прочего, в виде эмотивной и эмоционально окрашенной лексики. А.С. Илинская пишет, что в лингвистике проблема эмоций появилась позже, чем в других науках, но это произошло закономерно: «В последние десятилетия многие лингвистические исследования приняли отчетливый антропоцентрический характер» [3]. То есть, в связи с все большим акцентированием в литературе

внимания на мыслях, чувствах и восприятии мира определенным человеком эмоции начали выходить на передний план. Так, исследовательница говорит об образовании в связи с актуальностью и быстрым развитием проблемы новой отрасли лингвистики – «лингвистики эмоций» или «эмотиологии» [3].

Что такое «эмотивность»? В.И. Шаховский определяет этот термин как «имманентно присущее языку семантическое свойство выражать системой своих средств эмоциональность как факт психики, отраженные в семантике языковых единиц социальные и индивидуальные эмоции» [9, с. 12].

Как же классифицировать эмотивную лексику и что к ней причислять? Лингвисты пока не пришли к единому мнению по этому вопросу: ведутся активные споры, различаются подходы к классификации у разных исследователей. В.И. Шаховский называет эту сферу «перспективным направлением научных изысканий» [9].

Такие исследователи, как О.М. Вертинская и Б.А. Булгарова говорят о трёх типах эмотивной лексики:

- 1) «базовая лексика» [2, с. 68], т.е. слова, называющие собственно эмоции (например, «гнев»/«љутња» (серб.));
- 2) лексика, не обозначающая конкретно эмоции, но подразумевающая переживание человеком той или иной эмоции в конкретной ситуации;
- 3) слова, не обозначающие конкретно эмоции, «но имеющие к их выражению самое непосредственное отношение» [2, с. 68] (например, «покраснеть» в контексте злости или стыда).

В.И. Шаховский также выдвигает мнение о том, что эмоции выражаются в языке с помощью не только «базовой лексики», но и других выражений, таких, как междометия, обценная лексика и др.; также автор включает в средства, изображающие эмоции, различные описания (например, манеры речи или особенностей движений). Соглашаясь с указанными выше исследователями и их сторонниками, в данной работе мы будем считать эмотивную лексику понятием, выходящем за рамки «базовой лексики», однако рассмотрим слова в основном из этой категории, так как границы понятия очень размыты, а исследователи говорят о до сих пор не решенной проблеме определения эмотивного компонента в слове и его роли, а также о том, что практически любое слово может стать эмотивным в определенном контексте.

Многие современные ученые, следуя тенденциям классификации эмоций в психологии, разделяют эмотивную лексику по принципам «положительности» и «отрицательности». Существует очень много классификаций, но в данной работе будут представлены только некоторые из них:

Опираясь на диссертацию Л.Г. Бабенко «Русская эмотивная лексика как функциональная система», а также на работу «Средства эмоционального воздействия политических выступлений» М.Я. Блоха и Н.А. Резниковой, некоторые исследователи (в частности, М.А. Ульянова и Л.Г. Васильев в статье «Лексические средства выражения эмотивности в спортивном блоге и комментарии») разделяют эмотивную лексику на следующие категории:

1) эмотивы-номинативы (собственно наименования эмоций и однокоренные слова);

2) эмотивы-ассоциативы (категория не отражает конкретно эмоцию, но данный смысл раскрывается при анализе слова или его синонимов: например, «угроза» / «претъа» (серб.));

3) эмотивы-экспрессивы (лексика, трактуемая метафорически, а также эмоционально-оценочная лексика).

М.Я. Блох и Н.А. Резникова также говорят и о разделении на лексику «с относительно нейтральной оценкой», «с ярко выраженной положительной оценкой» и «с ярко выраженной отрицательной оценкой» [1, с. 15].

В.И. Шаховский в своих исследованиях выделял три вида эмотивной лексики [11, с. 47-49]:

1) эмотивы-аффективы (имеют только эмоциональную сему);

2) эмотивы-коннотативы (эмотивный элемент значения совмещён с некоторым предметным значением и является по отношению к нему факультативным);

3) нейтральные слова, которые получили оттенок эмоциональности в определенном контексте.

Н.А. Сребрянская в работе «Структурно-семантические особенности эмотивной лексики в современной британской детской литературе» придерживается классификации, выдвинутой В.И. Шаховским. Это деление учитывает семантику эмотивной единицы: 1) лексика со значением эмоционального состояния (наљутити се (серб.) – рассердиться); 2) лексика со значением эмоционального отношения (мрзети (серб.) – ненавидеть); 3) лексика со значением эмоциональной характеристики (идиот, кретен (серб.) – идиот).

Отличаются мнения ученых и по вопросу определения функций эмоций и соответствующей лексики в языке: так, С.В. Першутин в работе «Методика обучения старших школьников эмотивной лексике на уроках английского языка» говорит о пятой функции языка – эмоциональной (эмотивной). Он также упоминает созданную О.Е. Филимоновой иерархию функций языка, согласно которой эмотивная функция находится на втором по важности месте, как и познавательная. Однако не все ученые

придерживаются такой точки зрения: например, существует также точка зрения, по которой эмотивная функция является частью коммуникативной.

О функциях эмотивной лексики в тексте говорит В.И. Шаховский. Он выделяет такие ее функции в художественном тексте: [10]:

- 1) эмотивная и экспрессивная функции;
- 2) коммуникативная функция;
- 3) прагматическая функция.

Обратимся к некоторым стихотворениям поэтов XX века.

В первом произведении – «Сонет [I]» авторства Радована Зоговића – рассмотрим эмоцию печали. Здесь мы видим употребление слова «туга» в следующем контексте: «Благословена та туга! Та посљедња, // стишана, истрајна – ни пролазница ни косиља. // Очекујем, изгледам – од тебе долази тај ждрал предњак. // Благосиљам. Тебе и тугу благосиљам!» (пер. «Благословенна та, последняя печаль! // Та вечная печаль – не странниц и не жниц. // Придет журавль-вожак, преодолевший даль. // Благословенна будь, печаль, склоняюсь ниц.») [7, с. 516-517]; «Безнадно? Нека! Безнаднији је покој плеснив. // Нека је туга – стишана, непролазна, чак косиља! // У сну, у мисли, у путу – дио свега. Она без њих – // осјећање бића, све биће. Благосиљам! // Туга, то значи: нису још сви дани сасвим сиви. // Познице туго, ти значиш: још се живи!» (пер. «Надежды нет? И пусть! Куда страшней покой. // Пусть тихая печаль, та, что сбивает с ног. // Во сне, в пути, в мозгу – она всегда со мной. // Благословляю всё, что пережить я смог! // Печаль, не меркнут дни в присутствии твоём. // Последняя печаль, с тобой ещё живём!») [7, 2011, с. 518-519]. Данное слово мы относим к эмотивам-номинативам, опираясь на классификацию М.Я. Блоха и Н.А. Резниковой. Однако здесь благодаря контексту меняется выражаемый им оттенок эмоции: герой не страдает от того, что испытывает эти эмоции – напротив, он говорит о том, что чувствовать любые эмоции, в том числе горе или печаль – благословение. В этом контексте уже нельзя с уверенностью сказать, что слово «туга» здесь выражает исключительно отрицательные чувства и является однозначно «отрицательной» эмоцией. Здесь, по классификации Н.А. Сребрянской, мы можем отнести слово «туга» к лексике со значением эмоционального состояния. В этом контексте слово выполняет скорее эмотивную и экспрессивную функцию: герой обращается к своим чувствам, чтобы их выразить. Однако эта функция помогает раскрыть героя для читателей с новой стороны.

Ещё одно произведение – крайне небольшое, состоящее всего из трех строк, стихотворение Душана Радовића под названием «Шта је страшно» («Что страшно»): «Страшно је кад неко плаче // а нико га не пита // – зашто плаче.» (пер. «Страшно, когда кто-то плачет, // а его никто и не спросит // – почему он плачет.») [7, с. 549]. Всего в три строки автор смог уместить

сильную эмоцию. Понимая контекст, мы можем почувствовать, что слово «страшно» здесь представляет больше тревогу с элементами разочарования, чем страх сам по себе. Здесь благодаря контексту мы можем сказать, что это эмоция с выраженной отрицательной оценкой (согласно классификации М.Я. Блоха и Н.А. Резниковой). Этот страх является однозначно отрицательной эмоцией, ставшей последствием эгоизма людей. Основная функция данного слова по В.И. Шаховскому – экспрессивная, т.к. в произведении автор выражает свои переживания по поводу определенной темы. Однако здесь присутствуют и элементы прагматической функции: в стихотворении этим словом автор подчеркивает неправильность всего происходящего, что должно заставить читателя задуматься и возможно изменить свое поведение и восприятие мира в лучшую сторону, стать более эмпатичным и открытым. Согласно другой классификации, которой придерживались Л.Г. Бабенко, М.Я. Блох и Н.А. Резникова, слово «страшно» однозначно можно отнести к группе эмотивов-номинативов: оно выражает главным образом эмоцию, которую автор и хочет передать. Также по системе Н.А. Сребрянской это эмотивное наречие можно отнести к лексике со значением эмоционального состояния: эти эмоции проживаются, они ни на кого и ни на что не направлены.

Таким образом, мы можем заключить, что эмотивная лексика играет важную роль в произведениях, главным образом помогая в выражении и передаче читателю эмоций. Контекст также может оказывать на нее влияние, передавая оттенки значения и перенимая что-то взамен. Все это – сложный процесс, сильно зависящий от субъективного восприятия эмоций, и он требует глубокого дальнейшего изучения.

Итак, тема эмоций и в лингвистике, и в психологии не имеет четких определений и разграничений: не утихают споры о том, как правильнее классифицировать эмоции, какие из предлагаемых систем правильны с точки зрения большинства и полезны для дальнейшего изучения или практического применения, а какие не несут в себе ценности. Более того, споры ведутся даже на тему того, какие слова считать эмотивными, а какие нет. Мы в данной работе придерживаемся мнения, заключающегося во включении в разряд эмотивной лексики и слов, обозначающих конкретно эмоции, и слов, выражающих их косвенно – по нашему мнению, и те, и другие могут служить средством передачи эмоций.

Однако нужно отметить, что наука или ее раздел, изучающий эмоции, не могут быть полностью однозначными, а потому нельзя говорить о четком разделении всей эмотивной лексики на группы без возможности отнести какое-либо слово более чем к одной группе или к промежуточной группе.

Список использованных источников:

1. Блох М.Я., Резникова Н.А. Средства эмоционального воздействия политических выступлений. Вестник ТГПУ. 2006. Выпуск 9 (60). Серия: Гуманитарные науки (филология). С. 14-19.

2. Булгарова Б.А. Трудности, возникающие при исследовании эмотивной лексики русского языка. Слово, высказывание, текст в когнитивном, прагматическом и культурологическом аспектах. Том 3. 2008. с. 66-68.

3. Илинская А.С. Знаковая типология языковых единиц, репрезентирующих эмоции в английском языке. Ползуновский вестник: Сб. статей - Барнаул: АлтГТУ, №3, 2006. – С. 98-105.

4. Пак Е.В. К вопросу об эмотивной лексике и эмотивности / Е.В. Пак // Система языка и дискурс : международный сборник научных статей / отв. ред. С.И. Дубинин. – Самара : Изд-во «Самарский университет», 2007.- С. 180-188.

5. Першутин С.В. Методика обучения старших школьников эмотивной лексике на уроках английского языка [Электронный ресурс]. 2017. 212 с. Ссылка на работу: <https://disser.spbu.ru/files/disser2/disser/5xKjKqFWWR.pdf>

6. Руско-српски речник : 55.000 речи / у редакцији Богољуба Станковића ; [речник је саставио колектив аутора Д.[Драга] Вигњевић... и др.]. – 2. исправљено и допуњено изд. – Нови Сад : Матица српска ; Москва : Русский язык, 1998. – 1001 стр. ; 24 см.

7. Сербские поэты XX века: Комментированная антология / Перевод с сербского; Ред.-сост. А. Б. Базилевский; Предисл. и очерки А. Б. Базилевского, М. Л. Карасёвой. М.: Этерна; Вахазар, 2011. 1104 с. – (Инст. мировой лит-ры им. А. М. Горького РАН). [Парал. стихотв. текст на серб. и рус. яз.]

8. Ульянова М.А., Васильев Л.Г. Лексические средства выражения эмотивности в спортивном блоге и комментарии. Вестник Удмуртского университета. Серия «История и филология», 2016. С. 117-127.

9. Шаховский, В. И. Категоризация эмоций в лексико-семантической системе языка / В. И. Шаховский. – Москва, 1987. – 191 с.

10. Шаховский В.И. Лингвистическая теория эмоций: Монография. - М.: Гнозис, 2008. - 416 с.

11. Шаховский В.И. Эмоции как объект исследования в лингвистике. Журнал «Вопросы психолингвистики». 2009. с. 29-42.

12. Шаховский, В. И. Язык и эмоции в аспекте лингвокультурологии : учеб. пособие по дисциплинам по выбору «Язык и эмоции» и «Лингвокультурология эмоций» для студ., магистрантов и асп. Ин-та

иностр. яз. Волгогр. гос. пед. ун-та / В. И. Шаховский. – Волгоград : Изд-во ВГПУ «Перемена», 2009. – 170 с.

© Кузикьянц Е.П., 2023

УДК 008

ПРИМЕНЕНИЕ РЕЧЕВОЙ КОММУНИКАЦИИ В УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Курилова Д.А., Молодцова С.А.

Научный руководитель Усачева А.С.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Умение говорить и применять речевую коммуникацию в управлении и конкретно в работе менеджера играет большую роль. Так как для успешного руководства людьми с ними нужно уметь грамотно общаться, уметь доступно объяснять и правильно давать указания.

Считается, что менеджеры в среднем тратят 80% своего рабочего времени на различные формы общения, и чем выше уровень менеджера, тем выше этот процент. В последнее время появились различные тренинги, руководства и курсы о том, как менеджерам следует общаться с людьми. Но стоит отметить, что практически все эти руководства направлены на то, чтобы помочь менеджеру освоить главный инструмент его работы – речь и оказать риторическую поддержку в его работе. На практике основным содержанием является культура речи, ее манеры и характеры, мимика и жесты, интонация и стиль и т.д. С другой стороны, весьма популярными в последнее время стали описания диалогических форм и модерация конкретной ситуации (совещаний, деловых бесед, переговоров) [4].

При осуществлении межличностного общения работник, выполняющий управленческие функции, должен уметь преодолевать препятствия, которые могут возникнуть при осуществлении межличностного общения. Рассмотрим несколько таких проблем более детально.

Прежде всего, следует отметить, что одно из этих препятствий может возникнуть из-за конфликта между опытом или основами принятия решений отправителя и получателя сообщения. Руководитель, в свою очередь, должен быть в курсе подобных ситуаций и своевременно их решать.

Во-вторых, информация, противоречащая нашему опыту или ранее приобретенным представлениям, может быть полностью отвергнута

получателем или искажена в соответствии с его собственным опытом или ранее приобретенными представлениями.

В-третьих, из-за разных социальных установок людей могут возникнуть препятствия в процессе коммуникативного взаимодействия. Если полученное сообщение принципиально отличается от отношения получателя информации, он может его проигнорировать, оценить негативно или повести себя в совершенно противоположном направлении. Частота контакта между людьми, участвующими в общении, и стиль общения, который каждый из них выбирает в дальнейшем, во многом зависит от положительного или отрицательного подтекста. Менеджер, который не хочет или не умеет создавать атмосферу позитивного общения со своими сотрудниками, будет иметь ограниченный информационный обмен с ними, что существенно ограничивает возможности его управленческого влияния на процессы построения межличностных отношений. Должность в конкретной организации. Это может создать атмосферу недоверия, враждебности и конкуренции. Напротив, в атмосфере возрастающего доверия увеличивается поток информации и точность обмена информацией между сотрудниками, включая руководителей и подчиненных [3].

Также хочется отметить, что существует несколько типов коммуникаций, которые менеджер может широко использовать в управленческой деятельности своей организации. Рассмотрим эти типы:

Функционально-ролевой тип общения. Оно специализированное и безличное. Правила коммуникации в данном случае соответствуют той социальной роли, которую человек выполняет в данной системе деятельности и в данной организации, прежде всего в профессиональном плане, его социальному статусу и сложившейся социальной иерархии позиций господства и подчинения в данной организации, будь это промышленное предприятие, строительный трест, торговая фирма, банк, научное учреждение или воинская часть.

Отношения между людьми в этом типе интерактивного общения, как правило, формальны и четко классифицированы в соответствии с положением разных людей в данной организации.

Эффективность этого вида коммуникации и связанных с ним управленческих решений во многом определяется компетентным и конструктивным умением руководителя создавать коммуникативное взаимодействие. Есть некоторые базовые навыки, которыми должен обладать менеджер и лидер, чтобы создать эффективный коммуникационный процесс.

Во-первых, необходимо четко уяснить идею, смысл, содержание сообщения или поручения, которое надлежит передать сослуживцам,

прежде самому себе, а уже затем информировать их об этом сообщении или поручении.

Во-вторых, необходимо предвидеть возможные вербальные и невербальные помехи и препятствия, с которыми можно столкнуться при организации коммуникативного взаимодействия, чтобы избежать или преодолеть их.

В-третьих, руководитель должен проявлять эмпатию и открытость в общении со своими сотрудниками, он должен обладать способностью ставить себя на место своих подчиненных, потому что только так получатель сообщения может правильно адаптироваться, а содержание и форма сообщения адаптироваться к личности, группе и текущей ситуации, существующей в данный момент.

В-четвертых, для эффективного осуществления коммуникационного взаимодействия руководитель должен суметь добиться установления обратной связи со своими сотрудниками, добиться такой реакции получателя сообщения, которая показывает, понята ли переданная информация, что думают сами сотрудники, их мнение и отношение. Это способствует быстрой активизации участия работников в коммуникационном процессе и содействует успеху управленческой деятельности.

Следующий тип коммуникационных процессов, который активно начал использоваться в управленческой деятельности во второй половине XX века, – массовая коммуникация. Это такой тип коммуникационных процессов, которые на основе использования технических средств тиражирования и передачи сообщений охватывают большие массы людей, а в качестве коммуникаторов в них выступают средства массовой информации – пресса, книжные издательства, агентства печати, радио, телевидение. Главная особенность массовой коммуникации заключается в соединении институционально организованного, четко управляемого производства информации с ее рассредоточенным, массовым распространением и потреблением. Вследствие этого она стала в последние годы одним из наиболее эффективных способов формирования общественного мнения и организации эффективного контроля над массовым поведением [3].

Большое значение в межличностной деловой коммуникации имеет траектория отношений, то есть степень формальности. Отношения с течением времени становятся более глубокими. Они регулируются индивидуально выработанными правилами поведения, являющимися результатом обоюдной договоренности. Важно добиться именно такого результата и стараться поддерживать его [1].

Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод, что вербальное общение в управлении охватывает достаточно широкий спектр знаний и умений, благодаря чему руководитель может различными способами осуществлять общение между сотрудниками. Это также дает хорошую возможность постоянно изучать новые подходы и пробовать применять их на практике. И как следствие выработать свой собственный метод по применению речевой коммуникации в управлении.

Список использованных источников:

1. Коммуникативные процессы в управленческой деятельности (studopedia.su)
2. Анализ прямых и косвенных средств речевого воздействия в бизнес-коммуникациях | Контент-платформа Pandia.ru
3. Коммуникация в управленческой деятельности. (studfile.net)
4. <https://www.stud24.ru/management/rol-rechevoj-deyatelnosti-v-rabote/268414-798456-page1.html>

© Курилова Д.А., Молодцова С.А., 2023

УДК 811.161.1

**ТЕКСТООБРАЗУЮЩАЯ ФУНКЦИЯ ОНИМОВ
В РОМАНЕ Ф.М. ДОСТОЕВСКОГО «НЕТОЧКА НЕЗВАНОВА»**

Леньшина Л.И.

Научный руководитель Переволочанская С.Н.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

В русском языке как в системно-структурном понятии существует большое количество монументальных категорий, без которых он не был бы таким функциональным и обширным. Целью данной статьи является рассмотрение онимов как текстообразующих элементов в художественном тексте. Материалом для анализа послужил роман Ф.М. Достоевского «Неточка Незванова».

Оним (калька лат. *nomen proprium*; оним – от греч. *ὄνομα*, *ὄνυμα* – имя, название) – слово, словосочетание или предложение, которое служит для выделения именуемого им объекта из ряда подобных, индивидуализируя и идентифицируя данный объект [1]. Это классическое определение онима. Оним – это имя собственное. Существует несколько видов онимов: антропонимы – собственные имена людей, топонимы – географических названий, зоонимы – клички животных и др. Онимы повсеместно используются как в устной, так и в письменной речи; некоторые из них

исчезают из языка, также образуются новые, поэтому они как часть языка – структура живая и развивающаяся, а значит, вопрос об изучении онимов актуален и интересен для рассмотрения.

Актуальной проблемой исследования онимов является их семантическая специфика. Существует несколько точек зрения по проблеме наличия значения у онимов: первая группа исследователей считает, что имена собственные не имеют значения, вторая – отмечает наличие специфической семантики у имен собственных, связанной с единичными понятиями. По этой причине каждый оним обладает богатым информационным фоном. Помимо связи с единичным понятием, у любого онима в речи появляются контекстуальное значение – смыслы. В.И. Супрун выделяет три способа употребления имён собственных в художественном тексте: а) смысловая вежа; б) фон повествования; в) факультативный элемент, обуславливающий эстетическую нагруженность и особенности функционирования онимов разных разрядов [2, с. 19].

Для исследования текстообразующей функции онимов был отобран корпус онимов из незаконченного романа Ф.М. Достоевского «Неточка Незванова». В название произведения вынесен оним, который является концептуально значимой, смыслообразующей единицей текста. Неточка Незванова – главная героиня романа.

В результате анализа были отобраны методом сплошной выборки 66 онимов-номинаций главной героини. Количественные характеристики употребления имен распределились следующим образом: Неточка – 52 употребления, Аннета – 13 употреблений, Анна – 1 употребление, Неточка Незванова – 1 употребление (в названии).

Каждый из представленных онимов имеет свою смысловую наполненность, коннотацию – эмотивный компонент. Доминантой ряда Неточка – Аннета – Анна – Неточка Незванова по формальному признаку является имя Анна, т.к. все члены ряда являются производными от него. Но по семантическому критерию доминантой в этом ряду является оним Неточка, на это указывает не только количественная характеристика, но и его (имени) функция в романе. Данный оним является текстообразующей единицей, которая проявляет себя в качестве инструмента создания и организации текстового полотна, обеспечения его связности, завершенности [3]. Если рассматривать текст как систему слоев, то в качестве первого выделяется тематический слой, на базе которого выстраивается текстовая структура; второй слой – семантический, представляет собой структурированную смысловую целостность [4]. Анализ семантической сетки текста начинается с идентификации частотных слов, помогающих выявить смысловой центр, «узел». Именно таким

семантическим узлом и является собственное имя Неточка в романе Ф.М. Достоевского.

Этимологическое содержание данного онима по словарю А.В. Суперанской определяется как «грация», «миловидность» [5]. Контекстуальный анализ данного онима позволяет сделать следующие выводы. Оним Неточка Незванова используется только в названии романа, текстовых употреблений данного онима не было обнаружено. Имя Аннета используется только в речи Александры Михайловны (благодетельницы главной героини). Имя Анна употребляется матерью мимолетно, исключительно для передачи контраста между употреблением имен Анна и Неточка. «Это название она изобрела сама, любовно переделав мое имя, Анна, в уменьшительное Неточка, и когда она называла меня так, то значило, что ей хотелось приласкать меня» [6]. Имя Неточка – это универсальная номинация в речи всех героев: и для Кати, и для отчима, и для матери, но только в случаях особой нежности и порывах любви.

Анализ показал, что онимы в контекстуальном употреблении непосредственно связаны с затекстовыми ассоциациями, с экстралингвистическим фоном. Литературный текст не может быть интерпретирован только как линейная последовательность знаковых единиц. Имя собственное во вторичной номинации в художественном тексте может выступать как ассоциативно значимая единица, впитывающая в себя энциклопедический фон. Оним Неточка является смысловым центром, текстообразующим феноменом в тексте романа Ф.М. Достоевского.

Список использованных источников:

1. Лингвистический энциклопедический словарь / под ред.: В.Н. Ярцевой [и др.]. – Москва : Советская энциклопедия, 1990.
2. Супрун В.И. Ономастическое поле русского языка и его художественно-эстетический потенциал: Монография. Волгоград: Перемена 2000. 172 с.
3. Крюкова О.С. Ономастикон романа А.С. Пушкина «Евгений Онегин». М., 1999. 150 с.
4. Иванова И.Е. Лексико-тематическая сетка в структурно-семантической и коммуникативно-прагматической организации текста (на материале текстов произведений современных англоязычных авторов): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Иркутск, 2000. 18 с.
5. Современный словарь личных имён: Сравнение. Происхождение. Написание/А.В. Суперанская.–М.: Айрис-пресс, 2005 – 384 с. – (От А до Я).
6. Достоевский Ф.М. Полное собрание сочинений в тридцати томах. Т. 1-3. Л., Наука, 1972. – 161-295 с.

© Леньшина Л.И., 2023

УДК 811.161.1

КИНЕМА В ХУДОЖЕСТВЕННОМ ТЕКСТЕ И СПОСОБЫ ЕЕ ЯЗЫКОВОГО ВЫРАЖЕНИЯ

Магаськина А.В.

Научный руководитель Переволочанская С.Н.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Целью данной статьи является определение основных средств языкового выражения кинемы в художественном тексте. Материалом для анализа послужил роман Ф.М. Достоевского «Преступление и наказание».

Многие исследователи, занимающиеся изучением невербальной семиотики, дают отличные друг от друга определения кинемы и даже используют вместо этого такие термины, как жест, соматизм и другие. В данной работе кинема определяется как единица кинесики, представляющая собой коммуникативное движение, невербальное, которое в тексте выражено вербально, – действие, жест, мимическое движение. Кинесика же в паралингвистике – одна из составляющих невербальной семиотики, объектами изучения которой являются произвольные и непроизвольные кинесические движения (жесты рук, головы, ног, позы, знаковые телодвижения), окулесика (взгляды), гаптика (прикосновения) и проксемика (взаиморасположение коммуникатов). Кинема обладает формой и имеет семиотическое значение.

В современной лингвистике изучение вербальной репрезентации кинемы является актуальной проблемой в связи с развитием кинематографии. Авторы художественных текстов использовали единицы кинесики – обязательный атрибут художественного текста, так как ни один коммуникативный акт не производится без участия невербальных средств, таких как жесты, позы, мимика или других знаковых телодвижений.

Вербально выраженные кинемы, как и другие языковые единицы, могут быть однозначными и многозначными, в результате чего возникают явления синонимии (сходства слов по значению при различии со звуковой стороны), энантиосемии (способность одного и того же слова выражать антонимичные значения) и паронимии (сходства слов по звучанию при различии значений). Из этого следует, что кинеме нужно рассматривать в контексте для уточнения ее семиотического содержания. Поэтому с помощью описательного метода и функционального анализа в исследовании будут описаны средства их языкового выражения, выявлено их семантическое содержание.

Для рассмотрения данного вопроса был выбран текст Ф.М. Достоевского «Преступление и наказание», а конкретно эпизоды, в которых главный герой, Родион Раскольников, находится в коммуникативном взаимодействии со следователем, Порфирием Петровичем. Оба персонажа вызывают друг у друга самые различные эмоции, реакции и их беседы зачастую сопровождаются интересными для анализа невербальными движениями. Поэтому разбор будет проведён именно по части 3 главы V, части 4 главы V и части 6 главы II.

Методом сплошной выборки из текста была отобрана 71 единица вербальных выражений кинем, которые можно разделить на три группы: 1) кинемы, выраженные глаголами или словосочетаниями, где главным словом является глагол; 2) кинемы, использующие в обстоятельственных оборотах, выраженных деепричастием с зависимыми словами; 3) кинемы, использующиеся в определительных оборотах, выраженных причастиями с зависимыми словами (см. табл. 1) При классификации кинем, обнаруженных в тексте романа «Преступление и наказание», учитывались критерии, выделенные исследователем В.Г. Хлыстовой: по семиотической значимости кинемы будут члениться на стандартные, движения, которые являются знаковыми в любой ситуации, и на контекстуальные, которые являются знаковыми только в определённой ситуации.

Таблица 1 – Вербально выраженные кинемы

Форма выражения	-глагол, -словосочетание (глагол.+ завис. сл.)	обстоятельный оборот (дееприч. + завис. сл.)	определяющий оборот (прич. + завис. сл.)
Стандартные	«притворил дверь», «ненавидно смотрел», «встал с дивана» и др. (12 примеров)	«перестав смеяться», «приближая своё лицо», «похаживая взад и вперёд» и др. (5 примеров)	«от наклонившегося к нему», «с улыбочкой» (2 примера)
Контекстуальные	«поклонился», «подмигнул», «махнул рукой» и др. (26 примеров)	«махнув рукой», «протягивая руку», «начиная кружить по комнате» и др. (23 примера)	«вопросительно глядевшему», «привставший при входе гостей» и др. (3 примера)

Одна и та же кинема может повторяться несколько раз, способна оказаться как в одной выделенной группе, так и в другой. При этом она по-разному вербально выражена. Например, «махнул рукой» (о Разумихине, который в ситуации разговора с Раскольниковым пытается приуменьшить значимость этого разговора) и «махнув рукой» (о Разумихине, который испытывает злость в разговоре с Раскольниковым); «залился... смехом» (о Порфирии Петровиче, который попытался разрядить обстановку в разговоре с Раскольниковым), «закатился... смехом» (о Порфирии Петровиче, в ответ на смех Раскольникова) и «захохотал» (о Раскольникове, внезапно, «припадочный смех»); «нахмурился» (о Раскольникове, настороженный взгляд на смеющегося Порфирия Петровича) и «нахмурил брови» (о Порфирии Петровиче, просьба «вести себя тише», обращена к Раскольникову); «протянул... руку» (действие Раскольникова в ситуации знакомства с Порфирием Петровичем) и «протягивая руку» (действие Порфирия Петровича перед фразой «рад знакомству») и т.п. В вербально

выраженных кинемах обнаруживаются семантические различия, несмотря на то что способы (формы) выражения невербальных движений в тексте могут быть идентичны друг другу. С той же вероятностью можно говорить о том, что глагол «подмигнул», появляющийся при описании мимики Порфирия Петровича, имеет различные невербальные проявления.

При работе с текстовым материалом были выявлены количественные различия в составе вербально выраженных кинем (табл. 1). Так, к стандартным было отнесено только 19 единиц, а к контекстуальным 52, что подтверждает преобладание многозначных кинем («протянул руку» может иметь значения приветствия, прощания, помощи, указания и т.д.; «следил» может означать присмотр, осмотр, отслеживание и др.). Также численное превосходство в употреблении имеют кинемы, выраженные глаголами и глагольными словосочетаниями (с глаголом как главным словом) – было выявлено 38 примеров, далее – 28 и 5 примеров. Из этого можно сделать вывод: так как кинема представляет собой движение или действие, её вербальное выражение в художественном тексте должно иметь значение «процессуальности», которое является общим категориальным именно для глаголов. Деепричастия же обозначают добавочное действие и соединяют в себе некоторые признаки глаголов и наречий, поэтому для словесных репрезентаций кинем менее удобны. А причастия и вовсе выражают признак предмета, хотя и входят в число отглагольных частей речи.

Таким образом, одну и ту же кинему в тексте можно выразить с помощью глагола и его форм – деепричастия и причастия, теми частями речи, которые могут, независимо от степени проявления процессуальности, заключать в себе значения действия, жеста, мимического движения и т.п. Например: улыбается, улыбаясь, улыбающийся. Важно отметить, что только глаголы в изъявительном наклонении являются формой вербального выражения кинем. В условном и повелительном наклонениях глаголы выражают действие ирреальное, только желаемое, оно не выражено явно, поэтому данные грамматические категории не могут быть использованы для вербального выражения кинем.

Таким образом, представленный в работе анализ позволил выявить формы языкового выражения кинем в художественном тексте, среди которых самым распространенным способом являются глаголы в изъявительном наклонении и словосочетания с ними в качестве главного слова, а также формы с меньшей частотностью употребления – деепричастия (деепричастные обороты), причастия (причастными обороты). Эти части речи содержат в себе значение «процессуальности».

Список использованных источников:

1. Кобзева О.В. Вербальная репрезентация кинемы в художественном тексте как этноспецифический феномен // Наука, техника и образование. – Москва: Олимп. 2014. № 2 (2). – С. 86-87.

2. Сафина М.Р. Многозначность и омонимия кинем и кинематических речений // Теоретические и прикладные аспекты изучения речевой деятельности. – Нижний Новгород: 2017. Т. 12. № 5. С. 71-76.

3. Боева Е.Д., Савватеева А.С. Прагматика кинемы в художественном тексте // Альманах современной науки и образования. – Тамбов: Грамота, 2010. Ч. II. № 2-2. – С. 24-26.

4. Хлыстова В.Г. Кинема как основная единица кинесики // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики Владикавказ: 2008. № 10. – С. 256-259.

5. Достоевский Ф.М. Преступление и наказание. – Собрание сочинений в пятнадцати томах. Том пятый. – Ленинград: Наука. Ленинградское отделение. 1988-1996.

© Магаськина А.В., 2023

УДК 821 161.1.0

МОТИВ СМЕРТИ В ТВОРЧЕСТВЕ АРСЕНИЯ ТАРКОВСКОГО

Мишковец А.Д.

Научный руководитель Радомская Т.И.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

«Мне моего бессмертия довольно,
Чтоб кровь моя из века в век текла»

А.А. Тарковский

В творчестве Арсения Александровича Тарковского отражены различные стороны его жизни: любовь, военные действия, отношение его к поэзии, темы дома и памяти. Однако как в ранних, так и в поздних, в последних, произведениях автора постоянной остаётся тема смерти – поэт возвращается к ней в разные годы своей жизни. В биографии Арсения Тарковского смерть, действительно, занимает отнюдь не последнее место. Так, в 1941 году он в качестве военного корреспондента уходит на фронт, в 1943 г. получает боевое ранение, вследствие чего ему ампутируют ногу, в это же время от рака умирает его мать. В творчестве Тарковского находит своё отражение смерть Антонины Бохоновой, второй жены поэта, умершей через год после их развода, смерти поэтов Марины Цветаевой и Анны

Ахматовой. За три года до ухода из жизни самого поэта умирает его сын Андрей. Смерть появляется в жизни Тарковского на разных жизненных этапах – в зрелости и в глубокой старости. Рассмотрим, как меняется отношение поэта к смерти, обратясь к сборникам его стихотворений «Перед снегом», «Земле – земное», «Вестник» и «Зимний день».

В сборнике «Перед снегом» представлены стихотворения поэта на тему войны. Смерть в этих произведениях физическая – смерть, в первую очередь, плоти, смерть тела. Тарковский не ставит здесь вопрос о взаимодействии и взаимодополнении телесного и духовного в человеке, смерть здесь – кровь, железо, разлука. Так, например, в цикле «Чистопольская тетрадь» (Беженец, IV) поэт показывает конкретные детали земной жизни: Я ноги отморожу на ветру,/ Я беженец, я никому не нужен,/ Тебе-то все равно, а я умру [2, с. 105].

Даже Бог, воплощение духовного, предстаёт в произведениях в чём-то материальном: «иконка в руке», «Николин образок», «И в небесные врата / Из зениток не стреляли». В этом цикле смерть для Тарковского тесно переплетается с войной, потому в ранних произведениях она так точна и конкретна.

Отношение к смерти в творчестве Тарковского с годами меняется. Так, в 1951 году он пишет «Жизнь меня к похоронам приучила понемногу», где смерть лирический герой принимает со смирением и раскаянием – стихотворение посвящено второй жене поэта, умершей в том же году. Начиная с 1958 года смерть для поэта представляется некими воротами в бессмертие («Посередине мира», «Жизнь, жизнь», «Эвридика»). Остановиться здесь следует на «Жизнь, жизнь» (1965 г.), где Тарковский пишет: ...На свете смерти нет:/ Бессмертны все. Бессмертно всё [3, с. 211].

Это стихотворение становится ключевым для понимания отношения к смерти позднего Тарковского. Смерть для автора перестаёт быть заключённой, в первую очередь, в теле, «сплошной оболочке», как он пишет ранее в «Эвридике». Поэт выводит понятие смерти за пределы телесного, бессмертие человека видит в том следе, который каждый неизбежно оставляет после себя: И если я приподымаю руку/ Все пять лучей останутся у вас [3, с. 212].

Бессмертие у позднего Тарковского является не следствием великих дел и поступков, оно определяется самим фактом существования на земле. Смерть для поэта становится лишь одним из этапов в течении жизни – один человек является для автора частью этого общего жизненного потока. Ранее об этом новом, философском, восприятии Тарковским смерти писал М.А. Пекелис. Автор в статье «Бесприютная флейта: О поэзии Арсения Тарковского» не только выявил видение поэтом переплетения смерти и

бессмертия, но и указал на сомнение Тарковского в этом бессмертии [1, с. 128].

Говоря о «следе», который оставляет человек, стоит упомянуть, что и здесь авторское отношение претерпевает серьёзное изменение. Это хорошо видно на примере двух стихотворений Тарковского – раннего «Близость войны» (1939) и позднего «Тот жил и умер, та жила...» (1975 г.). Если в стихотворении 1939 года видим: «Пойдёт греметь из рода в род/Его и правнук не осудит» [2, с. 100], то в 1975 Тарковский пишет: Сошедших в землю поколений;/ Им не уйти бы никуда/ Из наших рук от самосуда,/ Когда б такого же суда/ Не ждали мы невесть откуда [4, с. 63].

С годами для автора дела конкретных людей и события при том или ином поколении принимают большее значение. В контексте человеческого следа после смерти поэт становится более пессимистичен: появляется мотив обречённости, неминуемость ошибки поколения. Таким образом, «суд» над человеком после смерти для позднего Тарковского неотвратим, в то время как для раннего допустима долгая слава после смерти, слава, которая граничит с бессмертием.

Перемена в творчестве поэта прослеживается также в произведениях, созданных в память о поэтах Марине Цветаевой и Анне Ахматовой. В сборнике «Земле – земное» (1941-1966 гг.), в стихотворениях, посвящённых Цветаевой, авторское отношение к гибели поэта граничит со злостью и отчаянием, здесь нет смирения со смертью, которое наблюдается в творчестве Тарковского с 1958 года: «Что вам прочитала Цветаева/Придя со своих похорон?» [2, с. 201] («Друзья, правдолюбцы, хозяева», 1962 г.). Однако в «Памяти Ахматовой» автор возвращается к теме бессмертия, вновь читатель видит смирение и покорность судьбе и смерти, которые отличают позднее творчество поэта. В стихотворениях, посвящённых Ахматовой, чувствуется горечь, но горечь тихая, переплетающаяся с покоем: «И эту тень я проводил в дорогу/Последнюю – к последнему порогу» [2, с. 315] («И эту тень я проводил в дорогу», 1967 г.). Конечно, рассматривая отношение к смерти в рамках взятых циклов, нельзя отвергать фактическую составляющую – с Цветаевой Тарковский был знаком недолго, в то время как с Ахматовой имел дружбу на протяжении двадцати лет. Не исключено, что во многом такой контраст вызван взаимоотношениями поэтов с Тарковским, причинами их смертей. Однако стихотворения в память Цветаевой резко выделяются из общего направления мысли Тарковского касательно смерти.

Итак, благодаря историко-литературному методу, становится понятно направление развития мотива смерти в творчестве поэта. Мы видим, что с годами Арсений Тарковский принимает смерть. Поэт перестаёт видеть в ней угрозу существованию, а воспринимает как неизбежную закономерность в

вечном цикле жизни, жизнью. Страх перед неизбежным, который виден в ранних стихотворениях автора исчезает по мере приближения к стихам поздним. Смерть для Тарковского граничит с покоем, становится путеводной нитью в бессмертие.

Список использованных источников:

1. Пекелис М.А. Бесприютная флейта: о поэзии Арсения Тарковского // Философская школа. — 2017. — № 1. — С.123–129.

2. Тарковский А. Собрание сочинений : в 3 т. / сост. Т. Озерской-Тарковской ; примеч. А. Лаврина. – М. : Художественная литература, 1991. – Т. 1. – 462 с.

3. Тарковский А.А. Вестник -М.: Советский писатель, 1969.-292 с.

4. Тарковский А.А. Зимний день-М.: Советский писатель, 1980. 96 с.

© Мишковец А.Д., 2023

УДК 339.138

ОСОБЕННОСТИ ПОДГОТОВКИ СТАТЬИ КАК PR-ТЕКСТА

Нефедова Е.И., Ермакова Д.Р.

Научный руководитель Аржанова К.А.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Государственный университет управления», Москва

Несмотря на быстрый рост технологий, компании и бренды стараются выделиться на рынке и придумывают все больше новых способов информирования людей о своем бренде, товарах или услугах. Это связано с тем, что с большой скоростью растет тренд и спрос и с каждым годом все сложнее занять лидирующие позиции и стать компанией номер один.

С появлением Интернета информировать пользователей стало намного легче и быстрее, поэтому сейчас существует большое количество способов и медиа для размещения своих новостей. В последнее время активность публикаций статей на различных форумах в нашей стране заметно усилилась. Стоит заметить, что многие компании превращают PR-текст в статью для публикации на различных медиа площадках.

PR-текст – разновидность текстов массовой коммуникации, письменный текст на бумажном или электронном носителе, служащий целям формирования или приращения публичного капитала базисного PR-субъекта, обладающий скрытым или реже прямым авторством, предназначенный для внешней или внутренней среды общественности. В PR-тексте нет открытой рекламы, его цель заключается в информировании пользователей о товаре или услуге, а также формирование лояльности и преданности бренду. В то время, как статья переводит качества и характеристики в выгоды, преимущество и пользу, взывая к нуждам и

потребностям целевой аудитории. В статье констатируются факты, текст настраивает на беседу, имея нейтральный, просвещающий характер [1].

Обращая внимание на структуру PR-текстов, можно увидеть, что она строится на инфоповоде и все абзацы и смысловые составляющие посвящены именно ему. В соответствии с этим у PR-текста есть информационный заголовок, который сразу обращает внимание аудитории на тему текста; лид-абзац, в котором собраны основные данные о проведении мероприятия или данные о каком-то событии; основная часть, в которой подробно раскрыты составляющие мероприятия или события, кто или что там будет и другое; подводка к заключению, призыв к действию и контактные данные, в которой дается сигнал и зацепка аудитории, а также оставляются данные для связи и дополнительных вопросов.

Для статьи информационный повод является третьестепенным. Ее структура строится из четырех основных атрибутов: заголовок; слоган; основной текст; завершающие фразы.

В статье должна быть не только информационная часть, в ней больше о выгоде и преимуществах, чем о дополнительных деталях с мероприятия или события. Копирайтеры используют зацепки, неожиданное влияние, чтобы человек психологически прогрелся на тот товар или услугу, который ему предлагают. Таким образом, важно понимать различие и правила написания текста, потому что не каждый копирайтер сможет заинтересовать аудиторию и привлечь внимание написанным.

Более 770 млн. взрослых людей и 126 млн. молодых людей в мире не умеют читать или писать простые фразы. Многие люди даже не хотят научиться грамотно писать, а ведь для создания качественного и интересного PR-текста требуется следовать нескольким этапам подготовки:

изучение СМИ, перед написанием текста необходимо определить СМИ, которому хотите предложить свой текст, чтобы адаптировать под конкретную целевую аудиторию;

ясность и краткость: тексты должны быть легко читаемыми и понятными для широкой аудитории, используя простой и понятный язык, избегая сложных терминов и длинных предложения, вы сможете привлечь большую часть аудитории;

информативность – PR-тексты должны содержать полезную информацию для аудитории, будь то новости о компании, интересные факты или решение проблем;

работа с аудиторией после публикации важна, так как получив фидбек от своей целевой аудиторией можно определить заинтересованность в выбранной теме;

соблюдение дедлайнов, вовремя написанный и опубликованный PR-текст может собрать большие охваты [2].

Эти правила подойдут для написания любых видов текстов: PR, обобщенного и специфического текста. Следуя им можно легко подготовить, качественный PR-текст, который будет успешно взаимодействовать с целевой аудиторией и помогать достигать поставленных целей в области PR и коммуникаций.

При всей важности изучения правил подготовки PR-текста, этапы написания и публикации имеет большое значение для компаний, поскольку это помогает формировать положительный имидж бренда, продвигать продукты или услуги, устанавливать доверие с общественностью и управлять отношениями в целом. А также PR-специалисты должны следить за тем, чтобы информация, поступающая от корпорации во внешнюю среду, не была противоречивой. Поэтому есть алгоритм написания PR-текстов:

1. Исследование темы и аудитории: изучение целевой аудитории, ее настроение в данный момент, ключевые фразы и слова, обязательные для использования в статье, а также основной информационный посыл и подача материала.

2. Выбор формата статьи, например, информационно-развлекательная статья, обучающая, рецензия, история успеха и др.

3. Планирование структуры: определение основных идей, аргументов, иллюстраций, заголовков и подзаголовков для создания логичной и убедительной структуры статьи.

4. Сбор информации: проверенные источники информации, которые помогут в написании статьи.

5. Соблюдение основных правил: основная мысль, подходит для выбранной целевой аудитории, привлекательный заголовок, форматирование и оформление текста [3].

Согласно исследованию К.А. Аржановой и А.И. Еремеевой именно коммуникационный контент позволяет налаживать по-настоящему эффективную коммуникацию и вовлекать пользователя во взаимодействие с брендом [4].

Таким образом, важно отметить, что PR-тексты играют важную роль в продвижении бренда или продукта, поэтому их создание и распространение требует особого внимания. Важно следовать правилам написания, подготовки таких текстов. Они помогают формировать положительное восприятие аудиторией, устанавливать доверие и создавать интерес к компании, формировать имидж компании или продукта.

Список использованных источников:

1. Кочетова В.С. Специфика типологии PR-текстов. [Электронный ресурс] Медиаскоп. 2010. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/spetsifika-tipologii-pr-tekstov> (дата обращения: 20.11.2023).

2. Татьяна Зыкина. В ЮНЕСКО заявили о 10% неспособных читать и писать жителей. [Электронный ресурс] URL: <https://www.rbc.ru/society/16/06/2022/62aa61769a7947720ff7e3a3?ysclid=lp5kn3mp55160452050> (дата обращения 19.11.2023).

3. PR-текст как способ формирования имиджа корпорации [Электронный ресурс] Вестник Московского университета, серия 10 Журналистика. 2010. № 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pr-tekst-kak-sposob-formirovaniya-imidzha-korporatsii/viewer> (дата обращения 19.11.2023).

4. Аржанова К.А. Ситуативный и коммуникационный контент в рамках SMM-продвижения бренда в социальных сетях / К. А. Аржанова, А. И. Еремеева // Цифровая социология. – 2023. – Т. 6, № 2. – С. 4-11. – DOI 10.26425/2658-347X-2023-6-2-4-11.

© Нефедова Е.И., Ермакова Д.Р., 2023

УДК 341.018, 347.132.6

ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ДОГОВОРНОГО ПРАВА СОЕДИНЁННЫХ ШТАТОВ АМЕРИКИ И ГРАЖДАНСКОГО ПРАВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Пуговкина Т.В.

Научный руководитель Батуева А.А.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Развитие гражданско-правовых отношений осуществляется в каждой правовой семье, вне зависимости от существующего законодательства и тенденций его развития. Это обусловлено распространённостью общественных отношений, регулируемых нормами гражданского права. Однако современные правовые семьи имеют различные векторы формирования и развития гражданского права, выделяя в данной отрасли отдельные институты. И если российскому законодателю известно право собственности и обязательственное право, как одни из основных институтов, то в Соединённых Штатах Америки в качестве важнейшей подотрасли гражданского права выделяется договорное право.

Разнообразие структур права РФ и США обусловлено спецификами правовых семей: США относится к англо-саксонской правовой семье, которая отличается признанием судебного прецедента как самостоятельного источника права, в то время как Российская Федерация имеет специфическую правовую систему и, как следствие, иной вектор

развития законодательства, в том числе гражданского права. Значительную роль в становлении отраслей права играет и исторический аспект: США на протяжении нескольких веков развивается как колониальная страна, принадлежащая государствам Западной Европы, а Российская Федерация характеризуется новейшей правовой системой, существующей не более 30 лет.

Все вышеизложенные факторы способствуют формированию значимых отличий в системе договорного права США и гражданского права РФ, что в первую очередь отражается в терминологии. В частности, отечественное право уделяет большое внимание пониманию термина «сделки», которое содержится в ст. 153 Гражданского кодекса (далее – ГК РФ) и понимается как «действия граждан и юридических лиц, направленных на установление, изменение или прекращение гражданских прав и обязанностей» [1]. В качестве видов упомянутой дефиниции законодатель выделяет односторонние сделки и договоры, к которым относятся двусторонняя и многосторонняя сделки.

Более конкретным понятием в области договорного права является лексическая единица «договор», которая по гражданскому законодательству рассматривается в качестве соглашения двух или более лиц. Смысловое значение данной дефиниции отличается от предыдущей по существу: субъектом сделки может быть одно лицо, в отличие от договора, для заключения которого всегда необходимо несколько человек.

Договорное право Соединённых Штатов Америки содержит, в сущности, один термин, используемый для перевода вышеперечисленных понятий – «contract». Однако с юридической точки зрения подобная синонимизация не является правильной ввиду специфичности лексического значения дефиниции в нормативных документах.

Обращаясь к Единообразному торговому кодексу США, «contract» рассматривается как правовое обязательство, вытекающее из конкретного договора, заключённого на основе законодательных материалов [2]. Иная легальная дефиниция, определяемая правом США, – «agreement», которая понимается в качестве «фактически совершённой сделки сторон, наличие которой вытекает из заявлений и иных обязательств» [2]. Трактование данных понятий в доктрине отличается от законодательных: считается, что «agreement» является синонимом «contract», что с точки зрения права не является верным. Анализ судебных прецедентов показывает, что «agreement» напрямую связано с выражением согласия обеих сторон на совершение конкретного действия в рамках, что подчёркивается в решениях американских судов.

Если проводить аналогию с российскими дефинициями, термин «agreement» по смысловой наполненности сопоставим с понятием соглашения, которое, что важно отметить, не упоминается в ГК РФ.

Проведённый анализ показывает, что термин «сделка» нельзя полноценно соотносить ни с одной из американских легальных дефиниций. Это обуславливается, в первую очередь, тем, что анализируемое понятие не является де-юре соглашением, в отличие от «agreement», для которого характерно наличие как минимум двух сторон. Понятие «contract» также имеет специфическую наполняемость, которая отличается возникновением, изменением или прекращением обязательств на основе договора, который, согласно российскому законодательству, является видом сделки.

Отмечается, что как американское, так и российское право выделяют несколько основных видов сделки, и среди различных классификаций есть признак, на основе которого разработаны типологии в рамках обеих правовых систем, – односторонние и двусторонние сделки. Американское законодательство выделяет «unilateral contracts» (односторонние сделки) и «bilateral contracts» (двусторонние сделки). Согласно Своду контрактного права США unilateral contracts рассматриваются договоры, по которому обещающий должник не получает в качестве встречного удовлетворения обещаний другой стороны [3]. Схожее понимание данного понятия имеет и ГК РФ, который обращает внимание на отсутствии выражения воли другой стороны. Следует отметить, что при переводе американских источников права как односторонние, так и двусторонние сделки понимаются в отечественной доктрине как договоры. С точки зрения законодательства такой подход не является верным, поскольку ГК РФ обращает внимание на обязательное присутствие в договоре двух и более сторон.

Bilateral contracts (в доктрине они также рассматриваются как «mutual contracts» или «reciprocal contracts»), как и многосторонние сделки или договоры в отечественном праве в качестве основного признака имеют согласованную волю нескольких сторон. Однако если в России предполагается наличие двух и более людей, то в США количество сторон ограничивается двумя.

В США существует иная специфическая классификация contracts, аналогий которой не существует в РФ. Так, Американская доктрина выделяет social contracts и commercial contracts. Второе понятие относится к пониманию сделки в рамках гражданского права и в большей степени характеризует коммерческие соглашения, которые предполагают обязанность одной стороны по передачи денег другой стороне за выполнение определённых обязательств [4, с. 115].

Иной вид contracts – social contract – незнакомо современной отечественной правовой системе и является общественно-политической

дефиницией. Синонимичными понятиями выступают «treaties», «protocols», «conventions», «declarations», однако законодательно закреплён термин «раст», раскрываемый как вид соглашения, заключаемый между несколькими государствами или государственными органами [5, с. 84]. Представленные понятия также используются в РФ, однако данный вопрос заслуживает отдельного рассмотрения.

М.М. Агарков занимался изучением вопроса сопоставления терминологии американского и российского гражданского права, и на основе исследований выявил синоним понятию сделки – «bargain», которое понимается в качестве соглашения, отражающего взаимное согласие сторон на вступление в обязательство [6, с. 58]. Однако анализ терминологии показывает, что сделка не всегда имеет две стороны, что упоминается в качестве одного из признаков анализируемой дефиниции, поэтому впоследствии подход исследователя был опровергнут другим научными трудами.

Современное состояние терминологии договорного права США и гражданского права РФ заставляет юристов и лингвистов заниматься изучением понятий с целью их разграничения и упрощения дальнейшей работы в рамках обеих правовых систем. Непрерывное развитие языков влияет и на юридическую сферу, создавая новые эквиваленты уже существующим в законе понятиям. Из-за изменений языков за последние десятилетия в доктрине появились такие отдельные юридические дефиниции, как «obligation», «transaction», «deal», «accord» и пр., которые, несомненно, оказывают влияние на развитие соответствующих отраслей и институтов права, однако не принимаются законодателем на национальном уровне.

Список использованных источников:

1. Российская Федерация. Законы. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть первая : ГК : текст с изменениями и дополнениями на 1 октября 2023 г. : [принята Государственной Думой 21 октября 1994 г.]. – М. : Проспект, 2023. – 797 с. – (Актуальное законодательство). – ISBN 978-5-39-239961-1. – Текст : непосредственный.

2. Uniform Commercial Code (UCC) it Legal Information Institute : copyright 2012 by The American Law Institute and the National Conference of Commissioners on Uniform State Laws. – Washington.: 2023. – Текст : электронный. – URL: <https://miripravo.ru/gallery/lfl-us1-uniform-commercial-code.pdf?ysclid=lpay4cg3xq72790598>.

3. Calamari, John D., Perillo, Joseph M. The law of contracts / John D. Calamari, Joseph M. Perillo. – New York, 1987. – 1134 с. – Текст : электронный. – URL: <https://archive.org/details/lawofcontracts00cala>.

4. Мозолин, В. П., Фарнсворт, Е. А. Договорное право США и СССР. История и общие концепции / В. П. Мозолин, Е. А. Фарнсворт. – М. : наука, 1988. – 312 с. – Текст : непосредственный.

5. Соловьева, С. В. Основные институты обязательственного права правовой системы США / С. В. Соловьева. – М. : Норма, 2007. – 176 с. – Текст : непосредственный.

6. Fried, Ch. Contract as promise: a theory of contractual obligation / Ch. Fried. – London : Harward University Press, 1976. – 146 p. – Текст : непосредственный.

© Пуговкина Т.В., 2023

УДК 821.163.41

ОТРАЖЕНИЕ ДЗЭН-БУДДИЗМА В РОМАНЕ МИЛОША ЦРНЯНСКОГО «ПЕРЕСЕЛЕНИЕ».

Рябчикова Т.Д.

Научный руководитель Манойлович Н.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Милош Црнянский (1893-1977 гг.) – один из крупнейших сербских писателей XX века. Он известен своим сборником стихотворений «Лирика Итаки» (1918 г.), романами «Дневник о Чарноевиче» (1921 г.), «Переселение» (1929 г.), и многими другими произведениями.

В 1921 г. в журнале «Гласник» Црнянский публикует стихотворение «Суматра» и прилагает к нему «Объяснение Суматры» – манифест своего нового движения суматраизма. Суматраизм предлагает иное понимание космоса, провозглашает диссоциацию от реального, жестокого мира путем обращения к далеким, прекрасным краям. По этой причине оно получило название в честь индонезийского острова Суматра.

Также в «Объяснении Суматры» он говорит о новой поэзии, которая, по его мнению, будет лучше старой. Например, Црнянский ставит своей задачей изобразить чистый экстаз в литературе: «...дајемо чист облик екстазе непосредно покушавамо да изразимо променливи ритам расположења, који су давно пре нас открили да дамо тачку слику мисли, што спиритуалније.» [1, с. 267]. Для него важна неограниченная ничем экспрессия, особенно литературной традицией: «...да употребимо све боје, лелујаве боје наших снова и слутња звук и шапутање ствари, до сад презреших и мртвих. У форми то није бог зна шта. Делимо ритам сунчаних дана од вечерњих ритомата. Не мећемо све то у приправлене калупе. <...>

Ослободили смо језик од баналних окова и слушамо га како нам, слободан, он сам открива своје тајне.» [1, с. 267]. Помимо этого, в этом абзаце выражается одна из основополагающих идей суматраизма – слияние человека и космоса, выраженный природой: «Спет једном пуштамо да на нашу форму утиче форма космичких облика облака, цвећа, река, потока.» [1, с. 267].

Многие экспрессионисты не стремились быть понятными. Они полагались на первое, свободное, субъективное чувство. За то же самое выступает и Црнянский: «Звук наших речи неразумљив је, јер се навикло на њин новинарски, мењачки, званични смисао <...> Затоје наша метрика спиритуална, магловита и лична, као мело дија.» [1, с. 267].

Уже на этом этапе нетрудно заметить восхищение востоком в творчестве Црнянского. В 1923 в Париже Црнянский выпускает свои переводы китайской поэзии в книге «Антология китайской поэзии». В предисловии он сообщает, что, хотя он и не переводил с языка оригинала, но много читал научных трудов, посвященных китайской мысли, а также консультировался с китайскими студентами. В данном труде он отмечает, что китайская философия достигла вершины духовной, неземной мысли, в отличие от рациональной и материалистической Европы: «Један део резултата тих мислилаца, песника, сликара, међутим, значи, неизмерно давно, врхунац свега прозрочног, мирног, вечног, етеричног, до чега дух и осећаји могу доћи. Кроз патње, збуњености и збрке, јер смо виталнији и земљанији, и ми, полако, стижемо до истих резултата и свршетака. Знамо да се осећаји свршавају у свемиру и да, ван ваздуха, мисли нема.» [2, с. 281]. До Европы, по его признанию, дошли лишь отголоски данной мысли, и его задачей было верно отразить «неосязаемые выражения поэтов.»

В 1928 он публикует другую поэтическую антологию – «Песни старой Японии». В предисловии Црнянский говорит о некоторых традиционных концепциях для восточноазиатской культурной сферы, затрагивая в том числе буддизм. Мы не можем оценить всю глубину знаний Милоша Црнянского о данной религии, но очевидно, что поскольку его основной целью было передать западным читателям наиболее точно «неосязаемые выражения поэтом», он должен был быть как минимум знаком с основами буддийской философии.

Буддизм возник в VI веке до нашей эры. Его основателем считается Сиддхартха Гаутмана, более известный под именем Будда Шакьямуни. Он вывел Четыре благородные истины. Они провозглашают, что все события в жизни человека вызывают страдание, т.к. люди слишком привязаны к физическому миру. Мир в свою очередь – иллюзия. Из-за привязанности, люди совершают карму (действие, имеющее результат), и продолжают перерождаться в колесе реинкарнаций – сансаре. Чтобы выбраться из

сансары, нужно достичь просветления – нирваны. В свою очередь, для этого нужно усвоить основные постулаты буддизма, вести правильный образ жизни, заниматься определенными психопрактиками, йогой и т.п. [3, с. 10-13].

Буддизм начал приходить в Китай в I веке нашей эры. Если в Индии буддийскую философию подавляли, а ее последователей репрессировали, что в итоге сделало буддизм верой меньшинства, в Китае она расцвела и является доминирующей религией по сей день. Наиболее число последователей имеет философская школа чань. Чань-буддизм, по-китайски, или дзэн-буддизм по-японски – школа, относящаяся к махаяне, великой колеснице. Махаяна ставит целью для боддхисатвы, достигшего просветления буддиста, не освободиться самому, но остаться в физическом мире и распространять буддийскую мысль, «освободить всех» [4, с. 106].

Теорию чань в основном берет из самой махаяны и других китайских буддийских школ, а не создает свою, т.к. в чань теория и сутры совсем не важны. Дзэн провозглашает, что достичь просветления можно только через личный опыт и поиск. Когда учитель учит своего ученика-монаха, он должен передавать свои знания не напрямую через священные тексты, а особым способом, называемым «от сердца к сердцу». Такой метод восходит к Цветочной проповеди Будды. История гласит, что во время речи Сиддхартха неожиданно поднял цветок. Никто не понял его жеста, кроме одного его ученика, Махакашьяпа, который поднял цветок в ответ. И тогда Будда передал состояние пробуждения без слов или текстов [3, с. 122].

Дзэн не предлагает фундаментально новых идей, но предлагает совершенно другой метод и отношения к миру. По дзэн-буддизму, мир нельзя понимать через разум или логику. Нужно оставить все условности рационального понимания и «выйти за рамки», т.е. сфокусироваться на собственной интуиции. Именно поэтому в дзэне популярен метод «вопрос-ответов», по-китайски вэнь-да, и по-японским мондо, и парадоксально-алогичные беседы ученика с учителем, по-китайски называемые гун-ань и по-японски коан. Е.А. Торчинов в книге «Введение в буддизм» приводит пример подобного вопроса: «Представьте, что вы, будучи связаны по рукам и ногам, висите над пропастью, ухватившись зубами за ветку дерева. К краю пропасти подходит учитель и спрашивает о том, зачем Бодхидхарма пришел с Запада. Ответьте ему». И ученику нужно придумать ответ, который с точки зрения логики будет алогичен. В той же книге приведен пример такого гун-аня: «Что такое Будда?» Ответ: «Три фунта льна» [3, с. 125].

Роман Милоша Црнянского «Переселение» был опубликован в 1929 году. Как и «Дневник о Чарноевиче», многие темы, обсуждаемые в «Переселении», связаны с опытом автора в Первой мировой войне. Само

произведение повествует о семье Исаковичей, конкретно о чете Вука и Дафины, и младшем брате Вука Аранджеле.

Вук, по профессии офицер, отправляется на войну (война за австрийское наследство) на стороне империи Габсбургов. Его интересы противоположны интересам его начальников, он и его народ угнетены под властью австрийцев. Вук Исакович осознает свое положение и мечтает о чудесном месте, где нет страданий и насилия: «Отићи некуд и живети безбрижно, одвести и њих да живе негде лако, пријатно, чинило се Вуку Исаковичу тако могуће. Негде је морало бити нешто светло, значајно, па треба отићи тамо.» [5, с. 72]. Он уходит в себя в попытке справиться с окружающей действительностью, что соответствует, как и духу дзэн-буддизма, так и суматраизма. Рефлексируя над всей своей жизнью, он в конце концов «пробуждается». Это выражено в метафоре, которая также выведена в первую и последние главы романа: «Бескрајни, плави круг, у њему звезда.» Это символ цикличности мира, слияния с природой (пробуждения). О слиянии Вука с природой исследовательница Ана Стишович Миланович комментирует: «Вук се довољно одвојио од физичког битисања, да би могао да чује и разуме надземаљски шапат звезда, у којим је скривен смисао.» [6, с. 914]. Подобное отношение соответствует духу дзэн-буддизма, призывающего искать ответы через собственный интуитивный метод в отношениях с природой.

Похожее развитие можно увидеть у Аранджела Исаковича. Аранджел желает свою невестку Дафину, и в последствии поддается своим желаниям, тем самым разрушая ее и свою жизнь. Сначала он питает себя иллюзией счастливого конца этой связи, сначала убеждая себя, что все будет как прежде, а потом, что он на ней женится. В VIII главе он «пробуждается» и осознает правду о своем положении. Примечательна цитата: «Наслутио је да му је цео живот до тог јутра био сан, а да ће сад почети живот сасвим други» [5, с. 146]. Сон, как и в европейской, так и азиатской культурах, является частой метафорой иллюзии. Когда Дафина умирает, Аранджел видит «као и његов брат, у сну, и он је над њом видео, ван себе од страха и жалости, плаве кругове и у њима звезду.» [5, с. 147].

Как мы выяснили, благодаря таким поискам, братья Исаковичи приходят к некоторому освобождению – слияние с природой, часто выражаемое таким художественным средством как пейзаж, и открытие правды о страдании. Но в отличие от буддийского понимания просветления, им не становится лучше. Вук на протяжении романа все сильнее заболевает, с чем увеличивается количество упоминаний о его дряхлом, старом, толстом теле. Аранджел тоже «остарио је, при крају тог лета, кад му се испунила најтоплија жеља у животу, као и његов брат, у далекој, туђој земљи, за

неколико часова више, него пре за неколико година.» [5, с. 146]. Чтобы понять почему так, нужно рассмотреть значение переселений.

Роман имеет кольцевую структуру, начинаясь с похода Вука на войну и его возвращении домой, что также выражено уже упомянутым заглавием, начинающим и заканчивающим роман. Переселение можно трактовать как «перерождение». Как писала Карасева: «Описанное в романе «возвращение домой», в свои жалкие поселения, имело для рассеянного народа только временный и обманчивый характер. Люди снова возвращались в то же архетипически не устроенное хаотичное пространство, негостеприимное, темное, пропитанное сыростью и пересеченные реками, над которым простиралась вечно меняющиеся, холодные и чуждые им небеса. И дома их здесь оставались столь же временными, неустроенными и нелюбимыми.» [7, с. 98]. Возвращение домой – новое сансарическое перерождение в полные страдания реальный мир. Вук хочет выбраться из круга переселений, т.е. перерождений, с помощью переезда в Россию. Для Вука это – «Земля Обетованная», где, по слухам, сербам живется намного лучше: «Русија му се чињаше као неко надземалско царство. Чуо је да су неки који су тамо из белог света дошли, постали богати и моћни. Да су одмах добили по један чин више. Да се тамо живи и ратује господски. Да су цркве дивне и слатко православлје.» [5, с. 173]. Тем не менее, в произведении он не смог переехать. Россия осталась иллюзией, и круг переселений продолжился, о котором уже повествуется в следующей книге, «Второй книге переселений». Мещеряков пишет об этом романе следующее: «Только с точки зрения буддизма можно осознать ключевые, завершающие слова «Второй книги Переселений»: «Смерти нет. Есть переселения». Характерно и название последней главы романа: «Переселения продолжают вечно». [8, с. 234].

Подводя итоги, можно говорить о влиянии дзэн-буддизма на творчество Милоша Црњанского. Еще в ранних произведениях, как «Дневник о Чарноевиче», прослеживается его стремление «выразить невыразимое», лиризм в прозаических произведениях, интерес к судьбе отдельных индивидов, а также симпатия к «дальним краям», непохожих на его родную Сербию. Следовательно, неудивительно, что писателя интересовал буддизм, и его отражение прослеживается в тексте «Переселения».

Список использованных источников:

1. Црњански М. Објашњење Суматре. – Српски књижевни гласник, Београд; Нова штампарија "Давидовић". – 1920. – 643 с
2. Црњански М. Поезија. Антологија Кинеске Лирике. – Београд, Графичко предузеће Слободан Јовић – 1966. –233-286 с.

3. Торчинов Е. А. Введение в буддологию. Курс лекций. – СПб.: СПб Философское общество. – 2000. – 195 с.
4. Торчинов Е. А. Буддизм. Карманный словарь. – СПб.: Амфора. – 2002. – 196 с.
5. Црњански М. Сеобе I. – Сабрана дела Милоша Црњанског, Београд, Просвета. – 1966. – 179 с.
6. Стишовић Миловановић А. Астрономски топос у Сеобама Милоша Црњанског. – Зборник радова конференције «Развој астрономије код Срба VI» – 2010. – 909-916 с.
7. Карасева М.Л. Милош Црњанский: жизнь и творчество – М.: ИМЛИ РАН. – 2021. – 208 с.
8. Мещеряков С. Н. Милош Црњанский: единство в многообразии (к 125-летию со дня рождения писателя) – Stephanos. – 2018. – № 6(32). – 231-236 с.

© Рябчикова Т.Д., 2023

УДК 81'3

ЯЗЫК И ПРАВО

Соболев В.А.

Научный руководитель Шарко М.И.

*Федеральное казенное образовательное учреждение высшего образования
«Кузбасский институт Федеральной службы исполнения наказаний», Новокузнецк*

Одними из актуальных проблем речевой коммуникации в современном мире являются вопросы коммуникативной компетенции в законодательной и правоприменительной деятельности, сложности толкования и правовой оценки высказываний. Пересечение правовых и речеведческих, лингвистических задач в системе регулирования правоотношений обусловило возникновение в 1999 году такой науки, как юрислингвистика, учитывающей сведения по лингвистике, речеведению, психологии, конфликтологии, этике.

Цель статьи – определить на основе анализа научной литературы, статистических данных актуальность юрислингвистики как особой отрасли науки о языке. Для достижения поставленной цели потребовалось решить ряд задач: охарактеризовать юрислингвистику как науку; рассмотреть динамику количества научных публикаций по вопросам юрислингвистики; проанализировать статистику судебных решений по делам, связанным с речевой коммуникацией.

Возникновение юрислингвистики как науки связано с именем Н.Д. Голева и исследователями Алтайского государственного университета. В

специализированном научном журнале «Юрислингвистика» опубликовано более 500 статей [1].

Объект юрислингвистики определяется как взаимоотношения языка и закона, предмет – юридический аспект языка [2]. Безусловно, юристу необходимо обладать достаточным уровнем языковой и коммуникативной компетенции для того, чтобы качественно осуществлять профессиональную деятельность: оформлять и интерпретировать правовые акты (сфера юридической техники). Однако без взаимодействия с лингвистами обойтись оказывается невозможно при подготовке законодательных актов (сфера законодательной техники), правовой оценке высказываний. Не случайно, в Государственной Думе Российской Федерации законопроекты проходят не только правовую, но и лингвистическую экспертизу [3]. Для проведения судебной лингвистической экспертизы утвержден соответствующий ГОСТ [4], специалистами в сфере речеведения, теории коммуникации, риторики разработаны методические рекомендации [5]. Отметим, что подготовка специалистов в сфере юрислингвистики проходит в форме специальных курсов для лингвистов, филологов. Гильдия лингвистов-экспертов как профессиональное сообщество призвана обеспечить единый подход к реализации и интерпретации речевых фактов.

Вместе с тем, существует ряд научных проблем, обусловленных этапом становления юрислингвистики. Так, Е.Л. Зиянгинова отмечает, что метаязык юрислингвистического дискурса требует адаптации общефилологических терминов [6], то есть речь идет о разработке понятийного аппарата науки. Вандышева А.В. и Тарба К.Г. убедительно обосновывают необходимость учета жанровых особенностей текста при проведении судебной лингвистической экспертизы [7], что обуславливает необходимость аспектного подхода к изучению жанров. Принципиальное значение в аспекте регулирования правоотношений имеют сведения о модальности высказывания и способах ее выражения. Также требуют внимания вопросы выражения речевой агрессии, манипулирования общественным сознанием в свете проблемы защиты чести, достоинства и деловой репутации человека. В целом, данный перечень нерешенных вопросов может быть продолжен.

На официальном сайте «Судебная статистика Российской Федерации» в разделе статистики по отдельным административным правонарушениям [8] размещены данные о количестве рассмотренных судами дел об административном правонарушении по ст. 5.61 Кодекса об административных правонарушениях (оскорбление) и решениях по ним. Статистическая информация за 2020, 2021, 2022 годы показала, что количество рассмотренных дел примерно одинаково (2020 год – 16085, 2021 год – 15929, 2022 год – 17088), доля наказанных также соотносима (2020 год

– 85%, 2021 год – 82%, 2022 год – 82%). Однако размер штрафов значительно вырос: 2020 год – 15504 тысяч рублей, 2021 год – 37394 тысяч рублей, 2022 год – 45625 тысяч рублей. Приведенные сведения свидетельствует, что, во-первых, правонарушения, связанные с некачественной коммуникацией, речевой агрессией, совершаются на регулярной основе; во-вторых, существует определенный порядок, алгоритм оценки инвективных высказываний, то есть можно отметить наличие механизма правовой оценки высказываний. Вместе с тем, представляется вероятным, что значительная часть подобных правонарушений может иметь латентный характер в силу как уровня правосознания граждан, так и сложности представления подобных дел в суде. Это образует своего рода замкнутый круг: затруднения в доказательстве нанесенного оскорбления препятствуют обращению к правовому разрешению проблемы, а безнаказанность создает условия для повышения уровня речевой агрессии.

Таким образом, культура речевой коммуникации в современном мире может рассматриваться и с позиций права. Язык и право оказываются взаимосвязаны: с одной стороны, уровень коммуникативной компетенции в обществе влияет на качество законотворчества и правоприменительной практики, с другой – сформированные и рабочие механизмы регулирования правоотношений в сфере коммуникации могут стать одним из факторов, обеспечивающих уважительное речевое взаимодействие граждан друг с другом.

Список использованных источников:

1. Юрислингвистика : научный журнал [Электронный ресурс] // Официальный сайт. URL: legallinguistics.ru (дата обращения – 20.11.2023).
2. Бородин М. Юридическая лингвистика как область языкознания // В книге: Collegium linguisticum – 2017 : тезисы докладов ежегодной конференции Студенческого научного общества МГЛУ. 2017. С. 252.
3. Методические рекомендации по лингвистической экспертизе законопроектов (утв. ГД РФ) [Электронный ресурс] // СПС КонсультантПлюс (дата обращения – 20.10.2023)..
4. Судебная лингвистическая экспертиза. Термины и определения [Текст]: ГОСТ Р 70003–2022. – М.: Российский институт стандартизации. 2022. – 12 с.
5. Выявление признаков унижения чести, достоинства, умаления деловой репутации и оскорбления в лингвистической экспертизе текста [Текст] : методические рекомендации / И. А. Стернин, Л. Г. Антонова, Д. Л. Карпов, М. В. Шаманов. – Ярославль, 2013. – С. 33.
6. Зиянгирова Е.Л. Функционирование лингвистических, литературоведческих, общепилологических терминов в рамках метаязыка

юрислингвистики (на примере термина «сравнение») // Российский гуманитарный журнал. 2022. Т. 11. № 6. С. 462-468.

7. Вандышева А.В., Тарба К.Г. Особенности экспертного исследования текста отзыва в юрислингвистике (на примере отзывов пациентов о врачах) // В сборнике: Лингводидактика в неязыковом вузе: традиционные и инновационные подходы : сборник научных трудов по материалам II-й Международной научно-практической конференции. Ярославль, 2020. С. 224-231.

8. Административные правонарушения. Статистика по отдельным правонарушениям // Судебная статистика РФ [Электронный ресурс] // Официальный сайт. URL: <https://stat.xn----7sbqk8achja.xn--p1ai/stats/adm/t/31/s/1> (дата обращения – 05.11.2023).

© Соболев В.А., 2023

УДК 070+316.77

ОБРАЗ БЛОГЕРА: ПОРТРЕТ, КОММУНИКАТИВНОЕ, РЕЧЕВОЕ И ИНОЕ ПОВЕДЕНИЕ

Сокальская Е.В.

Научный руководитель Морозов В.Э.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Общеизвестно, что Интернет стал неотъемлемым фактом жизни современного общества и большинства его членов. Одним из видов деятельности в Интернете является ведение блогов. Развитие отечественной блогосферы началось в начале XXI в. Блогеры начали вести блоги на различные темы и достаточно быстро набрали большие аудитории, на которые они оказывают большое влияние, вплоть до принятия тех или иных жизненных установок и организации всей своей деятельности. Подражают не только подростки и молодежь, но и более взрослые люди [4, 5].

Аудитории некоторых блогеров насчитывают по несколько миллионов человек. Многие люди смотрят блогерские шоу, видят известных блогеров на телевидении и рекламу с их участием, а также подписаны на них в разных социальных сетях. Немало компаний сотрудничает с ведущими блогов из-за большого доверия аудитории к ним, приглашают на различные мероприятия и в программы [3].

Многие блогеры создают себе образ, отвечающий запросам читателей и/или зрителей, для их привлечения в целях заработка в социальных сетях и

обретения широкой популярности. Нередко бывает, что в блоге ведущий пытается создать себе образ, который не соответствует действительным чертам его личности. Важными сторонами этого образа являются речевой портрет блогера и его коммуникативное поведение. Знание типичных стратегий и тактик создания образов блогеров разных типов позволит глубже понимать цели их ведущих и выносить более взвешенные оценки их деятельности. Цель исследования заключается в определении того, какие и как можно найти существенные, типовые, признаки в авторских образах блогеров, а также как определить стратегии и тактики их создания, в первую очередь с точки зрения речевого портрета блогера и его коммуникативного поведения.

Блогер, как и всякое лицо, ведущее публичную информационную деятельность, имеет потребность создать для адресата определенный образ своей личности, который наилучшим образом будет способствовать осуществлению его замысла [8, с. 36]. Блогосфера состоит из сегментов, различающихся тематикой, социальной направленностью и уровнем общественного значения (отличаем от влияния) [1]. В некоторых из них образ автора более или менее предопределен самой принадлежностью к данному сегменту, например, в блоге академического работника, высококомпетентного ученого или в блоге лица, которое исключительно заинтересовано своим вполне серьезным хобби, например, наблюдениями за природой. Конечно, и у таких блогеров могут быть некоторые особенности их образов, но они не оказывают решающего влияния на интерес аудитории к блогу и его ведущему.

В других сегментах, напротив, успех блогера в значительной степени зависит от того, в каком образе он сумеет предстать перед своей аудиторией, т.е. перед совокупностью лиц, каждое из которых в силу своих особенностей является адресатом сообщений блогера. В наибольшей степени это проявляется в блогах, основным предметом сообщений в которых являются сами их ведущие, например, [9]. Но есть немало блогов, авторы которых, выбирая темой блога нечто общезначимое, тем не менее нуждаются в создании привлекательного для их аудитории образа, чтобы адресат предпочитал именно его блог прочим подобным блогам. Например, таковыми являются ведущие так называемых travel-блогов «Блог Путешественника» [2], далее по тексту – БП, и «Путешествия без багажа» [11], далее – ПБ.

Образ автора прежде всего возникает на основе зримого образа блогера, если есть возможность его видеть. Оба выбранных нами блогера – мужчины, на вид средних (30-40) лет. БП, крепкого телосложения, широкоскулый, с короткой прической волос соломенного цвета, всегда в курортной одежде: в разрисованных пальмами и т.п. безрукавках, иногда в

соломенной шляпе и черных очках. Его рот почти всегда приоткрыт или широко открыт. Есть также виды с голыми плечами и грудью, сделанные в купальных зонах. ПБ – лысоватый мужчина, с небольшими усами и короткой бородой, ничем не выдающегося телосложения, в очках в роговой оправе, всегда одет в одного и того же покроя и цвета темные шорты, темную бейсболку и в футболки белого цвета или какой-либо спокойной расцветки. Его рот тоже обычно приоткрыт, но не широко.

Следующей стороной образа автора являются его действия и поведение в самом общем смысле этого слова. В этом оба автора друг с блогера совпадают: никаких поступков вообще не совершают. Все сводится к комментированию показанного.

Перейдем к анализу коммуникативного поведения. Под этим И.А. Стернин и Ю.Е. Прохоров понимают поведение (вербальное и сопровождающее его невербальное) личности или группы лиц в процессе общения, регулируемое нормами и традициями общения данного социума [10, с. 23]. Нельзя не заметить, что такое определение предполагает некое стандартное, соответствующее эталону поведение, которое, как пишет сам ученый, заключается в соблюдении четырех видов норм: общекультурных, групповых, ситуативных индивидуальных [13]. Однако в живом коммуникативном поведении нередко случаются как непреднамеренные, так и вполне намеренные нарушения норм. С этим допущением мы и будем использовать данный термин. Коммуникативное поведение характеризуется степенью общительности, открытости, уважительности, особенностями использования различных средств выражения мысли, как мимики, жестов, положения по отношению к собеседнику и др., и, конечно, языка. Особенности использования языка в коммуникации называются вербальным или речевым поведением [10]. Различаются национальные типы коммуникативного поведения, которые важно знать тем, кто изучает иностранные языки и русский язык как иностранный [9, с. 36-42; 10, с. 177].

Коммуникативное поведение наших блогеров весьма различно. БП не скрывает своего имени, хотя фамилия больше напоминает псевдоним: «Сережа Посный». ПБ остается анонимным, используя вместо имени нарицательное существительное «автор».

БП во всех своих роликах показывает виды экстерьера и интерьера, он в основном дает оценку номерам гостиниц, пляжам, ресторанам, при этом ни с кем, не вступая в общение. При этом речь его, всегда обращенная к зрителю, отличается повышенной громкостью и особенно резкими колебаниями тона. Каждый его ролик предваряется надписью со словом «шок»: «Разрыв в Тайланде – шок от ночного Бангкока!». Речь грубовата, в том числе содержит упоминания человеческих отправлениях и некоторых частей тела, для которых используются литературные, но стилистически

пониженные слова. Это вызывает легкие насмешки подписчиков, вроде: «Шок, шок, наш Сережа петушок», а иногда и возмущение, но в целом они относятся к нему положительно: «Уберите слова офигиссимо и бомбиссимо. Слишком часто используете эти слова. Бесит и раздражает! Это единственный минус. Из-за чего хочется выключить вас. А так, все отлично».

ПБ показывает не только экстерьер и интерьер, но и множество лиц: «А сколько вы можете унести на своей голове?» – гласит подпись к одной из фотографий. Он вступает в общение с людьми, что постоянно показывает в роликах и на фотографиях. Для этого блогера характерны прилагательные умеренной оценки, вроде: «необычный человек». Самая сильная оценка – «безумно красивое место». Впрочем, он почти не занимается оцениванием объектов, а дает более глубокие пояснения культурного и практического характера. Речь его негромкая, приглушенная, несколько монотонная. Подписчики в его чате обсуждают не его, а увиденное в его блоге.

Итак, мы увидели два известных психологических типа поведения: у БП – холерическое поведение, у ПБ – сангвиническое. Причем, у первого чувствуется наигранное преувеличение эмоциональности и развязности с целью привлечь подписчиков, которым, как он, очевидно, нравится такая манера поведения. ПБ достаточно спокойно ведет свое сообщение, как бы полагая, что кому оно интересно, того оно и заинтересует. Каждый из них нашел своих подписчиков на ВК: БП – 3342, ПБ – 9365 на 24.11.2023. Почти троекратная разница показывает, что образ аудитории, который составил для себя БП, охватывает намного меньше пользователей сети, чем тот, которому отдал предпочтение ПБ. Но рассмотрение образа аудитории блогера выходит за пределы нашего исследования.

Список использованных источников:

1. Абрамов Р.Н. Методологические и содержательные аспекты социальных исследований блогов: Аналитический обзор [электронный ресурс] <https://www.jour.fnisc.ru/upload/journals/6/articles/3738/submission/original/3738-6925-1-SM.pdf> (точка доступа: 24.11.2003)

2. Блог путешественника самостоятельные путешествия [электронный ресурс] https://vk.com/blog_pyteshestvennika?ysclid=lpdade49q7803900225 (точка доступа: 24.11.2023)

3. Гуцал Е. История российского видеоблогинга: от Макса 100500 до TikTok-хаусов, - М.: Бомбора, 2023. – 440 с.

4. Довгалёва, И. В. Видеоблогинг как реализация социокультурных практик современного общества // Культурология, искусствоведение и филология: современные взгляды : материалы Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием. – Чебоксары : ИД «Среда», 2020. – С. 27-30.

5. Зяблова, П. А. Влияние блоггинга на молодежь // Российское общество: история и современность : сб. науч. работ студентов и аспирантов. Вып. 12. - Екатеринбург : РГППУ, 2018. – С. 15-19.

6. Лазуткина, Е. В. Лидеры мнений в информационном пространстве блогосферы рунета // Вестник НГУ. Серия: История, филология. – 2016. – Т. 15. – № 6: Журналистика. – С. 51-59.

7. Морозов В.Э. Методика урока русского языка как иностранного: Учебно-методическое пособие по преподаванию русского языка в инокультурной среде. - М.: ВК, 2012. - 228 с.

8. Морозов В. Педагогическая риторика. М.: РГАУ–ТСХА им. К. А. Тимирязева, 2007. 148 с.

9. О себе любимом | alexunited | Дзен (dzen.ru) [электронный ресурс] <https://dzen.ru/a/YoYWjizcVzXKHiEW> (точка доступа: 24.11.2003)

10. Прохоров Ю.Е., Стернин И.А. Русские: коммуникативное поведение. – М.: Флинта. Наука, 2006. – 328 с.

11. Путешествия без багажа [электронный ресурс] <https://vk.com/travelnobaggage?ysclid=lpdaimi7j30963261> (точка доступа: 24.11.2003)

12. Степанов В. Образ блогера в произведениях массовой культуры // Журналистика-2016: стан, проблемы і перспективы: матеріялы. - Мінск/рэдкал.:С.В.Дубовік(адк. рэд.).–Вып.18.–Мінск:БДУ,2016.с. 478-482.

13. Стернин И.А. Понятие коммуникативного поведения и проблемы его исследования. – Воронеж: Изд-во ВГТУ, 2000. – 240 с.

© Сокальская Е.В., 2023

УДК 070+316.77

КОММУНИКАТИВНОЕ ПОВЕДЕНИЕ ЖУРНАЛИСТА В ХОДЕ ИНТЕРВЬЮ

Степанова А.В.

Научный руководитель Морозов В.Э.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Общепризнано, что коммуникативное поведение журналистов имеет как широкую общую значимость, так и личное значение для самого журналиста, поскольку то, то, как журналисты говорят и пишут, оказывает ощутимое влияние на инволюцию русской речи и русского языка, манера общения журналиста производит впечатление на читателя и зрителя и нередко становится предметом подражания. С другой стороны, то, как

журналист строит свое общение с тем, у кого берет интервью, может стать одной из причин успеха или провала осуществления его намерений, само интервью от этого будет интересным или скучным. Поэтому изучать особенности коммуникативного поведения журналистов важно как самим журналистам, так и тем, кто интересуется средствами массовой информации.

И.А. Стернин, изобретший термин «коммуникативное поведение» определяет его как поведение (вербальное и сопровождающее его невербальное) личности или группы лиц в процессе общения, регулируемое нормами и традициями общения данного социума [8, с. 23]. С одной стороны, коммуникативное поведение является одним из видов человеческого поведения. т.е. всего того, что лицо делает или не делает произвольно [5]. С другой стороны, коммуникативное поведение включает в себя более частные разновидности поведения во время общения, в том числе невербальное поведение и вербальное (речевое) поведение [8, 10]. И.А. Стернин выделяет коммуникативные нормы четырех видов: общекультурные, групповые, ситуативные, индивидуальные. Кроме того, поведенческие нормы вообще, в том числе нормы общения, у разных народов не вполне одинаковы [6, с. 36-42; 8, с. 177], что журналисту следует учитывать, когда он берет интервью у представителей тех или иных национальностей.

Коммуникативное поведение, как и любая деятельность, предполагает достижение определенных целей и задач, которые, будучи выстроены в определенной последовательности, становятся стратегиями коммуникации и осуществляются при помощи более или менее эффективных коммуникативных тактик [4]. При неэффективных тактиках адресант может потерпеть коммуникативную неудачу, которая в зависимости от своей серьезности может вызвать в общении сбой, помеху и даже провал коммуникации [12], Неудача возможна также как при непродуманной постановке целей и задач общения и при серьезных речевых и языковых ошибках [10].

Цель исследования – определить коммуникативные стратегии журналиста и речевые тактики их реализации, применяемые интервьюерами в тележурналистике (видеожурналистике). Интервью как жанр журналистики представляет собой вопросно-ответный диалог, в котором иницилирующей и вопрошающей стороной является журналист-интервьюер (реже о четырех журналистов попеременно), а отвечающей – интервьюируемое лицо (реже два) [2].

Существуют разные классификации интервью по их целям: портретные, протокольные, новостные, официальные и т.д. С точки зрения темы настоящего исследования наиболее важным представляется

разделение интервью на информационные, которые журналист берет с в основном для того, чтобы поучить фактические сведения об интересующем его предмете, и аналитические интервью, назначение которых заключается в более или менее обстоятельном выяснении мнения интервьюируемого лица о тех или иных фактах, т.е. получить их оценку, версию происхождения, прогноз развития и т.п. [2, 11].

В настоящей статье рассматриваются причины коммуникативных неудач Владимира Познера в интервью с Сергеем Шнуровым на Первом Канале [3], которое он сам охарактеризовал как провал [7, 13]. Передача состоялась 10.10.2016, но с профессиональной точки зрения она своей актуальности не потеряла. Во-первых, оба ее участника ныне здравствующие граждане России. Во-вторых, оба они остались взаимно недовольными. В-третьих, все ограничилось знакомством с их мнением друг о друге, не пожелав в тот момент углубиться в причины провала. Сейчас, когда сам факт ушел в прошлое и страсти улеглись, ничто не мешает попытаться профессионально разобраться в причинах произошедшего.

После интервью В. Познер заявил, что обычно провале виноват интервьюер, но в этот раз виновен интервьюируемый, так как он пуст, неинтересен и ему нечего было ответить на вопросы. С. Шнуров признался, что ему было «дико скучно» разговаривать, т.к. ему не о чем было говорить с восьмидесятилетним ведущим.

Данное интервью можно считать сугубо аналитическим, так как, практически, все вопросы касались не каких-либо фактов, а мнений певца и мнений о нем. Но слушая вопросы интервьюера, невозможно не заметить, что почти все они касаются тех или иных оценок.

Первый же вопрос касался намного более раннего интервью С. Шнурова, в котором он сказал, что телевизор – это такой формат, в котором нет людей, а только идиоты. Было бы лучше не вспоминать сразу это интервью, а задать вопрос, который побудил бы певца выразить свои, возможно уже изменившиеся взгляды на телевидение, тем более что он в то время уже работал на ТВ. А так интервьюируемый, не страдающий заниженной самооценкой, вынужден был отстаивать и свое прошлое мнение, и нынешнее положение, не очень понятным образом сравнив себя с вооруженными миротворцами в зоне конфликта, на что В. Познер лишь проворчал: «Ну, ладно». Сам этот вопрос он предварил замечанием, что он хочет уточнить «пару вещей» перед серьезным разговором. Удивляет и то, что в начале интервью задается несерьезный вопрос (обычно такие бывают ближе к концу), и то, что тележурналист посчитал его несерьезным.

Вообще, интервью началось с того, что ведущий обратился к Шнурову, назвав его Сергеем Владимировичем, и зачем-то уточнил, правильно ли это. Такой опытный интервьюер не может не знать, что

журналист обязан заранее собрать сколь можно больше сведений об интервьюируемом (и он собрал много высказываний самого С. Шнурова и о нем), а уж отчество он, конечно, знал. Вопрос шел о том, как ему обращаться к Шнурову, которого обычно знали либо Сергеем, либо Шнуром. Шнур сказал, что его можно звать просто Сергеем, чем как бы понизил статус ведущего, который должен был бы выбрать обычное для своей передачи обращение, но согласиться уступить С. Шнурову, если бы он сам об этом попросил. Интересно, что в дальнейшем никто из них не назвал другого иначе, чем при помощи местоимения «вы».

Почти все дальнейшие вопросы касались бывших высказываний С.Шнурова или о нем, причем после каждой очередной, достаточно сбивчивой, самоапологии Шнура, метр журналистики бормотал все тоже, вроде: «Ну, ладно». Исключение составили лишь вопрос о маленьком человеке, как главном герое творчества Шнура, по мнению В. Познера, на что тот ответил, что он считает своего человеком с большой жизненной силой. И опять никакой ясной реакции со стороны ведущего не последовало. И также вопрос о том является ли певец верующим человеком или нет. В итоге каждый вопрос интервьюера по сути оказывался тем очередным «тупиком», о которых Д. Рендалл писал, что таковых вообще быть не должно [9]. Ни в одну тему собеседники не углубились.

Думается, что корень причины коммуникативного провала кроется в отсутствии у собеседников интереса друг к другу, в чем они откровенно признались. В частности, В. Познер сказал: «Я никогда не был на его концерте, но стал спрашивать и мне сказали, что он действительно кумир молодежи. Думаю, раз кумир, интересно поговорить с ним». Оказалось, не так. Но коль скоро интервью началось, журналист был обязан проявлять интерес к своему собеседнику, хотя бы внешне, чтобы вывести его на разговор. Как учил В. Аграновский, журналист должен идти к собеседнику «с мыслью» и «за мыслью» [1, с. 294.]. Возможно, В. Познер ждал, что С. Шнуров сам заинтересуется разговором с известным журналистом на столь популярной передаче. Но искушенный в подобных коммуникациях певец к очередной из них интереса не проявил.

Фактически, оба собеседника выказали пассивное коммуникативное поведение, постоянно передавая друг другу инициативу в разговоре: интервьюируемый отвечал ведущему ровно столько, сколько нужно, чтобы считать себя ответившим, а тот без больших уточнений принимал этот ответ и задавал очередной вопрос. Такая стратегия больше подходит для выяснения фактов, то есть для информационного интервью. Ведущий должен был предусмотреть более активную и конструктивную стратегию диалога.

В заключение нужно сказать, что в большинстве интервью В. Познера можно видеть высочайший профессионализм телеведущего, который может увлечь и собеседников, и аудиторию. Но рамки статьи не оставляют места для сколько-нибудь обстоятельного рассмотрения стратегий этих интервью.

Список использованных источников:

1. Аграновский В.А. Вторая древнейшая. – М.: Вагриус, 1999. – 414 с.
2. Антонова Л. Г., Махалова А. И. Жанровые особенности видеointервью в новых медиа // Социальные и гуманитарные знания. - 2020. - Том 6. - № 1. - С. 92–99.
3. Гость Сергей Шнуров. Познер. Выпуск от 10.10.2016 (1tv.ru) [электронный ресурс] <https://www.1tv.ru/shows/pozner/vypuski/gost-sergey-shnurov-pozner-vypusk-ot-10-10-2016?ysclid=lp8on48s2486096522> (точка доступа: 24.11.2023)
4. Иссерс О.С. Коммуникативные тактики и стратегии русской речи. М.: ЛКИ, 2008. – 288 с.
5. Крылов К. Поведение. – М.: Педагогический поиск, 1997. [электронный ресурс] https://modernlib.net/books/krilov_konstantin/povedenie/ (точка доступа: 24.11.2003)
6. Морозов В.Э. Методика урока русского языка как иностранного: Учебно-методическое пособие по преподаванию русского языка в инокультурной среде. - М.: ВК, 2012. - 228 с.
7. Познер назвал провальным свое интервью со Шнуровым - Газета.Ru [Новости (gazeta.ru) [электронный ресурс] https://www.gazeta.ru/culture/news/2017/08/15/n_10435220.shtml?ysclid=lpccd fv546796455969 (точка доступа: 24.11.2003)
8. Прохоров Ю.Е., Стернин И.А. Русские: коммуникативное поведение. – М.: Флинта. Наука, 2006. – 328 с.
9. Рэналл Д. Универсальный журналист [электронный ресурс] https://adukar.com/images/photo/rendall_devid_universalnyi_jurnalist.pdf (точка доступа: 24.11.2003)
10. Стеклова Т.И. Речевое поведение журналистов в восприятии адресатов: от «суконного» формализма к вседозволенности? // Коммуникативные исследования. – 2020. – Т. 7. – № 1. – С. 149–162 Стернин И.А. Понятие коммуникативного поведения и проблемы его исследования. – Воронеж: Изд-во ВГТУ, 2000. – 240 с.
11. Тертычный А.А. Жанры периодической печати. - Изд. 6-е, испр. и доп. - Москва: Аспект Пресс, 2017. – 315 с.
12. Шпомер Е.А. Коммуникативные неудачи в диалогическом общении в соотнесенности с коммуникативными законами и типами

языковой личности: (На материале немецкого языка). – Абакан: Изд-во ФГБОУ ВПО Хакас. гос. ун-т им. Н.Ф. Катанова, 2011. – 292 с.

13. "Я его не воспринимаю как журналиста": Познер о Шнурове - Рамблер/новости (rambler.ru) [электронный ресурс] <https://news.rambler.ru/politics/45459156-ya-ego-ne-voSprinimayu-kak-zhurnalista-pozner-o-shnurove/?ysclid=lpch39ovm277855055>

© Степанова А.В., 2023

УДК 81Г373: 81Г276.5

АНГЛОЯЗЫЧНЫЕ ЗАИМСТВОВАНИЯ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ СЛЕНГЕ ПРОГРАММИСТОВ

Степура Е.А.

Научный руководитель Батуева А.А.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Не так давно в современном мире стала набирать обороты деятельность, связанная с информационным полем. Помимо того, что появилось множество новых профессий, так и произошла модернизация давно имеющих. Остановимся на самой популярной профессии – программист. Программирование – это не только скучный набор символов и команд, это целый мир, который обладает своим уникальным языком. В этом мире, как и в любой другой области, существует свой сленг, который помогает разработчикам общаться, делиться опытом и иногда даже придавать шарм и юмор своей работе. Раньше программистами могли стать люди, которые профильно обучались в университете. Сейчас же практически каждый второй, на волне популярности данной профессии, может им стать. Появилось множество образовательных платформ, которые часто обещают с нуля дать знания о программировании так, что человек сможет после этого работать. Однако с погружением в программирование человек не сразу может понять профессиональный сленг, ведь множество слов заимствованы из английского языка [1]. Данная работа посвящена изучению профессиональной лексики в сфере компьютерных технологий, а именно сленга специалистов, занимающихся программированием.

Стоит начать с определения понятия. «Сленг» – это набор специфических слов, выражений или фраз, которые часто используются внутри определенной группы людей или в определенной профессиональной области [2]. Он является неформальным, своего рода «внутренним» языком, который используется для общения между людьми, принадлежащими к

одной группе или профессии. Сленг может возникать из различных источников, таких как технические термины, шутки, образы или даже изменения в языке, принятые в определенной среде. В различных областях, будь то профессиональные сферы, хобби, спорт или культура, существует свой уникальный сленг, который помогает людям легче и точнее общаться и передавать информацию внутри своего сообщества.

В контексте программистов и разработчиков, сленг включает в себя специальные термины, которые используются в обсуждении кода, разработки программного обеспечения, технических концепций и других аспектов информационных технологий. Этот специальный лексикон помогает программистам быстрее понимать друг друга, делиться опытом и нередко придавать своей работе более личный и дружелюбный оттенок.

Сленг программистов начал формироваться вместе с появлением первых компьютеров в середине XX века. В то время понятия, такие как бит, байт, код и алгоритм, стали основополагающими для работы с компьютерами [3, с. 43]. Сложность и новизна технологии способствовали возникновению новых терминов и сокращений, которые использовались внутри разработчиков и инженеров. В 1950-1960 годах, в период развития пионерских компьютерных систем, программисты начали использовать специфические термины для описания процесса написания и отладки программ. При создании ранних языков программирования, таких как Fortran и COBOL, программисты формировали основные термины, которые стали частью сленга. В 1970-1980 годах с развитием хакерской культуры и популяризации персональных компьютеров, сленг программистов стал более разнообразным. Это было время, когда энтузиасты компьютеров собирались в сообществах и обменивались опытом и знаниями. В этом сообществе возникло множество уникальных терминов и фраз, часто олицетворяющих особенности программирования и работы с компьютерами. С развитием интернет-технологий и появлением новых языков программирования, множество новых терминов и аббревиатур стали общеупотребительными в сообществе разработчиков, например, API (Application Programming Interface) – интерфейс для взаимодействия между различными программами, стал одним из основных понятий. Git – система контроля версий, IDE – интегрированная среда разработки, HTML и CSS – языки разметки и стилей для веб-разработки, также стали повседневными словами в общении программистов. Культурные и социальные факторы также играют важную роль в формировании сленга программистов [4, с. 19].

Шутки и поп-культурные влияния часто отражаются в терминологии программирования. Например, термин «баг» для обозначения ошибки в программе или «программирование на коленке», который указывает на

быстрое, но некачественное создание кода, частично возникают из юмористических ситуаций или общепринятых мемов.

Кроме того, влияние киноиндустрии, литературы и игр может отразиться в новых терминах и выражениях. Например, термин «Jedi» в контексте программирования (Jedi-разработчик) часто используется для описания высококвалифицированного специалиста в данной области, и он был заимствован из популярной культуры «Звездных войн».

Это разнообразие терминов, происходящих как из технического, так и из культурного контекста, обогащает язык программистов, делая его более живым и понятным для тех, кто в нем участвует. Этот сленг помогает не только улучшить коммуникацию между разработчиками, но и создает общее чувство принадлежности к сообществу.

Таким образом, влияние новых технологий, культурных особенностей и социальных факторов на формирование сленга программистов остается важным аспектом в развитии языка, используемого в сообществе разработчиков.

Необходимо остановиться на часто используемых в процессе работы и коммуникации словах программиста. Для начала разберем уровни разработчиков [5]:

джуниор (от англ. junior) – это младший разработчик, обычно на начальном этапе своей карьеры в веб-студии или IT-компании. Джуниоры часто получают поддержку и наставничество от опытных коллег;

мидл (от англ. middle) – средний уровень разработчика. Мидл-разработчики обладают более глубокими знаниями и опытом, и могут брать на себя более сложные задачи;

сеньор (от англ. senior) – старший разработчик, имеющий обширный опыт и экспертизу. Сеньоры часто занимаются архитектурой приложений и принятием ключевых технических решений.

Помимо уровней разработчиков есть также их сфера деятельности, которая тоже пришла из английского языка:

фронтенд (от англ front-end) – это видимая часть веб-приложения или сайта, с которой взаимодействует пользователь. Фронтенд-разработчики отвечают за создание интерфейса, веб-дизайн и клиентскую часть приложения;

бэкенд (от англ back-end) – это серверная часть приложения, которая отвечает за обработку данных, взаимодействие с базами данных и логику приложения, скрытую от пользователя. Бэкенд-разработчики работают с серверами и базами данных;

фуллстек-разработчик (от англ full-stack developer) – специалист, обладающий навыками как во фронтенде, так и в бэкенде. Фуллстек-

разработчики могут работать над всем стеком технологий, от клиентской части до сервера.

Также, сленг присутствует в работе, методологии и технических ситуациях [5]:

митинг (от англ. meeting) – это собрание, на котором обсуждаются проделанная работа и планы на будущее. Митинги часто проводятся в командном окружении, чтобы согласовать действия;

спринт (от англ. sprint) – это период времени (обычно от одной до четырех недель), в течение которого команда разработчиков должна выполнить определенные задачи. Спринты являются частью методологии управления проектами scrum;

скрам (от англ. scrum) – метод управления проектами, относящийся к гибким методологиям разработки, или agile. Scrum предполагает разбиение проекта на короткие спринты и акцент на сотрудничестве и коммуникации в команде;

тимлид (от англ. team lead) – это лидер команды разработчиков, обычно выполняющий роль менеджера. Тимлид следит за процессами в команде и обеспечивает ее эффективное функционирование;

баг (от англ. bug – жучок) – это неожиданный результат или неожиданное поведение программы, вызванное ошибкой в коде;

откатить (от англ. roll back) – это отмена изменений и возвращение к предыдущей версии кода или системы;

фича (от англ. feature – свойство) – это полезная (или иногда забавная) функция или особенность программного продукта;

код ревью (от англ. code review) – это процесс проверки и обсуждения кода между членами команды разработчиков;

гитхаб (от англ. GitHub) – это сервис для хранения и совместной работы над репозиториями IT-проектов с использованием системы управления версиями Git;

коммит (от англ. to commit) – запись изменений в репозиторий с данными о внесенных изменениях, комментарием и именем автора коммита.

Можно заметить, что среди приведенных лексических единиц преобладают такие способы словообразования как транслитерация (полное копирование буквенного образа слова) и транскрибирование (передача звукового образа слова). Эти способы образования новых лексических единиц являются достаточно продуктивными в мире компьютерных технологий, так как они обеспечивают максимальное сходство и узнаваемость вводимых лексических единиц.

Специальные термины и сленг являются неотъемлемой частью общения в сообществе программистов. Они представляют собой

универсальный код, понятный и приемлемый в этой технической среде, что облегчает взаимодействие между разработчиками.

Каждое из этих слов и выражений несет в себе определенный смысл и конкретные технические нюансы, что делает их не только удобными в использовании, но и позволяет точно и эффективно коммуницировать. Например, когда разработчики обсуждают «баг» или «откатить», они точно понимают, что речь идет об ошибке в программе или о возврате к предыдущей версии кода.

Такой единый словарный запас также способствует снижению недопонимания и ошибок в процессе работы. Это особенно важно в сфере разработки, где точность и понимание технических терминов имеют решающее значение. Понимание этих терминов у всех участников команды способствует более эффективному решению проблем и работы над проектами.

В конечном счете, сленг программистов – это не просто сборник терминов, а своеобразный ключ к внутреннему миру и культуре сообщества разработчиков. Этот уникальный лексикон является неотъемлемой частью их повседневного общения, обеспечивая удобство и эффективность в процессе работы. Но помимо функциональной стороны, важно осознать, что эти термины и выражения могут представлять вызов для новичков, усложняя понимание специфики профессии. Поэтому важно уметь вводить и объяснять сленг, обеспечивая всем участникам коммуникации равные возможности для понимания и взаимодействия.

Список использованных источников:

1. Грибан О. Н., Ай, словарь. Информационные технологии – это просто! -М.: Ridero, 2017.
2. Беляева Т. М. Нестандартная лексика английского языка. – Львов: Изд-во ЛГУ, 2006. – 84 с.
3. Лихолитов, П.В. Компьютерный жаргон. - М., 1997. -№ 3.
4. Пономаренко К.Д. Английский сленг: слова, выражения и виды сленга – Пенза: World Science: Problems and Innovations, 2018.
5. IT Словарь - Инвольта образование. URL:<https://science.involta.ru/glossary> (дата обращения: 14.11.2023).

© Степура Е.А., 2023

УДК 811.161

ТРАВЕЛОГ, ДНЕВНИК ПУТЕШЕСТВЕННИКА, ПУТЕВОДИТЕЛЬ: ПРОБЛЕМА ТЕРМИНОЛОГИИ

Сухоцкая М.Г.

Научный руководитель Бугаева И.В.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

В последние годы исследователи обращают внимание на жанр травелога, но обзор научной литературы показывает, что пока нет единого определения этого термина, у разных исследователей толкование разное. В настоящее время широко развиваются интернет-жанры, в числе которых – травелог. Цель данной работы – проанализировать разные точки зрения на термин травелог и показать динамику развития данного жанра. В настоящем исследовании использованы дискриптивный и статистический методы, анализ словарных дефиниций. Материалом исследования послужили данные Национального корпуса русского языка (далее – НКРЯ) и дефиниции терминологических словарей.

Впервые термин «травелог» был введён в обращение в 1903 году американским путешественником Бертоном Холмсом и использовался для обозначения его публичных рассказов о путешествиях, сопровождаемых фотографиями и видеофрагментами [1, с. 37]. В русском языке термин травелог впервые встречается у Эткинда [2, с. 15]. Позже «термин стал заменять давно известные в литературоведении традиционные жанры, например, хождения, записки путешественника, путевой дневник, дневник путешествий, путевые записки, дневник паломника, путевые заметки, путевые записки дипломатов, и даже странствия души» [1, с. 38]. В наше время наметилась тенденция замены традиционных жанров «дневника путешественника» и «путеводитель» термином «травелог».

Словари и энциклопедии литературоведческих терминов дают разные определения рассматриваемым нами понятиям. В «Словаре литературоведческих терминов» Л.И. Тимофеева не встречается ни один из интересующих нас терминов [3]. «Литературная энциклопедия терминов и понятий» даёт следующее определение дневника: «Периодически пополняемый текст, состоящий из фрагментов с указанной датой для каждой записи» [4, с. 232]. Таким образом, дневник путешественника – это жанр, подразумевающий конкретные даты и определённую форму фиксации событий, а именно форму дневника. Если распространять данное определение на интернет-жанры, дневник путешественника будет

представлять собой пополняемый с некоторой периодичностью интернет-ресурс, основной темой которого будут являться путешествия. Определим теперь, что понимается в науке под дневником путешествий. Первоначальное толкование термина – это реальные дневниковые записи. Позже дневник путешественника приобретает литературную форму, как, например, «Путешествие из Петербурга в Москву» А.Н. Радищева. Адресация дневников реальных и дневников литературных при этом совершенно разная. Личные дневники не предполагают широкий круг читателей, они пишутся автором для самого себя или для узкого круга друзей. Литературные дневники же ориентированы на читателя, они используют форму дневника для выполнения художественных задач.

В.М. Русаков и О.Ф. Русакова пишут: «В англоязычном мире под травелогом, как правило, понимался любой нарратив, фиксирующий впечатления путешественника» [5, с. 23]. Однако нас интересует тонкое различие между тремя жанрами: травелогом, дневником путешественника и путеводителем. Чтобы выделить некоторые особенности каждого из трёх жанров, обратимся к таблице, которую приводит И.В. Бугаева в статье «Травелог в рекламном дискурсе: трансформация жанра» [1].

В дневнике путешествий, в отличие от травелога, не важен иллюстративный ряд. Травелог передаёт информацию точно, а дневник путешествий ориентируется на личностное восприятие. Травелог – мультимодальный жанр, а дневник путешественника – письменный. Целевая аудитория данных жанров также разная: травелог нацелен на конкретную целевую аудиторию, а дневник путешественника адресован самому широкому кругу читателей [1].

Так, можем наблюдать, что отличаются как аудитория, так и средства, которыми пользуются травелог и дневник путешественника. Травелог – поликодовый жанр, так как он включает в себя элементы разных семиотических систем, тогда как дневник путешественника как литературный жанр – это традиционный письменный текст, то есть монотекст.

Обратимся теперь к жанру «путеводитель». В Малом академическом словаре (далее – МАС) даётся следующее определение путеводителя: «Справочное издание, содержащее необходимые сведения для поездки, путешествия или помогающее ориентироваться среди выставленных для обозрения материалов» [6, с. 564]. Таким образом, путеводитель, в отличие от травелога и дневника путешественника, ориентирован на читателя, планирующего путешествие. При этом путеводитель использует не только текст, но и фотоматериалы. Он является мультимодальным жанром, как и травелог.

Приведём статистику использования терминов «травелог», «дневник путешественника» и «путеводитель» в электронной библиотеке Elibrary. Термин «травелог» встречается в 3613 публикации. «Путеводитель» используется в 14406 работе, в том числе, заменяя собой «дневник путешественника», встречающийся в 10314 статье. «Травелог» при этом часто используется для обозначения не того поликодового жанра, которым травелог является, а монотекстов, таких, как дневник путешественника и текстовый интернет-блог.

Немаловажной является и статистика использования интересующих нас терминов в Национальном корпусе русского языка. «Дневник путешествия» встречается 90 раз в 82 текстах. Термин «путеводитель» используется в 980 текстах 1756 раз, тогда как «травелог» – лишь 27 раз в 14 текстах. Приведём примеры использования термина «травелог» вместо «дневника путешественника (путешествия)» и «путеводителя».

Приключения капитана Врунгеля» – травелог, причем не только от travel, но и от того самого «травить». (Василий Авченко. Генеалогия капитана Врунгеля. Василий Авченко к 80-летию знаменитого морского волка. НКРЯ. Дата обращения – 19.11.2023).

Здесь видим, как текстовый жанр называется травелогом, потому что повествует о путешествиях.

«Моя Венеция» написана в модном и процветающем ныне жанре травелога и полна заметок о деталях повседневной жизни в современной Венеции (Александра Володина. Книжный агент // «Октябрь», 2013. НКРЯ. Дата обращения – 19.11.2023).

Хотя автор замечает, что «Моя Венеция» «написана», то есть, представляет собой традиционный текст, всё же используется именно термин «травелог», подразумевающий поликодовость.

«И, наконец, третья часть более «филологическая»: она посвящена травелогам в литературе – от Карамзина и Гёте до Андрея Битова» (Дарья Кожанова. Книжный агент // «Октябрь», 2013. НКРЯ. Дата обращения – 19.11.2023).

Карамзин и Гёте являются, как мы помним, писателями, а не современными блоггерами, поэтому можем судить о том, что использование термина «травелог» в этом контексте некорректно. Так, видим, что «травелог» часто заменяет собой термин «дневник путешественника».

Теперь приведём пример использования термина «травелог» в ситуации, когда имеется в виду жанр «путеводитель».

Искусствовед, куратор и сотрудник Эрмитажа Аркадий Ипполитов выпустил насыщенный яркими красками, историческими подробностями и «живыми» описаниями травелог об Италии (Александра Володина.

Перекрестки культур // «Октябрь», 2013. НКРЯ. Дата обращения – 19.11.2023).

Сочинение, о котором говорится в этой цитате – нечто среднее между дневником и путеводителем, однако используется именно термин «травелог».

Можем утверждать, что в реальных текстах термин «травелог» используется редко, тогда как в научной литературе он частотен. Термин «травелог» в научной литературе стал использоваться вместо существующих терминов «дневник путешественника (путешествия)» и «путеводитель». В последнее время можем наблюдать, что термин развивается, употребляется в новых значениях, например, как дидактическая единица в образовательном процессе [2]. Другими словами, термин «травелог» становится полисемантом.

Список использованных источников:

1. Бугаева И. В. Травелог в рекламном дискурсе: трансформация жанра // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика. Том 9, № 1 (30). 2019. С. 37-42.

2. Бугаева И. В. Проектная деятельность как эффективный способ формирования коммуникативных компетенций на уроках русского языка как иностранного // Исследовательский журнал русского языка и литературы. 2023. Т. 11, № 1(21). С. 11-30. DOI 10.52547.

3. Словарь литературоведческих терминов. Ред.-сост. Тимофеев Л. И. и Тураев С. В. Москва, «Просвещение», 1974. – 509 с.

4. Литературная энциклопедия терминов и понятий под ред. Николютина А. Н. – М.: НКП «Интелвак», 2001. – 799 с.

5. Русакова О.Ф., Русаков В.М. Травелог: теоретико-методологический анализ. – Екатеринбург, 2021. – 265 с.

6. Словарь русского языка в четырёх томах под ред. Евгеньевой А. П. Т. 3. – М.: Русский язык», 1987. – 752 с.

© Сухоцкая М.Г., 2023

УДК 34.096

ПРОБЛЕМА МОРАЛЬНОГО ВРЕДА И УЩЕМЛЕНИЯ ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ В ЮРИСЛИНГВИСТИЧЕСКОМ АСПЕКТЕ

Улямаева С.А.

Научный руководитель Брадецкая И.Г.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский государственный университет правосудия», Москва

В результате активного развития общества и права в современном мире участились случаи причинения вреда и ущемления деловой репутации.

Данный процесс можно отнести к сфере юриспруденции, что частотно, особенно когда после незаконного уголовного преследования права людей, ранее считавшихся «подозреваемыми», были нарушены.

Деловая репутация является одним из основных нематериальных благ прогрессирующего общества, поэтому ее защита является актуальной и имеет такую высокую значимость для человека и гражданина, что иногда превышает безопасность имущественных прав. Мы рассмотрели данную проблему путем интегративного, современного исследования с использованием средств массовой информации.

Для сущностного анализа данной проблемы определим понятие деловой репутации в юрислингвистическом аспекте, так как исследователи понимают значение данного термина по-разному.

Обратимся к «Толковому словарю русского языка» Ожегова Сергея Ивановича [1]. Он понимает под репутацией «приобретаемую кем-чем-нибудь общественную оценку, общее мнение о качествах, достоинствах и недостатках кого-чего-нибудь» [1, с. 677].

«Большой юридический словарь» определяют термин «деловая репутация» как одно из нематериальных благ (ст. 150 Гражданского кодекса Российской Федерации), что представляет собой оценку профессиональных качеств конкретного лица.

Некоторые авторы характеризуют понятие «деловая репутация» как определенный «набор качеств и оценок, с которыми их носитель ассоциируется в глазах своих контрагентов, клиентов, потребителей, коллег по работе, поклонников (для шоу-бизнеса), избирателей (для выборных должностей) и персонифицируется среди других профессионалов в этой области деятельности» [2, с. 136-137].

Понятие «деловая репутация» может быть распространено как на физических, так и на юридических лиц. Но для деловой репутации юридических лиц существуют определенные особенности:

«восприятие лица в деловой среде: доброе имя, культурные традиции, фирменное наименование, высокое качество продукции или услуг, технологическая культура, устойчивость связей с поставщиками и потребителями, перспективность бизнеса, эффективность менеджмента, уровень квалификации персонала, отсутствие конфликтов с законом;

это имидж, образ лица в глазах широкой общественности (клиенты, покупатели, СМИ), сформировавшийся в результате ее деятельности» [3, с. 258-266].

Таким образом, под «деловой репутацией» принято понимать нематериальное благо, которое представляет собой положительную общественную оценку деловых и профессиональных качеств, деятельности лица.

Что же представляет собой нанесение морального вреда деловой репутации? Понятие «моральный вред» закрепляется в ст. 151 Гражданского кодекса Российской Федерации, согласно которой моральный вред рассматривается как физические и нравственные страдания, вызванные действиями, нарушающими личные неимущественные права либо посягающими на принадлежащие гражданину другие нематериальные блага, а также в других случаях, предусмотренных законом.

Организации, в отличие от физических лиц, не могут претендовать на возмещение им морального вреда при распространении сведений, порочащих их деловую репутацию (п. 11 ст. 152 Гражданского кодекса Российской Федерации). Однако это не исключает возможности требовать возмещения ущерба, причиненного такими действиями. Верховный суд Российской Федерации разъяснил, в каком случае юридические лица могут рассчитывать на получение компенсации за умаление их деловой репутации (п. 21 Обзора судебной практики Верховного Суда Российской Федерации № 1, утвержденной Президиумом Верховного Суда Российской Федерации 16 февраля 2017 г.).

Как определить степень причинения морального вреда деловой репутации? Для этого обратимся к судебной практике. Постановление Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 24 февраля 2005 г. «О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц» гласит, что если не соответствующие действительности, порочащие сведения были распространены в средствах массовой информации, суд, определяя размер компенсации морального вреда, должен учесть характер и содержание публикации, а также степень распространения недостоверных сведений. При этом подлежащая взысканию сумма компенсации морального вреда должна быть соразмерна причиненному вреду и не вести к ущемлению

свободы массовой информации [4, с. 5]. Например, в Шадринский районный суд Курганской области [5] обратился истец с целью компенсации морального вреда за опубликование в сети Интернет информации, не соответствующей действительности и порочащей его честь, достоинство и деловую репутацию. При вынесении решения суд руководствовался характером и содержанием публикации, а также степенью распространения недостоверных сведений. Согласно разъяснениям, содержащимся в пунктах 5, 7, 9 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 24.02.2005 №3 «О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц», «обстоятельствами, имеющими в силу статьи 152 Гражданского кодекса Российской Федерации значение для дела, являются: факт распространения ответчиком сведений об истце, порочащий характер этих сведений и несоответствие их действительности».

Исходя из Постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 24 февраля 2005 года № 3 «О судебной практике по делам о защите чести, достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц», «под распространением сведений, порочащих честь и достоинство граждан или деловую репутацию граждан и юридических лиц, следует понимать опубликование таких сведений в печати, трансляцию по радио и телевидению, демонстрацию в кинохроникальных программах и других средствах массовой информации, распространение в сети Интернет, а также с использованием иных средств телекоммуникационной связи, изложение в служебных характеристиках, публичных выступлениях, заявлениях, адресованных должностным лицам, или сообщение в той или иной, в том числе устной, форме хотя бы одному лицу. Сообщение таких сведений лицу, которого они касаются, не может признаваться их распространением, если лицом, сообщившим данные сведения, были приняты достаточные меры конфиденциальности, с тем чтобы они не стали известными третьим лицам. Не соответствующими действительности сведениями являются утверждения о фактах или событиях, которые не имели места в реальности во время, к которому относятся оспариваемые сведения».

Проанализировав юридическую точку зрения исследуемой проблемы, можно рассмотреть ее понимание в лингвистическом аспекте. Каким образом происходит умаление деловой репутации и оскорбление чести и достоинства человека? Оскорбление может быть совершено через инвективы – специальные речевые средства, с помощью которых совершается оскорбление.

Мы обратились для поиска примеров употребления инвектив к средствам массовой информации.

При рассмотрении вопроса об использовании слов и выражений, обозначающих антиобщественную, социально вредную деятельность (вор, мошенник, взяточник) мы нашли огромное количество ссылок на интернет-ресурсы с употреблением инвектива. Например: «в деле об убийстве вора в законе в фитнес-клубе появились новые фигуранты» [6], «мошенников окружают с двух сторон» [7], «тюменские взяточники добыли 330 миллионов» [8].

Некорректные заявления авторов статей к таким ситуациям могут сыграть для них злую шутку, так как заведомо ложные заявления всегда преследуются по закону.

В действующем законодательстве существует три вида наказания за необоснованное оскорбление личности: по статье 128.1 Уголовного кодекса Российской Федерации «О клевете», статье 152 Гражданского кодекса Российской Федерации «Защита чести, достоинства и деловой репутации» либо статье 5.61 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях «Оскорбление».

В качестве примера использования слов, содержащих экспрессивную негативную оценку поведения человека, свойств его личности без указания на конкретную деятельность (хам, негодяй, изверг) мы нашли новости по теме «криминал» или «ситуации на дорогах», например, «Под Волгоградом 25-летний изверг убил дочь и покалечил жену» [9], «Горожанина возмутил автохам с «красивым» номером, который припарковался на тротуаре на улице Рахова» [10].

Пример с использованием «непрестижных» или «жестоких», «грубых» профессий (палач, бракодел, сатрап, живодер): «жители кузбасского города спасли собак от живодеров» (по материалам из интернет-источников).

В качестве примера употребления негативно-оценочных прилагательных, адресованных конкретной личности (чокнутый, больной, ненормальный, отморозенный), приведем употребление инвективы по отношению к неодушевленному предмету: «отморозенный» график вывоза мусора» (по материалам из интернет-источников).

Недавно появившаяся статья из новостной ленты с использованием слов с ярко выраженной негативной оценкой, выражающих социально осуждаемое поведение (расист, предатель, трус): «трус не играет в хоккей» (по материалам из интернет-источников).

Негативная характеристика деятельности путем использования глаголов с осуждающим значением или прямой негативной оценкой (хапнуть, воровать, обмануть) нашла отражение в статье про внутриобластные рейсы в Оренбуржье: «много горя хапнул с этим аэропортом» (по материалам из интернет-источников).

Употребление медицинской терминологии (истеричка, дебил, психопат, заморыш, шизик) нашли в разных статьях по медицинским исследованиям, например, «Россиянам рассказали, как распознать психопата» (по материалам из интернет-источников).

Следующим примером мы нашли употребление лексики идеологического противостояния (валютчик, несун, спекулянт; воротила от бизнеса): «спекулянт рассказал, как и за сколько продавал билеты на матч «Трактора» с «Магниткой» (по материалам из интернет-источников).

Проанализировав вышеуказанные инвективы, можно сделать вывод, что авторы статей/журналов/публикаций использует инвективы для «приукрашения» той информации, которую они хотят передать читателям, но не всегда данный процесс имеет положительную сторону. Иногда употребление таких инвективов ущемляет права людей, приносит моральный вред, поэтому «потерпевшие» вынуждены обращаться в судебные органы с целью защиты своей деловой репутации и возмещения морального вреда.

Таким образом, деловая репутация отражает социальные отношения между гражданином (субъектом) и обществом, а поэтому имеет огромное значение и охраняется законом. Ущемление права гражданина на защиту деловой репутации влечет за собой потерю естественных общественных связей, а также утрату статуса в правоотношениях с другими. Поэтому защита деловой репутации является для государства одной из важнейших ценностей. Мы рассмотрели проблему морального вреда и ущемления деловой репутации в юрислингвистическом аспекте и считаем ее малоизученной и актуальной в современном контексте.

Список использованных источников:

1. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений. – 4-е изд., М., 1997– 942 с.
2. Малейна М.Н. Личные неимущественные права граждан: понятие, осуществление, защита. М., 2000.
3. В.И. Колосова, Т.Ю. Вавилычева “Деловая репутация: понятие, проблемы правового регулирования и охраны”: Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского, 2011, № 3 (1).
4. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 24 февраля 2005 года № 3 «О судебной практике по делам о защите чести, достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц» // Бюллетень Верховного Суда РФ, 2005. № 4.
5. Решение № 2-1079/2020 2-39/2021 2-39/2021(2-1079/2020;)-М-964/2020 М-964/2020 от 30 марта 2021 г. по делу № 2-1079/2020 (URL: <https://sudact.ru/regular/doc/JwQwKBorseYB/>; дата обращения: 06.01.2023)

6. Дмитрий Серков «В деле об убийстве вора в законе в фитнес-клубе появились новые фигуранты». 30.08.2022 // Российский бизнес-телеканал (РБК) [официальный сайт]. URL: <https://www.rbc.ru/society/30/08/2022/630dc95b9a7947cebaac73fd> (дата обращения: 05.01.2023).

7. Елена Иванова «Мошенников окружают с двух сторон». 21.10.2022 //Коммерсантъ [официальный сайт]. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5622367> (дата обращения: 05.01.2023).

8. Константин Копейкин «Тюменские взяточники добыли 330 миллионов». 29.04.2014 // 72.ru Тюмень онлайн [официальный сайт]. URL: <https://72.ru/text/business/2014/04/29/61087371/> (дата обращения: 05.01.2023).

9. Алиса Апанасенко «Под Волгоградом 25-летний изверг убил дочь и покалечил жену»//Информационное агентство Волгограда «Городские вести» [официальный сайт]. URL: <https://gorvesti.ru/crime/pod-volgogradom-25-letniy-izverg-ubil-doch-i-pokalechil-zhenu-131570.html> (дата обращения: 05.01.2023).

10. Полина Аксёнова «Горожанина возмутил автохам с «красивым» номером, который припарковался на тротуаре на улице Рахова». 10.01.2023//Сетевое издание ИА «Версия – Саратов» [официальный сайт]. URL:<https://nversia.ru/news/saratovca-vozmutil-avtoham-s-krasivym-nomerom-kotoryu-priparkovalsya-na-trotuare-na-rahova/> (дата обращения: 11.01.2023).

© Улямаева С.А., 2023

УДК 811

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ С КОМПОНЕНТОМ «EYE»

Цапаликова Ю.А.

Научный руководитель Батуева А.А.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

В настоящее время такой раздел лингвистики, как фразеология, представляет особый интерес для изучения, поскольку помогает глубже понять культуру и историю разных народов через призму национального языка.

Фразеологизмы, пережившие века и сохранившие в своем значении многовековую культуру и историю, олицетворяют сокровищницу народной мудрости. Они придают речи особую выразительность, неповторимое

своеобразие и часто носят ярко выраженный этнический характер. Именно поэтому изучение фразеологии так важно для современности.

По мнению А.В. Кунина, «фразеологизмы – это устойчивые сочетания слов с осложненной семантикой, не образующиеся по порождающим структурно-семантическим моделям переменных словосочетаний» [1, с. 27].

Фразеологические единицы, содержащие в себе компоненты-соматизмы, то есть, части тела, составляют огромный пласт любого языка, поэтому требуют дополнительного внимания. Интересно то, что в английском языке на первых местах по фразообразовательной активности оказываются единицы с соматизмами *hand*, *eye*, *head*. Причина заключается в том, что компонент *eye* прямо соответствует чувственной ступени познания, *head* логической, а *hand* практической, то есть, все вышеперечисленные компоненты прямо влияют на процесс восприятия окружающего мира человеком.

В научной статье изучаются лексико-семантические особенности фразеологизмов с компонентом «*eye*». Как уже упоминалось, глаза играют доминирующую роль в восприятии окружающего мира человеком. Через зрение мы получаем огромное количество информации о внешнем мире, и иногда достаточно мимолетного взгляда на объект или ситуацию, чтобы принять важное решение.

При работе над статьей был использован метод сплошной выборки, который позволил выявить 122 фразеологизма с компонентом «*eye*» из словаря А.В. Кунина [2].

Фразеологизмы рассматриваемой группы передают различные оценки эмоционального состояния от резко негативных до восторженно положительных. В процессе изучения были выделены следующие группы и подгруппы:

1. Фразеологические единицы, носящие отрицательную окраску:

а) грубость или пренебрежение: «*all my eye*» – «ерунда, ахиня», «*damn your eyes*» – «будьте вы прокляты, идите к черту», «*evil eye*» – «недоброжелательный взгляд», «*split in smb's eye*» – «плевать на кого-либо, пренебрежительно относиться к кому-либо», «*black smb's eye*» – «подбить кому-либо глаз, поставить фингал» [2, с. 249, 250, 255]. Примеры употребления: «*But take my word for it, these things are all my eye*» – «Но поверьте мне на слово, все это сущий вздор»; «*Go away! Damn your eyes! Get out!*» – «Убирайтесь! Будьте вы прокляты! Убирайтесь вон!»; «*This scoundrel splits in the eye of society*» – «Этот подонок плюет на всех»;

б) воровство или корыстолюбие: «*do smb in the eye*» – «обманывать, надуть, обжуливать», «*have an eye to the main chance*» – «преследовать корыстные цели, стремиться к выгоде, обогащению», «*please one's eye and plague one's heart*» – «выйти замуж по расчету, вопреки чувству», «*with an*

eye to the main chance» – «преследуя корыстные цели, стремясь к наживе, к выгоде» [2, с. 250, 251, 255]. Примеры употребления: «She is a very nice woman but she has rather a keen eye for the main chance» – «Она женщина очень приятная, хотя и корыстная»; «But I will marry him, mamma – I will please my eye, if I plague my heart» – «Но я все же выйду за него замуж, мама, хоть и не по сердцу он мне»;

в) холодность или равнодушие: «close one's eyes to smth.» – «закрывать глаза на что-либо, смотреть сквозь пальцы на что-либо», «a fishy eye» – «тусклый, безжизненный взгляд» [2, с. 250, 251]. Примеры употребления: «Other people did it, I argued with myself, shutting my eyes to the appealing look on Charlie's face» – «Другие же идут на это, успокаивала я себя, стараясь не замечать умоляющих взглядов Чарли».

2. Фразеологические единицы, имеющие положительную окраску:

а) влюбленность: «cast (or make) sheep's eyes at smb.» – «смотреть на кого-либо влюбленно, преданно», «the desire (or light) of smb.'s eyes» – «свет чьих-либо (моих, его и т.д.) очей», «goo-goo eyes» – «влюбленные взгляды», «make eyes at smb.» – «строить глазки кому-либо», «not to take one's eyes from smb.» – «не отрывать взгляда, любоваться кем-либо» [2, с. 250, 251, 252, 254]. Примеры употребления: «She was still the desire of his eyes» – «Он по-прежнему души в ней не чаял»; «She did not take her goo-goo eyes at him» – «Она не отрывала от него любящего взора»;

б) сообразительность или смысленность: «get one's eye in» – «быстро ориентироваться, точно оценивать расстояние и направление», «have an eye for smb or smth.» – «понимать толк в ком-либо или чем-либо», «see with half an eye» – «понять, разобраться с первого взгляда, сразу увидеть, легко различать» [2, с. 252, 255]. Примеры употребления: «When you're in doubt, watch each ball carefully, till you get your eye in» – «В сомнительных случаях наблюдайте за каждым мячом и старайтесь побыстрее сориентироваться»; «He has an eye for a map» – «Он умеет пользоваться картой»; «I saw with half an eye that all was over» – «С первого взгляда мне стало ясно, что все кончено»;

в) целеустремленность: «have one's eye on the ball» – «не упускать из виду основной цели», «hit the bull's eye» – «иметь успех, добиться поставленной цели», «a single eye» – «целеустремленность» [2, с.253, 255]. Примеры употребления: «I can't afford to make any fumbles. I've got to hit the bull's eye with my first and only shot» – «Я не могу позволить себе никаких неудач. Я должен добиться успеха с первого же захода»; «Keep your eye single, and your hands clean» – «Будьте прямым и честным человеком»;

г) наблюдательность: «have an eye in one's head» – «иметь зоркий, наметанный глаз, обладать наблюдательностью», «have an eye out for smb.» – «зорко следить, внимательно наблюдать за кем-либо», «have eyes at (or in)

the back of one's head» – «иметь глаза на затылке, все видеть, все замечать», «have eyes like a hawk» – «иметь острое зрение, быть очень наблюдательным», «have eyes to see» – «быть наблюдательным», «a keen (or quick) eye» – «острый глаз, наблюдательность» [2, с.252, 253, 254]. Примеры употребления: «Not much escapes her. She's got an eye in her head» – «Ничего не скрыть от нее. Она очень наблюдательный человек»; «I moved away... keeping an eye out for any chance passenger in his right mind that might come along and give me some light» – «Я отошел и... стал поглядывать, не замечу ли где случайно прохожего в здравом уме, который мог бы мне что-нибудь объяснить»; «He's got eyes like a hawk» – «Он человек очень наблюдательный».

3. Фразеологические единицы, имеющие нейтральное значение:

а) удивление: «make smb. open one's eyes» – «обратить внимание кого-то на что-то, прозреть», «make big eyes» – «сделать большие глаза, удивиться», «open one's eyes» – «очнуться, открыть глаза» [2, с.254, 255];

б) привлечение внимания: «all eyes are turned to smb. (or smth.)» – «все взгляды обращены к кому-либо (или на что-либо)», «be in the public eye» – «привлечь к себе общественное внимание», «catch smb.'s eye» – «поймать, перехватить, привлечь чей-либо взгляд», «collect eyes» – «привлекать внимание», «jump to the eye» – «бросаться в глаза, привлекать внимание» [6, с.249, 250, 254]. Примеры употребления: «Suddenly there had ceased to be conversation anywhere in the room. The eyes of everyone were upon her» – «Разговор в комнате неожиданно прекратился, и взоры всех присутствующих обратились на хозяйку дома»; «She went by once more and I caught her eye, and she came over and sat down at the table» – «Она снова прошла мимо меня, я поймал ее взгляд, она подошла и села за мой столик»;

в) сонное состояние или нахождение в мире сновидений: «one's eyes draw straws» – «глаза слипаются», «put one's eyes together» – «сомкнуть веки, заснуть», «sleep with one eye open» – «чутко спать» [2, с.254, 255]. Примеры употребления: «Not one of them put his eyes together all night long» – «Ни один из них за всю ночь не сомкнул глаз»; «It may be as well to sleep with one eye open... Suppose we keep watch and watch, and have our pistols out ready» – «Спать придется вполглаза. Мы должны все время быть начеку и пистолеты держать наготове».

Проводя структурно-семантический анализ фразеологизмов с компонентом «eye», нами была сделана попытка разделить их на группы по значению и эмоциональной окраске. Благодаря исследованию, мы пришли к выводу, что устойчивые единицы с соматизмом «eye» помогают передать чувства людей, их желания, личные характеристики, при этом имея преимущественно положительное значение. Из 122 фразеологизмов было обнаружено 34 (28% от общего количества) с нейтральным значением, 34

(28% от общего количества) с отрицательным значением и целых 54 (44% от общего количества) устойчивых выражения с положительным значением.

Таким образом, можно сделать вывод, что употребление соматических фразеологизмов в устной и письменной речи людей очень важно, поскольку они помогают придать речи экспрессивности и выразить свои чувства. Соматические фразеологизмы составляют одну из самых обширных и продуктивных групп в области фразеологии, но, несмотря на многочисленные исследования, требуют более детального изучения.

Список использованных источников:

1. Кунин А.В. Курс фразеологии современного английского языка. М.: Высш.шк., 1986. - 396 с.
2. Кунин А.В. Большой англо-русский фразеологический словарь / А. В. Кунин. - 5-е изд., исправ. - М.: Русский язык, 1998. - 944 с.
3. Амосова Н.Н. Основы английской фразеологии. - Л.: Наука, 1989. - 97 с.
4. Арнольд И.В. Стилистика. Современный английский язык / И. В. Арнольд - М.: Флинта: Наука, 2002. - 384 с.
5. Шанский, Н.М. Лингвистический анализ художественного текста; Просвещение; Издание 2-е, доп. - М., 2021. - 415 с.

© Цапаликова Ю.А., 2023

УДК 81`42

ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА В АНГЛОЯЗЫЧНОЙ РЕКЛАМЕ КОСМЕТИЧЕСКИХ ТОВАРОВ

Четина Д.Р.

Научный руководитель Годунова Е.В.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

В современном мире реклама играет важную роль в формировании представлений о товаре у потенциальных потребителей, реклама побуждает их на приобретение того или иного продукта. Специально подобранные речевые обороты должны создавать имидж, вызывать у потребителя позитивную реакцию и убеждать его в высоких качествах приобретаемого товара.

Для анализа языковых средств в англоязычной рекламе косметических продуктов был использован ряд рекламных материалов различных брендов [1, с. 16]. К методам исследования относятся

лингвистический анализ материала, выявление ключевых слов и оборотов, а также семантический анализ воздействия данных речевых конструкций на целевую аудиторию.

Как правило, девушки-подростки и женщины являются целевой аудиторией, на которую оказывает влияние реклама косметических средств [3, с. 11]. В настоящее время реклама косметических продуктов претерпела изменения по сравнению с прошлыми десятилетиями, когда внимание было направлено на создание запоминающихся слоганов, которые женщины могли услышать на телевидении, увидеть на вывесках или рекламных щитах в магазинах [5, с. 3]. Влияние социальных сетей, развитие цифровых технологий и рост популярности визуальных платформ стали решающими факторами этих изменений [2, с. 14]. Рекламные кампании ориентированы на визуальное восприятие покупателей, стало появляться всё больше и больше видеороликов, в которых отсутствует речь, и фокус перемещён исключительно на визуальную составляющую, выраженную в креативных фотографиях, ярких видеороликах. Однако рекламные слоганы не утратили популярность. Качественно подобранные рекламные слоганы способны вызвать у покупателей желание преобразить свой облик с помощью показанных им продуктов. На посыл рекламного слогана оказывает влияние актуальная в тот или иной промежуток времени информационная повестка [4, с. 8]. Так, в настоящее время всё большей популярностью пользуются слоганы, мотивирующие женщин на проявление индивидуальности и самовыражения: «The redder, the better» – Чем краснее, тем лучше (компания Rimmel); «You're the one» – Ты та самая (компания Calvin Klein CK One); «Be who you are» – Будь той, кто ты есть (компания Bobbi Brown); «Your beauty. Your colors. Your style» – Ваша красота. Ваши цвета. Ваш стиль (компания Misslyn); «It's all about you» – Все дело в тебе (компания Clarins); «Be your own kind of beautiful» – Будьте по-своему красивы (компания e.l.f.); «The pureness of youth can be kept as long as you care» – Чистота юности может сохраняться до тех пор, пока вы заботитесь о ней (компания Shiseido); «Bringing the best to everyone we touch» – Приносим лучшее всем, к кому мы прикасаемся (компания Estee Lauder); «Beauty has no limits» – Красота не имеет границ (компания Covergirl); «Don't change me fit me» – Не меняйте меня, подгоняя под себя (компания Maybelline).

В приведенных слоганах компании используют преимущественно личное обращение к потенциальному покупателю, что создает ощущение связи компании с потребителями: «You're the one», «It's all about you». В слогане «The redder, the better» прослеживается гипербола с целью мотивации покупателей выделяться и подчеркивать свою индивидуальность через использование продуктов красоты.

Производители косметической продукции часто сфокусированы на описании исключительных качеств продукта: «Lash impact goes sky high» – Взмах ресниц достигает небес (компания Maybelline); «Dangerously bold lashes» – Опасно дерзкие ресницы (компания Rimmel); «The most arresting lashes» – Самые эффектные ресницы (компания MAKE UP FOREVER); «Take your eyes to the max!» – Сделайте ваш взгляд максимальным (компания Max Factor).

Здесь слоганы акцентируют внимание на привлекательности ресниц. Для создания большего эффекта используется превосходная степень прилагательного «The most arresting lashes». Используются эпитеты «Dangerously bold lashes», «The most arresting lashes» для описания оказывающего впечатление эффекта от использования рекламируемого косметического средства.

Рекламный слоган продукта для губ «Shower your lips in diamonds» содержит в себе метафору, в которой приведено сравнение эффекта от нанесения блеска для губ с сиянием драгоценных камней. Метафора создает образ изысканности и роскоши. В выражении «Luscious Lips, Luxurious Life with» (L'oreal) использована аллитерация с буквой «L», чтобы сделать фразу более запоминающейся и создать ассоциацию между роскошной жизнью и ухоженными губами.

В слогане компании L'Oréal «Because you're worth it» (Потому что ты этого достойна) также используется личное обращение к потребителю. Поднимается вопрос социального статуса женщины как профессионального работника, о её важности на рабочем месте. Так компания стремится обозначить ценность каждой женщины.

Отличия в рекламе косметических продуктов в XX веке и XXI веке отражают изменения в общественной повестке, взглядах, культуре. В XX веке реклама косметики была сконцентрирована на идеале женской красоты, существовали определенные каноны красоты, служившие в то время ориентиром для многих женщин. Основной целью рекламы было создание идеала красоты и женственности при не редком использовании образов знаменитостей и моделей. В XXI веке реклама косметических средств стала более разнообразной и инклюзивной. Размылось понятие эталона красоты, так как теперь каждая женщина представляет собой своеобразный эталон с индивидуальными особенностями, именно поэтому большое внимание в современной рекламе уделено различным типам кожи, текстурам волос и культурным особенностям [6, с. 12].

Проследить изменение отношения общества к понятию красоты можно на основании следующих примеров:

«It's not how good you look... but how long you look good» – «It's not how good you look... but how long you look good» (компания Maybelline);

«All ages, all races, all sexes» – Все возрасты, все расы, все полы (компания MAC).

В слогане XX века от компании Maybelline «It's not how good you look... but how long you look good» спектр внимания перемещён на продолжительность «хорошего» внешнего вида, подразумевая, что использование продуктов Maybelline поможет сохранить привлекательность на протяжении длительного времени. Этот подход отражает представление о красоте как о чём-то временном и подвластном изменениям. Слоган сигнализирует о том, что пребывание в перманентном состоянии красоты возможно при нанесении косметических средств, в то время как актуальный в настоящее время слоган от компании MAC «All ages, all races, all sexes» громко заявляет об изменившихся устоях в обществе касательно вопроса красоты вне зависимости от пола человека, его возраста и расы. Он отражает ключевой элемент рекламы XXI века – разнообразие.

В современной рекламе косметических товаров происходят значительные изменения в использовании языковых средств для привлечения внимания потенциальных покупателей. Изначально рекламные слоганы были ориентированы на создание запоминающихся выражений, которые можно было услышать на телевидении или прочитать в журнале. Но с развитием цифровых технологий и социальных сетей визуальное восприятие информации стало ключевым фактором. Видеоролики и фотографии стали доминировать в рекламных кампаниях, однако рекламные слоганы остаются важным инструментом, который способен побудить покупателя приобрести тот или иной товар.

Основываясь на представленных слоганах компаний, можно сделать вывод, что современная реклама косметических продуктов стремится мотивировать женщин выражать свою индивидуальность. Широко применяется личное обращение к покупателям, что создает ощущение связи с клиентами и вовлеченности компании в устои современных реалий. Для создания визуального и эмоционального воздействия рекламы на потенциальных покупателей используются лингвистические приемы, такие как метафора, аллитерация, гипербола и эпитет.

Список использованных источников:

1. Judith Williamson. *Decoding Advertisements: Ideology and Meaning in Advertising*. – Marion Boyars Publishers, 2002. – 174 p.
2. Gillian Dyer. *Advertising as Communication*. – Routledge, 1982.–348 p
3. Guy Cook. *The Discourse of Advertising*. – Routledge, 2001. – 184 p
4. M. Styles, B. Mueller. *The Handbook of Brand Management Scales*. – M.E. Sharpe, 2013. – 368 p.

5. George E. Belch, Michael A. Belch. Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective. – McGraw-Hill Education, 2014. – 912 p.

6. J. Lull. Media, Communication, Culture: A Global Approach. – Polity, 2000. – 480 p.

© Четина Д.Р., 2023

УДК 811.161.1

**НАЗВАНИЕ КАК СМЫСЛООБРАЗУЮЩИЙ ФЕНОМЕН
В РОМАНЕ Е.И. НЕКРАСОВОЙ «КАЛЕЧИНА-МАЛЕЧИНА»**

Чупракова К.Э.

Научный руководитель Переволочанская С.Н.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

В современной научной парадигме человек определяется «мерой всех вещей», применяется антропоцентрический подход: взаимосвязь языка и человеческого сознания в современной науке является важным явлением, позволяющим рассматривать то, каким образом язык и его компоненты участвуют в формировании смыслов.

Категория смыслов, имеющая отражение в языке, рассматривалась исследователями разных научных парадигм. Смысл выступает как когнитивная категория. Сущность смысла выражена концептуально (как концепт), категориально (в языке), а также реально (в речи, в рамках определенной коммуникативной ситуации) [1, с. 1587]. Такой подход к изучению категории смысла позволяет рассмотреть семантическое содержание названия романа Е.И. Некрасовой «Калечина-Малечина» как компоненту художественного текста. Определение названия как смыслообразующего феномена позволяет расширить понимание проблематики произведения, рассмотреть особенности жанровой специфики, обратиться к исследованию образа героини, а также выявить особенности структуры романа.

Название «Калечина-Малечина» содержит внутреннюю диалогичность, также оно является знаком авторской картины мира, содержание которого отражает определенный смысловой контекст произведения.

В основе названия романа заключено слово, созданное по алгоритму создания сложного слова, написанного через дефис. Семантическое основание для использования дефисного написания сложного слова

«Калечина-Малечина» – сочинительные отношения, в которые вступают его компоненты [2, с. 39]. Дефисное написание подчеркивает равнозначную смысловую значимость двух лексем Калечина, Малечина. Концентрация двух смыслов в сложном слове рождает их диалогичность, проявляющуюся в дискурсе художественного пространства [3, с. 52]. Слова находятся в отношениях диалогичности – дополняют смыслы, заложенные в их семантику, формируя общий семантический вектор.

Образованная комбинация слов рождает тавтологическую рифму, что подчеркивают сходные по звучанию слова. Малечина и Калечина имеют суффиксы -ИН-. Подобное фонетико-словообразовательное обыгрывание позволяет усилить художественную выразительность названия. Слово становится способом создания образности в художественном пространстве текста. Подобный повтор суффикса может подчеркивать семантическую связь двух слов в составе сложного слова в названии романа.

Другим важным содержательным компонентом в названии является толкование значения корней слов Калечина и Малечина. Корневая морфема в лексеме Калечина – калеч-, сама лексема связана деривационными отношениями с глагольной лексемой калечить, которая является производящей основой для лексемы калека. В этимологическом словаре Н.М. Шанского калека трактуется как производное от лека (с «ять») «лечение, лекарство, лекарь» (ср. «тот, кто лечится, больной» [4, с. 25]. В Малом академическом словаре глагол калечить имеет два значения: 1) причинять физическое увечье; 2) причинять непоправимый вред, уродовать нравственно [5, с. 21].

От производящей основы глагола калечить при помощи суффикса -ИН- образовано существительное со значением результата действия. Первая часть названия, выраженная лексемой Калечина, приобретает важный контекстуальный смысл: она является следствием нанесения долгого вреда, после которого человек остается «больным», травмированным не столько физически, сколько морально и нравственно. Таким образом, лексема Калечина обозначает процесс, направленный на нравственное разрушение личности.

Второй частью названия является лексема Малечина, при внешнем сходстве различие между первой второй частью производного слова Калечина-Малечина заключается в производящей основе. Корень слова мал-, встречающийся также в словах «малый», «малышка». В этимологическом словаре Н.М. Шанского есть указание на общеславянское происхождение корня мал-: «укр. малий, бел. малы, польск. mały» [6, с. 41]. Значение корня мал- – «небольшой по величине, малый». В контексте данного произведения корень мал- имеет значение «ребенок».

Значение корня мал- связано с возрастными особенностями: в романе главная героиня – ребенок. Внимание читателя сконцентрировано на важном и сложном периоде в жизни главной героини Кати – детстве. В «диалоге» лексем в рамках одного названия формируется семантическая оппозиция: Калечина-Малечина включает в себе семантические признаки ‘формировать сознание ребенка’ ↔ ‘калечить душу ребенка’. Название романа выступает как смыслообразующий феномен, он нацелен на коннотацию, объединяет под своей ассоциативной шапкой всю текстовую композицию: и жанровые системно-структурное образование, и система образов героев, и нарративная конструкция (рис. 1).



Рисунок 1 – Название как смыслообразующий феномен

Нарративная конструкция романа ориентирована на актуализацию когнитивного компонента – познание мира ребенком и формирование языковой картины мира ребенка. В данном когнитивном процессе рефлексивность детского сознания сталкивается с неразрешимым противоречием – открытость в восприятии мира ↔ враждебность мира взрослых. Результат детской рефлексии – одиночество: «Ночью, когда с этим днём уже всё понятно и кончено, можно было лежать в свободной невесомости ещё восемь часов и краешком надежды думать себе, что завтра будет лучше» [7, с. 17]. В данном контексте через лексемы надежда, завтра реализованы семантические признаки ‘вера’, ‘чудо’, ‘ожидание’, ‘предчувствие’. «Да и пересчастливилось уже в это Катино утро, а ещё день впереди. Хорошее и правда истощалось» [7, с. 27].

Интертекстуальность в тексте выступает как фигура смыслового сжатия. Интертекстуальные отсылки к тексту А.М. Ремизова «Калечина-Малечина» из сборника «Посолонь» [8, с. 23] и к фольклорным текстам и образам усложняет семантический (а шире и концептуальный) радиус названия. Прецедентность (отсылка к образу) Кикиморы из стихотворения направляет ассоциативный вектор читательской мысли к народной игре «Калечина-Малечина». Так, фольклорный компонент становится интертекстемой в текстовом пространстве романа, организующей всю его архитектуру.

Именно в этом ожидании «хорошего» создается ощущение одиночества, в которое погружена девочка. Чувства и эмоции, возникающие в ответ на окружающую агрессию («Дима Сомов – вечный Катин вредитель и любимый человек класса – прошёл мимо и выплюнул Кате страшное и

обидное слово» [7, с. 24]), непонимание мира, а также одиночество, являются образом заостренной палочки на ладони в народной игре. Игра воплощается в жизни девочки вопросом: сколько она сможет вытерпеть эти трудности? Окружающая ее действительность проверяет уровень внутреннего равновесия. Образ Кикиморы становится способом убежать от гнетущей реальности для главной героини.

Таким образом, название «Калечина-Малечина» – многослойный семантический вектор, который метафорически переносит сущность народной игры на жизнь героини, морфологические особенности построения слов раскрывают их семантические особенности, что влияет на структуру романа.

Список использованных источников:

1. Переволочанская С. Н. Концептуальная «Оплотненность» смысла // Известия Самарского научного центра РАН. 2009. №4-6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontseptualnaya-oplotnennost-smysla> (дата обращения: 25.11.2023).

2. Батюшкина М. В. Семантическое основание дефисного и слитного написания сложных слов // Вестник Омского государственного педагогического университета. Гуманитарные исследования. 2016. №1 (10). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/semanticheskoe-osnovanie-defisnogo-i-slitnogo-napisaniya-slozhnyh-slov> (дата обращения: 25.11.2023).

3. Шпильная Н. Н. Диалогическая лингвистика. Барнаул: ФГБОУ ВО «АлтГПУ», 2019.

4. Шанский Н. М. Этимологический словарь (выпуск 8). Москва: Издательство Московского Университета, 2007.

5. Евгеньева А. П. Словарь русского языка (Том 2). М.: Русский язык, 1981.

6. Шанский Н. М. Этимологический словарь (выпуск 10). Москва: Издательство Московского Университета, 2007.

7. Некрасова Е. И. Калечина-Малечина. Москва: Издательство АСТ: Редакция Елены Шубиной, 2018.

8. Ремизов А. М. Собрание сочинений (Т.2). М.: Русская книга, 2003.

© Чупракова К.Э., 2023

УДК 17

ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ И ГАДЖЕТОВ НА ФОРМИРОВАНИЕ ЦЕННОСТЕЙ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЁЖИ

Ширшова Е.В.

Научный руководитель Загайнова В.И.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Поволжский государственный технологический университет», Йошкар-Ола*

В современном мире социальные сети и гаджеты играют огромную роль в жизни молодежи. Они стали неотъемлемой частью нашей повседневности, и их влияние на формирование ценностей современной молодежи нельзя недооценивать. «Мы должны осознать, что социальные сети не являются зеркалом реального мира, а всего лишь отражением идеализированной версии жизни» [1, с. 45].

В настоящее время мы имеем дело с новым средством коммуникации, инструментом, который позволяет организовать общение. Это изменение коммуникативных форм также меняет содержание самого общения. Такие изменения, безусловно, приводят к основательным качественным изменениям в структуре общества, влияют на поведенческие нормы и даже изменяют менталитет.

На данный момент социальные сети являются основным местом общения и обмена информацией для миллионов людей, особенно для молодежи. Они занимают огромное количество времени молодых людей и становятся платформой, на которой формируются и распространяются новые ценности и идеалы. Благодаря социальным сетям, молодежь получает быстрый доступ к информации и может следовать за трендами своего поколения. Каждый «лайк» или комментарий можно рассматривать как подтверждение или отклонение собственных ценностей и выборов.

Одно из наиболее значимых вызовов наших дней заключается в изучении ценностных установок молодежи. В нашем динамичном и стремительно меняющемся мире, молодежь является группой, которая подвержена воздействию множества факторов. Этот процесс объясняется тем, что молодые люди только начинают свой путь в жизни, и они нуждаются в ориентирах. «Гаджеты и соцсети предлагают возможность сформировать виртуальную личность, которая часто становится более важной и значимой, чем реальная личность, и это не может не повлиять на ценности молодежи» [2, с. 90-91].

К переходу в информационное общество в значительной степени привели быстро развивающиеся электронные коммуникации и компьютерные сети, которые позволяют моментально поддерживать связь со всеми уголками нашей планеты. В эпоху информации и знаний, они становятся ключевыми ресурсами общества и оказывают значительное влияние на экономическое благополучие. «Переход в информационное общество – это процесс, который изменяет все сферы нашей жизни. Он влияет на экономику, политику, культуру, образование, коммуникацию и многие другие аспекты нашего существования. В информационном обществе знание становится ценным ресурсом, а доступ к информации – ключевым фактором для развития и процветания. Технологии и интернет делают знания более доступными, открывая огромные возможности для образования и саморазвития. Однако, вместе с этим, возникают новые вызовы и проблемы, связанные с информационной безопасностью, защитой личных данных и качеством информации. Переход в информационное общество требует от нас постоянного обучения, адаптации к новым технологиям и осознанного использования информационных ресурсов» [4, с. 55-57].

Гаджеты могут оказывать как положительное, так и отрицательное влияние на ценности человека. С одной стороны, они могут помочь человеку быстро получать информацию и общаться с другими людьми, что может способствовать развитию его ценностей. С другой стороны, чрезмерное использование гаджетов может привести к зависимости и снижению качества общения, что может негативно сказаться на ценностях человека. Гаджеты могут формировать различные ценности, в зависимости от их функции и использования. Например, смартфоны и другие устройства с доступом в интернет могут способствовать распространению информации и образованию, помогая людям получать знания и общаться с другими людьми. Кроме того, гаджеты могут улучшать качество жизни, предоставляя доступ к медицинским услугам, развлечениям и другим полезным функциям. Однако, использование гаджетов также может иметь негативные последствия, такие как зависимость от технологий, снижение физической активности и ухудшение здоровья. В целом, влияние гаджетов на ценности зависит от того, как они используются и какое место занимают в жизни человека.

Социальные особенности молодежи определяются их специальной ролью в процессе поддержания социальной структуры, а также их способностью не только наследовать, но и изменять сложившиеся социальные отношения. Молодежь обладает потенциалом для изменений, что вызывает конфликты и порождает уникальные проблемы, свойственные именно этой социальной группе.

События, которые происходят в современной России, привели к изменению представлений людей о смысле и ценностях индивидуального и общественного бытия. Понимание жизненного успеха, целей и средств для их достижения претерпело серьезные преобразования. Обычные люди все больше обращают внимание на процессы духовно-нравственной эрозии в обществе. В этом контексте, молодежь является особенно уязвимой и подверженной изменениям.

Усвоение информационно-коммуникационных технологий, включая Интернет, придает молодежи сильный импульс для развития компьютерной грамотности, информационной культуры, коммуникации, а также обеспечивает возможности для самореализации и самообразования. Одновременно с этим, меняются приоритеты развития молодежи, их методы самоутверждения и самореализации.

Анализ современной литературы показывает, что нравственные ценности почти не входят в список приоритетов современной молодежи, в то время как духовные и культурные ценности занимают последние позиции. Это обусловлено тем, что молодежь определяет свою систему ценностей прежде всего, основываясь на критериях личного успеха.

Отметим, что современная молодежь оказалась на перекрестке эпох. В эру цифровых технологий и гаджетов, нравственные ценности подвергаются серьезному испытанию. Вопрос о том, какие ценности преобладают в современной молодежной среде, становится все более актуальным. Использование гаджетов, таких как смартфоны, планшеты и ноутбуки, стало неотъемлемой частью жизни современной молодежи. Они являются не только средством общения и доступа к информации, но и путем самовыражения и формирования собственной идентичности. Однако, это влияет на их нравственное развитие.

В современном мире, индивидуализм и эгоцентризм становятся важными ценностями. Люди все больше стремятся преуспеть в социальных сетях и получить подтверждение своей ценности в виде лайков и комментариев. Зачастую молодежь ищет подтверждение своего успеха только в виртуальном мире, забывая о реальных ценностях и отношениях.

Кроме того, гаджеты создают зависимость и отвлекают молодежь от важных аспектов жизни. Частое использование смартфонов и социальных сетей ведет к утрате межличностных навыков, таких как умение общаться лицом к лицу или решать конфликты без посредничества интернета. Это приводит к отчуждению и ухудшению отношений между людьми.

Однако, несмотря на эти негативные аспекты, в современной молодежи все еще существуют важные нравственные ценности. Многие молодые люди стремятся к развитию своего потенциала и достижению успеха. «Молодежь – это не только красота, энергия и надежды на будущее,

но и важные ценности, такие как признание своей уникальности и неповторимости, стремление к саморазвитию и самовыражению, а также идеалы справедливости, равенства и братства» [5, с. 16].

Влияние социальных сетей и гаджетов на формирование ценностей современной молодежи является сложным и многогранным. С их помощью молодежь получает доступ к информации и возможности самовыражения, однако, использование этих средств также может повлечь негативные последствия для психического здоровья и качества межличностных отношений. Важно, чтобы молодежь осознавала и умела регулировать свое взаимодействие с социальными сетями и гаджетами, используя их в качестве инструмента саморазвития и разумного общения, а не как источник зависимости и нереальных идеалов.

Список использованных источников:

1. Васильева Е.В., Соловьев А.Б. Влияние социальных сетей на молодежь // Психологическая наука и образование. – 2018. – Т. 23. – № 1. – 44-49 с.

2. Гладилова Е.В. Влияние гаджетов на психоэмоциональное состояние молодежи. // Российская психология и медицинская психология. – 2017. – Т. 12. – № 1. – 86-92 с.

3. Горячев А.В., Дроздова О.В. Влияние социальных сетей на формирование ценностей молодежи. // Социологические исследования. – 2015. – Т. 10. – № 3. – 69-78 с.

4. Кузнецова О.В., Тарасова Н.Н. Психологические аспекты влияния гаджетов на молодежь. // Психологическая наука и образование. – 2016. – Т. 21. – № 2. – 55-57 с.

5. Мартынюк Н.А. Влияние социальных сетей на формирование ценностей у молодежи в современном информационном обществе. // Психология и педагогика в социальной работе.-2019. Т. 23.-№ 1. – 16-23 с.

© Ширшова Е.В., 2023

УДК 811.163.41

**МЕЖЪЯЗЫКОВАЯ ЛЕКСИЧЕСКАЯ ОМОНИМИЯ
КАК ПЕРЕВОДЧЕСКАЯ ПРОБЛЕМА
НА ПРИМЕРЕ СЕРБСКОГО И РУССКОГО ЯЗЫКОВ**

Щелканова Е.А.

Научный руководитель Манойлович Н.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Межъязыковые омонимы в современном мире становятся все более частым явлением в жизни человечества. Это следствие не только языковых взаимосвязей, но и культурных, которые становятся все более интенсивными, чем когда-либо ранее. В этой связи, человек, так или иначе, сталкивается с языковым барьером, а значит и с явлениями омонимии и «ложных друзей» переводчика, которые могут значительно затруднять взаимопонимание между людьми. Несмотря на это, межъязыковые лексические омонимы являются свидетельством культурных и исторических связей между различными народами и языками. Исследование такого лингвистического явления может способствовать достижению взаимопонимания между представителями разных национальностей и разными культурами.

Поскольку глобализация и интерференция в наши дни выходят на новый уровень, языкознание уделяет большое внимание синхронно-сопоставительному методу исследования, направленному на установление совпадений и различий между двумя и более языками. Делается это в первую очередь из соображений подробного изучения лексического межъязыкового пласта.

Межъязыковые омонимы – это слова двух или более контактирующих языков, совпадающие по звуковой или графической форме и различающиеся по лексическому значению. Появление межъязыковых омонимов обусловлено: 1) случайными совпадениями звучаний лексем, 2) расхождением лексических значений слов при заимствовании, 3) неслучайными совпадениями с последующими изменениями в семантике генетически родственных однокорневых слов. Упомянув явление омонимии, в большинстве случаев подразумевают совпадения в рамках одного языкового пространства. Однако, С.М. Грабчиков считал, что «вопреки привычным представлениям, они [омонимы] не всегда выступают как явления внутриязыкового порядка: полное и частичное совпадение разных по значению слов может иметь и межъязыковой характер» [1, с. 4].

Наличие и схожесть таких лексем в межславянском пространстве обусловлены существованием совместного морфологического фонда во всех славянских языках, а также большим параллелизмом словообразовательных моделей [2, с. 48]. Несмотря на этот общий фонд, в процессе динамичного и автономного развития значения некоторых лексем могли изменяться. На сегодняшний день слова одинаковой графической и фонетической формы в славянских языках могут выражать противоположные понятия (например: серб. реч – рус. слово, серб. враг – рус. дьявол, серб. дубина – рус. глубина).

Наряду с такими лексемами можно также встретить заимствованные слова, трансформирующиеся в межъязыковые омонимы. Например, М.М Косанович в своей работе «Межъязыковые омонимы романского происхождения в русском, польском и сербском» акцентирует особое внимание на французских заимствованиях: «Оказывается, что мы имеем дело с межъязыковыми омонимами в русском, польском и сербском языках, которые в свое время пришли в эти славянские языки из французского» [3, с. 113].

Межъязыковые славянские омонимы делятся на три группы: фонетико-графические, фонетические, графические. Первая группа отличается общностью графической и фонетической формы при отсутствии соответствий на семантическом уровне. Важно понимать, что выделение такого типа омонимов может производиться только в языках со сходной графикой. Из этого вытекает одно из главных отличий внутриязыковой фонетико-графической омонимии от межъязыковой: фонетические особенности. Здесь имеется в виду, к примеру, система ударений, которая даже в группе родственных языков может значительно отличаться, соответственно разнится и произношение лексем. Примеры: серб. суша – рус. суша, серб. банка – рус. банка, серб. слово – рус. слово, серб. образ – рус. образ. Вторая группа – фонетические омонимы, в некотором смысле противоположные графическим. Их характеризует одинаковое произношение, но разный графический облик. Примеры: серб. мајка – рус. майка, серб. искуство – рус. искусство, серб. кућа – рус. куча, серб. крушка – рус. кружка. Третья группа – лексем, совпадающие только графически, имеющие расхождения как на фонетическом, так и на семантическом уровне. В пределах одного языка причиной разного произношения омографов чаще всего является разная позиция ударения, а разное произношение межъязыковых омографов может вызывать омонимия некоторых знаков алфавитов. Примеры: серб. живот – рус. живóт, серб. по́клон – рус. поклóн, серб. гúсар – рус. гусáр, серб. úкус – рус. укúс.

Наравне с межъязыковой омонимией существуют и «ложные друзья» переводчика или так называемые «лажни пријатељи». Они представляют

большой интерес как для теории языка, так и для лексикографической практики, так как их изучение помогает избежать многих ошибок в практике перевода. По мнению В.В. Акуленко исторически «ложные друзья» переводчика являются результатом длительного взаимодействия языков. В некоторых случаях они являются результатом случайных совпадений, а в близкородственных языках «основываются на родственных словах, восходящих к общим прототипам в языке-основе» [4, с. 373]. Иначе говоря, существование «ложных друзей» переводчика в славянском межъязыковом пространстве обусловлено наличием так называемых когнат, то есть однокоренных слов общего происхождения и похожего звучания. Существует проблема разграничения двух лингвистических терминов: «ложных друзей» и «межъязыковых омонимов». Считается, что понятие «ложных друзей» переводчика значительно шире, чем «межъязыковые омонимы» и «межъязыковые паронимы»: оно включает в свой состав все лексические единицы, которые могут вызвать неправильные ассоциации – межъязыковые омонимы, межъязыковые паронимы, этимологические дубликаты и так далее. Помимо своей неоднозначности, «ложные друзья» открывают собой также негативную сторону интерференции. При межкультурной коммуникации они вызывают не только затруднения в понимании между адресатом и адресантом, но и порой приводят к нарушению этикетных норм. Более того, некоторые «ложные друзья» переводчика создают комический эффект. Здесь можно упомянуть такие слова и словосочетания, как Деда Мраз (рус. Дед Мороз), Нилски коњ (рус. бегемот/гиппопотам), висибабa (рус. подснежник), позорница (рус. сцена), матерњи језик (рус. родной язык), јагодица (рус. скула) и так далее.

Так как межъязыковые омонимы составляют объемную часть лексики, полностью избавиться от трудностей перевода таких лексем невозможно. Проблема здесь еще и в том, насколько разнятся ассоциативные подходы людей, изучающих иностранный язык. Вот что писала об этом Е.В. Федорчук: «По-другому и не может быть, так как ассоциации, которые появляются у людей из разных мест и в разных языках (даже в близкородственных) не могут быть абсолютно одинаковыми» [5, с. 16-17]. При изучении генетически близких языков, людям свойственно становиться менее внимательными в выборе языковых элементов, что приводит к ошибкам. Трудности перевода межъязыковых омонимов становятся проблемой и в педагогической практике, например, при преподавании русского языка в сербской языковой среде. В данном случае, интерференция – абсолютно точно отрицательное явление. Связано это с тем, что речевые навыки родного языка могут вызвать ошибки при усвоении иностранного языка.

Однако, существует несколько путей преодоления трудностей перевода межъязыковых паронимов, например, создание и совершенствование словарей. В случае возникновения затруднений, переводчик, обращаясь к словарю, минимизирует уровень трудностей перевода. Как следствие, он не только формирует целостный результат переводческой стратегии и деятельности, но и снижает уровень риска допущения ошибок в дальнейшем. Помимо этого, важно уметь дезинтегрировать межъязыковую славянскую лексику при изучении второго славянского языка, как иностранного. В этом случае, реципиент, принимающий языковую информацию, учитывает то, что внешняя, звуковая схожесть лексем не должна приравниваться и к семантической. В дополнение к вышесказанному, необходимо учитывать роль контекста. Часто именно контекст позволяет идентифицировать межъязыковые омонимы. Как и в процессе перевода, так и в обучении иностранному языку контекст играет большую роль. С одной стороны, он помогает различить омонимы, но бывают и случаи, когда он препятствует этому.

Таким образом, омонимия – особое лингвистическое явление, требующее дальнейшего подробного изучения. Омонимия возникает не только внутри одного языка, но и на стыке двух или более языков. В славянских языках это объясняется наличием общей базы лексем. Проблема перевода межъязыковых омонимов является распространенной, поэтому необходимо соблюдать ряд правил как при изучении иностранного языка, так и при его преподавании.

Список использованных источников:

1. Грабчиков С.М. Межъязыковые омонимы и паронимы : Опыт рус.-белорус. словаря. - Минск : Изд-во БГУ, 1980. С. 4.
2. Павлович-Шайтинац, М. Вопрос межъязыковой омонимии в практике преподавания русского языка в сербской языковой среде / М. Павлович-Шайтинац // Филология. – 2017. – № 4(10). – С. 48.
3. Косанович, М.М. Межъязыковые омонимы романского происхождения в русском, польском и сербском языках. // *Studia Rossica Posnaniensia* 28, 1998. – С. 113.
4. Акуленко В.В. О ложных друзьях переводчика. –М., 1969. – С. 373.
5. Федорчук, Е.В. Межъязыковая омонимия и паронимия в близкородственных языках: автореф. дис. канд. филол. наук / Федорчук Е.В.; [Моск. пед. гос. ун-т]. – М., 2001. – С. 16-17.

© Щелканова Е.А., 2023

УДК 811.111-26

КЛАССИФИКАЦИЯ ИНТЕРВЬЮ И ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ЖАНРА В ФОРМАТЕ LATE NIGHT TALK SHOW

Юношева А.А., Батуева А.А.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

*«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва*

Коммуникация между людьми с незапамятных времён является самым эффективным способом получения информации. Посредством общения человек способен узнать намного больше, чем любыми другими способами. И со временем люди заметили, что эффективность любого диалога можно улучшить, если задать верные вопросы собеседнику. Таких людей впоследствии стали называть журналистами, их собеседников – респондентами, а беседу подобного рода – интервью. Один из наиболее популярных в научно-журналистских кругах исследователь С.Н. Ильченко обозначил интервью как акт коммуникации, основанный на диалоге журналиста и респондента при последовательном чередовании вопросов и ответов с целью получения необходимой информации, представляющей общественный интерес [1]. В то время как А.Я. Юровский в своём учебнике по телевизионной журналистике выдвигает следующее определение интервью – это разговор по актуальным вопросам, происходящий между журналистом и общественно значимой личностью [2]. Стоит отметить, что основой интервью является беседа, в которой роли участников нормированы, и целью которой считается получение ответов на заданные вопросы. Его результат зависит от таких факторов, как взаимопонимания между участниками интервью, умения конструктивно и последовательно выстроить ряд вопросов не только с помощью логики, но и определённых лингвистических приёмов. Цели интервью разнообразны: психологические; социологические; исследовательские; развлекательные [3].

Главную роль в интервью занимает респондент. Всё внимание читателя, зрителя или слушателя должно быть направлено на него. Это отличительная черта интервью. Однако нельзя недооценивать роль журналиста. Его основная работа остаётся за кадром: налаживание контакта с интервьюируемым, поиск актуальных и интересных для аудитории вопросов, соблюдение аккуратности и чёткости в их формулировке, правильный подбор лексики, постановка вопросов и т.д.

Классификация интервью зависит от таких аспектов, как цель и характер получаемой информации, форма, тип организации, предмет

беседы, степень стандартизации и отношение журналиста к интервью. Рассмотрим более подробно некоторые классификации.

Так, в зависимости от целей интервью делят на информационные, оперативные, портретные, интервью-расследование и интервью-беседа. Информационные интервью отличаются тем, что их целью является получение быстрой и своевременной информации о событиях, представляющих интерес для общества. Оперативные интервью являются разновидностью информационных интервью. Основная цель оперативного интервью – сбор и анализ различных точек зрения на заданную тему [4]. Обычно опрашивается большое количество людей, являющихся представителями одной социальной группы или, наоборот, разных социальных групп. Основная задача портретного интервью – рассказать о личности респондента. В большинстве случаев объектом исследования является человек, проявивший определенную активность в обществе и являющийся интересным для широких масс. Основой портретного интервью являются внешность, речь и подробности жизни героя. Исследовательский формат используется только в тех случаях, когда требуется глубокое и детальное изучение темы, так как основной его задачей является получение необходимой информации от интервьюированного. И, по мнению теоретиков, самым сложным из всех видов интервью является интервью-беседа, так как интервьюер находится наравне не только с героем, но и зрителем. Название данного вида говорит само за себя: основой является интересная, глубокая и продуктивная беседа между участниками [5].

Различают классификацию интервью по форме. В «Справочнике журналиста» Н.Г. Богданов и Б.А. Вяземский различают интервью-диалог, представляющее собой последовательность чётко поставленных вопросов и ответов; интервью-монолог, в котором изначально задаётся тема, которую развивает респондент; коллективное интервью, где беседа ведётся сразу с несколькими участниками и ответ каждого является отдельной частью текста; интервью-зарисовка, отличающееся обязательным наличием авторского мнения, описания или характеристики от журналиста своего гостя; анкета, отличительной чертой которой является выражение общественного мнения [6].

По предмету коммуникации интервью классифицировала М.И. Шостак и она выделила следующие виды:

- информативное – разговор строится на основе факта или события;
- экспертное – основное внимание акцентировано на мнении авторитетной личности;
- проблемное – беседа, в которой главным предметом обсуждения являются различные точки зрения;

интервью-знакомство – ключевую роль во время разговора играет личность собеседника [7].

Важно подчеркнуть, что интервью может представлять собой как отдельное произведение, так и его часть. Например, оно очень хорошо вклинивается в формат Late Night Talk Show, неотъемлемой частью которого является беседа с приглашённым гостем. Как правило, темой беседы становятся предстоящие или популярные на данный момент проекты, в которых интервьюированный принял непосредственное участие. Отличительной чертой таких интервью является юмор и ирония. Ведущий пытается установить контакт с гостем посредством шуточных вопросов или анонсов. Можно сказать, что интервью, как часть формата Late Night Talk Show, уникально. Оно выходит за стандартные рамки интервью и сочетает в себе сразу несколько видов:

информационное, так как приглашённая личность сообщает о грядущем или произошедшем событии, давая комментарии по этому поводу (по этой же причине можно отнести и к информативному виду интервью);

интервью-беседу, потому что зачастую ведущий находится наравне с участником беседы и может вводить информацию не только о нём, но и факты из своей жизни;

интервью-диалог, так как беседа ведётся поочерёдно исключительно между ведущим и участником (или участниками).

Интервью в формате Late Night Talk Show имеет ряд лингвистических особенностей в связи со своей спецификой. Для начала следует отметить интонационные особенности. Ведущие часто используют разнообразие интонаций и речевых тонов, включая вопросительный, утвердительный, и чаще восклицательный. Это помогает передать эмоциональную окраску высказываниям и подчеркнуть важность ключевых моментов. Для привлечения внимания к какой-то ситуации помимо интонации гость может применить свой родной или чужой разговорный акцент. Такой прием делает историю запоминающейся и добавляет юмористический эффект беседе. Многие американские знаменитости, как нам известно, родом из других стран, но говорят на прекрасном английском сегодня. Рассказывая истории из своего прошлого, они иногда обращаются к этому приему, чтоб передать атмосферу случившейся с ними ситуации.

Следующим аспектом была замечена эмфаза на ключевые слова. Ведущий и собеседник могут использовать эмфатические слова/конструкции и повторы. Чаще всего они используется для обозначения важности момента или для закрепления услышанной информации от гостя. Реакция Джимми на рассказ Райана о движении его дочери как пример закрепления информации:

Ryan: The thumbs-down walk-away!

Jimmy: Walk-away, oh, that's a fantastic move!

Повтор, обусловленный переходом к основной теме интервью – участие Гослинга в съёмках фильма «Барби».

Jimmy: I want to ask you about this photo...

Ryan: Okay

Jimmy: I just want to ask you questions about it. It broke... It officially broke the Internet.

Другой особенностью интервью является разнообразие междометий, например: *blah, oh, wow, yeah, jeez*. Не только со стороны приглашённого, использующего междометия для выражения радости, удивления, восторга, неодобрения, разочарования, но и со стороны ведущего в знак согласия с собеседником или выражения интереса к услышанной информации.

Ещё одной отличительной особенностью можно выделить частое использование англоязычных фразеологизмов в речи. Респонденты на *Late Night Talk Show* зачастую отвечают на вопросы быстро, так как коммуникация между ведущим и гостем выстраивается на основе простых вопросов. Ответы на них не нужно долго продумывать, и гости шоу отвечают так, как бы они ответили на этот вопрос в обычном разговоре.

Обратим внимание на пример из интервью Тэйлор Свифт для Джимми Фэллона:

Taylor: So, we're considered geriatric pop stars...

Jimmy: No, I don't think so.

Taylor: They start trying to put us out of pasture at the age 25.

Динамичный переход между темами тоже можно отнести к одной из лингвистических особенностей интервью. В формате *Late Night Talk Show* из-за ограничения эфирного времени переход между темами происходит быстро. Самым используемым выражением при этом является «*by the way*», и для этого есть причина: так как беседа больше приближена к дружеской, нежели к деловой, это выражение является хорошей альтернативой для «*incidentally*» и «*by the by*».

Например,

Taylor: I'm thinking something like, it's like this but with singing.

Jimmy: Yeah, okay, good. By the way, I saw you received a doctorate from NYU...

В связи с тем, что одной из задач жанра интервью является точное, но в то же время красочное описание чего-либо, респондент в своей речи прибегает к различным средствам выразительности. Эпитеты, гиперболы, сравнения, метафоры, риторические вопросы делают речь гостя экспрессивной, яркой и интересной для аудитории.

Все вышеупомянутые языковые черты интервью используются не только в шоу, взятом для примера, но и в других англоязычных

альтернативных программах. Эти лингвистические особенности в совокупности формируют стиль и формат интервью на английском языке, делая его эффективным инструментом не только для коммуникации, но и передачи информации.

Список использованных источников:

1. Ильченко С.Н. Интервью в журналистском творчестве. – СПб., 2003. – 93с.
2. Юровский А. Я. Телевизионная журналистика. – М., 1994. – 368 с. – URL: <https://evartist.narod.ru/text6/23.htm>
3. Долгина Е. С., Веснина М. А. Интервью: понятие, цель, задачи, функции // Молодой ученый. – 2015. – №7. – С. 1109-1111. – URL <https://moluch.ru/archive/87/16897/>
4. Андреева Л.Р., Батуева А.А. Жанровые и стилистические особенности текстов интервью на английском языке. // В сб.: Всероссийская конференция молодых исследователей "Социально-гуманитарные проблемы образования и профессиональной самореализации "Социальный инженер-2018" – М., 2018. С.219-223.
5. Мажура А.В., Тимофеева Е.Д. К вопросу о жанровой классификации интервью в журналистском творчестве // Наука и школа. – 2019. – №3. – С. 47-53. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-zhanrovoi-klassifikatsii-intervyu-v-zhurnalistskom-tvorchestve/viewer>
6. Богданов Н.Г., Вяземский Б.А., Справочник журналиста. – СПб., Лениздат, 1961. – 686 с. – URL: <https://djvu.online/file/JOnHpyV7pzHxp>
7. Шостак М.И. Журналист и его произведение. – М., 1998. – 94 с.– URL: https://www.studmed.ru/view/shostak-mi-zhurnalist-i-ego-proizvedenie_20bd31a2855.html?page=7
8. The Tonight Show Starring Jimmy Fallon: Ryan Gosling Addresses His Viral Ken Picture and Paints Jimmy's Fingernail Pink (Extended) – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=V9uHZ2uQ8YI&t=389s>
9. The Tonight Show Starring Jimmy Fallon: Taylor Swift Talks Record-Breaking Midnights Album, Music Video Cameos and Easter Eggs – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=T2F4iP2ocBo&t=578s>

© Юношева А.А., Батуева А.А., 2023

УДК 81-2

**ЯЗЫКОВОЙ ЭМОТИВ
КАК СТРУКТУРНЫЙ ЭЛЕМЕНТ
КОММУНИКАТИВНОГО ФУНКЦИОНАЛА
И ЕДИНИЦА ЛИНГВОЭСТЕТИКИ.**

Панферова Д.С., Борисова С.Р., Сложнева В.Г.

Филиал государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Ставропольский государственный педагогический институт» в г. Буденновске, Буденновск

Вопрос эмотивного кода на современном этапе представлен некоторой областью сопутствующих, сторонних, иногда не относящихся напрямую к лингвистическому полю научных изысканий, которые на начальном этапе определения эмотивности рассматривали указанное понятие как специфический аспект художественных литературных текстов, функционал которых предполагал использование эмотивного паттерна для образности, выразительности или насыщенности. Научные деятели, рассматривающие эмотивный лингвистический блок как специфическую область, определяли эмотивность, затрагивающую не только образность и художественную выразительность, но и сопутствующие, внешние множества, что стало причиной смещения вектора внимания лингвистов и филологов на психическую основу многих языковых явлений, в том числе на существование эмотивного кода, которым пронизаны все языковые уровни и речевые системы. В науке прослеживается ряд факторов, влияющих на то, что эмотивные структуры практически не рассматривались и не изучались в массовой лингвистике до девяностых годов. Прежде всего это связано с тем, что эмотив считался специфической психологической областью, следовательно, к языку не имел четких и конкретных взаимодействующих отношений, а воспринимался как специфическая черта личности, передающей или получающей информацию.

На данный момент развития филологического знания признается, что глубокое и систематическое изучение филологической основы нецелесообразно проводить без анализа эмоционального фактора, влияющего на становление языкового пространства и реализованного в эмотивном коде, который заключен в звуковую или графическую схему существования языкового сегмента [1, с. 56].

Однако важно понимать: процесс включения в изучения языкового пространства фактора личностной единицы неизбежно приводит к необходимости рассмотрения любой лингвистической единицы не только с позиции абсолютной семантики или функционала, но и с точки зрения психического и психологического фактора носителя и пользователя

(реализатора, воспринимающего и декодирующего лица) языка. Следовательно, изучение языковых единиц, уровней, элементов, областей и прочего, относящегося к понятию формирования языкового поля, сопряжено с изучением прямого принципа ролевой установки личности на использование или создание текстовых пространств. Человек, использующий лингвистические единицы в различных плоскостях, принимает роль не только носителя или преобразователя, но и создателя и прямого получателя итогового продукта речевой и языковой деятельности, то есть изучение лингвистической реалии начинается с анализа роли человека в существовании и формировании языкового открытого пространства.

Любой языковой сегмент всякого порядка не может быть проанализирован изолированно, в отрыве от внешних импульсных или стагнационных тенденций, а именно от любых основных установок, которые выступают движущей силой с точки зрения создания и восприятия речевого и языкового пространства. Однако, несмотря на широкое распространение психолингвистических факторов существования языкового пространства, в современной ситуации филологического исследования до сих пор существует дискуссионный вопрос о разделении ключевых понятий, связанных с эмотивным кодом, а именно «эмоциональность», «экспрессивность» и «оценочность». Неразличение данных терминологических единиц долгое время выступало фактором, тормозящим процесс развития и расширения психолингвистического пространства исследования. В практической текстообразующей деятельности слияние указанных терминологических единиц приводит к неразличению внутренних особенностей и характеристик, а, следовательно, любые области использования ключевых единиц реализации данных терминов в практической среде является некорректными и нерациональными.

Эмотивность – это центральное понятие эмотиологии, определяемое как «имманентное свойство языка выражать психологические (эмоциональные) состояния и переживания человека». Эмоциональность и эмотивность соотносятся как психологическая и лингвистическая категории. Эмотивность в речи реализуется через специальные языковые средства – эмотивы, которые представлены на каждом уровне любого языка и образуют его эмотивный код, то есть семиотическую систему корреляций между психическими состояниями (эмоциями) коммуникантов и их концептуализацией (семантизацией, вербальными упаковками, то есть оязыкованием).

Семиотизм в данной теме представлен изучением знаков и знаковых систем, хранящих и передающих информацию, а корреляция выступает

формой соотношения психических процессов и их лексических воплощений. При этом корреляция напрямую связана и с лингвистической, и с личностной областью, в том числе со скоростью обработки информации, с механизмом ее создания или переработки, с областью личностных знаний и установок, влияющих на речевые процессы – и, разумеется, с имеющейся у личности словарной сегментатурой, позволяющей определять значение используемых слов и соотносить их в процессе мышления с конкретными познавательными установками.

Одним из первых исследователей логики построения и практического функционализма эмотивных компонентов языкового кода, единицей которого представлено слово как основной семантический носитель, оформленный по правилам лингвистических понятий и принципов, стал В.И. Шаховский и его сформулированное понятие эмотивной семантики слова, которое предполагала, что заключенная в лексике сема раскрывает всю область собственной практической пользы только при непосредственной реализации эмотивного кода в самой единице или в текстовом пространстве, которое ее окружает. При этом важным фактором семантического эмотива остается контекст как внешняя нестабильная единица, влияющая на внутреннюю структуру сем всякого порядка именно с точки зрения личностного, индивидуализированного подхода к декодировке языка. По мнению В.И. Шаховского эмоции являются сцепленными компонентами мыслительной деятельности человека, отраженной в когнитивной функции языка и сопряженной с квалификативно-оценивающей направленностью человеческого познания. Реализуется это следующим образом: коннотация, то есть дополнительное значение слова, формируется эмотивным значением конкретного компонента текста или его общего пространства, которое, в свою очередь, может быть представлено и внетекстовой, и подтекстовой формой – референцией. С практической точки зрения это важная лингвистическая область именно в процессе коммуникативного взаимодействия, так как нейтральная языковая сема может иметь отрицательный или положительный контекстуальный компонент – эмотив, функционалом которого становится передача личностного кода, заключенного в единицу лексики, не обладающую никаким значением исходя только из собственного происхождения. То есть в данной трактовке можно говорить, что эмотив не закреплен за лексическими единицами, а является оболочкой, внешним фактором, который либо накладывается на сему, либо не прикрепляется к ней вовсе, исходя из специфики практического назначения созданного и передаваемого текста.

Одним из результатов исследования В.И. Шаховского стало членение эмотивности слова на три основные составляющие: собственно

эмотивность, эмотивность, выступающая продуктом реализационной деятельности человека по использованию семантической составляющей слова, и контекстуальная эмотивность, связанная с речевой ситуацией и внутренним отношением человека к процессу, методу и способу реализации языковых единиц [2, с. 134]. При этом важно понимать логику построения эмотивных дефиниций, поскольку попытка выстроить указанную характеристику в четкую уровневую систему способна привести к неточному пониманию, что функционализм эмотивов не является в большей или меньшей степени важным, содержательным или аспектичным. Эмотив в любой его категоризации несет определенную функционалистику, следовательно, приобретает важность вне зависимости от уровня сем или иных лексических характеристик.

Разумеется, любая существующая в научной области дефиниция нуждается в определении происхождения, и с точки зрения эмотивности в контексте лексических единиц важным становится определить, являются ли источником собственно эмотивные языковые средства, при восприятии художественных текстов выступающие способами порождения и интерпретации эмотивных ситуаций, или внутренние установки личности, находящейся внутри языкового пространства, интерпретирующей его, взаимодействующей с ним. Рассмотрение данного контекста определено спецификой текстовой структуры: от свернутых, представленных семным конкретизатором (само слово) и минимально развернутых (воплощенных в предложении или словосочетании), до максимально развернутых.

Иная специфика может основываться на коммуникативном подходе, а эмотивная составляющая сопряжена с потенциально эмоциогенным содержанием текста, в котором всегда найдется реципиент, для которого сам потенциал будет представлен личностно значимым или определенным через индивидуальную призму личностного восприятия, где эмотив, трансформировавшись, перейдет в иную составляющую форму, нежели первоначальная, заложенная создателем текста. То есть эмотив не может быть до конца определен в единообразной трактовке, так как его содержание будет зависеть не только от источника-создателя, но и от воспринимающего лица, интерпретация которого станет результатом соотнесения полученного эмотива с имеющейся у субъекта плоскостью знаний, опытом или личными представлениями. Разумеется, в такой трактовке возникает вопрос, например, о индивидуализированном восприятии сем, эмотивный компонент, который стремится к нейтральному или является таким, но с точки зрения воспринимающего лица может быть интерпретирован в плоскости выше или обозначенной ниже при создании – и результатом указанных особенностей становится эмоциогенность – потенциальная

способность вызывать эмоциональный отклик, эмоциональную реакцию у реципиента.

Изначально эмотивность представлена именно лингвистической категорией, сопряженной с психической природой человеческого познания и мышления, то есть, пропущенная через призму когнитивной деятельности эмоция находит собственное продуктивное воплощение в текстовой или речевой форме, кодированной через звучание или написание [3, с. 128]. Однако даже само понимание эмотивного пространства в лингвистических трудах различно. Так, Л.Г. Бабенко определяет основное эмотивное пространство текста посредством двух цепных уровней, существование которых обусловлено именно взаимопроникновением основных эмотивных единиц, а именно уровень персонажа и уровень его создателя, то есть автора. По мнению же И.Е. Васильева, Ю.В. Казарина, эмотивное пространство – есть обязательная интерпретация (природная кодировка) мира человеческих эмоций, что есть уровень персонажа, и оценка мира с авторской позиции, воплощенной в целевой установке воздействия на мир и его преобразование.

Исходя из данных фактов, механизмом воплощения эмотивности выступает эмотивная лексика художественного текста, то есть совокупность слов определенного языка, которые могут семантически выражать эмотивный код либо раскрывают его в контексте, при сопряжении с иными единицами.

С точки зрения функционала эмотивной лексики выделяют несколько практических направлений существования указанных категорий. Например, описательно-характерологическая функция – психическое и психологическое портретирование образа, выступающего единым носителем мысли или распределенного на ряд равнозначимых и равнозависимых субъектов, – или интерпретационная и эмоционально-оценочная функции, вызывающие объективную или субъективную оценку с позиции авторского лица или персонажа, представленного авторским воплощением или его противоположностью. Таким образом, создание мира и его кодировка, в том числе кодировка эмотивного кода, всегда сопряжена с оценкой конечного продукта лицами, в мире существующими или его объективно наблюдающими.

Таким образом, текст всегда формируется образом автора и представляет собой его точку зрения на конкретный изображаемый объект, в то время как экспрессивная функция соответствует отправителю, то есть предстает отношением говорящего к высказанному и прямым выражением чувств, порожденных воздействующим текстом. Следовательно, заложенная в речевом продукте автором эмотивность может нести как прямой посыл, то есть приводить к ожидаемым психологическим и

мыслительным реакция реципиента, текст воспринимающего, так и представлять опосредованной формой личностных авторских переживаний, что в свою очередь сопряжено с окружающим миром, постоянно воздействующим на каждую человеческую личность. Таким образом, важность переходит в разряд отношения к тексту, а не в область самого сообщения, которое принимает на себя роль способа передачи, инструмента реализации.

Наиболее часто представленными в текстовом воплощении единицами эмотивного слоя выступают междометия, определенные эквивалентами предложения и несущие прямую вербальную природу. К невербальным, но текстовым средствам передачи эмоций относят интонации и жесты. Для реализации эмотивного кода необходимо наличие как минимум одного из представленных видов, то есть вербального или невербального. Их искоренение из информационного потока возможно, однако продуктом такой деятельности станет полностью обезличенный текст, представленный фактологическим посредником, то есть текст, существующий исключительно для передачи информации. При этом создание полностью эмотивно-нейтрального текста возможно только с точки зрения использования информации, которая не вызовет никаких реакций у всех лиц, с нею соприкасающихся: в функциональном взаимодействии с информационным пространством ни у создателя, ни у получателя, ни у любого из промежуточных звеньев не должно быть эмотивных единиц восприятия, так как любой пассивный процесс речевой деятельности, в который включен личностный эмотив, уже может считаться механизмом считывания субъектом подтекстового или контекстного эмотивного кода. И нужно учитывать, что передача лишнего эмотивного кода текста возможна, в то время как восприятие такого текста всегда будет осуществляться с помощью какой-либо эмоции, спектр которой может находиться на минимальных значениях или ощутимо колебаться.

На основании вышеизложенного следует определить, что экспрессивная функция языка – это способность выражать информацию, передавать ее и оказывать влияние на собеседника. Это единство информативной, эмотивной и волюнтаривной функции, то есть единая цепь основных текстовых реалий. Понимание эмотивности языка сопряжено не только с функциональным восприятием языковых и лингвистических сем разного порядка, но и с учетом психических и психологических аспектов всех субъектов, соприкасающихся с информационным пространством, ведь само существование текста определено необходимостью сохранять, передавать, делиться и видоизменять некоторые информационные единицы, в том числе – средствами коммуникативного взаимодействия.

Список использованных источников:

1. Абрамов В.П. Семантические поля русского языка: монография. – М: Флинта, 2020. – с. 336

2. Алефиренко Н.Ф. Лингвокультурология: ценностно-смысловое пространство языка. Учебное пособие. – М: Флинта, 2020. – с. 288

3. Белецкий С.Б., Куликова Л.В. Патернализм в институциональной коммуникации. Монография. – М: Флинта, 2017. – с. 196

© Панферова Д.С., Борисова С.Р., Сложнева В.Г., 2023

Авторский указатель

А

Аббасова Э.М., 165
Авезова Б.С., 11, 24, 110
Алдохина А.В., 169
Александрова К.П., 4
Алиева А.К., 7, 174
Андреева Е.В., 180
Антонова Ю.Д., 11
Артёмова М.А., 16, 18

Б

Балян С.Н., 184
Батуева А.А., 165, 308
Башмакова И.С., 62, 102, 139
Благирев М.М., 52
Богачанова Т.Д., 189
Борисова А.А., 194
Быкова О.Ю., 200

В

Васильева Л.И., 189
Виноградова Е.А., 20
Винярская Н.Б., 205

Г

Гагауз А., 209
Горбаткин Е.С., 24
Гунтаишвили С.Г., 213

Д

Давыдова В.Д., 29
Дегтярева Д.О., 189
Долгих А.М., 32
Дубровина И.А., 20, 74, 82
Дудко К.Д., 35

Е

Ермаков С.Р., 52
Ермакова Д.Р., 250
Ерунова К.А., 228

З

Зотова А.В., 39

И

Иванова-Римская В.А., 228
Иохим Ю.А., 216

К

Казарян О.В., 29, 151
Кангинова А.С., 45
Кашлева М.М., 158
Кирдяпкина Д.В., 221
Киреева Л.А., 49
Клочек А.М., 52
Коклягина С.А., 56
Комиссарова Е.А., 228
Корнеева А.И., 224
Косарева А.М., 228
Кудрявцева В.Е., 59
Кузикьянц Е.П., 232
Курилова Д.А., 238
Куропаткина М.С., 194
Кушникова В.К., 62

Л

Леньшина Л.И., 241
Леськова Е.А., 194
Литвинова Н.П., 66

М

Магаськина А.В., 244
Махновец Е.Е., 189
Мелешкова В.С., 71
Меркулова А.П., 74
Мишина Е.Ю., 56, 71, 122
Мишковец А.Д., 247
Молодцова С.А., 238
Морозихин О.И., 78
Мошечкова Т.В., 82

Н

Нефедова Е.И., 250
Николаева Е.В., 126, 133, 158
Новикова Н.В., 78, 118, 154
Новикова П.А., 86

О

Ордынец А.А., 90
Ордынец Р.О., 90, 93

Международная научная конференция молодых исследователей
«Социально-гуманитарные проблемы образования
и профессиональной самореализации
«Социальный инженер-2023»

П

Панкратов А.В., 96
Пешкова С.Е., 100
Пипус П.А., 102
Попова С.Д., 106
Потапова В.А., 110
Пуговкина Т.В., 253

Р

Рябчикова Т.Д., 257

С

Савельева Е.А., 113
Саланкина Е.С., 118
Синева О.В., 49, 162
Соболев В.А., 262
Соболева О.С., 100, 136, 143
Сокальская Е.В., 265
Соколова Т.Д., 122
Соловьева Е.Д., 126
Сталь М.А., 130
Стаценко А.А., 200
Степанова А.В., 269
Степура Е.А., 274
Страхова Е.П., 133
Сухоцкая М.Г., 279

Т

Тарасова Я.С., 136
Тарбенкова И.А., 139
Терещук С.Р., 143
Тоскина В.И., 147

Тренина Е.М., 151

У

Улямаева С.А., 283
Уманская М.Б., 66
Ухина Д.Е., 154

Ф

Фадеева Л.В., 32
Фролова П.И., 158

Ц

Цапаликова Ю.А., 288
Цой К.В., 162

Ч

Четина Д.Р., 292
Чупракова К.Э., 296

Ш

Ширшова Е.В., 300

Щ

Щелканова Е.А., 304

Ю

Юношева А.А., 308
Юрина Т.Н., 49, 86, 162

Научное издание

Международная научная конференция молодых исследователей
«Социально-гуманитарные проблемы образования
и профессиональной самореализации»
(Социальный инженер-2023)

Часть 1

В авторской редакции

Издательство не несет ответственности за опубликованные материалы.
Все материалы отображают персональную позицию авторов.
Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов.

Усл.печ.л. _____ Тираж 30 экз. Заказ № 226-Нц/23

Редакционно-издательский отдел РГУ им. А.Н. Косыгина
115035, Москва, ул. Садовническая, 33, стр.1
тел./ факс: (495) 955-35-88
e-mail: riomgudt@mail.ru
Отпечатано в РИО РГУ им. А.Н. Косыгина