



ВВГУ

ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный университет»

XXVI

Материалы Международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых

**ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ
ПОТЕНЦИАЛ
ВУЗОВ –**

НА РАЗВИТИЕ
ДАЛЬНЕВОСТОЧНОГО
РЕГИОНА РОССИИ
И СТРАН АТР

10–12 апреля
2024 г.
В четырех томах
Том 2

ISBN 978-5-9736-0732-6(Т. 2)



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

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ВУЗОВ – НА РАЗВИТИЕ ДАЛЬНЕВОСТОЧНОГО РЕГИОНА РОССИИ И СТРАН АТР

Материалы XXVI международной научно-практической
конференции студентов, аспирантов и молодых ученых
10–12 апреля 2024 г.

Под общей редакцией д-ра экон. наук Т.В. Терентьевой

Электронное научное издание

Том 2

Владивосток
Издательство ВВГУ
2024

УДК 378.4
УДК 378.4
ББК 74.584(255)я431
И73

Интеллектуальный потенциал вузов – на развитие Дальне-восточного региона России и стран АТР : материалы XXVI международной науч.-практ. конф. студентов, аспирантов и молодых ученых (г. Владивосток, 10–12 апреля 2024 г.) : в 4 т. Т. 2 / под общ. ред. д-ра экон. наук Т.В. Терентьевой ; Владивостокский государственный университет ; Электрон. текст. дан. (1 файл: 15,4 МБ). – Владивосток: Изд-во ВВГУ, 2024. – 1 электрон., опт. диск (CD-ROM). – Систем. требования: Intel Pentium (или аналогичный процессор других производителей), 500 МГц; 512 Мб оперативной памяти; видеокарта SVGA, 1280×1024 High Color (32 bit); 5 Мб свободного дискового пространства; операц. система Windows XP и выше; Acrobat Reader, Foxit Reader либо любой другой их аналог.

ISBN 978-5-9736-0732-6

Включены материалы XXVI международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Интеллектуальный потенциал вузов – на развитие Дальневосточного региона России и стран Азиатско-Тихоокеанского региона», состоявшейся во Владивостокском государственном университете (г. Владивосток, 10–12 апреля 2024 г.).

Том 2 включает в себя следующие секции:

- Актуальные вопросы экономики, предпринимательства и управления (студенты ВО и молодые учёные).
- В науку первые шаги актуальные вопросы математики и информационной безопасности.
- Актуальные проблемы архитектуры, градостроительства и дизайна.
- Юриспруденция как наука и практика очерки молодого ученого.
- Информатизация на предприятиях ДФО.
- Философские контексты современности.
- Актуальные вопросы нефтегазового комплекса.
- Инноватика на транспорте.
- Актуальные проблемы предпринимательства в контексте учебных дисциплин среднего профессионального образования.
- Русский язык и русская культура в контексте современности.
- English language for political, economic, and cross-cultural cooperation in asia-pacific region.

УДК 378.4
ББК 74.584(255)я431

Электронное учебное издание

Минимальные системные требования:

Компьютер: Pentium 3 и выше, 500 МГц; 512 Мб на жестком диске; видеокарта SVGA, 1280×1024 High Color (32 bit); привод CD-ROM. Операционная система: Windows XP/7/8.

Программное обеспечение: Internet Explorer 8 и выше или другой браузер; Acrobat Reader, Foxit Reader либо любой другой их аналог.

ISBN 978-5-9736-0732-6

© ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный университет», оформление, 2024
Под общей редакцией д-ра экон. наук Т.В. Терентьевой

Компьютерная верстка М.А. Портновой

690014, г. Владивосток, ул. Гоголя, 41

Тел./факс: (423)240-40-54

Объем 15,4 МБ. Усл.-печ. л. 54,29

Подписано к использованию 05.10.2024 г.

Тираж 300 (I–25) экз.

СОДЕРЖАНИЕ

Секция. АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ, ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И УПРАВЛЕНИЯ (СТУДЕНТЫ ВО И МОЛОДЫЕ УЧЁНЫЕ)

<i>Абатурова К.С., Вертинова А.А.</i> Преференциальные режимы поддержки бизнеса как катализатор экономического роста ДФО	8
<i>Андреева А.В., Бузмакова Е.А., Попова И.В., Василенко М.В.</i> Прием повышения ликвидности организации за счет уступки права требования долга	11
<i>Аракчеева А.Д.</i> Особенности продвижения азиатских напитков на региональном рынке	15
<i>Арестович М.С.</i> Состояние и перспективы развития в автомобильной отрасли на примере ООО «САММИТ МОТОРС (Владивосток)»	21
<i>Бабина А.Н.</i> Отрасль конгрессно-выставочной деятельности, как двигатель экономики	24
<i>Баженова Н.Д., Кавабэ В., Лебединская Ю.С., Вертинова А.А.</i> Анализ отрасли карантинного фитосанитарного обеззараживания	27
<i>Баукина А.Е., Масилова М.Г.</i> «Ценностное предложение» как способ привлечения персонала	31
<i>Белонюк В.Г.</i> Состояние и перспективы развития в фитнес отрасли на примере ООО «Территория фитнеса»	35
<i>Власова А.С.</i> Анализ рынка зерновых культур в России	39
<i>Воронко А.Н., Васильева Д.С.</i> Отраслевой обзор рынка недвижимости в Приморском крае: тенденции и перспективы развития	42
<i>Глущенко А.А., Волынчук Я.А.</i> Исследование проблем и перспектив газификации Владивостокского городского округа: анализ текущего состояния, препятствия и возможные пути решения	46
<i>Гоглева А.Р.</i> Анализ финансового состояния ООО «Дальпищепром»	49
<i>Гольшевский Н.А., Волынчук Я.А.</i> Проблема оказания некачественных пассажирских услуг населению города Владивостока автотранспортными перевозчиками	52
<i>Гольиух М.Д.</i> Управление рисками в сфере нефтебункеровки: как компания ООО «Нико-Ойл ДВ» обеспечивает безопасность и надежность поставок топлива	56
<i>Дементьева П.В., Лактионов Е.И., Белкова К.Р.</i> Анализ инвестиционной политики Приморского края	60
<i>Дергачева Д.В., Белкова К.Р.</i> Анализ конкуренции на рынке стоматологических услуг города Владивостока	64
<i>Зеликсон С.М.</i> Стратегии экспансии компаний на новые географические рынки в условиях глобализации и ужесточения конкуренции	70
<i>Иванова М.А.</i> Сравнение микрофинансовых организаций на рынке Сахалинской области	75
<i>Каланов Г.Р.</i> Состояние рынка в сфере продаж электроники и бытовой техники в России	79
<i>Качераускайте А.Л.</i> Развитие организации ООО «Эксито Инжиниринг» в современных условиях	82
<i>Квашинин Д.А., Сысоева Е.Е., Лебединская Ю.С.</i> Стартап: понятие и специфические черты	86
<i>Лопатина А.С.</i> Динамика социально-экономического развития ЕАО	90
<i>Малашко Н.В.</i> Системный подход к управлению маркетингом на предприятии: обзор практики и показатели оценки результатов	93
<i>Меняйкин Н.К., Юрыгин Г.П., Забазнов М.А.</i> Внешняя торговля Приморского края и ее роль в экономическом развитии региона	99
<i>Михайлова С.В.</i> Развитие «зелёной экономики» в ДВФО	105
<i>Наталухина Е.А., Салова Л.В.</i> Особенности и перспективы развития капсульных отелей во Владивостоке	110
<i>Новосельцева В.И.</i> Развитие сельских территорий в Приморском крае	113
<i>Попова А.Д., Волынчук Я.А.</i> Вневедомственная охрана как объект государственного управления	116
<i>Пыресева А.А., Салова Л.В.</i> Особенности логистической деятельности в современных условиях	120
<i>Робканова А.Н.</i> Развитие туристско-рекреационного кластера ООО ГК «Теплое море» в современных условиях	124

<i>Сапронова А.О., Василенко М.Е.</i> Исследование влияния государственной инновационной политики в области трансфера технологий и технологического предпринимательства на экономическое развитие России	127
<i>Семенец Н.Н.</i> Подходы к определению понятия «банкротство», их отличия и проблематика	130
<i>Тарасов Е.В.</i> Изменения автомобильного рынка в Приморском крае в современных условиях.....	134
<i>Тубольцева В.А.</i> Влияние управленческого консалтинга на бизнес.....	137
<i>Федосова А.А.</i> Оценка бизнеса как фактор принятия решений по повышению эффективности деятельности предприятия	142
<i>Фокина В.К.</i> Оценка экономического состояния и перспектив развития ООО «ОктопусНет» в отрасли телекоммуникационных услуг.....	145
<i>Фурсов Д.В.</i> Классификация внешних и внутренних факторов, влияющих на экономическую безопасность предприятия.....	150
<i>Халикова А.Ж., Максимова Я.В., Лебединская Ю.С., Вертинова А.А.</i> Анализ отрасли мебельного производства.....	154
<i>Шевцов Д.А.</i> Повышение конкурентоспособности организации в сфере инженерного консалтинга.....	157
<i>Яковлева Н.Н.</i> Обоснование направлений развития ООО «Глобал-Эко» на рынке экологических и энергосберегающих технологий.....	161

Секция. В НАУКУ ПЕРВЫЕ ШАГИ АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ МАТЕМАТИКИ И ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

<i>Андронов З.С., Дорошенко С.А., Морозов Д.В., Галимзянова К.Н.</i> Роль машинного обучения и традиционных алгоритмов в исправлении ошибок	166
<i>Антонюк А.Э., Панина П.С., Першиков В.О., Солодухин К.С.</i> Анализ эффективности межорганизационного взаимодействия в банковской сети Владивостока.....	170
<i>Гаранин М.Д., Чаркин Е.А., Чудеса А.А.</i> Разработка скрипта для первичной проверки студенческих отчетов/ВКР на соответствие СТО	174
<i>Горленко А.А., Арясова А.А.</i> Математическая модель задачи одномерного sudoku	178
<i>Карпов В.В., Гренкин Г.В.</i> Ориентировка внутри здания по минимальной информации о плане	180
<i>Панина Д.З., Гогчакаян Г.В., Селиванов Н.М., Галимзянова К.Н.</i> Золотое сечение в ВЕБ-дизайне	183
<i>Скобличкова А.В., Логвинова А.И., Кузнецова Е.А., Галимзянова К.Н.</i> Влияние визуального материала на успеваемость студентов	187

Секция. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ АРХИТЕКТУРЫ, ГРАДОСТРОИТЕЛЬСТВА И ДИЗАЙНА

<i>Трубина Т.Е., Чайковская Д.Д., Шичанина Д.Ю., Иванова О.Г.</i> Книжный дизайн: вчера, сегодня, завтра	191
<i>Михайлова М.С., Титовченко А.Д., Иванова О.Г.</i> Авангардизм и Иммерсивное искусство	194

Секция. ЮРИСПРУДЕНЦИЯ КАК НАУКА И ПРАКТИКА. ОЧЕРКИ МОЛОДОГО УЧЕНОГО

<i>Левченко А.Д.</i> О соотношении права и закона: подходы правопонимания.....	198
<i>Мельникова В.К.</i> Наследственные споры как правовой вектор реформы гражданского законодательства.....	201
<i>Михайлов М.Е., Токарева А.А.</i> Искусственный интеллект в гражданских правоотношениях: действительное состояние и перспективы правового регулирования.....	205
<i>Никитенко Е.Ю.</i> Недостатки правового регулирования идентификации наследника по завещанию.....	207
<i>Рослая Е.Д., Литвинюк В.С.</i> Правовое регулирование виртуальной собственности.....	212

Секция. ИНФОРМАТИЗАЦИЯ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ДФО

<i>Ардашев В.В., Кондратюк И.А., Назаров Д.А.</i> Решение проблемы подсчета пассажиропотока городского общественного транспорта с использованием машинного зрения.....	216
<i>Атласова С.В., Кийкова Е.В.</i> Разработка мобильного приложения для записи сотрудников ФГБОУ ВО «ВВГУ» на мероприятия	220

<i>Вишнякова А.Р.</i> Разработка мобильного приложения для обмена мгновенными сообщениями в корпоративной сфере в режиме реального времени	224
<i>Грицык Д.В., Богданова О.Б.</i> Модернизация системы управления заработной платы для АО «ДЦСС»	228
<i>Гришин В.А.</i> Проектирование и разработка REST API для предприятия АО «Авиакомпания «Аврора»	234
<i>Дереньковская А.С., Можаровский И.С.</i> Разработка веб-приложения учёта отработанного времени сотрудников для предприятия ООО «КЭШ».....	238
<i>Затоковенко Н.Е.</i> Разработка мобильного приложения для обмена туристическим опытом “OnTheGo”.....	241
<i>Ищенко В.В., Богданова О.Б.</i> Разработка специализированного журнала для сотрудников автосервисов.....	244
<i>Курдюков И.Р.</i> Разработка системы управления чек-листами мониторинга оборудования дата-центра для предприятия ООО «Кей Поинт»	247
<i>Кучеренко К.А.</i> Модернизация функций бухгалтерского учета в «1С:Бухгалтерия государственного учреждения, редакция 2.0».....	249
<i>Меньшов А.П., Богданова О.Б.</i> Проектирование и разработка модуля информационной системы 1С: «Предприятие» по обработке судовых суточных донесений в информационную базу предприятия «Дальневосточный рыбак».....	252
<i>Новаковский Е.В., Кийкова Е.В.</i> Разработка калькулятора для таможенных платежей в сфере специализированной техники и легковых автомобилей.....	256
<i>Ожогина П.Е., Богданова О.Б.</i> Разработка конфигурации для оптимизации ведения первичной документации	260
<i>Поспелов М.В., Богданова О.Б.</i> Применение витрин статистических данных для образовательных учреждений	262
<i>Ситкин А.Г.</i> Оптимизация весового контроля на предприятии АО «Восток АйТи Сервис»	265
<i>Скрыль С.А.</i> Разработка системы планирования поставок в судоремонте.....	270
<i>Соколов О.О., Кийкова Е.В.</i> , Разработка имитационной модели производства железобетонных свай.....	273
<i>Сухотский М.С., Богданова О.Б.</i> Оптимизация укомплектования и переоценки товаров	277
<i>Танькова В.С.</i> Внедрение типовой конфигурации «1С WMS Логистика. Управление складом» на заводе ООО «Тайгер Микс»	280
<i>Юрчук Г.А., Лаврушина Е.Г.</i> Проектирование приложения внутренней технической поддержки предприятия ФГБУ «Главрыбвод»	283

Секция. ФИЛОСОФСКИЕ КОНТЕКСТЫ СОВРЕМЕННОСТИ

<i>Белая Д.Д., Захаров К.П.</i> Информационные войны как новая нормальность геополитических игр	288
<i>Каймаков Р.К., Савин И.П.</i> Неолуддизм: идеи, формы проявления и практическая значимость.....	292
<i>Комаров А.С.</i> Интерпретации постапокалипсиса в современном кинематографе: философский взгляд .300	
<i>Коптяев В.С., Захаров К.П.</i> Доктрины русского мира и русской идеи: преемственная связь и современная реальность	304
<i>Токарева А.А.</i> Право в эпоху цифровых технологий: проблемы и перспективы развития	308
<i>Черкасова А.В., Захаров К.П.</i> Цинический соблазн как «Дамоклов меч» для журналистики	312

Секция. АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ НЕФТЕГАЗОВОГО КОМПЛЕКСА

<i>Захарченко В.В., Бойков В.Э. Торбина А.В., Охоткина В.Э.</i> Выбор оптимального варианта использования сорбционных материалов при ликвидации разливов нефти и нефтепродуктов	318
<i>Карсаков К.Б., Гордников О.А.</i> Внешние антикоррозионные покрытия магистральных трубопроводов.....	321
<i>Карсаков К.Б., Гриванова О.В.</i> Сравнительный анализ методов утилизации широкой фракции лёгких углеводородов из магистрального трубопровода	326
<i>Лалетин Д.В., Попова Г.И.</i> Значение начертательной геометрии в профессиональной деятельности.....	329

<i>Мельниченко Д.В., Попова Г.И.</i> Роль начертательной геометрии в Инженерном образовании. История развития	332
<i>Ременюк А.В.</i> Проведение буровзрывных работ на участке трубопровода Благовещенск-Хабаровск	336
<i>Щеглеватых В.С.</i> Газогидраты, как альтернатива жидкому топливу	339

Секция. ИННОВАТИКА НА ТРАНСПОРТЕ

<i>Бубнова И.А., Кравченко И.А., Попова Г.И.</i> Внедрение очков дополненной реальности на предприятия для оптимизации складских процессов.....	344
<i>Кузнецов Д.Н., Афонин Б.Д., Попова Г.И.</i> Применение САПР в решении инженерно-геометрических задач на примере 3D модели роторного двигателя.....	348
<i>Назаров Е.Г., Веденеев Р.М., Тунгусова Е.В.</i> Преимущества и перспективы применения технологии блокчейн в логистике: обеспечение прозрачности, безопасности и эффективности цепочек поставок.....	351
<i>Рябых В.К.</i> Оценка и сравнение прогнозов и работы компании в 2022 году	355

Секция. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В КОНТЕКСТЕ УЧЕБНЫХ ДИСЦИПЛИН СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

<i>Повлягина Д.Д., Коростелёва Е.А., Худякова С.К.</i> Анализ развития и конкурентоспособности маркетплейса WILDBERRIES на рынке электронной коммерции: тенденции и развитие.....	362
<i>Ракитина А.В., Худякова С.К.</i> Проблемы возврата товаров на примере маркетплейсов	366
<i>Федорова С.Ф., Степулёва Л.Ф.</i> Исследование поставщиков для ресторанного бизнеса на рынке города Владивосток	370

Секция. РУССКИЙ ЯЗЫК И РУССКАЯ КУЛЬТУРА В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННОСТИ

<i>Бо Цяньлун, Коновалова Ю.О.</i> Отзывы о кафе и ресторанах как речевой жанр в русском и китайском языках.....	373
<i>Ван Цзысюань, Тюрин П.М.</i> Лексико-семантические особенности наименований сортов овощей в русском языке.....	377
<i>Ма Мяо, Пилюгина Н.Ю.</i> Особенности текстов-описаний китайских фильмов на русских киносериалах.....	380
<i>Хуан Чжэньхуа, Борзова Т.А.</i> Семантические особенности фразеологизмов с компонентом «белый» в русском и китайском языках.....	384
<i>Хэ Игэ, Коновалова Ю.О.</i> Орнитоним «журавль» в русском и китайском языках (на материале фольклора).....	389
<i>Цзя Пэнсюань, Тюрин П.М.</i> Лингвистические особенности рекламы на транспорте как вида креолизованного текста.....	394
<i>Юн Хабин, Пилюгина Н.Ю.</i> Специфика адаптации названий корейских дорам для русского зрителя.....	397

Секция. ENGLISH LANGUAGE FOR POLITICAL, ECONOMIC, AND CROSS-CULTURAL COOPERATION IN ASIA-PACIFIC REGION

<i>Анбразевич К.А., Хисамутдинова Н.В.</i> Саспенс как средство выразительности художественного текста	401
<i>Аскарбек кызы Азиза, Гаврилова Т.В.</i> Особенности субтитрированного перевода комедийного сериала «Modern Family» с английского языка на русский	404
<i>Беловол Д.Е., Посысаева Е.А.</i> Грамматические особенности экономических статей на основе материала «Отчета о достижении ЦУР в Азиатско-Тихоокеанском регионе за 2022 год».....	407
<i>Бобин М.М., Шеховцова Т.А.</i> Прагматическая адаптация юмористического текста при переводе на русский язык (на материале англоязычной стендап-комедии)	410
<i>Бондарь А.М., Григорьева М.Б.</i> Влияние «Корейской Волны» на экономику и туризм Южной Кореи	413
<i>Владимирова О.А., Гнездечко О.Н.</i> Способы перевода авторских неологизмов в жанре фэнтези	416

13. «在线新华字典», 2001. «Словарь Синьхуа», 2001. – Текст: электронный. – URL: <https://zd.hwxnet.com/>

14. «查字典», 上海, 2011. «Словарь Чя», Шанхай, 2011. – Текст: электронный. – URL: <https://www.chazidian.com/>

УДК 003.03

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМЫ НА ТРАНСПОРТЕ КАК ВИДА КРЕОЛИЗОВАННОГО ТЕКСТА

Цзя Пэнсюань, бакалавр
П.М. Тюрин, преподаватель

Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия

Аннотация. Статья посвящена рекламе на транспорте как виду креолизованного текста. Установлено, что реклама на транспорте всегда содержит вербальный и иконический компонент, которые функционируют в тесной взаимосвязи, что позволяет достичь определённого коммуникативного эффекта. Специфика данного вида рекламы позволила классифицировать её по целому ряду параметров и разработать методику анализа.

Ключевые слова: реклама, креолизованный текст, вербальный компонент, иконический компонент, связность текста.

LINGUISTIC FEATURES OF ADVERTISING ON TRANSPORT AS A TYPE OF POLYCODE TEXT

Abstract. The article is devoted to advertising on transport as a type of polycode text. It has been established that advertising on transport always contains a verbal and iconic component, which function in close interrelation, which allows achieving a certain communicative effect. The specificity of this type of advertising made it possible to classify it according to a number of parameters and develop an analysis methodology.

Keywords: advertising, polycode text, verbal component, iconic component, coherence of the text.

Изучение рекламы в современной лингвистике является чрезвычайно важной задачей, т.к. выстраивание рекламного дискурса связано с высокой эффективностью рекламных текстов, реализацией их воздействующей функции, а достижение такого эффекта невозможно без всестороннего изучения широкого круга языковых единиц, используемых при создании рекламного сообщения. Кроме того, для современной лингвистики несомненный интерес представляют механизмы реализации богатого прагматического потенциала рекламных текстов. Эти факторы определяют **актуальность** представленной работы.

Цель исследования – выявить особенности рекламы на транспорте как вида креолизованного текста.

Задачи:

1) проанализировать связи основных теоретических понятий – текста, креолизованного текста, наружной рекламы;

2) выделить классификации наружной рекламы, а также классификацию рекламы на транспорте по разным параметрам;

3) выявить функции компонентов текстов рекламы на транспорте как вида креолизованного текста;

4) выявить значимость компонентов рекламы на транспорте как вида креолизованного текста.

Научная новизна работы заключается в том, что в ней впервые анализируются связи между вербальным и иконическим компонентом современной русской рекламы на транспорте как вида креолизованного текста, предлагается методика такого анализа.

Методы исследования: описательный метод, метод сплошной выборки, статистический метод.

Текст является важным объектом изучения лингвистов, но и в наше время нет единого определения этого термина, что во многом связано со сложностью самого феномена и его изучением в разных областях научного знания. Наиболее полно, на наш взгляд, определил текст с лингвистической точки

зрения И.Р. Гальперин, стоявший у истоков развития лингвистики текста: «текст – это письменное сообщение, объективированное в виде письменного документа, состоящее из ряда высказываний, объединённых разными типами лексической, грамматической и логической связи, имеющее определённый моральный характер, прагматическую установку и соответственно литературно обработанное» [1, с. 18]. То есть текст – это не записанная на бумаге устная речь, а конкретный вид речи в письменной форме, который создаётся с определённой целью. Несмотря на то, что данное определение на сегодняшний день считается одним из наиболее полных, сразу можно не согласиться с тем, что текст – всегда письменная речь, ведь и устную речь вполне можно назвать текстом. Однако в контексте анализа рекламы на транспорте это замечание не является актуальным, т.к. описываемый нами феномен обязательно имеет письменную фиксацию.

Все категории текста, как отмечает О.В. Дымова, объединяются одной целью – реализовать коммуникативное намерение автора текста или декодировать это намерение в процессе речевой деятельности [2]. Вместе с категорией связности тексту присущи внутренние смысловые отношения между его частями, содержательная, формальная и коммуникативная целостность, которая видна в единстве темы текста. Говоря о таких текстовых категориях, как связность и целостность, Н.С. Валгина пишет, что в рамках реального текста они существуют в единстве и предполагают друг друга: единое содержание выражается языковыми средствами, поэтому языковая связность одновременно является показателем смысловой целостности [3].

Реклама на транспорте как вид креолизованного текста всегда состоит из двух компонентов: вербального и иконического. Эти компоненты связаны друг с другом, чтобы сделать общий смысл текста, у них есть особенности и функции. Нами было проанализировано 100 примеров рекламы на транспорте. Данные примеры были собраны на улицах города Владивостока и в сети Интернет (сбор рекламы на транспорте в других городах России).

В своей книге «Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов)» Е. Е. Анисимова выделяет функции компонентов креолизованного текста [4]. Анализ собранных нами примеров рекламы на транспорте позволил выделить ряд функций. Характерных для данного вида креолизованного текста. Результаты исследования показали, что вербальный компонент рекламы на транспорте имеет номинативную и информативную функцию, которая заключается в назывании иконического компонента – предметов, явлений, сюжетов, обозначенные иконическими знаками. Вторая функция вербального компонента рекламы на транспорте – информативная. Она заключается в том, что вербальный компонент в данном виде креолизованного текста передаёт информацию, которая помогает воспользоваться услугой или купить рекламируемый товар.

У иконического компонента есть постоянные и непостоянные функции. Постоянные функции всегда реализуются иконическим компонентом – это аттрактивная и информативная функции. Непостоянные функции иконического компонента реализуются не всеми креолизованными текстами рекламы на транспорте. К непостоянным функциям мы отнесли экспрессивную и эстетическую. При этом следует отметить, что об эстетической функции можно говорить с определённой долей условности, т.к. эстетическое удовольствие от рекламы, на наш взгляд, не является конечной целью автора. Эта функция реализуется в рамках аттрактивной функции, делая рекламу более привлекательной и запоминающейся.

Реклама на транспорте как один из видов наружной рекламы и как вид креолизованного текста имеет много типов и некоторые особенности. Для нас важен не только вербальный компонент, но и иконический компонент рекламы (изображение), так как только сочетание вербального и иконического компонентов создаёт определённый смысл текста и потому тесно взаимосвязаны. Также в рекламе на транспорте важен коммуникативный эффект, который является обязательным для данного вида текста, нередко появляется именно при взаимодействии обоих компонентов. Собранный материал позволил сделать некоторые классификации.

1. По цели:

- коммерческая;
- некоммерческая.

По месту расположения:

- на автобусах;
- на легковых авто;
- на троллейбусах;
- на грузовых авто.

Оба приведённых выше параметра накладывают определённые ограничения на характер использования вербальных и невербальных средств в рекламе на транспорте. Так, в рекламе на легковых

автомобилях из-за маленькой площади рекламной поверхности ведущую роль обычно играет вербальный компонент, т.к. для иконического недостаточно места. Реклама на автобусах и троллейбусах, напротив, чаще содержит яркий, привлекающий много внимания иконический компонент больших размеров.

Кроме того, реклама на транспорте с точки зрения содержания делится на событийную и бессобытийную.

Описанные выше характеристики рекламы на транспорте как вида креолизованного текста позволили разработать методику анализа данного вида текста. Эта методика строится на описании рекламы на транспорте по 8 параметрам.

1. Локализация
2. Цель.
3. Иконический компонент.
4. Вербальный компонент.
5. Темпоральность.
6. Функции вербального компонента.
7. Функции иконического компонента.
8. Коммуникативный эффект.

С учётом этих параметров анализ рекламы на транспорте может быть представлен следующим образом (анализируемый пример представлен на рисунке).



Рис. Пример рекламы на транспорте

Локализация: реклама на автобусе.

Цель: некоммерческая. Эта реклама о том, что нужно вести трезвую жизнь и не употреблять алкоголь, чтобы сохранить здоровье детей.

Иконический компонент: женщина целует ребёнка.

Вербальный компонент: «Трезвые родители – здоровые дети/ Общественная организация «Общее дело»/ Жизнь бесценна. Береги себя». Здесь морфологическое средство – глагол в форме императива «береги».

Темпоральность: бессобытийная. Здесь нет указания на время.

Функции вербального компонента: номинативная (в вербальном компоненте «трезвые родители – здоровые дети» сообщается факт).

Функции иконического компонента: аттрактивная – поцелуй женщины и ребёнка привлёк внимание адресата, информативная – адресат может знать, что есть организация, которая помогает тем, у кого есть проблемы с алкоголем, экспрессивная – женщина и ребёнок в иконическом компоненте улыбаются, и это даёт улыбку адресату.

Коммуникативный эффект: сочетание компонентов даёт понять, что здоровье ребенка зависит от поведения родителей, и родители не должны употреблять алкоголь.

Анализ рекламы на транспорте как вида креолизованного текста позволил выделить ряд особенностей. В рекламном сообщении есть слова и визуальные компоненты, которые создают образ, работающий на идею рекламы. Коммуникативный эффект вербального компонента может достигаться лексическими, синтаксическими и морфологическими средствами, и чаще всего это морфологические средства (46% от всего нашего материала); реклама на транспорте создаётся с какой-то целью и чаще

это коммерческая цель (82%). Некоммерческая реклама встречается только на автобусах или троллейбусах. Это может быть связано с тем, что такой вид транспорта может быть не только коммерческим, но и муниципальным. Некоммерческая реклама – это обычно реклама о социальных проблемах общества, то есть таких, которые важны для всех людей, или эта реклама поздравляет всех людей с каким-то событием. Мы можем сказать, что рекламодатель или заказчик такой рекламы – это государство.

Главная функция рекламы – это воздействие на адреса, это воздействие можно увидеть в коммуникативном эффекте. Автор рекламы создаёт её с какой-то целью, то есть ему важно, чтобы этот эффект был реализован в рекламе. Именно взаимодействие компонентов креолизованного текста рекламы на транспорте помогает получить коммуникативный эффект.

На завершающем этапе исследования мы провели опрос 32 мужчин и 18 женщин в возрасте от 15 до 23 лет, что составляет большинство с целью выяснить, какие компоненты рекламы на транспорте они считают наиболее значимыми. Опрос показал, что женщины считают наиболее важным цветовое оформление, а мужчин чаще всего привлекает необычная форма рекламы. В то же время, и мужчины, и женщины считают вербальный и иконический компонент одинаково важными. Интерес представляет то, что 48% опрошенных заявило, что им приходилось отказываться от покупки товаров и получения услуг из-за неудачной, по их мнению, рекламы на транспорте. Это говорит о несомненной важности данного вида рекламы.

Проведённое исследование позволило установить, что у компонентов текстов рекламы на транспорте есть свои функции. У вербального компонента текстов рекламы на транспорте есть две функции – номинативная и информативная. У иконического компонента есть постоянные и непостоянные функции. Постоянные функции всегда есть в иконическом компоненте – это аттрактивная и информативная. Непостоянные функции иконического компонента бывают не во всех креолизованных текстах рекламы на транспорте. К непостоянным функциям мы отнесли экспрессивную и эстетическую.

Анализ рекламы на транспорте как вида креолизованного текста целесообразно выстраивать на основе 8 параметров, которые позволяют всесторонне описать данный вид рекламного материала. В то же время анализ рекламы на транспорте представляется важной задачей (в том числе и для разработчиков такой рекламы), т.к. примерно половина опрошенных нами респондентов заявила том, им приходилось отказываться от покупки товаров и получения услуг из-за неудачной рекламы на транспорте.

1. Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования. – 5-е изд., стереотип. – Москва: КомКнига, 2007. – 144 с.

2. Дымова А.В. Креолизованный текст: уровни и свойства // Актуальные проблемы германистики, романистики и русистики. – 2017. – № 3. – С. 28–29.

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

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

УДК 81'42

СПЕЦИФИКА АДАПТАЦИИ НАЗВАНИЙ КОРЕЙСКИХ ДОРАМ ДЛЯ РУССКОГО ЗРИТЕЛЯ

Юн Хабин, бакалавр
Н.Ю. Пилюгина, преподаватель

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

Аннотация. Исследование посвящено проблеме перевода названий корейских фильмов на русский язык. В работе анализируются наиболее типичные способы перевода, которые используются на популярных киносериалах. Описаны способы перевода корейской безэквивалентной лексики в названиях фильмов. На основе анкетирования выявлено отношение к разным типам перевода названий фильмов носителей русского языка.

Ключевые слова: название фильма, тип перевода, безэквивалентная лексика, корейская культура, адаптация названия.