

НАУЧНЫЙ ПОИСК МОЛОДЫХ ИССЛЕДОВАТЕЛЕЙ

УДК 81

*А. В. Абраменко, Н. Е. Сазонова (Оренбург, Россия)
Оренбургский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова*

Анализ лингвистического бизнеса на примере компании “Lingua Trip”

В статье рассмотрена история развития лингвистического бизнеса. Разобраны основные методы обучения клиентов иностранным языкам. Проанализированы инновационные методы подачи материала и усвоения лингвистических норм, рассмотрена финансовая составляющая лингвистического бизнеса.

Ключевые слова: лингвистический бизнес, инновации, Lingua Trip, методы изучения иностранных языков, 500Startups

Изучение иностранных языков является важнейшим фактором получения образования и развития личных коммуникативных навыков. В начале 21 века крупные международные компании, а также частные бизнесмены поняли, что для того чтобы гармонично развивать свой бизнес на международной арене, необходимо устанавливать тесные деловые контакты с партнёрами из разных государств, что невозможно без личных встреч и общения. Ввиду ограничений в сфере образования не все люди могли свободно говорить на языке государства, в котором они ведут бизнес. Как правило, такая проблема решалась за счёт привлечения переводчиков [1]. Однако со временем начали появляться частные репетиторы и специализированные лингвистические агентства, которые разработали программы и методики по изучению иностранных языков в короткие сроки и по удобному гибкому графику.

Индустрия лингвистического бизнеса активно развивается: на сегодняшний день существуют различные компании, которые не просто дают возможность изучить языки, но и сделать это с полным погружением в языковую среду в стране, говорящей на данном языке [4].

Одной из таких компаний стал российский стартап “Linguatrip”. Изначально основатели компании Марина Могилко и Дмитрий Пистоляко, познакомившись в университете, решили создать компанию, помогающую своим клиентам подобрать нужные языковые курсы, однако затем, с ростом популярности компании, они начали создавать собственные лингвистические программы

в разных странах мира. Данный продукт стал очень востребованным на рынке, так как изучение языка непосредственно в стране, говорящей на нём, даёт больше возможностей для изучения произношения, культуры и национальных особенностей страны, что в итоге оказывает мультипликативный эффект на изучающего. Фактически данный стартап совместил изучение языка и путешествия по стране, говорящей на нём.

Компания выстроила сервис, который помогает найти языковую школу, выбрать курс, проживание и забронировать все онлайн по самой низкой цене.

“Linguatrip” получила инвестиционные раунды от крупного венчурного фонда из Кремниевой долины “500Startups”, что говорит об инновационной значимости данного проекта. Стоит отметить, что компания осуществляет 80% своих услуг онлайн и постоянно развивается. Существует ряд факторов, которые свидетельствуют об инновационности таких компаний, а также указывают на становление нового уровня рынка в сфере изучения иностранных языков.

Говоря об актуальности работы компании “Linguatrip”, нельзя не отметить, что в современных условиях образование в режиме онлайн становится основным способом получения как базовой, так и дополнительной информации. Это обусловлено тем, что онлайн-школы предлагают гибкий персональный график обучения; кроме того, обучение в них доступно в любой точке мира. Ведь наука и образование не стоят на месте, и если вы действительно хотите быть в курсе, успевать развиваться одновременно со всем миром и даже опережать его, то онлайн-образование – ваш выбор.

Кроме онлайн образования “Linguatrip” занимается организацией обучения за рубежом. Кроме того, что компания помогает подобрать зарубежные языковые школы и место проживания, также “Linguatrip” сопровождает своих студентов на протяжении всего периода подготовки к поездке, начиная от оформления документов на визу и заканчивая помощью в сдаче таких экзаменов, как TOEFL, SAT, GMAT [3].

Однако пандемия и карантин в 2020 году показали, что в ближайшем будущем в сфере образования онлайн-обучение будет превосходить офлайн-обучение в несколько раз. В связи с этим компания “Linguatrip” активно занимается развитием своей языковой обучающей платформы.

Рассмотрим, какие аспекты развивает и совершенствует компания “Linguatrip”:

- во-первых, проводится глубокая адаптация обучения, которое подстраивается под каждого студента и учитывает его личные особенности;
- во-вторых, в процесс обучения привлекаются новые технологии, а именно виртуальная и дополнительная реальность. Эти технологии позволяют максимально реалистично погрузиться в иноязычную среду и практиковать иностранный язык;

– в-третьих, производится геймификация обучения. Благодаря этому процесс изучения языка становится интерактивным, в него включаются элементы игры. Такой вид обучения пользуется популярностью как у детей, так и у взрослых.

Говоря о развитии технологий виртуальной и дополнительной реальности, можно сказать, что если компания “Linguatrip” будет заниматься их развитием на своей платформе, то в ближайшем будущем станет возможным обучение онлайн в таких зарубежных институтах, как Массачусетский технологический институт (MIT) и Стэнфорд, которые активно практикуют интернет-классы с виртуальной средой. Это позволяет обучаться и коммуницировать на английском языке студентам, живущим на разных континентах.

Вообще, на данный момент изучение иностранных языков необходимо каждому человеку хотя бы для того, чтобы построить успешную карьеру, не говоря уже о путешествиях, учебе и общении с людьми со всего мира. На сегодняшний день самым популярным языком в обучении является английский. Этот факт обусловлен тем, что английский является языком международного общения. Однако специалисты придерживаются мнения, что так будет далеко не всегда [2].

Компания “Linguatrip” предлагает своим студентам для обучения следующие языки: английский, испанский, немецкий, французский. Но, по прогнозам специалистов, примерно через 50 лет наиболее популярным и распространенным языком станет китайский язык. Это связано с тем, что Китай выходит на мировую экономическую арену как страна, производящая большой объем разнообразных товаров, пользующихся спросом во всем мире. В России же изучение китайского языка еще более актуально, что обусловлено географическим положением страны и постепенным укреплением связей и расширением сотрудничества между странами [5]. В соответствии с этими условиями компании “Linguatrip” следует заняться разработкой и развитием «китайского направления».

Таким образом, можно сделать следующий вывод: несмотря на то, что учить на сегодняшний день рекомендуют китайский, испанский и арабский языки, английский не уступает своего первого места и пока является «классикой». В связи с тем что спрос на европейские языки снижается, происходит рост нехватки специалистов, знающих немецкий, итальянский, французский. Несмотря на распространенность этих языков, их мало кто изучает, а количество иностранных компаний, ведущих дела в Европе, не уменьшилось, а даже, скорее, увеличилось, поэтому возникает потребность в специалистах, знающих европейские языки [6].

В современных условиях специалисту для того, чтобы быть конкурентоспособным, обязательно иметь в арсенале хотя бы один иностранный язык, а лучше владеть несколькими языками. В изучении и практике языков, а также в поступлении в иностранные вузы людям как раз и помогает компания “Linguatrip”, тем самым обеспечивая рынок труда конкурентоспособными кадрами.

Литература

1. Борщева В. В. Особенности использования массовых открытых онлайн-курсов в обучении иностранному языку для специальных целей // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Серия: Проблемы языкознания и педагогики. 2017. № 1. С. 86-95.
2. Игнатенко И. И. Онлайн-обучение аспектам иностранного языка // Проблемы современного образования. 2019. № 3. С. 162-168.
3. Хайдарова Р. Ш. Роль и влияние онлайн-обучения на эффективность изучения иностранного языка в процессе образования // Вестник науки и образования. 2020. № 7-2(85). С. 75-77.
4. Лазаренко А. О., Нестерова Т. Г. Обзор методов изучения иностранного языка // Языки в диалоге культур: проблемы многоязычия в полиэтническом пространстве: материалы III всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием, посвящ. 75-летию Победы в Великой Отечественной войне. Уфа, 2020. С. 278-282.
5. Нестерова Т. Г. World of economy: учеб. пособие / М-во образования и науки РФ, Рос. гос. торг.-экон. ун-т, Оренбург. филиал. Оренбург, 2011.
6. Нестерова Т. Г., Бабаина М. С., Овцинова В. Д. Потенциал современных обучающих интернет-ресурсов для изучения английского языка // Экономика регионов России: современное состояние и прогнозные перспективы: сб. ст. по материалам II всерос. науч.-практ. конф. преподавателей, аспирантов, магистрантов Ивановского филиала Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. Иваново, 2020. С. 16-22.

УДК 82-98

*С. Г. Байрамова (Оренбург, Россия)
Оренбургский филиал Российского экономического университета
им. Г. В. Плеханова*

Символика чисел в литературных произведениях

В статье рассматривается символика чисел в литературных произведениях. В результате проведения ассоциативного эксперимента выявлены названия произведений, содержащих цифры; описаны смыслы, связанные с цифрами.

Ключевые слова: символ, символика чисел, ассоциативный эксперимент, литературное произведение

Современное образование ставит своей целью воспитание высокообразованной, эрудированной личности. В связи с этим в образовательные программы вузов входят не только узкоспециальные предметы, но и дисциплины широкого гуманитарного профиля. Изучение литературных произведений дает студентам