



**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.

<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>Повилягина 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., Гнезdechko О.Н.</i> Способы перевода авторских неологизмов в жанре фэнтези .....	416

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.

## THE SPECIFICS OF THE KOREAN DRAMAS NAMES ADAPTING FOR THE RUSSIAN AUDIENCE

**Abstract.** *The research is devoted to the problem of the Korean films titles translating into Russian. The paper analyzes the most typical translation methods that are used in popular film services. The methods of translating Korean non-equivalent vocabulary in movie titles are described. Based on the survey, the attitude towards different types of translation of film titles by native Russian speakers was revealed.*

**Keywords:** *film title, translation type, non-equivalent vocabulary, Korean culture, title adaptation.*

В качестве объекта исследования выступили переводные названия корейских художественных сериалов.

Предмет исследования: специфика перевода корейских драматических сериалов на русский язык.

Целью нашего исследования является описание типичных переводческих трансформаций, используемых при переводе корейских сериалов на русский язык, а также выявление прагматических особенностей функционирования таких названий в дискурсе интернет-сайтов, посвященных корейскому кино.

Перед нами стояли следующие задачи исследования:

1. Выявить типы переводческих трансформаций, используемых для перевода названий корейских драматических сериалов на русский язык;
2. Сделать количественный анализ трансформаций.
3. Определить способы передачи безэквивалентной лексики при переводе корейских названий сериалов на русский язык;
4. Выявить лингвопрагматические особенности функционирования названий корейских сериалов.

Актуальность исследования: работа выполнена внутри антропоцентрической парадигмы современного языкознания – в центре исследования находятся переводные названия корейских сериалов, которые отражают, с одной стороны, субъективный выбор переводчика (в частности, при выборе варианта для перевода корейской безэквивалентной лексики в названии фильма). С другой стороны, название фильма должно быть понятным и привлекательным для зрителя фильма. Изучение специфики перевода названий корейских фильмов и факторов, определяющих тип переводческой трансформации, является важной задачей обеспечения успешности коммуникации между зрителем и создателями фильма. Названия корейских драматических сериалов содержат культурные отсылки, которые становятся важной составляющей в процессе знакомства с корейской культурой для русского зрителя.

Новизна работы заключается в выборе материала: в настоящее время мало работ, посвященных принципам перевода явлений массовой культуры, с корейского языка особенно. Разработка новых методологических подходов к анализу наименований фильмов, выявление специфики этого типа наименования в рамках функционирования корейского дорамного дискурса является важной задачей теории перевода и лингвистики дискурса.

Материалом исследования послужили для исследования послужили 200 названий корейских сериалов, собранных методом сплошной выборки с сайта Dorama.club и Doramy.land [1; 2].

Методы исследования: исследованию использован традиционный описательный метод лингвистики, а также методики количественной обработки данных, дискурсивного анализа и методика социолингвистического анкетирования.

Практическая значимость: исследование развивает практический подход к передаче корейской лингвоспецифической лексики в названиях драматических фильмов на русский язык, что позволяет делать более точные выводы о успешности того или иного способа перевода фильма, отражает специфику корейской культуры. Эти требования часто не соблюдаются, когда перевод делают не профессиональные переводчики на сайтах.

Знакомство с фильмом начинается с его названия, поэтому правильный, качественный перевод названия обеспечивает интерес зрителя и отражает содержание фильма.

Проведенный анализ собранного материала из 150 названий корейских сериалов показал следующие результаты. Из 150 названий 32 названия переведены методом **калькирования**, то есть сохранена и грамматическая и лексическая эквивалентность [3]:

*Аварийная посадка любви (2019) 사랑의 불시착*

*Убей меня, исцели меня (2015) 킬미 힐미*

*Адвокат за тысячу вон (2022) 천원짜리 변호사*

В 9 названиях мы встретили **транскрипцию** при переводе, то есть сохранено звучание корейского названия, например: Хилер (2014) 힐러: хиллэо; Винченцо (2021) 빈센조(Vincenzo): бинсэнзо; Итэвон Класс | Итхэвонский класс (2020) 이태원 클라쓰: Итэвон Класс.

Встречается вариант перевода, при котором **калькирование** сочетается с **транскрипцией** (в нашем материале таких 4 примера): *Отель дель Луна* (2019) 호텔 델루나(Hotel del Luna): хотэл дэлуна; *Скандал в Сонгюнгане* 성균관 스캔들 2010.

В ходе проведенного анализа мы узнали, что среди 150 названий 31 включают в себя **лексические трансформации**. Эти трансформации отражаются в изменении слов или фраз для передачи более точного смысла, учёта особенностей языка-целивика или адаптации культурных нюансов, что делает их более понятными. Возникает вопрос, зачем нужно изменять название? Здесь несколько причин: это может быть неточность перевода (перевод часто делают непрофессиональные переводчики); влияние субъективного фактора – трансформированный перевод кажется более понятным и должен отражать содержание; коммерческий фактор – название должно быть интересным и привлекать внимание. Приведем несколько примеров:

*Алхимия душ* (2022) 환혼

환혼(Хуанхон(сущ.)) оригинальное значение – возвращение к жизни души умершего человека

*Деловое предложение* (2022) 사내맞선

사내санэ: в (внутри) фирмы, офиса, 맞선матссон: встреча, на которой мужчина и женщина, никогда не встречавшиеся друг с другом, встречаются лично с целью заключения брака (возможность познакомиться с профессиями, личностями и ценностями друг друга).

*Учитель Ким, доктор-романтик: (2016-2023)* 낭만닥터 김사부

사부(Сабу) в Корее: относится к мастеру, на которого смотрят и уважают как отца.

*Вспыльчивый священник* (2019) 열혈사제

Значение слова 열혈(ёльхэль): 1. Горячая кровь 2. Дух, кипящий страстью. Если посмотреть на сам смысл, возможно, это не идеальный перевод, но главный герой драмы на самом деле обладает вспыльчивым характером.

*Безрассудно влюбленные* (2016) 함부로 애뜻하게

Значение 애뜻하다(этытхада – прил.): 1. Чувство грусти и печали, как будто сердце горит. 2. Сердце, которое дорожит другими и заботится о них или испытывает глубокую любовь.

*Зеленая весна вдали* 멀리서 보면 푸른 봄 2021

Слово «푸른 или 푸르다» означает яркий и ясный, подобный цвету ясного осеннего неба, глубокого моря или травы. Другими словами, это слово относится к голубому, зеленому и синему вместе, в русском языке отсутствует эквивалент для такого цвета.

11 названий включают в себя **грамматические трансформации**. Эти трансформации включают в себя изменения в грамматической структуре слов или фраз с целью адаптации культурных или языковых особенностей для целевой аудитории. Например:

*Мудрая жизнь в больнице* (2020) 슬기로운 의사생활

Дословный перевод «슬기로운 의사생활» – «Мудрая жизнь врача». Мудрая жизнь в больнице – дорама не об одном враче, а о всех врачах, работающих в больнице.

*В движении* (2023) 무빙(Moving)

Дословный перевод «무빙 moving» – «движущийся/движение», но перед "движение" добавляется предлог «в». Сочетание «В движении» содержит указание на процесс и не выраженный субъект.

Мы также обнаружили 13 из 150 названий, принадлежащих к «**полному преобразованию названия**» через лексические трансформации. Это означает, что в процессе перевода были внесены значительные изменения, включая замену, удаление или добавление слов, чтобы передать смысл оригинального названия на другой язык:

*Работай позже, ней сейчас* (2021-2022) 슬꾼도시여자들

Если перевести дословно, это будет «Городские женщины, любящие выпить», но, еще одно название, которое использует компания Netflix для западной аудитории – «Work Later, Drink Now» на английском языке. Именно английское название было переведено на русский.

*Мы все мертвы* (2022) *지금 우리 학교는*

Если перевести дословно, это будет «Наша школа сейчас», но выбран другой перевод: «Мы все мертвы». На Netflix английское название – «ALL OF US ARE DEAD». Английское название было использовано как основа для русского перевода. Содержание дорамы: история о зомби, которые бродят по школе, и о борьбе учеников с ними. В отличие от корейского названия английский перевод содержит спойлер.

Проведенный анализ показал, что из 150 названий 17 содержат безэквивалентную лексику [4], которая передана или методом транскрипции, либо использован приблизительный перевод, например: *Гоблин / Демон* (2016) *도깨비*: В корейских сказках оригинальный персонаж – Токкэби. Обычно говорят, что Токкэби – это крупные люди, которые появляются в темных фантазиях. Его описывают как призрака, который одновременно приятен, возмутителен и необычен. Перевод «гоблин» или «демон» на русский язык не отражает специфику персонажа корейского фольклора.



Рис. 1. Гоблин



Рис. 2. Демон



Рис. 3. Токкэби

Когда мы начинали исследование мы думали, что название дорамы – это важная часть описания фильма, которая в первую очередь привлекает внимание зрителя. Мы провели социолингвистическое анкетирование для проверки этой гипотезы [5]. Всего было опрошено 119 человек. На вопрос: «При выборе корейского сериала для просмотра для вас важно название сериала?» ответы поделились поровну – название сериала не так важно при выборе фильма для просмотра. По мнению большинства ответивших, название должно отражать содержание. А вот нужно ли переводить безэквивалентную лексику нельзя выделить однозначное решение. На вопрос «Какое название, по вашему мнению, более понятно и благозвучно для русского зрителя: Токкэби, Гоблин, Веселый дух леса»? 44% ответивших выбрали приблизительный перевод «Веселый дух леса», но это, скорее всего те, кто не знаком с содержанием фильма.

Так как наши респонденты были в основном из Владивостока, то 52% из них не против, если останутся корейские реалии в названиях корейских фильмов, жители Владивостока с ними знакомы.

Таким образом, в результате исследования можно обозначить основные выводы:

1. Наиболее частотным способом перевода оказалось Калькирование – 32 названия и Лексические и грамматические трансформации – 42 названия. Необходимость в частичном или полном преобразовании названия связана с различиями в русской и корейской культурах, множество реалий не имеют прямого эквивалента в русском языке. Стремясь передать корейскую культурную специфику, переводчики сохраняют звучание и лексическую форму оригинального названия.

2. Из результатов опроса видно, что большинство респондентов считают, что название корейской драмы должно отражать ее содержание. Это может быть связано с тем, что название является важным критерием выбора для российских зрителей.

1. Doramy.club. – Текст: электронный. – URL: <https://doramy.club/>

2. Dorama.land. – Текст: электронный. – URL: <https://dorama.land/>

3. Артемьева И.Н. Теория и практика перевода: учеб. пособие. – Санкт-Петербург: РГГМУ, 2020. – 130 с.

4. Верещагин Е.М., Костомаров В.Г. Язык и культура: лингвострановедение в преподавании русского языка как иностранного. Изд. 2-е, перераб. и доп. – Москва: Русский язык, 1974. – 216 с.

5. Google.Forms. «Анкета»: – Текст: электронный. – URL: <https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdWlUx9yww3qCcSVAN8Ssg1HAvkUcWGtybAgV2EIZqmkBYjaw/viewform?vc=0&c=0&w=1&flr=0>