

Международный
научный
форум
молодых
ученых



Под общей редакцией
канд. пед. наук
Г.В. Петрук,

Наука без границ

ISBN 978-5-9736-0716-6



Владивосток
24-26 ноября
2023



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Владивостокский государственный университет»

НАУКА БЕЗ ГРАНИЦ

Студенческое научное кружковое движение

Сборник материалов II международного форума молодых ученых

(г. Владивосток, 24–26 ноября 2023 г.)

Под общей редакцией
канд. пед. наук Г.В. Петрук

Электронное научное издание

Владивосток
Издательство ВВГУ
2024

УДК 378.4
ББК 74.584(255)я431
Н73

Наука без границ : студенческое научное кружковое движение : сборник материалов II международного форума молодых ученых (г. Владивосток, 24–26 ноября 2023 г.) / под общ. ред. канд. пед. наук Г.В. Петрук ; Владивостокский государственный университет. – Владивосток: Изд-во ВВГУ, 2024. –1196 с.

ISBN 978-5-9736-0716-6 DOI: <https://doi.org/10.24866/0716-6>

Сборник подготовлен по итогам проведения II международного форума молодых ученых «Наука без границ: студенческое научное кружковое движение», состоявшегося во Владивостокском государственном университете 22–24 ноября 2023 года. Включает в себя доклады российских и зарубежных участников форума, предметом обсуждения которых стали актуальные научные тенденции, новые научные, прикладные и технологические решения в различных областях науки.

Форум проводился в рамках гранта Министерства науки и высшего образования России на реализацию мероприятий, направленных на поддержку студенческих научных обществ.

УДК 378.4
ББК 74.584(255)я431

Секция. ОБУЧЕНИЕ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ И МЕЖКУЛЬТУРНЫЕ КОММУНИКАЦИИ В АТР

<i>Ван Сюеи, Пилюгина Н.Ю.</i> Особенности содержания текстов социальной рекламы (на примере билборда) в русском и китайском языках.....	353
<i>Воронкина Д.А., Чернышева А.С.</i> Методические рекомендации по использованию видеохостинга RUTUBE на уроках английского языка в старших классах.....	361
<i>Гуцало Я.Е.</i> Ролевые игры в обучении иностранному языку	365
<i>Долгая Е.П.</i> Применение электронных образовательных ресурсов в преподавании РКИ	368
<i>Иванова А.А.</i> Интенсификация международного обмена опытом в области профилактической медицины России со странами АТР	378
<i>Колесник Е.М., Никитина П.О., Борзова Т.А.</i> Формирование речевого портрета будущего педагога на примере дисциплины «Речевые практики».....	382
<i>Крюкова А.А.</i> Чат-боты Telegram для развития навыков письма и чтения на английском языке	389
<i>Молдаванова В.Н.</i> Обучение чтению на английском языке с помощью аутентичных информативных текстов в среднем звене общеобразовательной школы.....	393
<i>Му Вэньхэ, Пилюгина Н.Ю.</i> Лингвопрагматические особенности жанра "поздравление" на сайте университета	397
<i>Сизарева У.Д., Малеева А.Е.</i> Основные подходы в применении искусственного интеллекта в сфере образования	399
<i>Юн Хабин, Пилюгина Н.Ю.</i> Специфика перевода названий корейских сериалов на русский язык.....	405

Секция. ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

<i>Бо Цяньлун, Коновалова Ю.О.</i> Выражение оценки в интернет-отзывах на кафе и рестораны (на материале русского и китайского языков)	407
<i>Го Ячань.</i> Исследование стратегий перевода новостей с точки зрения субъективности переводчика	412
<i>Голикова В.Г., Налетка О.А.</i> Использование средств художественной выразительности в английских народных и литературных сказках	422
<i>Грибовский Е.В., Леонтьева Т.И.</i> Лингвистическое описание мужества советского солдата в ВОВ	427
<i>Дун Сичэнь.</i> Культурное сравнительное изучение китайских и английских табу	431
<i>Канарева А.А., Уткина С.А.</i> Перевод разговорной речи в детской литературе (на материале детского детектива Э. Блайтон «Великолепная пятерка отправляется на Пик Контрабандиста»).....	439
<i>Курьянович А.В., Ван Синхуа, Су Хуэй.</i> Инфографика как методический прием в обучении иностранным языкам на когнитивно-концептуальной основе.....	443
<i>Литвинов А.В., Гнезdechko О.Н.</i> Специфика перевода англоязычных юмористических текстов на русский язык	449

Секция. ОБУЧЕНИЕ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ И МЕЖКУЛЬТУРНЫЕ КОММУНИКАЦИИ В АТР

УДК 81'42

ОСОБЕННОСТИ СОДЕРЖАНИЯ ТЕКСТОВ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ (НА ПРИМЕРЕ БИЛБОРДА) В РУССКОМ И КИТАЙСКОМ ЯЗЫКАХ

Ван Сюеи
бакалавр
Н.Ю. Пилюгина
преподаватель

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

В центре внимания работы находится особый тип текстов социальной рекламы, расположенный на билбордах. Такие тексты в лингвистике получили название креолизованные тексты. В настоящее время при исследовании текстов такого рода ученые выходят за рамки узколингвистического подхода, привлекаются методики других семиотических систем. Изучение текстов социальной рекламы в сопоставлении с китайским языком предоставляет новые данные о специфике ценностных ориентаций русского и китайского общества.

Ключевые слова: *текст, креолизованный текст, социальная реклама, ценности, билборд.*

FEATURES OF THE CONTENT OF SOCIAL ADVERTISING TEXTS (USING THE EXAMPLE OF A BILLBOARD) IN RUSSIAN AND CHINESE

The focus of the work is a special type of social advertising texts located on billboards. Such texts in linguistics are called creolized texts. Currently, when studying texts of this kind, scientists go beyond the narrow linguistic approach, methods of other semiotic systems are involved. The study of social advertising texts in comparison with the Chinese language provides new data on the specifics of the value orientations of Russian and Chinese society.

Keywords: *text, creolized text, social advertising, values, billboard.*

Введение

В современной жизни реклама является важной составляющей, мы видим рекламу по телевизору, в Интернете, слышим по радио, а также встречаем на улицах рекламные щиты, растяжки, объявления. В настоящем исследовании нас интересуют крупномасштабные конструкции наружной рекламы, которые обычно располагаются в районах с активным движением транспорта или большим потоком пешеходов, например, рядом с путепроводами, по обе стороны скоростных трасс. Эти конструкции получили название билбордов. Содержание билборда обычно составляет сочетание изображения и рекламного текста или значимой фразы [5]. Такое сочетание элементов представляет собой смешанный текст, который в лингвистике получил термин креолизованный текст. Креолизованные тексты – «это тексты, фактура которых состоит из двух негетерогенных частей: вербальной (языковой/речевой) и невербальной (принадлежащей к другим знаковым системам, нежели естественный язык)» [10, с. 180].

Актуальность нашего исследования соотносится с современной тенденцией преодоления узколингвистического подхода к описанию текста за счет обращения к анализу взаимодействия разных кодов внутри содержания, в результате которого возникает текстовый

продукт другого уровня. Такой подход требует обращения к семиотической теории текста, а также теории дискурса, так как креолизованные тексты создаются всегда с определенной направленностью на адресата, соответственно коды, представленные в содержании текста, должны быть адресату понятны.

Е.В. Тряпицына отмечает, что «...изучение дискурса фокусируется на особенностях выбора лингвистических форм, совершаемого говорящим/пишущим, и особенностях восприятия этих форм и их понимания получателем сообщения» [11, с. 64]. Эта характеристика дискурса связана с антропоцентрическим направлением в языкознании, при котором в центре находится языковая личность, создающая и воспринимающая текст. Особенность рекламных текстов состоит в том, что в свернутом виде они отражают современные ценностные ориентации общества, составляющие национальную картину мира.

Объектом исследования являются креолизованные тексты социальной рекламы, расположенные на билбордах, которые определяются как «информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства» [1]. Таким образом, цель билбордов социальной направленности – продвижения интересов и ценностей государства и общества. С этой позиции результаты исследования специфики содержания социальных билбордов имеют практическую значимость в сфере взаимодействия государственных структур и общества, так как социальная реклама создает определенный ценностно-нравственный облик города. Результаты изучения языкового и визуального содержания социальных билбордов полезны в сфере рекламного бизнеса, так как коммерческая реклама тоже использует социальные темы в своем производстве, а правильная организация текста и изображения на рекламном щите делают его более востребованным и запоминающимся. Кроме того, сопоставительный аспект изучения русских и китайских билбордов, представленный в работе, расширяет представление о специфике ценностных ориентаций современных русской и китайской культуры.

Работа опирается на теорию текста, в частности представленную в работах И.Р. Гальперина и Н.С. Валгиной. Исследователи отмечают одними из важнейших свойств текста связность и целостность, которые реализуются на уровне взаимодействия структурных характеристик языковых единиц и коммуникативной направленности текста [7, с. 46; 4, с. 12].

В исследованиях по креолизованным текстам [3; 6; 12; 9] отмечается комплексный характер мультимодального воздействия текста на адресата, текст и изображение неразрывно взаимосвязаны. Ученые исследуют специфичность иконического компонента текста (изображения). С одной стороны, оно может выступать как аналог слова, то есть выступает не иллюстрацией к тексту, а имеет собственное значение; с другой стороны, понимание этого компонента не всегда однозначно, зависит от картины мира воспринимающего. Любой культурный элемент является культовым. Вещи, телесные коды, поведенческие коды и природные явления в определенных культурных контекстах имеют то же семиотическое значение, что и языковые тексты. Кроме изобразительных кодов текст осложняют так называемые паравербальные средства: шрифт, курсив, цвет шрифта, его размер. При восприятии креолизованного текста адрес переходит от поверхностного восприятия изобразительного кода, соотнося контекст, глубинное значение и фонд знаний, к интеллектуально-эмоциональному восприятию смысла текста, его концепта [8, с. 308]. Фоновые знания, необходимы для понимания текста, принято называть пресуппозициями; ученые выделяют общечеловеческие, культурные, политические, логические и языковые пресуппозиции.

Таким образом, при исследовании содержания билбордов необходимо учитывать сложный, мультимодальный характер такого типа текста, который определенным образом отражает картину мира общества и в то же время формирует ее.

Основная часть

Предметом исследования нашей работы являются структурно-содержательные особенности русских и китайских билбордов социальной тематики, а также специфика взаимодействия вербального и иконического компонента в содержании билборда. Материалом послужили фотографии билбордов, собранные в сети Интернет, они включают 150 социальных билбордов разных городов России и КНР. Цель исследования – описать специфику взаимодействия компонентов билбордов социальной тематики в русском и китайском языках в процессе выражения ценностных смыслов общества. Задачи исследования:

1. Определить функции и типы взаимодействия вербального и иконического компонентов билборда социальной тематики; 2. Выявить специфику тематико-содержательных особенностей социальных билбордов; 3. Определить этнокультурную специфику ценностного содержания социальных билбордов в русском и китайском языках.

В работе используется традиционный описательный метод с применением методик количественного анализа данных; методик компонентного анализа, контекстуального, интерпретационного анализа – выявление закономерностей в построении и мультимодальном воплощении содержания социальных билбордов и их объяснение с позиции коммуникативных целей авторов. Применяется сопоставительный метод – в работе сопоставляются билборды социальной тематики в русском и китайском языках, выявляется этнокультурная специфика ценностной составляющей текстов такого рода.



Рис. 1. Борьба с курением



Рис. 2. Безопасность на дорогах



Рис. 3. Проблемы семьи



Рис. 4. Призыв к службе по контракту



Рис. 5. Проблемы отходов

Анализ тематического содержания русских социальных билбордов показал, что наиболее частотными являются проблемы: 1) отказ от вредных привычек (рис. 1); 2) соблюдение правил дорожного движения (рис. 2); 3) решение демографических проблем и проблемы семьи (рис. 3); 4) равнодушное отношение к призыву участия в военной операции службе в армии (рис.4), а также 5) защита окружающей среды (рис. 5).

Особенность функционирования билбордов как текстов социальной рекламы заключается в том, что адресату отводится немного времени на то, чтобы увидеть, прочитать и понять этот текст. Обычно мы видим билборды по пути куда-то, нет времени его долго разглядывать. Поэтому содержание билборда должно быть кратким и лаконичным, с одной стороны, легким для понимания, с другой стороны, должно заинтересовать, привлечь внимание и стать запоминающимся. Опираясь на классификацию Е.Е. Анисимовой [2, с. 18-28] мы выявили разные типы связности между компонентами билборда, которые влияют на степень восприятия и привлекательности текстов социальной рекламы. Во-первых, связность компонентов проявляется на содержательном уровне: 1) Выделяется прямая денотативная соотнесенность, когда знаки вербального и иконического компонента обозначают одни и те же предметы либо предметные ситуации. На рис. 6 изображена беременная женщина, пьющая алкоголь, подпись дублирует ситуацию с позиции просьбы этого новорожденного ребенка.



Рис. 6. Прямая денотативная отнесенность

2) Непрямая денотативная соотнесённость – знаки обоих компонентов обозначают разные предметы и предметные ситуации, связаны только ассоциативно или тематически. На рис. 7 кегли только ассоциативно указывают на сбитых пешеходов через глагол «сбить».



Рис. 7. Непрямая денотативная соотнесенность

Во-вторых, связность компонентов проявляется на содержательно-языковом уровне. 1) Эксплицитно выраженная связность – семантическая зависимость компонентов друг от друга показана языковыми средствами в вербальной части, которые выражены указательными местоимениями или вплетением иконических элементов в слова. На рис. 8 слово «знак» в вербальном компоненте – это знак пешеходного перехода в иконическом, а на рис. 9 дейктическое местоимение «это» указывает на мусор, изображенный на картинке.



Рис. 8. Структурная связность



Рис. 9. Дейктическая связность

2) Имплицитная связность – между иконическим и вербальным компонентом неявная связь, без прямых языковых показателей, устанавливается на основе более глубокого соотнесения компонентов. На рис. 10. показана история женщины, мечты которой разрушили наркотики, а общая направленность билборда – предостережение от употребления наркотиков.



Рис. 10. Имплицитная связность

В-третьих, связность компонентов проявляется на содержательно-композиционном уровне за счет порядка расположения вербальных и иконических компонентов. Здесь выделяется: 1) Внутренняя семантическая соотнесенность, например, когда есть связь буквы и картинки. На рис. 11 штопор в виде буквы «Т» создает связь слов «пятница» и «пьяница». А эффект разбитого стекла на рис. 12 создает атмосферу страха, который испытывают дети, идя домой к жестоким родителям.



Рис. 11. Связь буквы и картинки



Рис. 12. Связь рисунка и предложения

2) Внешняя семантическая соотнесенность – внешняя корреляция между компонентами, которая не только определяет структуру креолизованного текста, но и влияет на его смысловое восприятие. На рис. 13 противопоставлены фотографии инвалидного и автомобильного кресла, выбор которого определяет жизнь ребенка. На рис. 14 весь смысл билборда основан на альтернативе иконического компонента.



Рис. 13. Выбор в основе композиции



Рис. 14. Противопоставление

Особенность вербального компонента билбордов социальной направленности напрямую зависит от коммуникативной цели данных рекламных щитов: цель социальной рекламы – повлиять на имеющуюся ситуацию, изменить общественное поведение, сформировать определенную норму, показать альтернативу существующей проблеме. И сделать это нужно в краткой, броской, запоминающейся форме. В связи с этим в текстах частотны побудительные формы глаголов (рис. 1, 3, 6, 13), оценочная лексика (рис. 4, 10, 12), восклицательные предложения (рис. 1, 2, 3, 5), параллельные конструкции («Разговор – ребенку, ремень – брюкам!» рис. 15), вопросно-ответные конструкции (рис. 12), а также использование прецедентных текстов («Крошка сын к отцу пришел...» рис. 16), которые повышают узнаваемость текста.



Рис. 15. Параллельная конструкция



Рис. 16. Прецедентный текст

Необходимо выделить важную функцию паралингвистических средств, представленных на социальных билбордах. Например, красный цвет шрифта сигнализирует об опасности или важности утверждаемого, черная гамма иконического компонента направлена на представление отрицательной ситуации и возможного последствия.

Таким образом, в креолизованном пространстве социальной рекламы, представленной на билборде, происходит синтез языкового знака, его значения и иконического знака со стоящей за ним культурной информацией, что создает принципиально новое содержание по сравнению с частями по отдельности и воспринимается в целостности адресатом.

Проведенный анализ китайских билбордов показал, что принципы организации содержательного пространства билбордов социальной тематики схожи с русскими. Однако наблюдается существенное различие в преобладающей тематике. На первом месте по частотности находятся билборды, посвященные проблемам экологии («Зеленая экология, открытое сотрудничество, инновационное развитие» рис. 17), на втором месте – мотивационные лозунги в поддержку развития общества («Повышение компетентности, стандартов и эффективности, проведение активной кампании по достижению высоких результатов» рис. 18) и далее менее популярные – забота о здоровье, поддержка социально слабых групп.



Рис. 17. Поддержка экологичного общества



Рис. 18. Мотивационный билборд

Интересной особенностью функционирования билбордов в КНР является то, что в целях экономии общественного пространства вместо отдельно стоящих щитов используют свободные поверхности конструкций остановок общественного транспорта («Заботьтесь о себе и будьте здоровы» рис. 19).



Рис. 19. Социальная реклама на автобусной остановке

Кроме того, содержание китайских билбордов обусловлено символикой и культурными кодами китайской картины мира: например, преобладающий красный цвет, использование мифологических и культурных символов (например, Великая китайская стена на рис.18) и т.д.

Заключение

В результате исследования была выявлена и описана специфика взаимодействия компонентов билбордов социальной тематики, а также показана специфика ценностной ориентации русских и китайских билбордов.

1. Было определено, что рекламное пространство социального билборда представляет собой мультимодальное креолизованное образование, в котором создается синтез визуального текста: иконическая часть (изображение) и собственное языковое содержание (текст, подпись) неразрывно связаны. Связность компонентов прослеживается на содержательном уровне как прямая и непрямая денотативная соотнесенность, при которых содержание подписи и изображение дублируют или не повторяют друг друга. На содержательно-языковом уровне связность может обеспечиваться языковыми средствами, а может формироваться ассоциативно, тематически. На содержательно-композиционном уровне само расположение иконических элементов создает смысловую связность всего креолизованного текста.

В работе описаны основные языковые средства, часто используемые в современных текстах социальной рекламы: глаголы в повелительном наклонении, оценочная лексика, параллельные структуры, прецедентные тексты и т.д.

Важную роль в создании эмоционального воздействия выполняют цвет и форма шрифта и общая цветовая гамма изображения.

2. В результате исследования выявлено, что для современной российской социальной рекламы характерно обращение к проблемам семьи, социальной защиты детей, отказу от вредных привычек, пропаганде здорового образа жизни и безопасного вождения. Билборды социальной тематики посвящены заботе об экологии, формированию патриотизма и здоровых семейных ценностей.

3. Этнокультурная специфика ценностного содержания социальных билбордов в китайском языке проявляется в тематической направленности – в центре внимания китайского государства и общества сейчас находятся проблемы защиты окружающей среды и сохранение здоровой зеленой среды, а также устойчивое и продуктивное экономическое развитие. В содержательном пространстве китайских билбордов наблюдается специфика в использовании китайских культурных символов и цветовой гамме.

В перспективе исследования находится более детальный анализ языковых репрезентаций ценностей общества на материале билбордов, а также прагматический анализ отношения русских и китайских респондентов к содержанию социальной рекламы на билбордах.

1. Агентство интернет-маркетинга Exiterra: – URL: <https://exiterra.ru/blog/advertising/sotsialnaya-reklama-primery-kreativnogo-dizayna/?ysclid=lnbnxs8zpq463239090> (дата обращения: 30.09.2023).

2. Анисимова Е.Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация: учеб. пособие для студ. фак. иностр. яз. вузов. – Москва: Издательский центр «Академия», 2003. 128 с.

3. Анисимова Е.Е. Паралингвистика и текст (к проблеме креолизованных и гибридных текстов) // Вопросы языкознания. 1992. № 4. С. 71-78.

4. Валгина Н.С. Теория текста. – Москва: Логос, 2003. 173 с.

5. Воробьева О.И. Грамматические средства выражения рекламы на билбордах // Ученые записки УО ВГУ им. П.М. Машерова. 2021. Т. 34. С. 121-124.

6. Ворошилова М.Б. Креолизованный рекламный текст: аспекты изучения // Уральский филологический вестник. Серия: Язык. Система. Личность: лингвистика креатива. 2012. № 2. [Текст: электронный]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kreolizovannyu-reklamnyu-tekst-aspekty-izucheniya> (дата обращения: 15.06.2023).

7. Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования. – Москва: КомКнига, 2007. 144 с.
8. Красных В.В. Основы психолингвистики: лекционный курс. – Изд. 2-е, доп. – Москва: Гнозис, 2012.– 270 с.
9. Нефедова Л.А., Сотникова Е.С. Лингвокультурные особенности русскоязычного дискурса социальной рекламы о безопасности дорожного движения // Вестник Нижегородского государственного лингвистического университета им. Н.А. Добролюбова. 2020. № 50. С. 40 –55.
10. Сорокин Ю.А., Тарасов Ю.Ф. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция // Оптимизация речевого воздействия. – Москва: Наука, 1990. 240 с.
11. Тряпицына Е.В. Перспективы дискурсивного подхода к изучению художественных текстов // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2013. № 1. С. 64 –68.
12. Чигаев Д.П. Способы креолизации современного рекламного текста: автореф. дис....канд. филол. наук: – Москва, 2010. 28 с.

УДК 372.881.111.1

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИСПОЛЬЗОВАНИЮ ВИДЕОХОСТИНГА RUTUBE НА УРОКАХ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА В СТАРШИХ КЛАССАХ

Д. А. Воронкина

бакалавр

А.С. Чернышева

канд. ист. наук, кафедра педагогики и лингвистики

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

Применение видео хостингов является неотъемлемой частью образовательного процесса. При обучении иностранным языкам данный вид ресурсов играет большую роль, так как позволяет не только повысить мотивацию учеников при изучении иностранного языка, а еще и демонстрирует живую, аутентичную речь носителей языка. Однако урок с использованием материалов видео хостингов так же должен быть тщательно продуман и подготовлен учителем. В данной работе предпринята попытка предложить методические рекомендации при использовании материалов RUTUBE при обучении английскому языку учеников старших классов.

Ключевые слова: методические рекомендации, обучение английскому языку, школьники старшего звена, видео хостинг RUTUBE.

GUIDELINES ON USING RUTUBE VIDEO HOSTING IN ENGLISH LANGUAGES LESSONS AT SENIOR SCHOOL

The use of video hosting is an integral part of the educational process. While teaching foreign languages, this type of resources plays an important role, as far as it allows not only to increase the motivation of students when learning a foreign language, but also demonstrates the lively, authentic speech of native speakers. However, a lesson based on video hosting materials should also be carefully planned and prepared by a teacher. The paper attempts to offer the guidelines when using RUTUBE materials in teaching English to high senior schoolchildren.