

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ МАНГА



ТЕХНИЧЕСКИЙ АНГЛИЙСКИЙ

ГЕРОИНЯ МАНГИ РИНА УЧИТСЯ В МАГИСТРАТУРЕ И ГОТОВИТСЯ ВЫСТУПИТЬ С ДОКЛАДОМ НА МЕЖДУНАРОДНОЙ КОНФЕРЕНЦИИ. НУЖНО ПОДГОТОВИТЬ ТЕЗИСЫ И ПРЕЗЕНТАЦИЮ НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ, КОТОРЫМ РИНА ВЛАДЕЕТ ТОЛЬКО НА УРОВНЕ СРЕДНЕЙ ШКОЛЫ. КАК ЗА КОРОТКОЕ ВРЕМЯ ОСВОИТЬ СПЕЦИАЛЬНУЮ ЛЕКСИКУ И ПРАВИЛЬНО ОФОРМИТЬ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ КОНФЕРЕНЦИИ?

БЛАГОДАРЯ СВОЕЙ НАСТАВНИЦЕ РИНА, А ВМЕСТЕ С НЕЙ И ЧИТАТЕЛИ КНИГИ, УЗНАЕТ ТОНКОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТЕХНИЧЕСКОГО АНГЛИЙСКОГО, А ТАКЖЕ ПОЛУЧИТ ПРЕДСТАВЛЕНИЕ О СТРУКТУРЕ, СТИЛИСТИЧЕСКИХ ОСОБЕННОСТЯХ И ОФОРМЛЕНИИ НАУЧНЫХ РАБОТ.

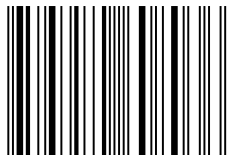
МАНГА ПРЕДНАЗНАЧЕНА ДЛЯ ШКОЛЬНИКОВ, СТУДЕНТОВ, ПЛАНИРУЮЩИХ УЧАСТИЕ В МЕЖДУНАРОДНЫХ МЕРОПРИЯТИЯХ, А ТАКЖЕ ВСЕХ, КТО ХОЧЕТ СОВЕРШЕНСТВОВАТЬ СВОЙ АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК.

Интернет-магазин:
www.dmkpress.com

Оптовая продажа:
КТК «Галактика»
books@alians-kniga.ru

DMK
издательство
www.dmk.ru

ISBN 978-5-97060-803-6



9 785970 608036 >

ЗАНИМАТЕЛЬНАЯ

МАНГА

ТЕХНИЧЕСКИЙ АНГЛИЙСКИЙ

Сакамото Маки
Фукамори Аки

ЗАНИМАТЕЛЬНАЯ МАНГА
ТЕХНИЧЕСКИЙ АНГЛИЙСКИЙ



Сакамото Маки
Фукамори Аки
Trend-PRO Co., Ltd.



DMK
Ohmsha
издательство

DMK
издательство

Технический английский

Манга

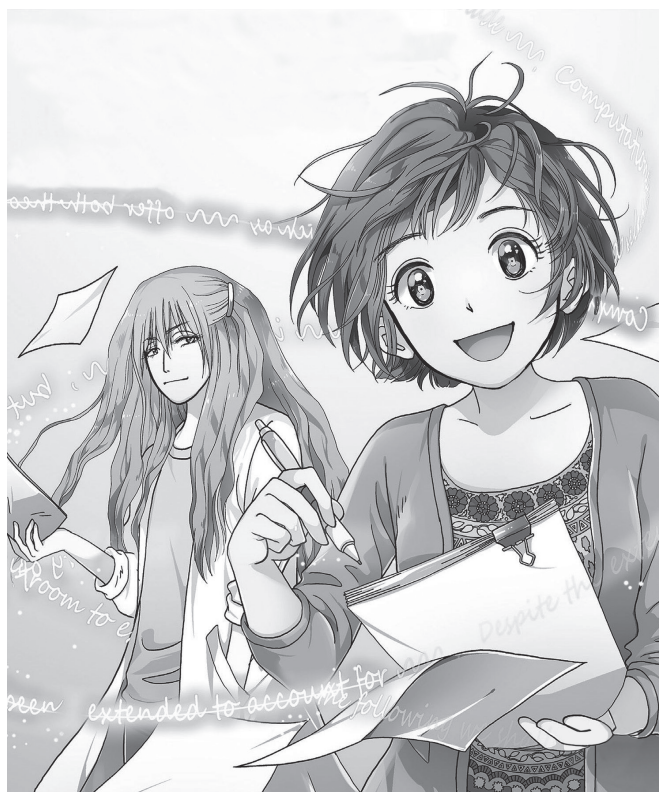
マンガでわかる

技術英語

坂本真樹 / 著

深森あき / 作画

ウェルテ / 制作



OHM
Ohmsha

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ МАНГА

.....

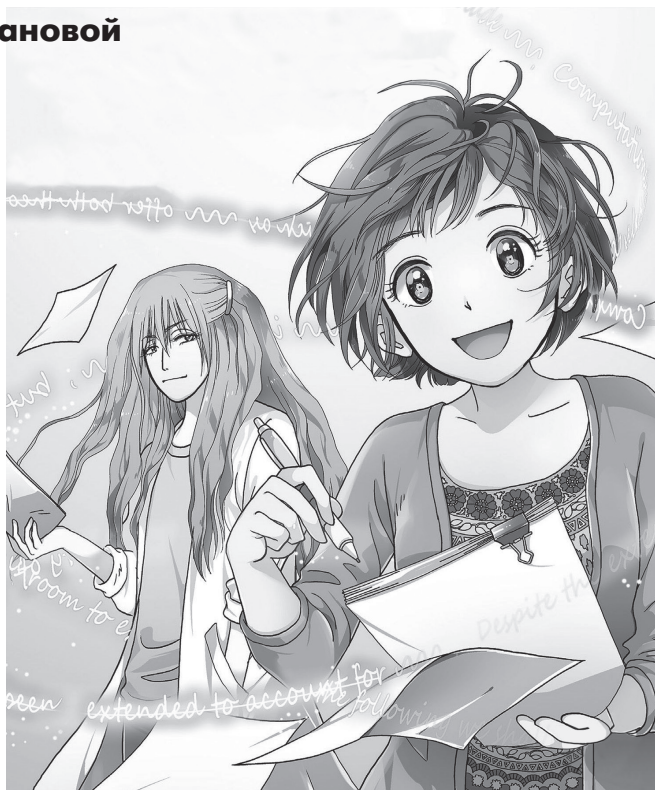
ТЕХНИЧЕСКИЙ АНГЛИЙСКИЙ

Сакамото Маки

Художник Фукамори Аки

Перевод

С. Л. Плехановой



ДМК
ИЗДАТЕЛЬСТВО

Москва
ДМК Пресс, 2020

УДК 811.111

ББК 81.1

C15

Сакамото М., Фукамори А.

- C15 Технический английский: манга / Сакамото Маки (автор), Фукамори Аки (худ.); пер. с яп. С. Л. Плехановой. — М.: ДМК Пресс, 2020. — 234 с. : ил. — (Серия «Образовательная манга»). — Доп. тит. л. яп.

ISBN 978-5-97060-803-6

Героиня манги Рина учится в магистратуре и готовится выступить с докладом на международной конференции. Нужно подготовить тезисы и презентацию на английском языке, которым Рина владеет только на уровне средней школы. Как за короткое время освоить специальную лексику и правильно оформить материалы для конференции?

Благодаря своей наставнице Рина, а вместе с ней и читатели книги, узнает тонкости использования технического английского, а также получит представление о структуре, стилистических особенностях и оформлении научных работ.

Издание предназначено для школьников и студентов, планирующих участие в международных мероприятиях, а также всех, кто хочет совершенствовать свой английский язык.

УДК 811.111

ББК 81.1

Manga de waku: Gijutsu Eigo (Manga Guide: Technical English)

By Sakamoto Maki (Author), Illustration by Phukamory Aki

Published by Ohmsha, Ltd.

Russian language edition copyright © 2020 by DMK Press

Все права защищены. Никакая часть этого издания не может быть воспроизведена в любой форме или любыми средствами, электронными или механическими, включая фотографирование, ксерокопирование или иные средства копирования или сохранения информации, без письменного разрешения издательства.

ISBN 978-4-274-21964-1 (яп.)

ISBN 978-5-97060-803-6 (рус.)

Copyright © 2016 by Trend-PRO Co., Ltd.

© Издание, перевод, ДМК Пресс, 2019

ПРЕДИСЛОВИЕ

Эта книга рассчитана на читателей, которые пока не очень дружат с английским языком, но при этом иногда вынуждены писать тексты на английском, читать научные работы и представлять результаты собственных исследований. Эта книга может быть полезна:

- студентам вузов, которым приходится изучать статьи на английском языке, делать презентации и т. д.;
- магистрантам и аспирантам, которым предстоит читать и писать на английском эссе и диссертации, выступать на международных конференциях;
- людям, должностные обязанности которых предусматривают обработку информации из иностранных источников, переписку с иностранными контрагентами, деловые поездки за рубеж и подготовку презентаций на английском языке.

Героиня книги Рина учится в магистратуре. Сначала девушке трудно даётся английский, но постепенно под руководством сенпая¹ она справляется с поставленными задачами.

Как руководитель исследовательской группы в научно-техническом университете я часто встречаю студентов, которые успешно осваивают различные науки, но плохо владеют английским языком. Предполагается, что студенты, получившие 400 баллов по TOEIC², могут поддерживать беседы на английском языке на повседневные темы. Но в магистратуре от них требуются другие навыки – чтение научных статей и диссертаций на английском языке. И если на этом этапе может кое-как выручить словарь, то с переводом собственных работ на английский дело обстоит гораздо хуже. Более того, магистрантам и аспирантам иногда предлагается поучаствовать в международных конференциях, где необходимо рассказать о своей научной деятельности по-английски.

Эту книгу я написала, опираясь на свой опыт работы со студентами, испытывающими трудности с английским языком. Мне удалось выделить пять основных моментов, затрудняющих обучение:

1. Непонимание смысла отдельных слов. Слишком много времени уходит на работу со словарём.
2. Трудности с грамматикой. Без понимания структуры предложений нельзя понять и смысл, даже если отдельные слова узнаваемы.

¹ Сенпай – обращение к более старшему по возрасту, рангу или более опытному ученику, коллеге и т. д.

² TOEIC – Test of English for International Communication, популярный в Японии тест на знание английского языка.

3. Проблемы с переводом на английский язык длинных предложений.
4. Использование электронных переводчиков, которые далеко не всегда выдают адекватный результат.
5. Страх перед написанием длинных текстов на английском. Потеря смысла текста при переводе на английский.

Моя основная задача при написании этой книги состояла в том, чтобы помочь учащимся преодолеть подобные трудности. Подготовить презентацию на английском непросто, даже если вы вооружитесь современными учебниками: мало написать грамотный текст – после презентации понадобится отвечать на вопросы из зала. Так что я задумалась, нельзя ли что-то предложить и в области подготовки презентаций.

Учебники и справочные пособия по иностранным языкам чаще всего пишут профессиональные лингвисты. У автора данной книги в этом смысле довольно необычный бэкграунд. Я окончила Токийский университет иностранных языков, но в данное время занимаюсь исследованиями в научно-технической области и руковожу проектами в области образования. Возможно, профессиональные учителя английского языка сочтут многие из предлагаемых мною методов неверными – но, как мне кажется, будет неплохо, если хотя бы один из многочисленных учебников английского языка предложит подход с опорой на реальные проблемы студентов. Если, прочитав эту книгу, хоть один читатель решит: «Хоть у меня и плохо с английским, я всё-таки попробую», – я буду счастлива. Поскольку я не являюсь носителем английского языка, я отдала свою книгу на проверку госпоже Хирахара Юми, которая провела всё детство и юность и воспитывалась в англоязычной среде. Мы с госпожой Хирахара познакомились во время совместного участия в телевизионной передаче, и она была так любезна, что помогла мне в работе над мангой.

В завершение хочу выразить благодарность художнице Фукамори Аки и всем сотрудникам компании Trend Pro. С их помощью текст, который в исходном виде мог бы показаться довольно скучным, удалось превратить в занимательную мангу. Впервые идея этой книги появилась в 2011 году, но только сейчас, не без некоторых трудностей, нам удалось её опубликовать. Всё это время сотрудники компании Ohmsha не отказывались от идеи выпустить книгу и всячески поддерживали моё начинание – за это я им очень признательна. Отмечу также, что используемые в книге примеры из области грамматики и материалы для презентаций заимствованы из работ моих студентов и из эссе, написанных совместно с моими коллегами по исследовательской работе. Большое спасибо всем, кто дал согласие на использование своих материалов в этой книге.

Сакамото Маки

СОДЕРЖАНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ	V
-------------------	---

Пролог	
ДИПЛОМНАЯ РАБОТА НА АНГЛИЙСКОМ?!	
НЕРЕАЛЬНО!	1

Глава 1	
ЧТЕНИЕ ТЕКСТОВ НА ТЕХНИЧЕСКОМ	
АНГЛИЙСКОМ С ОПОРОЙ НА ПОНЯТНЫЕ СЛОВА	11

1.1. Можно читать тексты, не зная грамматики, но понимая отдельные слова	12
1.2. Техническая лексика в английском языке	20
580 слов, часто используемых в научных работах	27

Глава 2	
ЧТЕНИЕ ТЕКСТОВ НА ТЕХНИЧЕСКОМ	
АНГЛИЙСКОМ С ОПОРОЙ НА КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА	45

2.1. Выделим обязательные для чтения фрагменты текста	46
2.2. Читаем важные фрагменты и изучаем основные типы предложений	51
Определяем типы предложений	64

Глава 3	
ПОДГОТОВКА К НАПИСАНИЮ ТЕКСТОВ	
НА ТЕХНИЧЕСКОМ АНГЛИЙСКОМ	69

3.1. Переводим тезисы	72
3.2. Как составить текст, который легко перевести на английский	79
Редактируем текст для перевода на английский	86

Глава 4
НАПИСАНИЕ ТЕКСТОВ НА ТЕХНИЧЕСКОМ
АНГЛИЙСКОМ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ
БАЗОВОЙ ГРАММАТИКИ 91

- 4.1. Активный и пассивный залог 95
4.2. Относительные местоимения 105
4.3. Определённые и неопределённые артикли. Предлоги 113
 Неодушевлённые субъекты и пассивный залог 123

Глава 5
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ШАБЛОНОВ В НАУЧНОЙ РАБОТЕ 129

- 5.1. Краткий план научной работы на техническом
 английском 131
5.2. Основное содержание научной работы на техническом
 английском 140
 Выражения, часто используемые в разных разделах
 научных работ 150

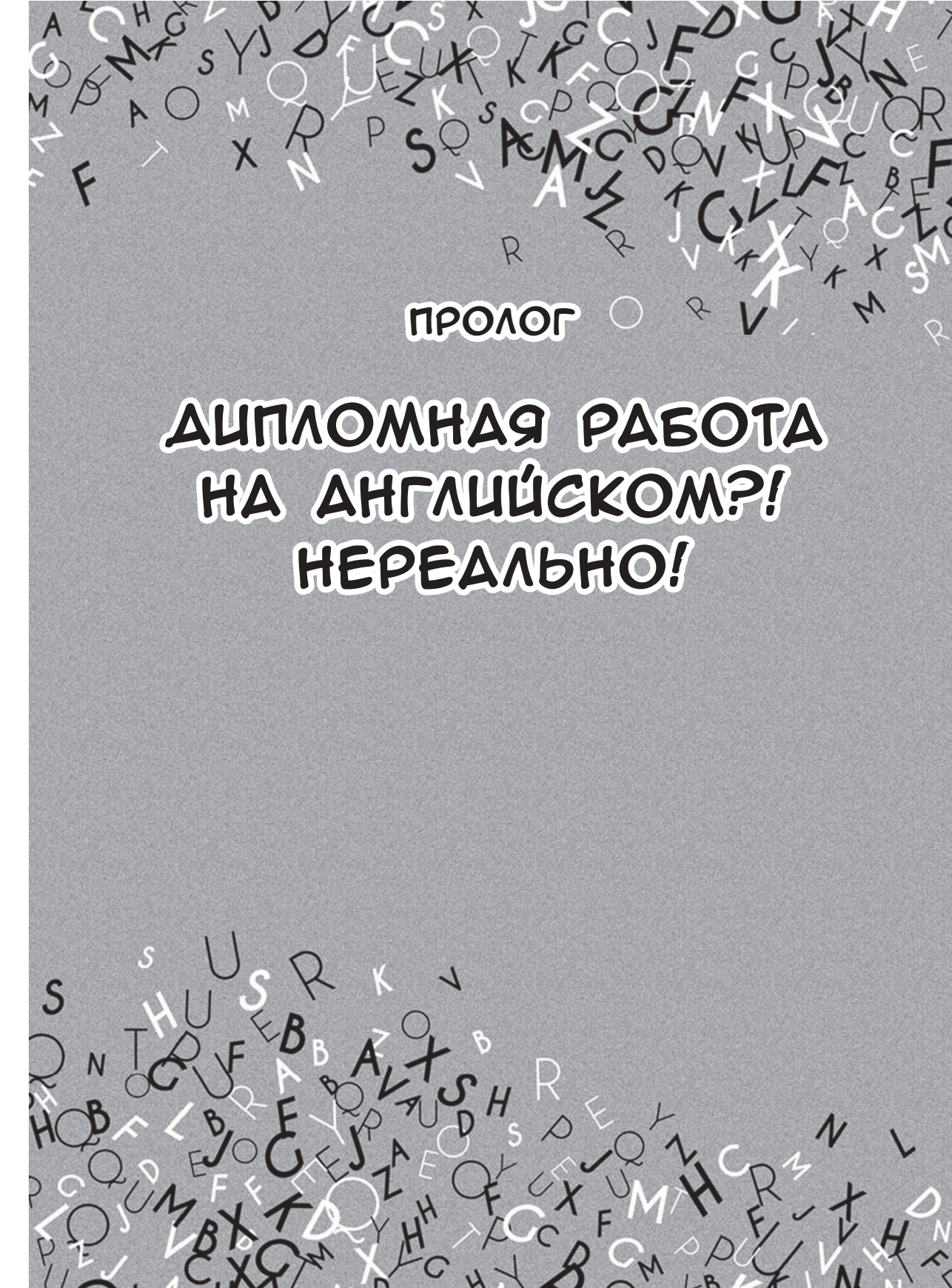
Глава 6
КАК НАПИСАТЬ КРАСИВЫЙ ТЕКСТ
НА ТЕХНИЧЕСКОМ АНГЛИЙСКОМ 161

- 6.1. Эффективное использование шаблонов 165
6.2. Эффективное использование интернета 175
 Образцы научных работ 178

Глава 7
КАК ПОДГОТОВИТЬСЯ К ДОКЛАДУ
НА МЕЖДУНАРОДНОЙ КОНФЕРЕНЦИИ 183

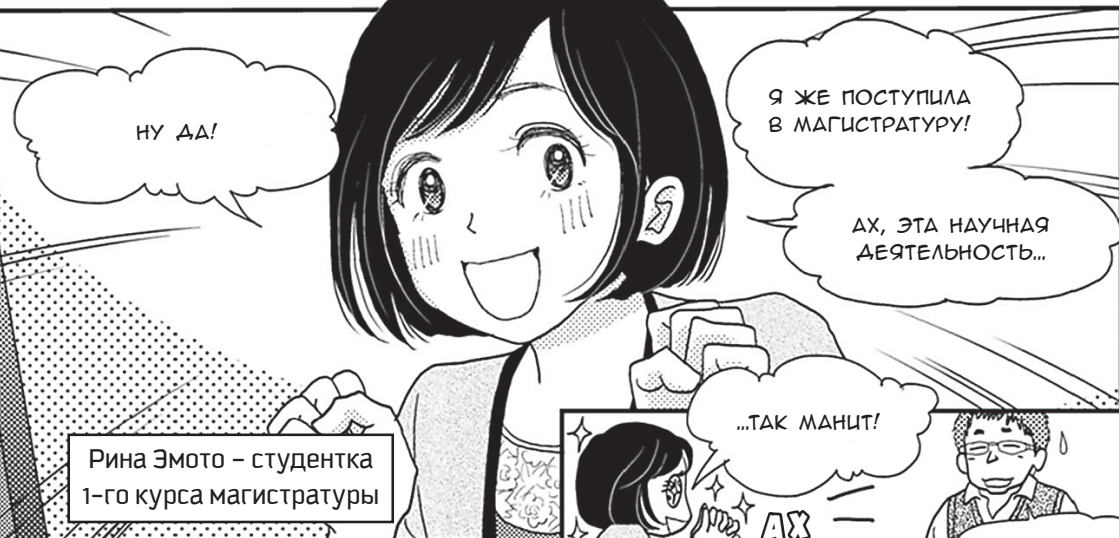
- 7.1. Отправка электронных писем 188
7.2. Как подготовить презентацию для выступления 199
 Подробнее о подготовке доклада 213

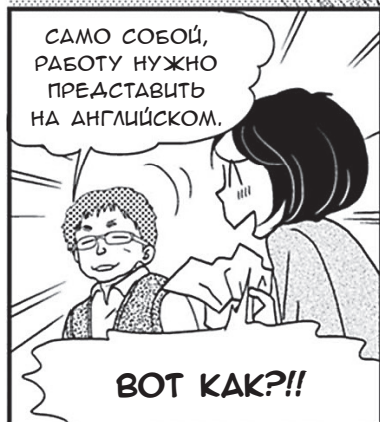
Библиография 224

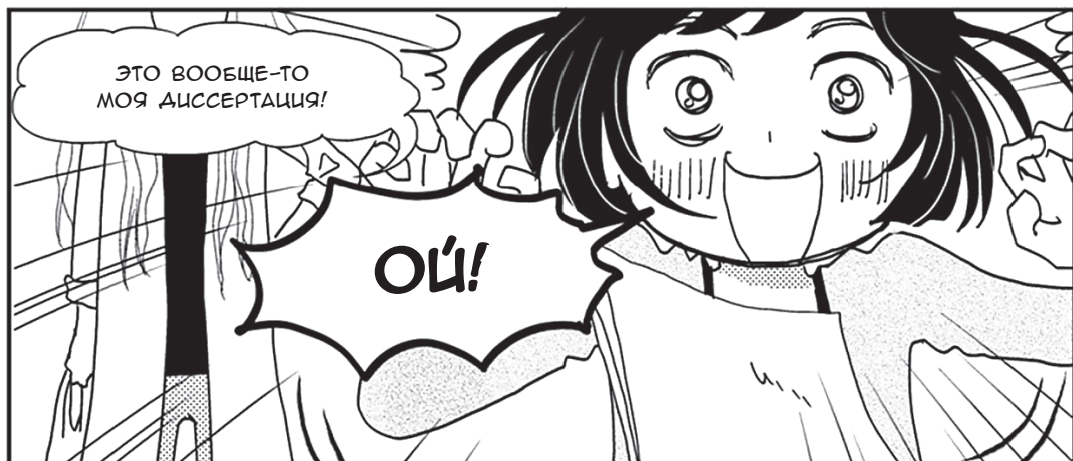
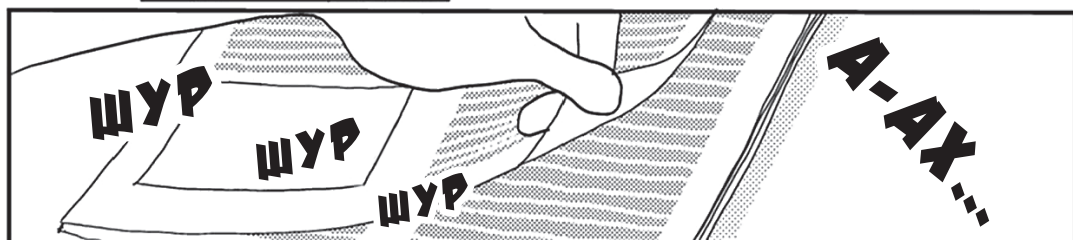


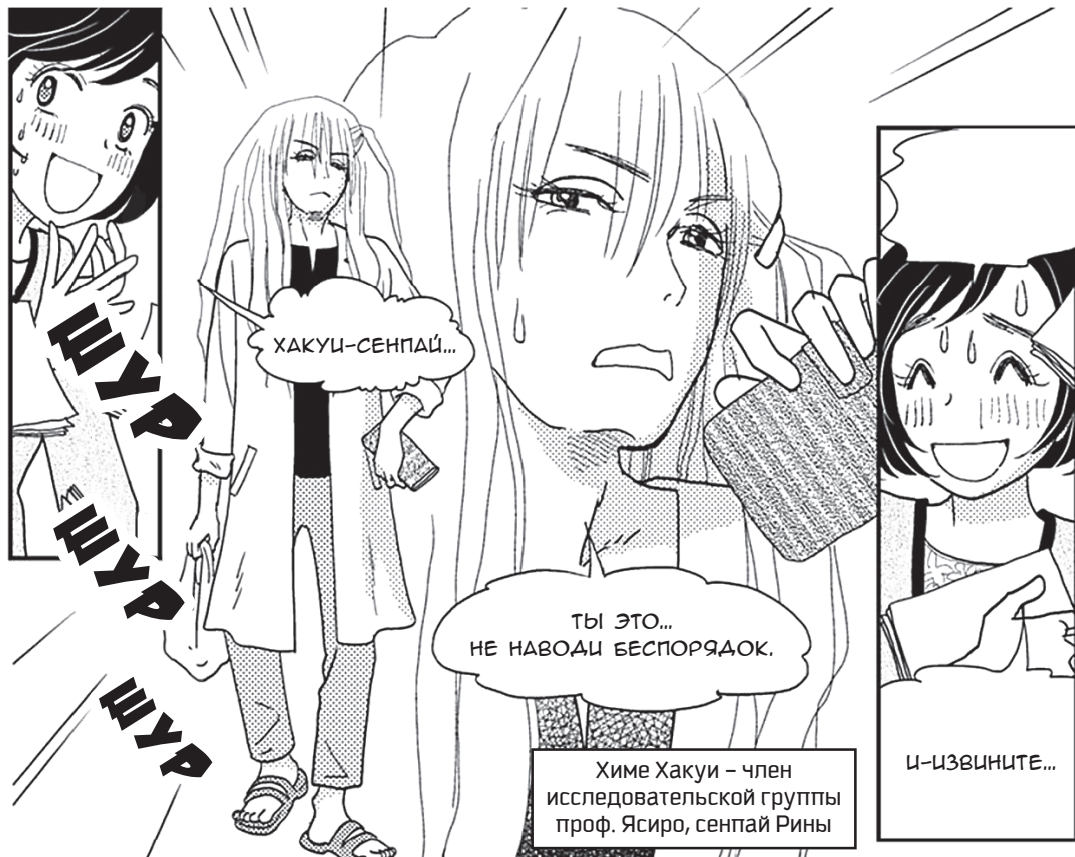
ПРОЛОГ

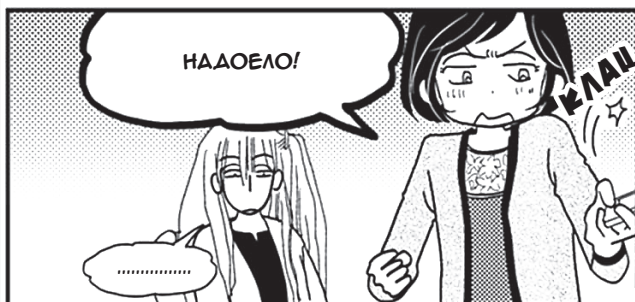
ДИПЛОМНАЯ РАБОТА НА АНГЛИЙСКОМ? НЕРЕАЛЬНО!













А ЧТО КАСАЕТСЯ
ВАШЕЙ ДИССЕРТАЦИИ...



ЯСНО. ТЫ ХОТЕЛА
ПОСМОТРЕТЬ, КАК ПИСАТЬ
НА АНГЛИЙСКОМ.



ПРОСТИТЕ...



ХОРОШО ТЕБЯ
ПОНИМАЮ.



ЧТО?



РАЗВЕ ВЫ
НЕ В СОВЕРШЕНСТВЕ
ВЛАДЕЕТЕ
АНГЛИЙСКИМ?..



КОГДА Я ПОСТУПАЛА
В АСПИРАНТУРУ, ТО ОЧЕНЬ
УВЛЕКАЛАСЬ НАУКОЙ...

...НО С АНГЛИЙСКИМ
ЯЗЫКОМ БЫЛА СОВСЕМ
НЕ В ЛАДАХ.



ЧТО ВЫ ГОВОРИТЕ!

НЕ МОЖЕТ БЫТЬ!

НО ТАК КАК
НАУЧНЫЕ РАБОТЫ ИНОГДА
НУЖНО ПРЕДСТАВЛЯТЬ
ЗА РУБЕЖОМ, БЕЗ АНГЛИЙСКОГО
БЫЛО НЕ ОБОЙТИСЬ.

ПОСКОЛЬКУ Я УСЕРДНО
ТРУДИЛАСЬ, ТО НАКОНЕЦ
ПОНЯЛА, В ЧЁМ СЕКРЕТ!

СЕКРЕТ?

А СТОИЛО
ОТКРЫТЬ СЕКРЕТ,
ВСЁ СТАЛО
ГОРАЗДО ПРОЩЕ.

УХ ТЫ!

РАССКАЖИТЕ МНЕ,
ПОЖАЛУЙСТА, ЧТО ЭТО
ЗА СЕКРЕТ АНГЛИЙСКОГО
ЯЗЫКА!

НЕТ.

НО ВЫ ЖЕ
САМИ СКАЗАЛИ
"СПРОСИ ПРЯМО!"

РЕЧЬ ШЛА
О ДРУГОМ. СЕЙЧАС
Я ОЧЕНЬ ЗАНЯТА.

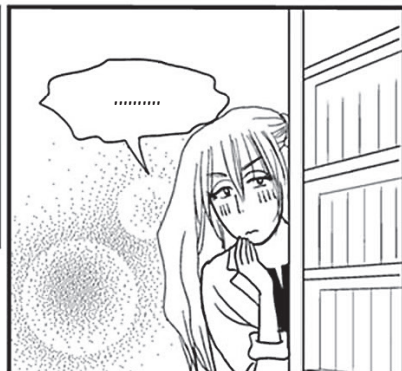
НЕТ ВРЕМЕНИ
ОБЪЯСНЯТЬ...

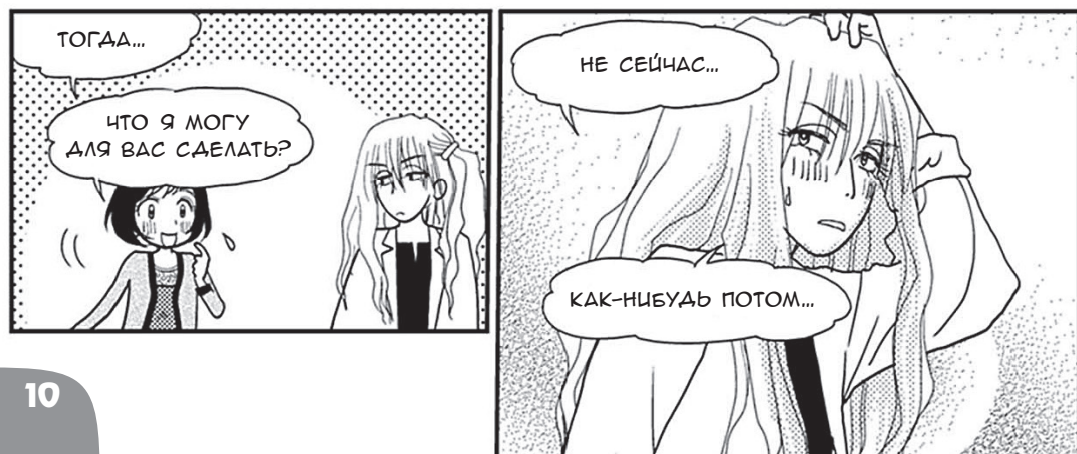
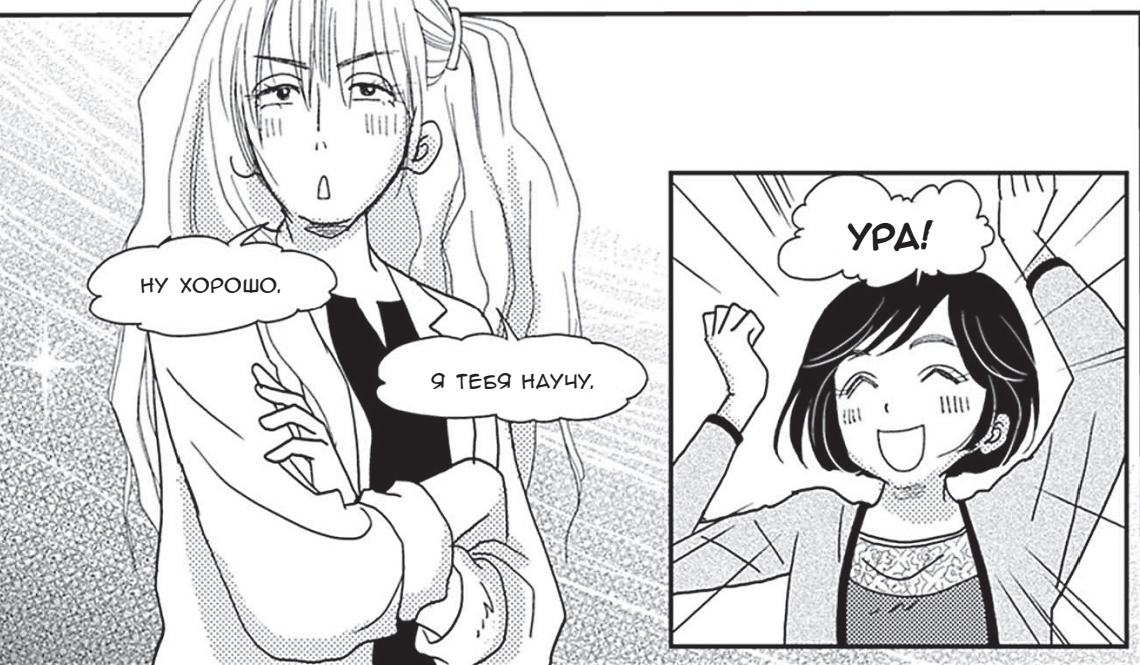
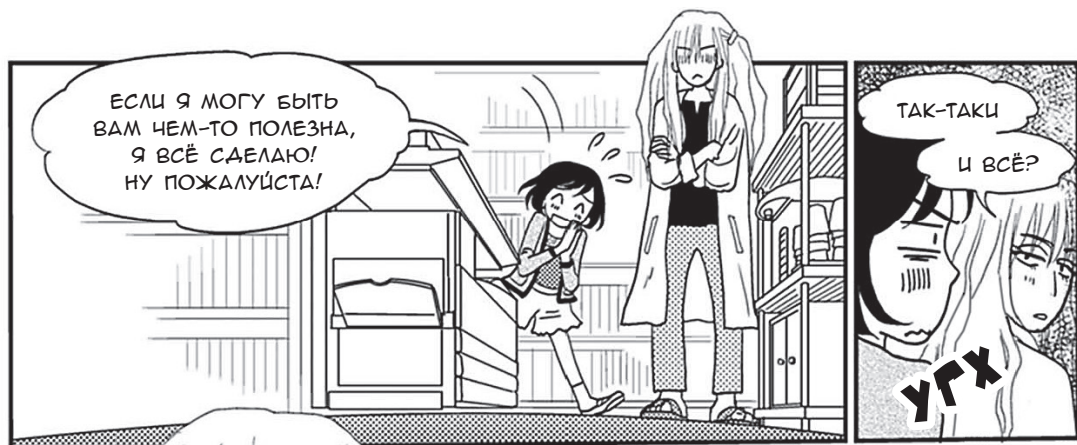
НЕ ГОВОРИТЕ ТАК,
ПОЖАЛУЙСТА!

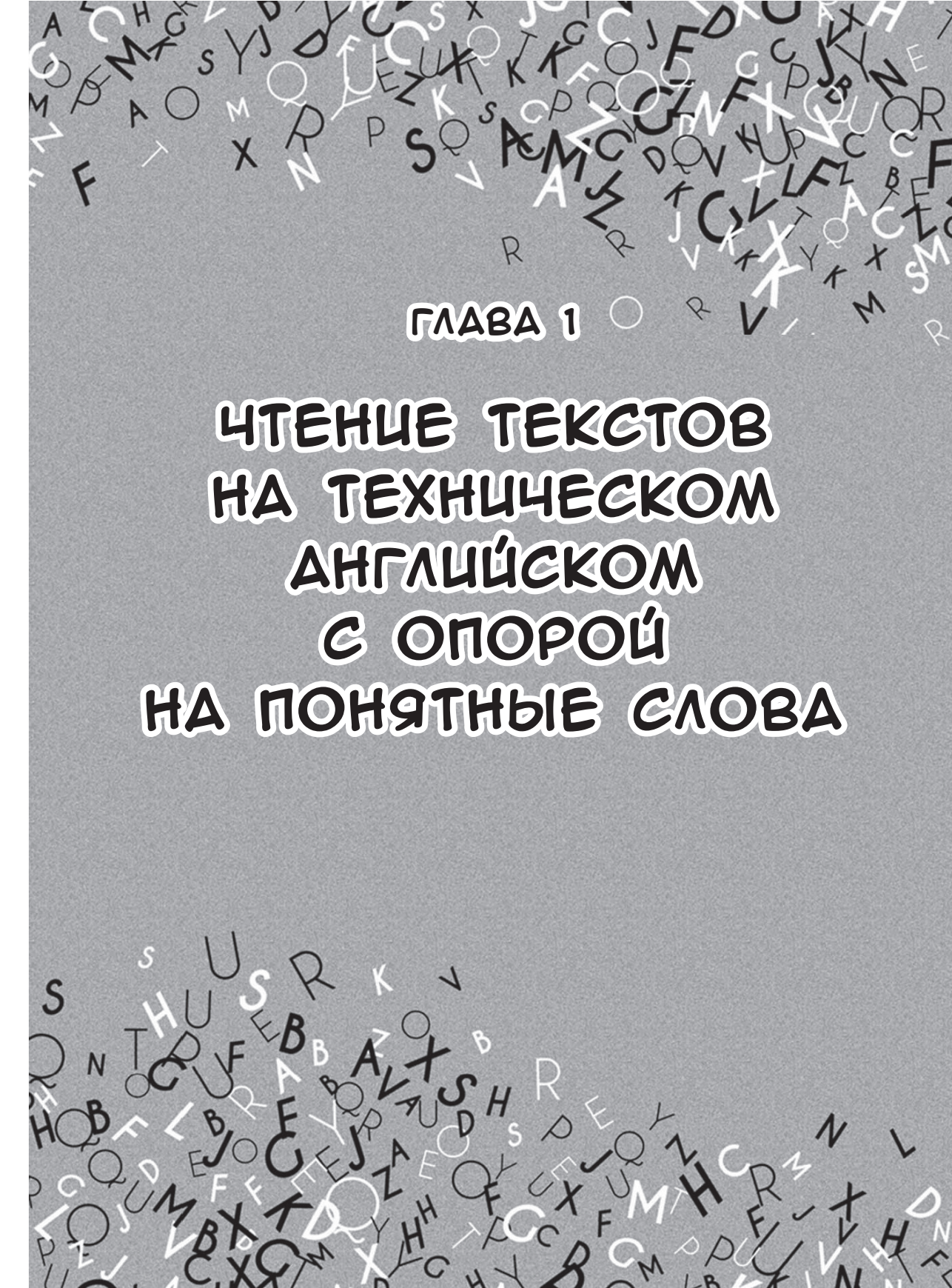
Я ОЧЕНЬ ПРОШУ!

ВОЛНА ЗАПАХА

М-М?



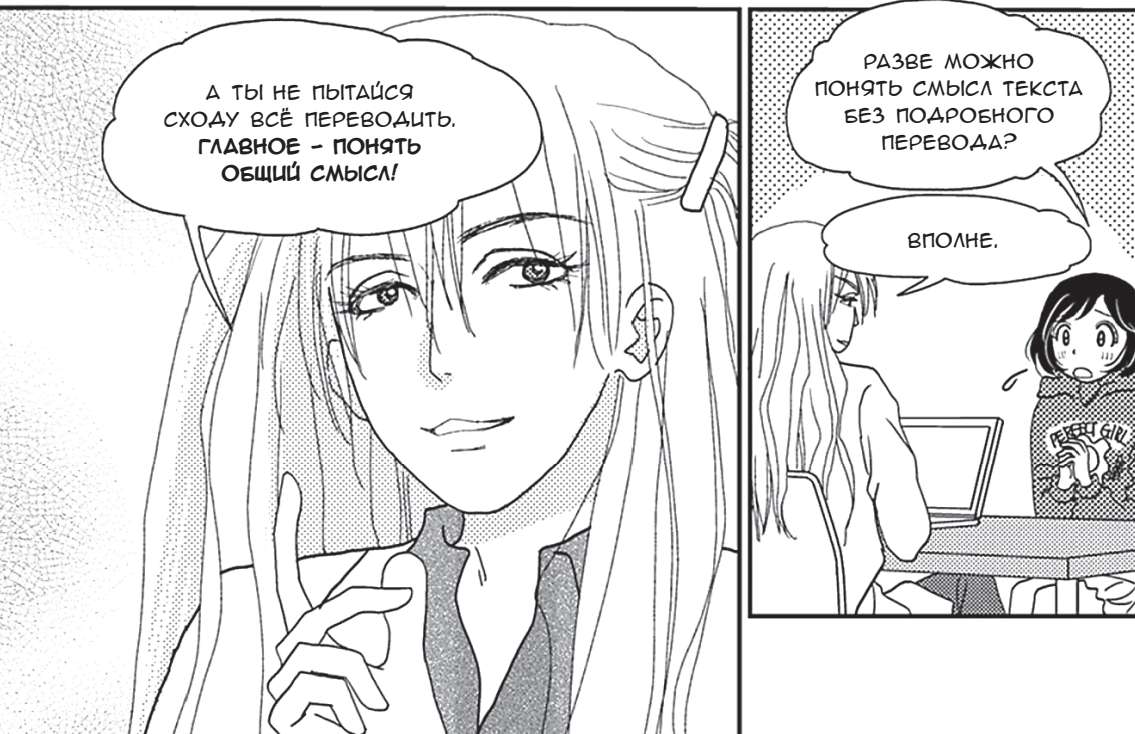
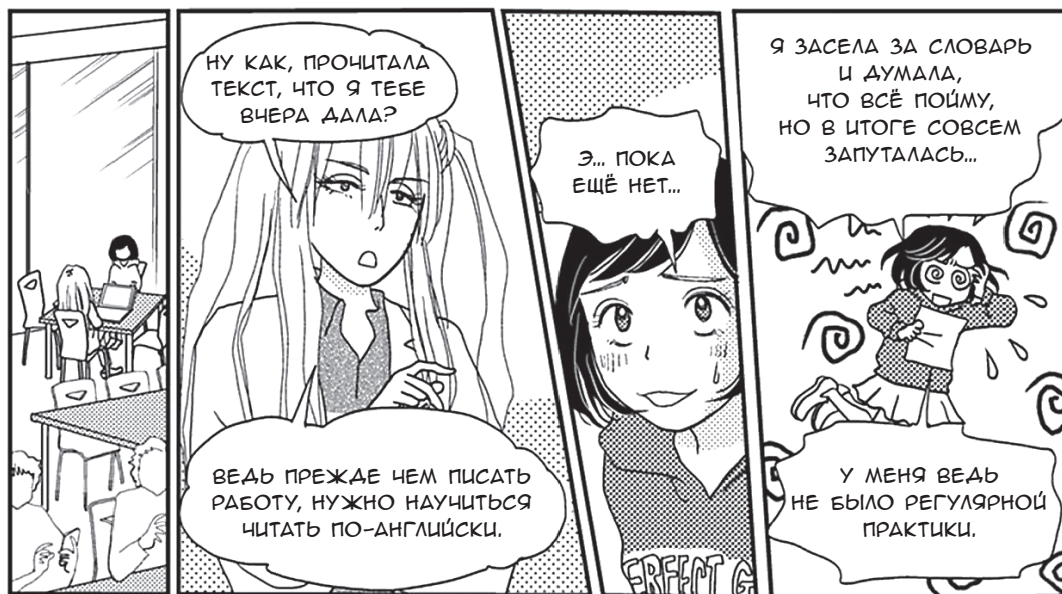


The background of the entire page is a light gray color. It is decorated with a dense, scattered pattern of various letters and symbols in black and white. The letters are of different sizes and orientations, creating a dynamic, abstract effect. Some letters are clearly legible, while others are partially obscured or tilted. The overall impression is one of a busy, intellectual environment.

ГЛАВА 1

ЧТЕНИЕ ТЕКСТОВ НА ТЕХНИЧЕСКОМ АНГЛИЙСКОМ С ОПОРОЙ НА ПОНЯТНЫЕ СЛОВА

1.1. МОЖНО ЧИТАТЬ ТЕКСТЫ, НЕ ЗНАЯ ГРАММАТИКИ, НО ПОНИМАЯ ОТДЕЛЬНЫЕ СЛОВА







ЗНАЧИТ, МЫ ПОКА
СОСРЕДОТОЧИМСЯ ТОЛЬКО
НА ТАКИХ СЛОВАХ.



РАССМОТРИМ НАШ ТЕКСТ
КАК ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ
ЗНАМЕНАТЕЛЬНЫХ СЛОВ.

Текст на английском языке

знаменательное слово знаменательное слово знаменательное слово
знаменательное слово знаменательное слово
знаменательное слово знаменательное слово знаменательное слово
знаменательное слово знаменательное слово знаменательное слово

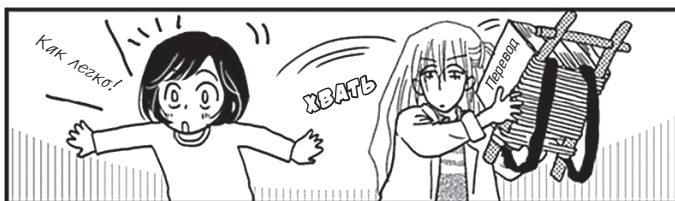
Э-Э-Э... А ТАК МОЖНО?



ДЛЯ ДЕТАЛЬНОГО
ПЕРЕВОДА...

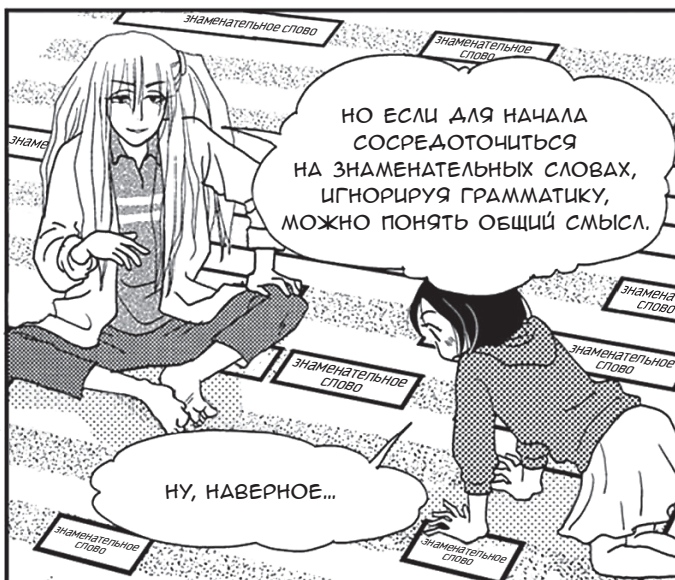
...НУЖНО ПОНИМАТЬ
НЕ ТОЛЬКО СМЫСЛ
СЛОВ,
НО И КАК ОНИ СВЯЗАНЫ,
ТО ЕСТЬ ЗНАТЬ ГРАММАТИКУ.
В ЭТОМ-ТО ВСЯ
И ТРУДНОСТЬ.

ОХ, ТЯЖКО!



Как легко!

ХВАТ!



НО ЕСЛИ ДЛЯ НАЧАЛА
СОСРЕДОТОЧИТЬСЯ
НА ЗНАМЕНАТЕЛЬНЫХ СЛОВАХ,
ИГНОРИРУЯ ГРАММАТИКУ,
МОЖНО ПОНЯТЬ ОБЩИЙ СМЫСЛ.

НУ, НАВЕРНОЕ...



ЕСЛИ ОБЪЕДИНИТЬ ИХ В ТАБЛИЦЕ, ВОТ ЧТО ПОЛУЧИТСЯ:

【 Виды знаменательных слов 】

Существительные	Предмет	собака, школа, природа	dog, school, nature
Глаголы	Действие	бежать, есть	run, eat
Прилагательные	Качество, свойство предмета	большой, сладкий	big, sweet
Наречия	Признак действия или предмета	медленно, очень	slowly, very

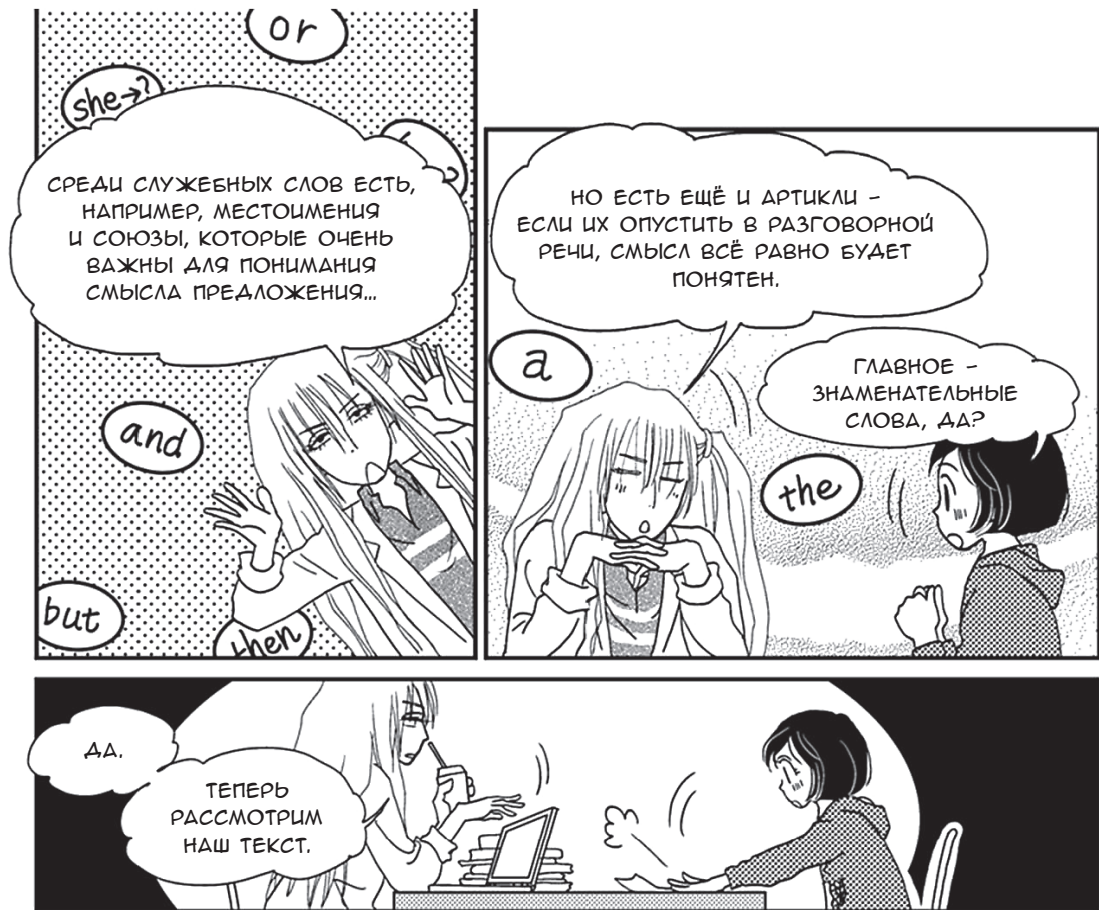
А ВОТ ВИДЫ СЛУЖЕБНЫХ СЛОВ.

【 Служебные слова 】

Артикли	a, an, the...	Вспомогательные глаголы	can, could, will, would, should...
Предлоги	in, at, for...	Местоимения	I, you, we, my, your, he, she, it...
Формы глагола be («быть»)	is, am, are...	Союзы	and, but, or...
Союзные слова	who, that, where, when, why, how...		

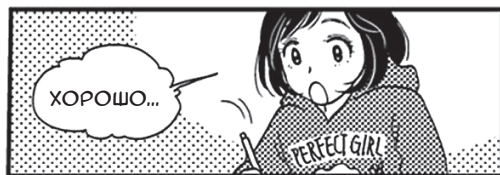
ВОТ ТАК.

УХ ТЫ, ВСЁ ПРОСТО И ПОНЯТНО!



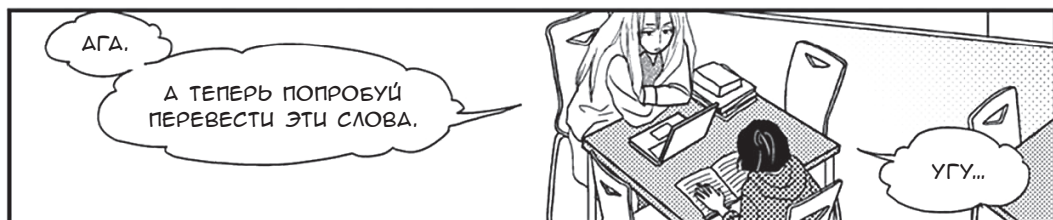
Color¹ information in a document is unconsciously considered essential in helping the understanding of the text content. For instance, readers rely on the use of color to grasp the outline of the document quickly. Furthermore, it has been shown that the colors in a document also effective in aiding the memorization and recognition of the text content. In this paper, we pursue the possibility of proposing the colors, which have cognitive associations with the content, to convey and strengthen the message delivered by the textual information.

¹ Здесь и ниже в текстах на английском языке используются американские нормы правописания (британская норма – *colour*). – Прим. ред.



color / information / document / unconsciously / considered / essential / helping / understanding / text / content / for instance / reader / rely / color / grasp / outline / document / quickly / showed / colors / document / effective / memorize / recognize / text / contents / paper / pursue / possibility / proposing / colors / have / cognitive / association / text / convey / strengthen / message / textual / information

ВОТ ТАК, АА?



Цвет, информация, документ, неосознанно, считается, необходимый, помогающий, понимание, текст, содержание, например*, читатель, полагаться, цвет, уловить, основы, документ, быстро, показал, цвета, документ, эффективный, запоминать, распознавать, текст, содержание, бумага, следовать, возможность, предполагая, цвета, иметь, смысловой, ассоциация, текст, передавать, усиливать, сообщение, текстовый, информация.

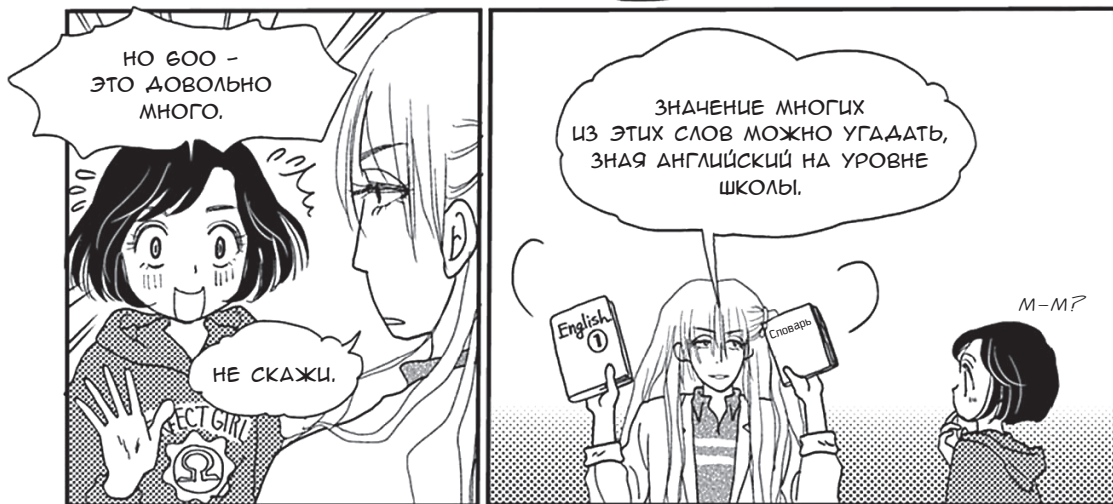
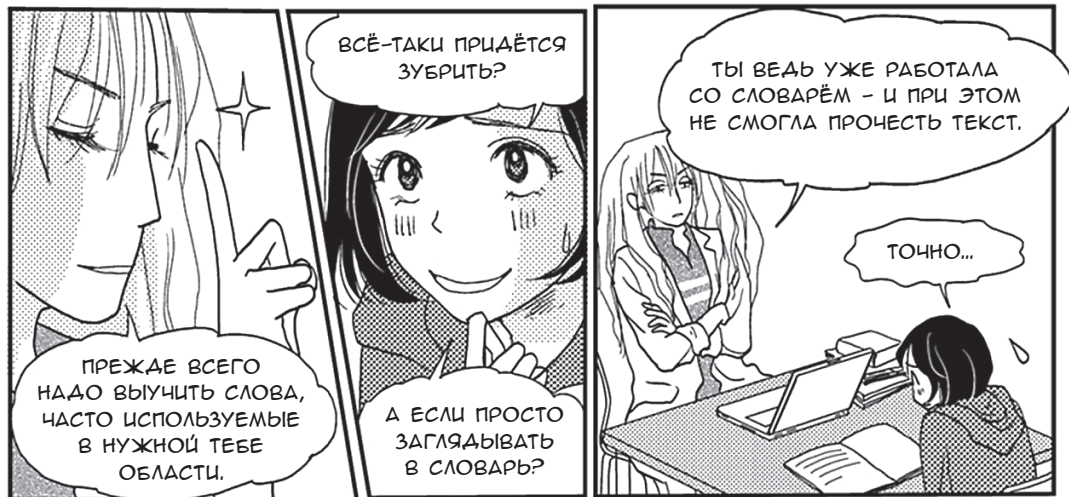
* В русском языке «например» не является знаменательным словом, но сочетание *for instance* («к примеру») здесь рассматривается как существительное с предлогом. – Прим. ред.

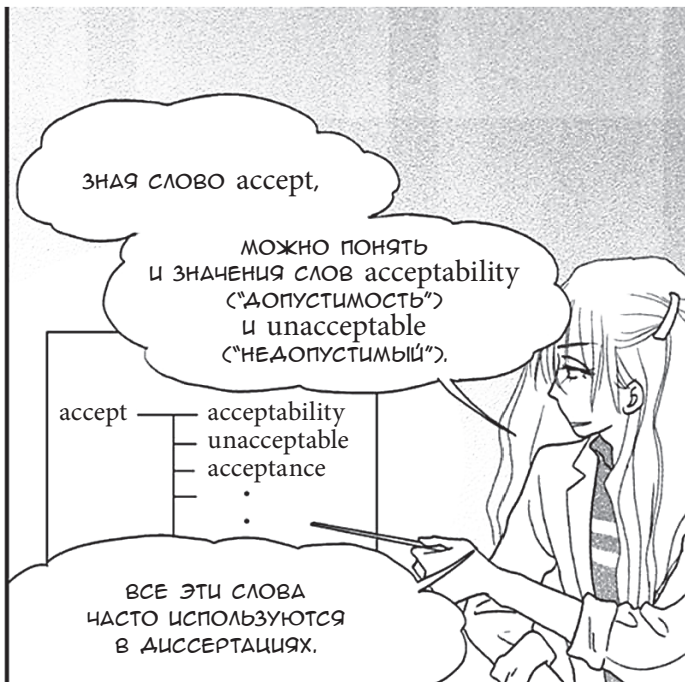
КАК-ТО ТАК ПОЛУЧАЕТСЯ...



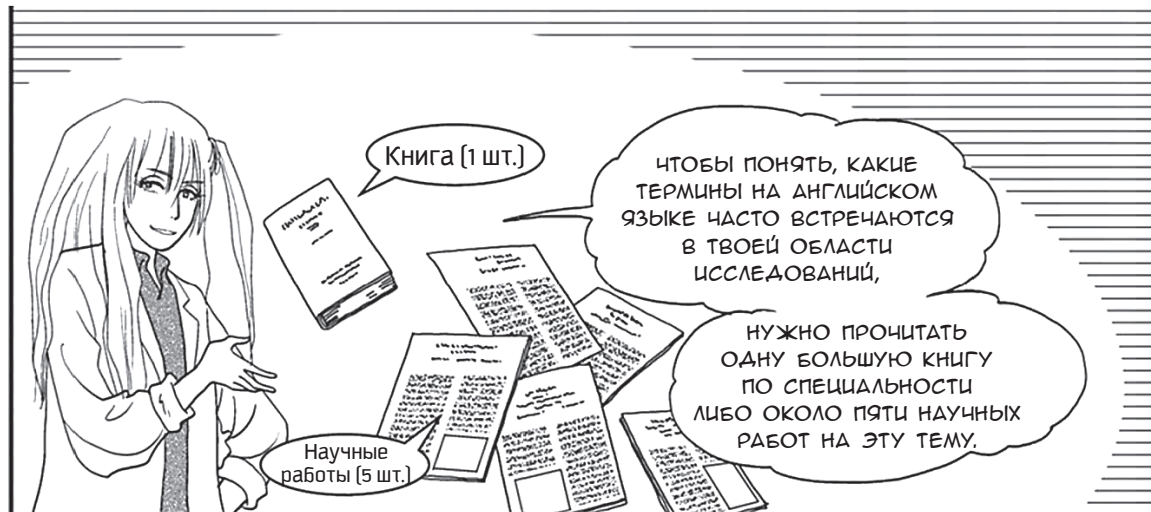


1.2. ТЕХНИЧЕСКАЯ ЛЕКСИКА В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

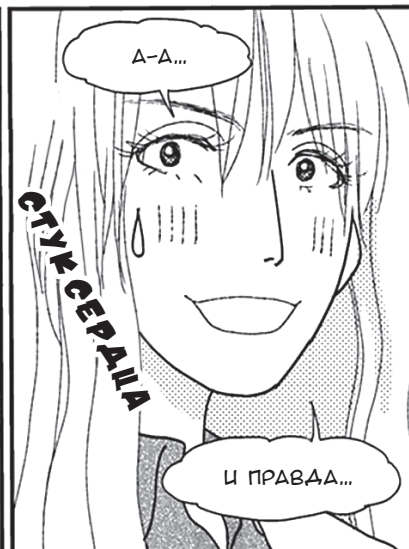
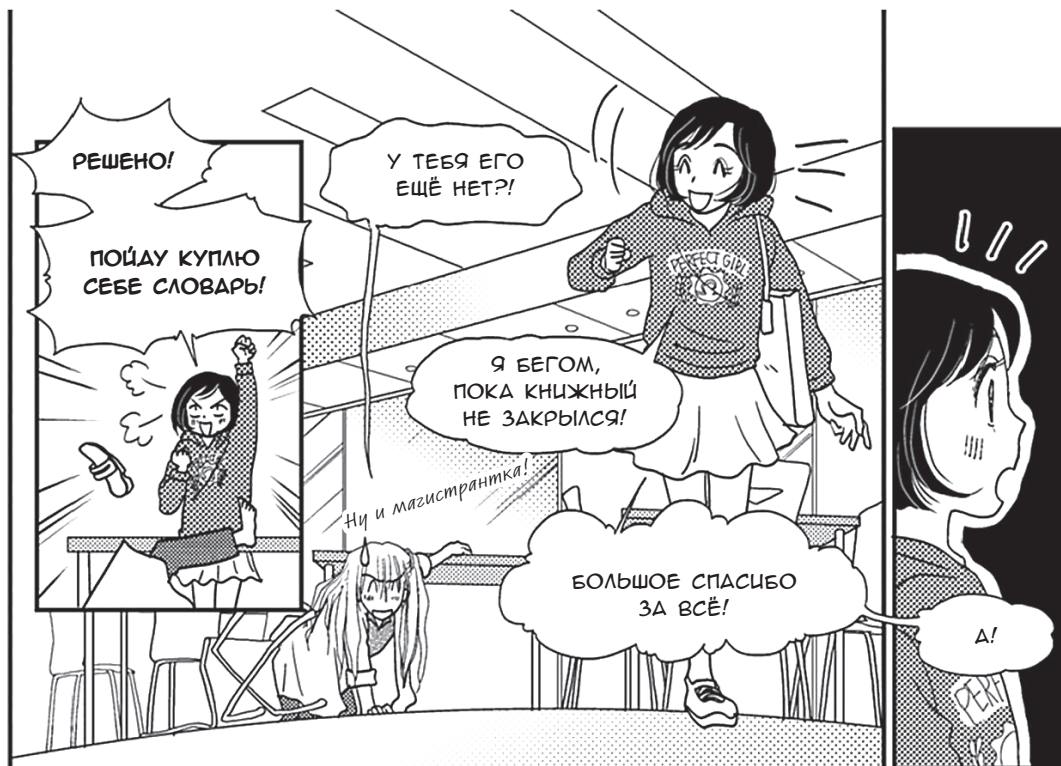


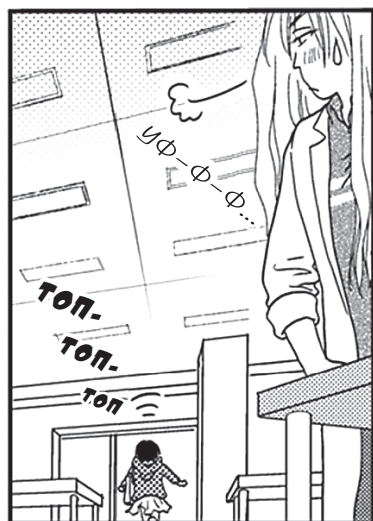
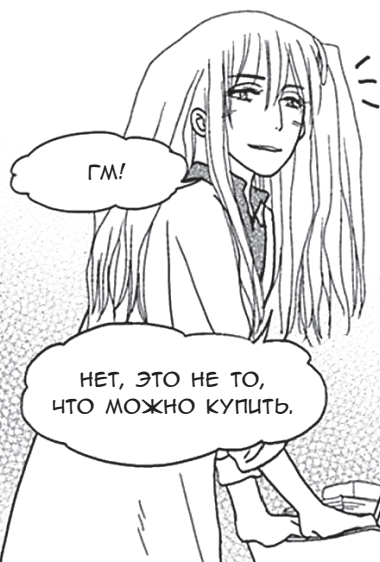












580 слов, часто используемых в научных работах

Слово	Часть речи	Значение	Справка
A absolute	П	абсолютный	an absolute value (абсолютное значение)
abstract	П	резюме, квинтэссенция	an abstract of the paper (резюме научной работы)
academic	П	академический, научный	an academic journal (научный журнал)
acceptable	П	приемлемый, допустимый	an acceptable sentence (допустимое предложение)
accidental	П	случайный	an accidental coincidence (случайное совпадение)
accordance	С	соответствие	according to Sakamoto, 2013 (согласно работе Сакамото, 2013 г.)
account	С	расчёт, учёт	account for the data (с учётом данных)
achieve	Г	достигать	achieve the goal (достигать цели)
acknowledge	Г	признавать	acknowledgment (признание, благодарность)
additional	П	дополнительный	in addition (в дополнение)
address	Г	заниматься, браться за...	address the issue (заняться проблемой)
adequate	П	адекватный, уместный	an adequate account (уместный расчёт)
admit	Г	принимать, полагать	as the author admits (как полагает автор)
adopt	Г	принимать, брать за основу	adopt the model (принять модель)
advance	Г	выдвигать, представлять	advance a new model (представить новую модель)
advantage	С	преимущество	an advantage of the approach (преимущество данного подхода)
affect	Г	влиять	affect the analysis (влиять на анализ)
affiliation	С	место работы/учёбы	a current affiliation (текущее место работы/учёбы)
agreement	С	согласие	there is little agreement on this point (по данному вопросу нет единого мнения)
aim	С	цель	the aim of this paper (цель данной работы)
alternative	П	альтернативный	an alternative explanation (альтернативное объяснение)
ambiguous	П	неоднозначный	an ambiguous expression (неоднозначное выражение)
amount	С	количество, объём	a large amount of data (большой объём данных)
analogous	П	аналогичный	analogous results (аналогичные результаты)
analysis	С	анализ, исследование	analyses (исследования, мн. ч.), analyze (анализировать)

Обозначения: С – существительное, П – прилагательное, Г – глагол, Н – наречие.

Слово	Часть речи	Значение	Справка
anonymous	П	анонимный	anonymous reviewers (анонимные рецензенты)
apparatus	С	аппарат, инструментарий	a conceptual apparatus (понятийный аппарат)
apparent	П	очевидный	an apparent counterexample (очевидный контрпример)
appendix	С	приложение	Appendix A (Приложение А); <i>используется без артикля</i>
applicable	П	применимый	apply to (применять к...)
approach	С	подход, подходить	approach the problem (подходить к проблеме)
appropriate	П	подходящий	an appropriate explanation (подходящее объяснение)
approximately	С	приблизительно	approximate (приблизительный)
arbitrary	П	произвольный	an arbitrary relationship (произвольная зависимость)
argument	С	спор	argue (спорить)
aspect	С	аспект	
associate	Г	ассоциировать, связывать	associate A with B (связывать А с В)
assumption	С	предположение	assume (предполагать)
attribute	С	атрибут	
attempt	Г	пытаться	attempt to explain (пытаться объяснить)
average	С	средний, среднестатистический	average value (среднее значение)
B background	С	предпосылка, история вопроса	
based	П	основанный	based on the previous research (основанный на предшествующих исследованиях)
basically	Н	в основном	basic (основной)
basis	С	основа, базис	
bibliography	С	библиография	
bold	С	жирный шрифт	
boundary	С	граница	
briefly	Н	кратко	brief (краткий)
C capture	Г	собирать (данные)	
categorize	Г	классифицировать	category (категория), categorization (категоризация, классификация)
central	П	центральный	
challenging	П	побуждающий, стимулирующий к работе	
characterize	Г	характеризовать	characteristic (характерный)

Слово	Часть речи	Значение	Справка
cite	Г	цитировать	citation (цитата)
claim	Г	утверждать	
clarify	Г	прояснять	clarification (прояснение)
classic	П	классический	
classification	С	классификация	classify (классифицировать)
clearly	Н	ясно	clear (ясный)
closely	Н	пристально	close (детальный, приближенный – о рассмотрении и т. п.)
clue	С	ключ	provide clues to answering (предоставить ключи к ответу)
coherent	П	связанный	coherence (связанность)
collaboration	С	сотрудничество	collaborate (сотрудничать)
column	С	столбец	the leftmost/rightmost column (крайний слева/ справа столбец)
common	П	общий	commonality (общность)
comparable	П	сравнимый	
comparative	П	сравнительный	compare A to/with B (сравнивать А с В)
compatible	П	совместимый	be compatible with A (быть совместимым с А)
competing	П	конкурирующий	two competing theories (две конкурирующие теории)
complementary	П	дополнительный	a complementary distribution (дополнительное распределение)
completely	Н	полностью	complete (полный, исчерпывающий)
complex	П	сложный, комплексный	complexity (сложность)
complicated	П	сложный	complicate (усложнять)
component	С	компонента	
comprehensive	П	общий, развёрнутый	
conceptual	П	концептуальный	concept (концепция)
concern	С	касательство	concerning the issue (касательно проблемы...)
conclusion	С	заключение	conclusive (заключительный), conclude (заключать)
concrete	П	конкретный	concretely (конкретно)
condition	С	условие	under the condition that S + V (при условии, что С + Г)
conduct	Г	проводить	conduct an experiment (проводить эксперимент)
conference	С	конференция	
confirm	Г	подтверждать	
conflicting	П	конфликтующий	conflict (конфликтовать)

Слово	Часть речи	Значение	Справка
conform	Г	соответствовать	
consensus	С	согласие	there is little consensus on A (по поводу А практически нет единого мнения)
consequence	С	следствие	consequently (следовательно...)
consider	Г	считать, полагать	reconsider (пересматривать)
considerable	П	значительный	considerably (значительно)
consist	Г	состоять	consist of two parts (состоит из двух частей)
consistent	П	совместимый, согласуемый	be consistent with A (согласоваться с А)
constant	П	постоянный	также «константа» (сущ.)
constitute	Г	составлять	be constituted by the elements (состоять из элементов)
constraint	С	ограничение	constrain (ограничивать)
construct	Г	конструировать, выстраивать	construct a system (построить систему)
construe	Г	толковать	construal (толкование)
content	С	содержимое	a table of contents (содержание)
continue	Г	продолжать	continuum (континуум)
contradict	Г	противоречить	contradict the assumption (противоречить предположению)
contrary	П	противоположный	contrary to the prediction (в противоположность гипотезе)
contrast	С	контраст	in contrast with A (по контрасту с А)
contribute	С	вносить вклад	contribute to A (вносить вклад в А)
controversial	П	спорный	
convenience	С	удобство	for convenience (для удобства)
convincing	П	убедительный	
cope	Г	справляться	cope with A (справляться с А)
correct	П	правильный, корректный	correctly (правильно)
correlation	С	корреляция	
correspond	Г	соответствовать	correspond to the previous study (соотноситься с предшествующими исследованиями)
corroborate	Г	подтверждать, подкреплять	
counterargument	С	контраргумент	
criterion	С	критерий	criteria (критерии, мн. ч.)
critical	П	критический	
criticize	Г	критиковать	criticism (критика)
crucial	П	существенно важный	

Слово	Часть речи	Значение	Справка
current	П	текущий	current issue (текущая задача)
customary	П	привычный	
D deal	Г	заниматься	deal with the problem (заниматься проблемой)
debatable	П	дискуссионный	be debatable whether S + V (спорно, что С + Г)
decisive	П	решающий	
define	Г	определять	definition (определение)
definitely	Н	определённо	definite (определённый)
degree	С	степень	to what degree (до какой степени)
delineate	Г	очерчивать	
demonstrate	Г	демонстрировать	
depend	Г	зависеть	depend on A (зависеть от А)
depth	С	глубина	in depth (тщательно, глубоко)
derive	Г	получать, извлекать	
describe	Г	описывать	description (описание)
deserve	Г	заслуживать	
designate	Г	означать	
desirable	П	желательный	
detail	С	деталь	in more detail (более детально)
detect	Г	обнаруживать	detectable (обнаружимый)
determine	Г	определять, детерминировать	
device	С	устройство, изобретение	devise (придумывать, разрабатывать)
devote	Г	посвящать	considerable attention has been devoted to the phenomenon (значительное внимание было уделено этому феномену)
diagram	С	диаграмма, график	
dichotomy	С	дихотомия	
difference	С	различие	differentiate (различать)
dimension	С	размерность	
direct	П	прямой	directly (прямо, непосредственно)
directionality	С	направленность	
discipline	С	дисциплина	interdisciplinary (междисциплинарный)
discussion	С	обсуждение	discuss (обсуждать)
display	С	показывать, выводить	
distinct	П	различный	
distinction	С	различение	distinctive (отличительный)
distinguish	Г	различать	

Слово	Часть речи	Значение	Справка
distribution	С	распределение	
diverse	П	разнообразный	diversity (разнообразие)
divide	Г	разделять	be divided into A and B (быть разделённым на А и В)
doubtful	П	сомнительный	doubt (сомневаться)
dual	П	двойной	
dubious	П	сомнительный	
E effective	П	эффективный	effect (эффект)
elaborate	Г	разрабатывать, вырабатывать	
element	С	элемент	
elsewhere		где-либо (в другом месте)	
elucidate	Г	проливать свет	
emergent	П	внезапно возникающий	emergent properties (внезапно появляющиеся свойства)
emphasize	Г	подчеркивать	emphasis (подчеркивание)
empirical	П	эмпирический	an empirical study (эмпирическое исследование)
employ	Г	использовать, привлекать	
enormous	П	огромный	
ensuing	П	вытекающий	
ensure	Г	обеспечивать, гарантировать	
entire	П	целый	entirely (в целом, полностью)
entitle	Г	озаглавливать	a paper entitled A (работа под названием А)
enumerate	Г	перечислять	
equally		в равной степени	equal (равный)
equivalent	П	эквивалентный	
equivocal	П	двусмысленный	
especially		особенно	
essential	П	существенный	essence (сущность)
establish	Г	устанавливать	
estimate	Г	оценивать	
evidence	С	доказательство, основание	evidently (очевидно)
evoke	Г	вызывать	
exact	П	точно	exactly (точный)
examine	Г	проверять	examination (проверка)
example	С	пример	
exception	С	исключение	

Слово	Часть речи	Значение	Справка
excerpt	С	выдержка, фрагмент	
exclude	Г	исключать	
exclusively	Н	исключительно	exclusive (исключительный)
exemplify	Г	пояснять	
exert	Г	проявлять, оказывать	exert influence on A (оказывать влияние на А)
exhaustive	П	исчерпывающий	
exhibit	Г	показывать, демонстрировать	
existing	П	существующий	exist (существовать)
expand	Г	расширяться	expansion (расширение)
experiment	С	эксперимент	an experimental approach (экспериментальный подход)
expertise	С	квалификация, опытность	expert (эксперт)
explanation	С	объяснение	explanatory (объяснительный)
explicate	Г	прояснять	
explicit	П	ясный, однозначный	explicitly (ясно)
explore	Г	исследовать	exploration (исследование)
extensive	П	обширный	extend (расширять)
extent	С	протяженность, степень	to the extent that S + V (до такой степени, что С + Г)
external	П	внешний	
extract	Г	извлекать	extract from A (извлечь из А)
extremely	Н	крайне	
extrinsic	П	нехарактерный, случайный	
F facet	С	аспект, грань	
facilitate	Г	способствовать, облегчать	
factor	С	фактор	
fairly	Н	довольно	
fallacious	П	ошибочный	
falsify	Г	фальсифицировать	
far-fetched	П	преувеличенный, натянутый	
fashion	С	манера	manner, way (синонимы)
favor	С	предпочтение	evidence in favor of A (доказательство в пользу А)
feasible	П	возможный	
feature	С	характеристика, черта	
figure	С	рисунок	Figure 1 (рисунок 1)
finding	С	вывод, открытие	

Слово	Часть речи	Значение	Справка
finite	П	ограниченный	
focus	Г	фокусироваться	focus on A (сфокусироваться на А)
following	П	последующий	as follows (как указано далее)
footnote	С	сноска	endnote (сноска в конце книги)
former	С	предшествующий	latter (последующий)
formulate	Г	формулировать	formula (формула, ед. ч.), formulae (формулы, мн. ч.)
foundation	С	основание	
framework	С	структура, основа	
fruitful	П	плодотворный	
fully	Н	полно, всеохватно	
function	С	функция	functional (функциональный)
fund	С	фонд	
fundamental	П	фундаментальный	
further	П	дальнейший	furthermore (более того)
G generalization	С	обобщение	generally (в общем), general (общий)
glossary	П	словарь	
grant	С	грант	this research was supported by a grant from A (данное исследование поддерживается грантом от А)
grasp	Г	схватывать, проникать	
grateful	П	благодарный	
guarantee	Г	гарантировать	
H handle	Г	управлять	
helpful	П	полезный	
henceforth	С	отсюда, с этого момента	hereafter (далее, ниже)
hierarchy	С	иерархия	
highlight	Г	подчёркивать	
highly	Н	весьма	
hitherto	Н	до сих пор	
horizontal	П	горизонтальный	
hypothesis	С	гипотеза	hypotheses (гипотезы, мн. ч.)
hypothesize	Г	предполагать	
I identical	П	идентичный	A is identical to B (А идентично В)
identify	Г	определять, устанавливать	identification (идентификация)
ignorant	П	не знающий	be ignorant of A (не знать об А)
illuminate	Г	проливать свет	

Слово	Часть речи	Значение	Справка
illustrate	Г	пояснять, иллюстрировать	illustration (пояснение, иллюстрация)
immediately	Н	немедленно	
immense	П	огромный	
impact	С	влияние	
imperfect	П	несовершенный	
implausible	П	неправдоподобный	
implication	С	значение	imply (означать, подразумевать)
implicit	П	подразумеваемый	
importance	С	важность	important (важный)
inadequate	П	неподходящий	
incidentally	Н	в этой связи	
incompatible	П	несовместимый	
independent	П	независимый	independent from/of A (независимый от А)
indicate	Г	указывать	
indirect	П	косвенный	indirectly (косвенно)
indispensable	П	необходимый	
individual	П	индивидуальный	
inevitable	П	неизбежный	inevitably (неизбежно)
infer	Г	заключать	inference (заклучение)
infinite	П	неограниченный	
influence	Г	влиять	influence on A (влиять на А)
inherent	П	присущий	inherently (по своей сути)
inherit	Г	перенять	
initial	П	изначальный	initially (изначально)
innovative	П	инновационный	
inquire	Г	узнавать	enquire (узнавать, наводить справки)
insightful	П	обладающий проницательностью	insight (проницательность, внезапное осознание)
inspection	С	рассмотрение	
instance	С	пример	for instance (например)
instantiate	Г	проиллюстрировать	
instrument	С	инструмент	
insufficient	П	недостаточный	
integral	П	неотъемлемый	
integrate	Г	интегрировать	
interaction	С	взаимодействие	interact (взаимодействовать), inetractive (взаимодействующий)

Слово	Часть речи	Значение	Справка
interface	С	область взаимодействия	
intermediate	П	промежуточный	
internal	П	внутренний	internally (внутри)
interpret	Г	интерпретировать	interpretation (интерпретация)
interval	С	интервал	
intimate	П	близкий	
intricate	П	сложный, запутанный	
intriguing	П	интригуемый	interesting (интересный)
intrinsic	П	внутренний	
introduction	С	введение	introduce (представлять, вводить)
intuitively	Н	интуитивно	intuitive (интуитивный), intuition (интуиция)
invalid	П	несостоятельный	
inventory	С	список	
investigate	Г	исследовать	
irrelevant	П	не относящийся (к делу)	
isolate	Г	изолировать	
issue	С	проблема, случай	
J jointly	Н	совместно	
justify	Г	оправдывать	
L label	Г	помечать, маркировать	
lacking	П	отсутствующий	
largely	Н	большой частью	
later	Н	позже	
leading	П	ведущий	lead to A (вести к А, повлечь за собой А)
length	С	длина	
likelihood	С	вероятность	the likelihood that S + V (вероятность того, что С + Г)
likewise	Н	подобно	
limitation	С	ограничение	
literature	С	литература	
locate	Г	размещать	
lower	П	нижний	at the lower right of Figure 1 (рисунок 1, справа внизу)
M magnitude	С	величина	
mainly	Н	в основном	main (основной)
maintain	Г	поддерживать	
major	П	значительный	

Слово	Часть речи	Значение	Справка
majority	С	большинство	minority (меньшинство)
manifest	Г	проявлять	manifestation (проявление)
marginal	П	крайний	marginally (минимально)
material	С	материал	
mean	С	среднее	
meaningful	П	многозначительный	meaning (значение), mean (иметь в виду)
mechanism	С	механизм	
mediate	Г	посредничать	
mention	Г	упоминать	
merit	С	достоинство	demerit (недостаток)
method	С	метод	methodology (методология)
minor	П	менее существенный	
misleading	С	обманчивый	
mistake	С	ошибка	mistaken (ошибочный)
modify	Г	модифицировать	modification (модификация)
mostly	Н	в основном	
motivate	Г	мотивировать	motivation (мотивация)
multiply	Г	умножать	
mutual	П	совместный	
N namely	Н	а именно	
natural	П	натуральный	natural number (натуральное число)
normal	П	обычный, в рамках нормы	
notable	П	выдающийся	
notation	С	система обозначений	
noteworthy	П	значительный	
notice	Г	замечать	
notion	С	соображение, идея	
novel	П	новый	
numerous	П	многочисленный	
O object	С	объект	
objective	С	цель	также «объективный» (прил.)
observation	С	наблюдение	observe (наблюдать)
obtain	Г	получать, добывать	
obvious	П	очевидный	obviously (очевидно)
odd	П	нечётный	an odd number (нечётное число)
opposite	П	противоположный	

Слово	Часть речи	Значение	Справка
opposition	С	противоположность	oppose (противостоять)
optional	П	необязательный	option (опция)
ordinary	П	обычный, ординарный	
organize	Г	организовывать	
original	П	оригинальный	origin (источник, происхождение)
otherwise	Н	в противном случае	
outcome	С	результат	
overall	П	общий	
overlap	С	наложение	
overlook	Г	не замечать, выпустить из виду	
overview	С	общее представление	
P pair	С	пара	a pair of elements (пара элементов)
paper	С	работа, материал	article (статья)
paradigm	С	парадигма	
parallel	П	параллельный	
paraphrase	Г	перефразировать	
parenthesis	С	круглые скобки	parenthesize (заключать в скобки)
partial	П	частичный	
participate	Г	участвовать	participate in the experiment (участвовать в эксперименте)
particular	Н	особенно	particular (особенный)
partly	Н	частично	part (часть)
percentage	С	процент	5 percent (5 процентов; <i>используется форма ед. ч.</i>)
perfect	П	совершенный, идеальный	
perform	Г	осуществлять	performance (исполнение)
peripheral	П	периферийный	
perspective	С	перспектива	from the perspective of A (с позиции А)
persuasive	П	убедительный	
pervasive	П	распространяющийся	
phase	С	фаза	
phenomenon	С	явление, феномен (ед. ч.)	phenomena (явления, феномены (<i>мн. ч.</i>))
pivotal	П	центральный	
plausible	П	правдоподобный	
portion	С	часть	
pose	Г	излагать, представлять	

Слово	Часть речи	Значение	Справка
posit	Г	утверждать	
position	С	позиция	
possibility	С	возможность	
precede	Г	предшествовать	in the preceding section (в предыдущем разделе)
precisely	Н	точно	precise (точный)
preclude	Г	устранять	
predict	Г	предсказывать	predictable (предсказуемый)
predominant	П	преобладающий	predominantly (преимущественно)
preliminary	П	предварительный	Preliminary Remarks (предварительные замечания)
premise	С	предпосылка	
prerequisite	С	предварительное условие	
present	П	настоящий	presently (в настоящее время)
presentation	С	презентация	an oral presentation (устная презентация)
presume	Г	предполагать	
presuppose	Г	предполагать	
previous	П	предыдущий	previous studies (предшествующие исследования)
primary	П	основной, первичный	primarily (главным образом, в первую очередь)
principal	П	основной, принципиальный	
principle	С	принцип	
prior	П	предыдущий	prior to this research (до данного исследования...)
problem	С	проблема	problematic (проблематичный)
procedure	С	процедура	
proceed	Г	развиваться	conference proceedings (научные работы конференции)
proper	П	правильный	properly (корректно, как следует)
property	С	свойство, собственность	
propose	Г	предлагать	proposal (предложение)
proportion	С	пропорция	proportional (пропорциональный)
prove	Г	доказывать	proof (доказательство)
purpose	С	цель	
pursue	Г	преследовать	
Q quality	С	качество	qualitative (качественный)
quantity	С	количество	quantitative (количественный)
question	С	вопрос	questionable (сомнительный, спорный)

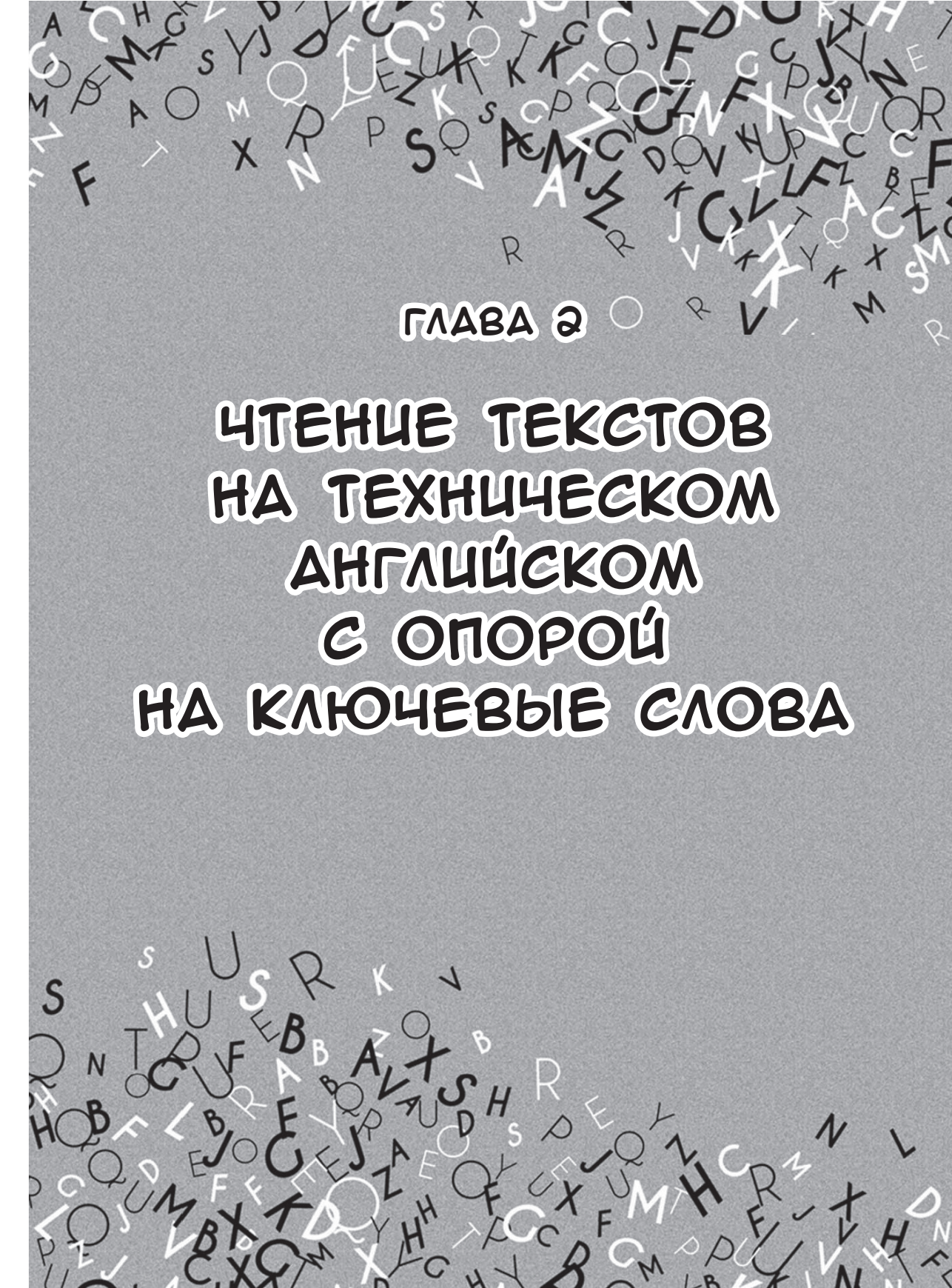
Слово	Часть речи	Значение	Справка
questionnaire	С	анкета, вопросник	
quite	Н	довольно, вполне	
quote	Г	цитировать	quotation (цитата)
R radical	П	радикальный	radically (совершенно, полностью)
random	П	произвольный	randomly (произвольно)
range	С	область, диапазон	
rare	П	редкий	
rather	Н	скорее	rather than A (скорее, чем А; с большей вероятностью, чем А)
ratio	С	пропорция	by a ratio of 2:1 (в пропорции 2 к 1)
reaction	С	реакция	react (реагировать)
readily	Н	охотно, с готовностью	
realize	Г	понимать, осуществлять	realization (понимание, осуществление)
realm	С	область	domain (область, сфера)
reasonable	П	разумный	reason (причина)
recall	Г	вспоминать	
recognize	Г	узнавать	pattern recognition (распознавание паттернов)
recurrent	П	повторяющийся	recurrent networks (рекуррентные сети)
reduce	Г	снижать, сокращать	reductive (уменьшающий, сокращающий)
redundant	П	избыточный	
refer	Г	ссылаться	refer to A (обратитесь к А, см. А)
refine	Г	очищать	
reflect	Г	отражать	
refrain	Г	воздерживаться	refrain from A (воздерживаться от А)
regard	Г	рассматривать	regarding A (касательно А)
relate	Г	относиться	related to A (относится к А)
relationship	С	отношение	in relation to B (в отношении В)
relative	П	относительный	relatively (относительно)
relevant	П	относящийся (к делу)	
reliable	П	надёжный	
remainder	С	остаток	the remainder of this article (заключительная часть статьи)
remarkable	С	значительный	remark (замечание, ремарка)
rephrase	Г	перефразировать	
represent	Г	представлять	representative (репрезентативный)
requirement	С	требование	require (требовать)
research	С	исследование	study (исследование, работа)

Слово	Часть речи	Значение	Справка
resemblance	С	сходство	
resolve	Г	решать	resolution (решение)
resort	Г	прибежище, надежда	as a last resort (в качестве последнего средства)
respect	С	отношение	in this respect (в этом отношении)
respective	П	соответственный	respectively (соответственно)
respond	Г	отвечать, коррелировать	respond to A (отвечать А)
responsible	П	ответственный	responsible for A (ответственный за...)
rest	С	остаток	the rest of this article (остальная часть статьи)
restrict	Г	ограничивать	restriction (ограничение)
reveal	Г	обнаруживать	revealing (показательный, раскрывающий суть)
review	Г	рассматривать	reviewer (рецензент, исследователь)
revise	Г	проверять	
revisit	Г	пересматривать	rethink (пересматривать, синоним)
rigid	П	строгий, не допускающий отступлений	
roughly	Н	приблизительно	
S sake	С	цель	for the sake of convenience (для удобства)
satisfy	Г	удовлетворять	satisfying (удовлетворительный)
schematize	Г	схематизировать	schematization (схематизация)
scientific	П	научный	science (наука)
scope	С	масштаб, пределы	
secondary	П	второстепенный	
selective	П	отборный	select (выбирать)
separately	Н	по отдельности	separate (разделять)
series	С	серия	a series of experiments (серия экспериментов)
serve	Г	служить	
sharp	П	резкий	sharply (резко)
shift	Г	смещать, сдвигать	
shortcoming	С	недостаток	
significance	С	значительность	significant (значительный)
similarity	С	сходство	similar to A (похожий на А)
simplify	Г	упрощать	simply (просто)
simulation	С	симуляция	
simultaneous	П	одновременный	simultaneously (одновременно)
situate	Г	располагать	situation (ситуация)
sketch	Г	изображать схематично, в общих чертах	

Слово	Часть речи	Значение	Справка
slightly	Н	немного	slight (слабый, незначительный)
solely	Н	исключительно	
solution	С	решение	solve (решать)
somewhat	Н	немного	
specialize	Г	уточнять, детализировать	special (особенный)
specific	П	специфичный, характерный	specify (устанавливать, определять)
standart	П	стандартный	
state	Г	утверждать	statement (утверждение, заявление)
statistics	С	статистика	statistical (статистический)
stem	Г	возникать, вытекать	stem from A (вытекать из А)
straightforward	П	непосредственный	
stress	Г	подчеркивать	
strictly	Н	строго	strictly speaking (строго говоря)
striking	П	поразительный	strikingly (поразительно)
strongly	Н	сильно	strength (сила)
structure	С	структура	structural (структурный)
subject	С	субъект, тема	
subjective	П	субъективный	
sunsequent	П	последующий	subsequently (впоследствии)
substantial	П	существенный	
substantiate	Г	обосновывать	substantive (содержательный, обоснованный)
subtle	П	тонкий, трудноразличимый	
succeeding	П	дальнейший, следующий	in the succeeding chapters (в следующих главах)
sufficient	П	достаточный	sufficiently (достаточно)
suggest	Г	предлагать	
suitable	П	подходящий	
sum	С	сумма	summarize (суммировать, резюмировать, обобщать)
support	Г	поддерживать	supportive (поддерживающий)
suppose	Г	предполагать	
survey	Г	исследовать, делать обзор	
symmetric	П	симметричный	
synthetic	П	синтетичный, составной	synthesize (синтезировать)
system	С	система	systematic (систематический)
T table	С	таблица	Table 1 (Таблица 1; пишется без артикля)
technical	П	формальный	technically speaking (формально говоря)
template	С	шаблон	

Слово	Часть речи	Значение	Справка
tendency	С	тенденция	tend to A (склоняться к А)
tentative	П	пробный	
term	С	термин	in terms of A (с точки зрения А, с учётом А)
terminology	С	терминология	
test	Г	тестировать	testable (способный быть измеренным, проверенным)
theory	С	теория	theoretical (теоретический)
therefore	Н	следовательно	
thesis	С	тезис, положение	
thorough	П	тщательный	thoroughly (тщательно)
total	С	целое	a total of 100 materials (всего 100 материалов)
traditional	П	традиционный	
treat	Г	обращаться с	treatment (обработка, практическое изучение)
trigger	Г	инициировать, вызывать	
twofold	П	двойной, удвоенный	threefold (тройной, утроенный)
typical	П	типичный	
U ubiquitous	П	повсеместный	ubiquity (повсеместность)
ultimately	Н	в конечном счёте	ultimate (окончательный)
underlie	Г	лежать в основе	underlying (лежащий в основе)
underline	Г	подчёркивать	
understand	Г	понимать	understandable (понятный)
unify	Г	унифицировать	unified (унифицированный, подведённый под общий стандарт)
unique	П	уникальный	peculiar (особенный)
unit	С	единица, штука	
universal	П	универсальный	universality (универсальность)
unknown	П	неизвестный	well-known (хорошо известный)
unlike	Предл.	в отличие от...	
upper	П	верхний	at the upper left of Figure 1 (рисунок 1, слева вверх)
useful	П	полезный	useless (бесполезный)
utilize	Г	использовать	utility (полезность)
V vague	П	неопределённый	obscure (туманный, неочевидный – синоним)
validity	С	правомерность, актуальность	valid (действительный, актуальный – о данных и т. п.)
value	С	ценность	valuable (ценный)
variable	С	переменная	

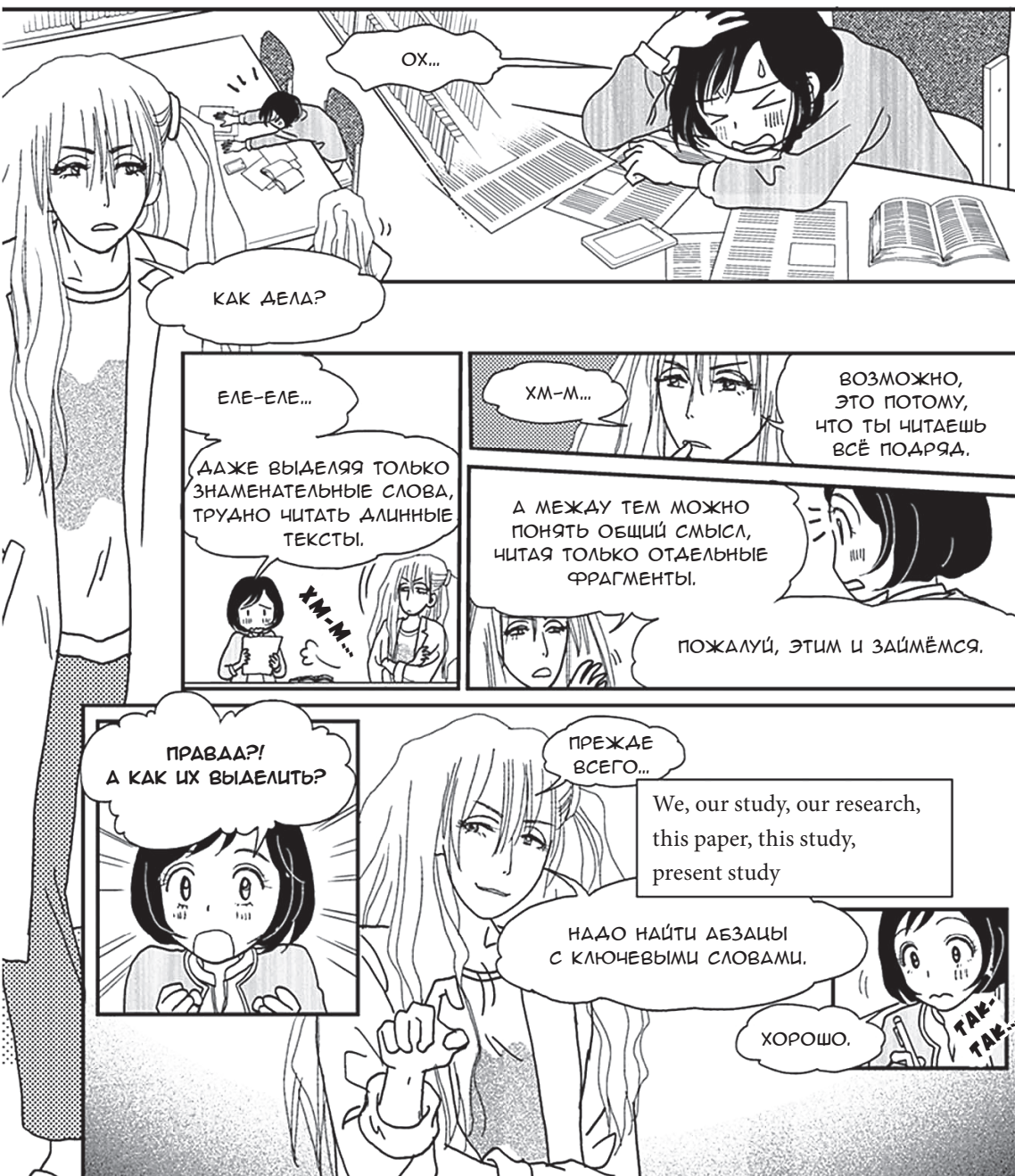
Слово	Часть речи	Значение	Справка
variation	С	изменение	
variety	С	разнообразие	a variety of factors (разнообразие факторов)
various	П	разнообразные	vary (различаться)
verify	Г	проверять	verification (проверка, подтверждение)
vertical	П	вертикальный	vertically (вертикально)
view	С	мнение, взгляд	
viewpoint	С	точка зрения	from the viewpoint of A (с точки зрения А)
virtually	Н	фактически, в сущности	virtual (виртуальный, смоделированный, воображаемый)
virtue	С	достоинство	by virtue of the fact that S + V (на основании того факта, что С + Г)
vital	П	критически важный	
W weakness	С	слабость	weaken (слабый)
widely	Н	широко	broad (широкий – синоним wide)
worthwhile	П	стоящий, полезный	
worthy	П	достойный, стоящий	worthy of further investigation (стоящий того, чтобы продолжить исследование)
Y yield	Г	склоняться, уступать	

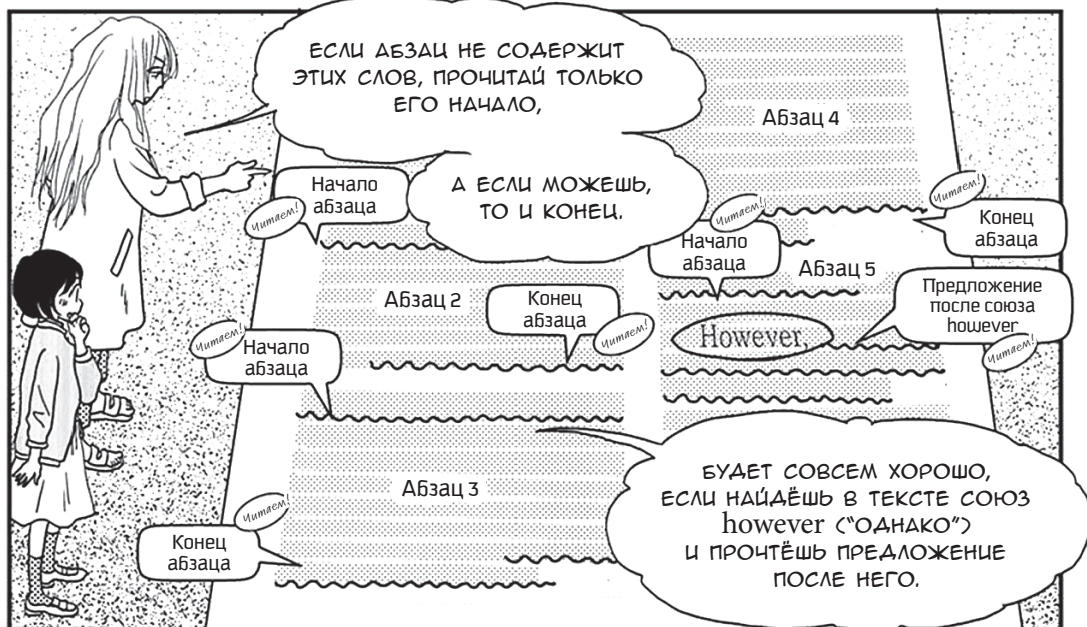
The background of the entire page is a light gray color. It is decorated with a dense, scattered pattern of various letters, numbers, and symbols in different colors (black, white, gray, and light blue). The characters are of various sizes and are oriented in different directions, creating a dynamic and abstract visual effect. Some characters are bold, while others are thin. The overall impression is that of a digital or technical theme.

ГЛАВА 2

ЧТЕНИЕ ТЕКСТОВ НА ТЕХНИЧЕСКОМ АНГЛИЙСКОМ С ОПОРОЙ НА КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

2.1. ВЫДЕЛИМ ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ ДЛЯ ЧТЕНИЯ ФРАГМЕНТЫ ТЕКСТА





The advertisement (hereafter, ad) is an essential element of market economy. However, ads tend to be the most frustrating factor for website users because the positions of the ads are variable. For example, there are three positions for ad placement, as shown in Figure 1. Figure 1(a) shows the Up layout and the Inner-right-up layout, which is inserted in the news article. Figure 1(b) shows the Right-up layout. Unfortunately, when the ads are inserted in these high attention positions, they reduce the readability of the news articles.

Users visit news websites to find and read the information they need. A previous study points out the importance of the readability of information on websites – such as news websites, and how ads inserted in high attention positions may reduce content readability. However, as ad revenues are necessary for the operation of news websites, placing the ads in high attention positions also becomes a necessity.

When the ads on websites attempt to gain the user's attention, they compete with other elements and content of the website, such as articles, headlines, illustrations, etc. Therefore, previous studies have focused on the optimal placements for ads in order to increase user attention. And they have found that although users tend to ignore ads for the most part, attention levels can be increased by optimal placements. However, it is also important to consider the impressions, such as the emotions evoked, as a result of drawing their attention to the ads. Previous studies have assumed that there is a trade-off relation between the degree of a user's attention and the strength of the impression made by an ad, and have attempted to analyze these factors from the viewpoint of multi-objective optimization.

Previous studies have pursued the optimization of web layouts for effective ads. In this study, we also explore the optimal ad placements for high attention, effective impression, and high readability at the same time. The experiments will involve participants who are asked to view and provide feedback on a variety of page layouts on news websites. These results are then analyzed from the viewpoint of multi-objective optimization.

In this study, we conducted psychological experiments to explore the effective placement of ads in news websites. The participants of the experiment watch various types

of news website samples in which ads are positioned in various layouts. Through these experiments, we measured (1) the eye fixations on the ads, (2) the impression of the ads in relation to the contents of the negative news articles, and (3) the readability of the news content.

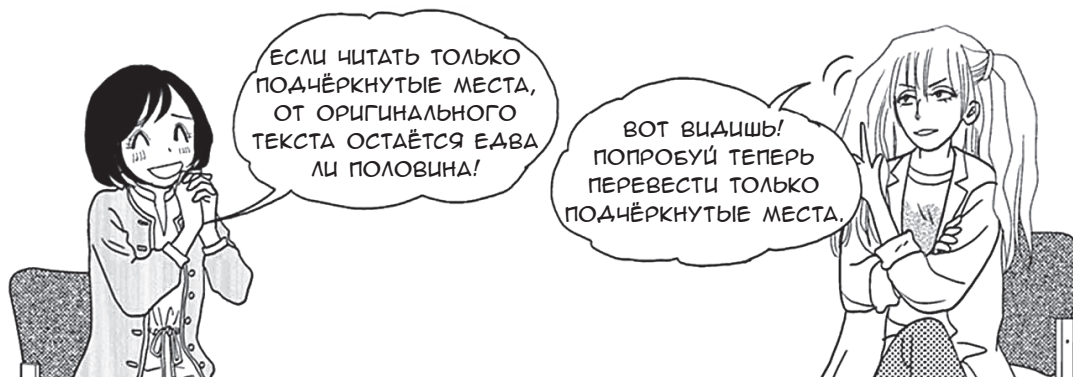
We used six ad categories with high insertion frequency for three months: (1) service; (2) finance; (3) real estate; (4) information and communication; (5) cosmetics; and (6) leisure. The layouts employed in the experiments were the ten patterns as shown in Figure 2, where the bold square indicates the advertisement.

We conducted the following three types of psychological experiment in order to explore effective placements of ads in news websites. In each experiment, 20 participants randomly viewed 12 news website samples.

Table 1 shows the results of experiment 1. In this table, the rows indicate the three evaluation criteria for the eye fixation on the ads, while the columns indicate the 10 types of web layouts. The layouts that are high in value are the inner-right-up layout and inner-left-down layout. These results indicate that the eyes move across the ads when the ads are located at positions close to the news articles being read by the user.

Table 2 shows the results of experiment 2. In this table, the rows show the 2 types of SD scales. The up layout is high in value and the inner-right-down layout is low in value. These results are conflicting to the results of experiment 1.

Table 3 shows the results of experiment 3. In this table, the rows show the two types of SD scales. The layouts that are high in value are the down layout and the right-down layout, while the inner-left-up layout is low in value. Therefore, these results indicate that the level of attention achieved is in negative correlation to readability.





Абзац 1 Реклама (сокращённо ad) является необходимым элементом рыночной экономики. Однако для посетителей веб-сайтов она может быть самым раздражающим обстоятельством, потому что всё время появляется в разных местах. Когда рекламное объявление неожиданно всплывает там, куда обращено внимание пользователя*, это снижает читабельность новостных статей.

Абзац 2 Необходимо размещать рекламу в местах, привлекающих внимание.

Абзац 3 В борьбе за внимание пользователей рекламные объявления на веб-сайтах конкурируют с другими элементами: статьями, заголовками, иллюстрациями и т. д. Но также важно учитывать, какое впечатление производит на пользователя реклама, которая его зацепила. В предыдущих исследованиях предполагалось, что степень внимания пользователя и сила воздействия рекламы связаны напрямую, и был проведён анализ данных показателей с точки зрения многоцелевой оптимизации.

Абзац 4 В настоящем исследовании мы изучаем оптимальное расположение рекламных объявлений, которое привлекало бы внимание к рекламе, создавало хорошее впечатление от неё и при этом не снижало читабельность сайта. Участников эксперимента попросят просмотреть несколько новостных веб-сайтов различного формата и поделиться своими впечатлениями.

Абзац 5 В данном исследовании мы провели психологический эксперимент, чтобы оценить эффективность расположения рекламы на новостных сайтах.

Абзац 6 Мы использовали шесть категорий рекламных объявлений с высокой частотой размещения на протяжении трёх месяцев.

Абзац 7 Чтобы определить эффективность расположения рекламы на новостных сайтах, мы провели три типа психологических экспериментов.

Абзац 8 В таблице 1 представлены результаты эксперимента 1. Эти результаты показывают, что когда рекламное объявление размещено близко к тексту новостной статьи, во время чтения статьи пользователь лишь пробегает взглядом по рекламе.

Абзац 9 В таблице 2 представлены результаты эксперимента 2. Они противоречат результату эксперимента 1.

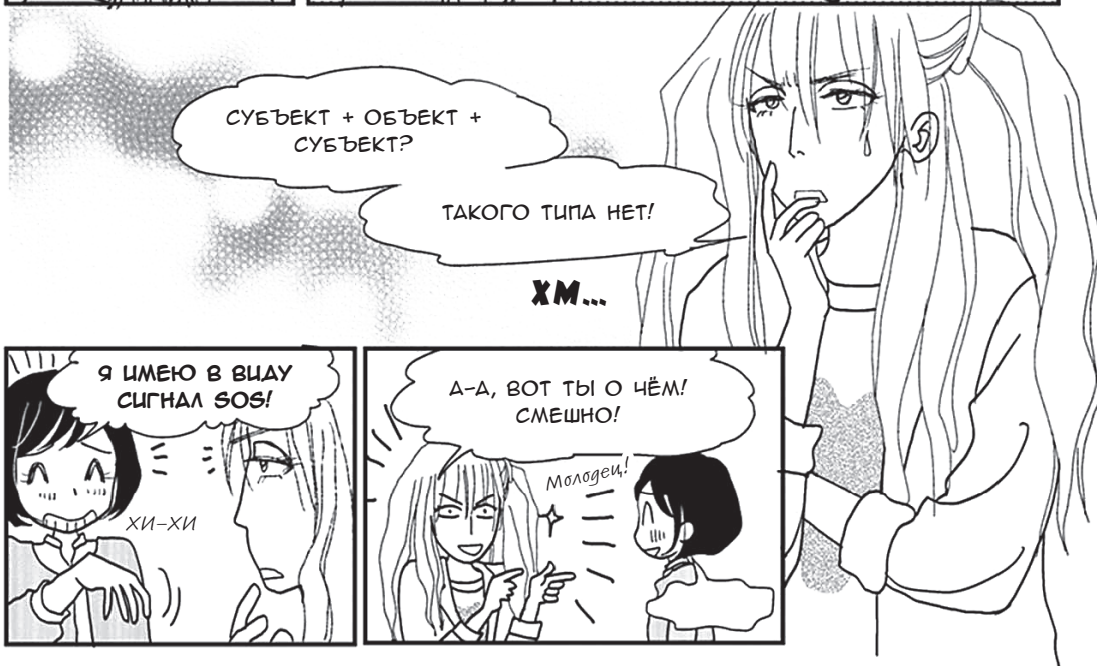
Абзац 10 В таблице 3 представлены результаты эксперимента 3. Они показывают, что высокий уровень внимания к рекламе снижает читабельность сайта.

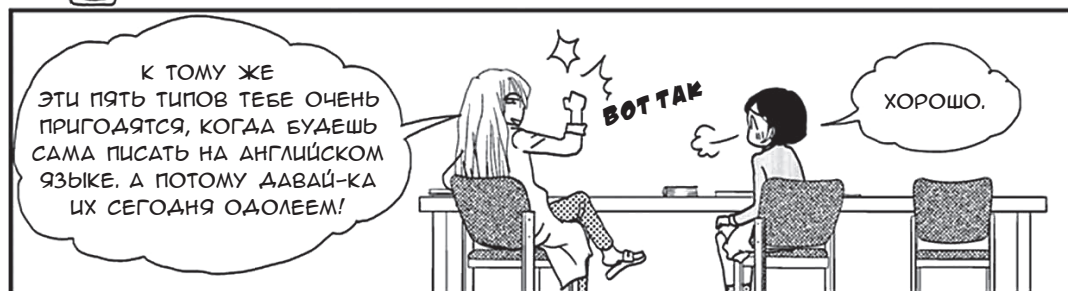
* Дословно: «В местах, привлекающих большое внимание».



2.2. ЧИТАЕМ ВАЖНЫЕ ФРАГМЕНТЫ И ИЗУЧАЕМ ОСНОВНЫЕ ТИПЫ ПРЕДЛОЖЕНИЙ



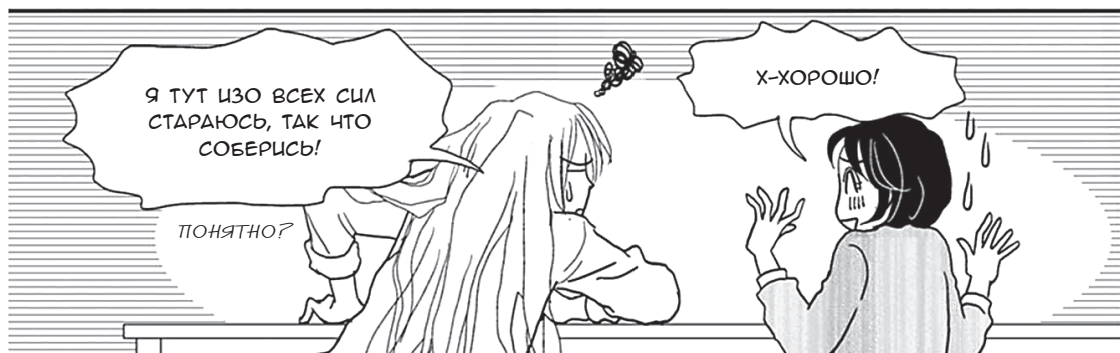
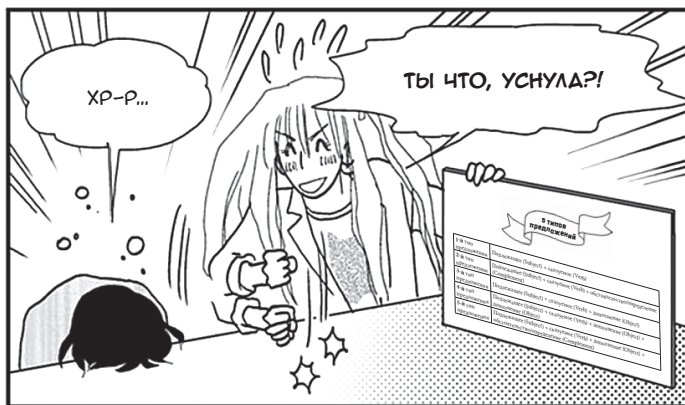




ВОТ
ТАКИЕ

**5 типов
предложений**

1-й тип предложения	Подлежащее (Subject) + сказуемое (Verb)
2-й тип предложения	Подлежащее (Subject) + сказуемое (Verb) + обстоятельство/определение (Complement)
3-й тип предложения	Подлежащее (Subject) + сказуемое (Verb) + дополнение (Object)
4-й тип предложения	Подлежащее (Subject) + сказуемое (Verb) + дополнение (Object) + дополнение (Object)
5-й тип предложения	Подлежащее (Subject) + сказуемое (Verb) + дополнение (Object) + обстоятельство/определение (Complement)



1-й

тип предложений

S + V

ПРЕЖДЕ ВСЕГО ПОГОВОРИМ
О ПРЕДЛОЖЕНИЯХ ПЕРВОГО
ТИПА. ЭТО ПРЕДЛОЖЕНИЯ ВИДА
S + V. ПРИМЕР: She walks.



Подлежащее Сказуемое

ПРИМЕР

She

walks

«Она идёт»

She – подлежащее (выражается существительным или местоимением)

walks – сказуемое (выражается глаголом; здесь используется форма 3-го лица глагола

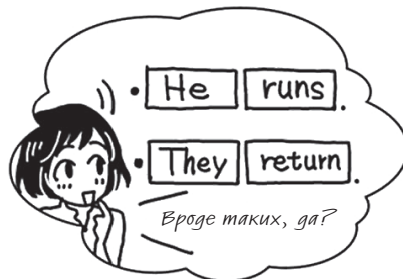
walk – «ходить», «прогуливаться»)

Здесь *she* – подлежащее, а *walks* – сказуемое. В этом типе предложений почти всегда используются непереходные глаголы.



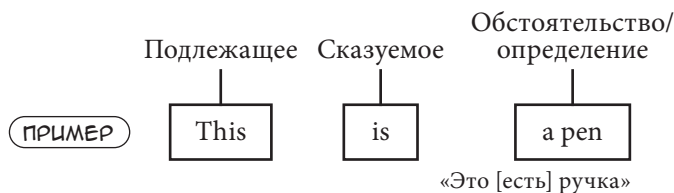
А что значит непереходные?

Это такие глаголы, которым не нужен объект (дополнение) и которые сами по себе образуют законченное предложение. Например, *She walks*.



тип предложений

ПРЕДЛОЖЕНИЯ
2-ГО ТИПА ОБРАЗОВАНЫ
ПО СХЕМЕ S + V + C,
НАПРИМЕР: This is a pen.



This – подлежащее (выражается существительным или местоимением)

is – сказуемое (выражается глаголом, в данном случае – формой 3-го лица ед. числа глагола *be*)

a pen – обстоятельство/определение (показывает, что объект представляет собой ручку)*



К подлежащему и сказуемому добавилось определение, так?

A is B – это основной вид предложений данного типа. Обстоятельство/определение показывает, что это за субъект или в каком состоянии он находится.



Вот список часто используемых глаголов в предложениях данного типа, которые показывают, в каком состоянии находится субъект.

seem (казаться), feel (ощущаться), sound (звучать), look (выглядеть), smell (пахнуть), taste (ощущаться на вкус), become (становиться), remain (оставаться), turn (превращаться, становиться)



Однако, хотя данные глаголы часто употребляются в повседневной речи, их почти не встретишь в научных работах, где важен объективный взгляд на вещи.

* В русском языке в предложении «Это ручка» слово «ручка» выступает в роли сказуемого, а не определения. Однако в английском, где в качестве сказуемого всегда употребляется глагол, слово *pen* в предложении *This is a pen* оказывается в роли определения (complement). – Прим. ред.

3-й

тип предложений

S + V + O

ПРЕДЛОЖЕНИЯ 3-ГО ТИПА
СТРОЯТСЯ ПО СХЕМЕ S + V + O,
НАПРИМЕР: I have a pen.



Подлежащее Сказуемое Дополнение

ПРИМЕР

I

have

a pen

«У меня есть ручка»

I – подлежащее (выражается существительным или местоимением)

have – сказуемое (выражается глаголом)

a pen – дополнение (выражается существительным или местоимением)



Там, где во 2-м типе предложений было обстоятельство/определение, теперь находится дополнение, так?

Да. В данном типе предложений используются переходные глаголы, то есть глаголы, требующие дополнения – указания на объект действия. Например, если с переходным глаголом *have* составить предложение 1-го типа *I have* («У меня есть»), то непонятно, что же у меня есть.



Действительно!



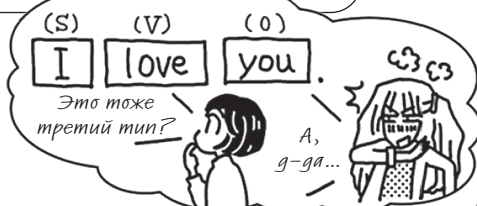
Переходные глаголы, в отличие от непереходных, не могут использоваться в предложении без дополнения – в противном случае предложение будет бессмысленным. Можно распространить такое предложение, например: *I have a pen in the box*. Здесь *in the box* – необязательная часть.



(S) (V) (O)
I love you.

Это тоже
третий тип?

А,
g-g-g...



4-й

тип предложений

S + V + O + O

ПРЕДЛОЖЕНИЯ 4-ГО ТИПА
СТРОЯТСЯ ПО СХЕМЕ
S + V + O + O, НАПРИМЕР:
I give her a present.



Подлежащее Сказуемое Дополнение Дополнение

ПРИМЕР

I

give

her

a present

«Я дарю ей подарок»

I – подлежащее (выражается существительным или местоимением)

give – сказуемое (выражается глаголом)

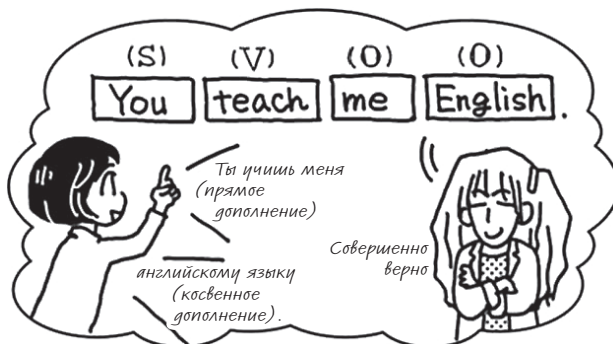
her – косвенное дополнение (выражается существительным или местоимением)

a present – прямое дополнение (выражается существительным или, реже, местоимением)



Прямое и косвенное дополнение?..

Прямое дополнение относится к переходному глаголу и не требует предлога. В русском языке это существительное или местоимение в форме винительного падежа. Все остальные дополнения называются **косвенными**.

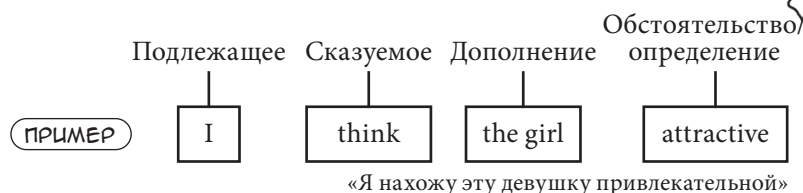


5-й

тип предложений

S + V + O + C

ПРЕДЛОЖЕНИЯ 5-ГО ТИПА
ОБРАЗОВАНЫ ПО СХЕМЕ
S + V + O + C, НАПРИМЕР:
I think the girl attractive.



I – подлежащее (субъект, выражается существительным или местоимением)

think – сказуемое (выражается глаголом)

the girl – дополнение (объект, выражается существительным или местоимением)

attractive – обстоятельство/определение (описывает, что это за объект или в каком состоянии он находится)



Хм... Довольно трудно отличить от 4-го типа...

Отличить один тип от другого можно, ответив на вопрос, находятся ли в прямой связи объект и обстоятельство/определение. Например, *girl / attractive* («девушка / привлекательная») соответствует логике предложения. А в предложении 4-го типа *I give her a present* слова *her / a present* не связаны по смыслу.



Примеры предложений типа S + V + O + C

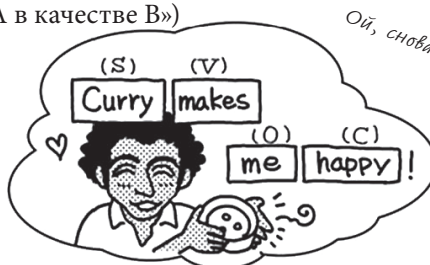
make A B («делать A B»)

keep A B / leave A B («оставлять A в качестве B»)

think A B / find A B / believe A B /

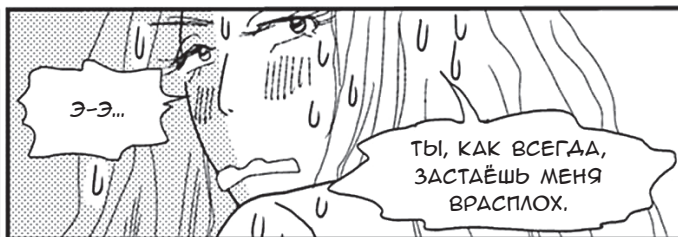
consider A B / suppose A B

(«полагать, что A является B»)



Ой, снова Чага!





НАУЧИ МЕНЯ, КАК СТРОИТЬ
ОТНОШЕНИЯ С ПАРНЯМИ!

ЧТО-О?!!

А У ВАС КТО-ТО ЕСТЬ
НА ПРИМЕТЕ?

СЕНПАИ,
ВЫ НИ С КЕМ ЕЩЁ
НЕ ВСТРЕЧАЛИСЬ?

И ПРАВАА,
Я НИКОГДА ВАС
НЕ ВИДЕЛА В МУЖСКОЙ
КОМПАНИИ ЗА ПРЕДЕЛАМИ
ШКОЛЫ.

АА КАК-ТО
НЕ СЛОЖИЛОСЬ.

НУ ЛАДНО...

НО ПОЧЕМУ ВАРУГ
ВЫ РЕШИЛИ ОБРАТИТЬСЯ
КО МНЕ?

У ТЕБЯ ВЕДЬ
ЕСТЬ ПАРЕНЬ...

И ТЫ ТАКАЯ ОБЩИТЕЛЬНАЯ.

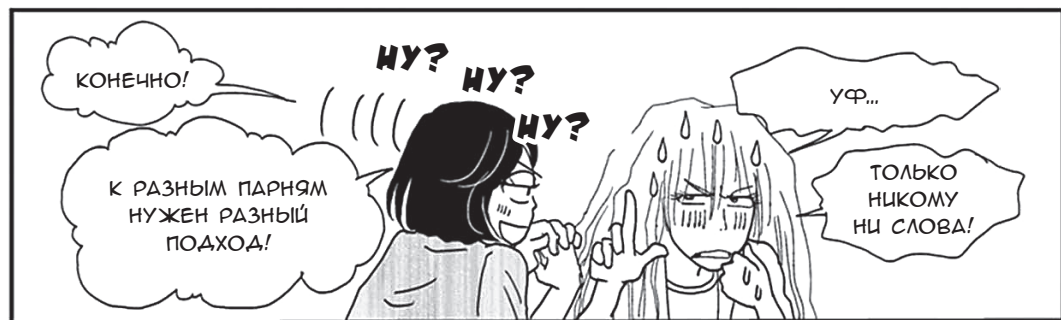
АА МЫ С НИМ
РАССТАЛИСЬ.

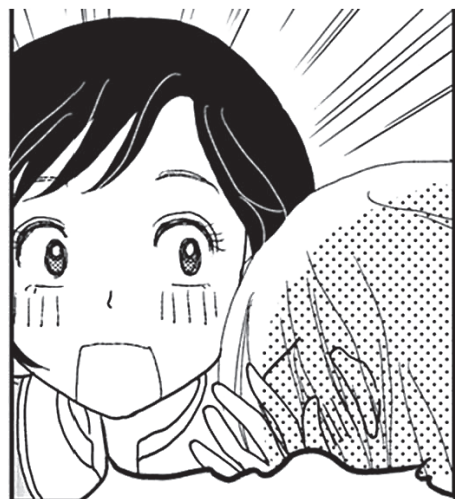
ХИ-ХИ

НО ПОЧЕМУ?

ПРОСТО КОГДА ОН СПРОСИЛ:
"ЧТО ТЕБЕ ВАЖНЕЕ - Я ИЛИ
ТВОЯ НАУКА?", Я ЕМУ ПРЯМО
ОТВЕТИЛА: "КОНЕЧНО, НАУКА!"

ТАК-ТО!

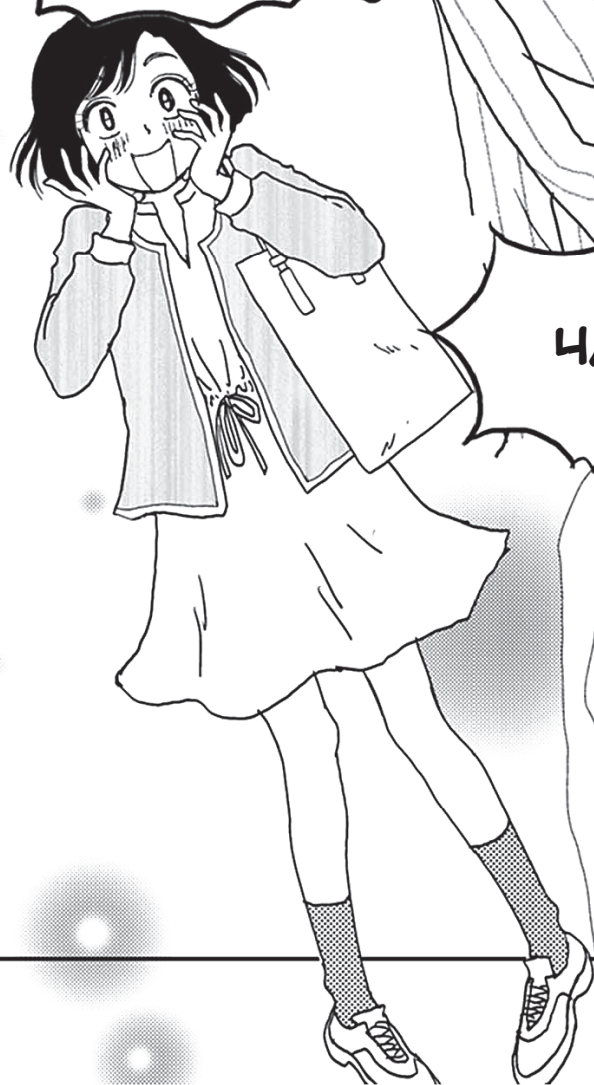




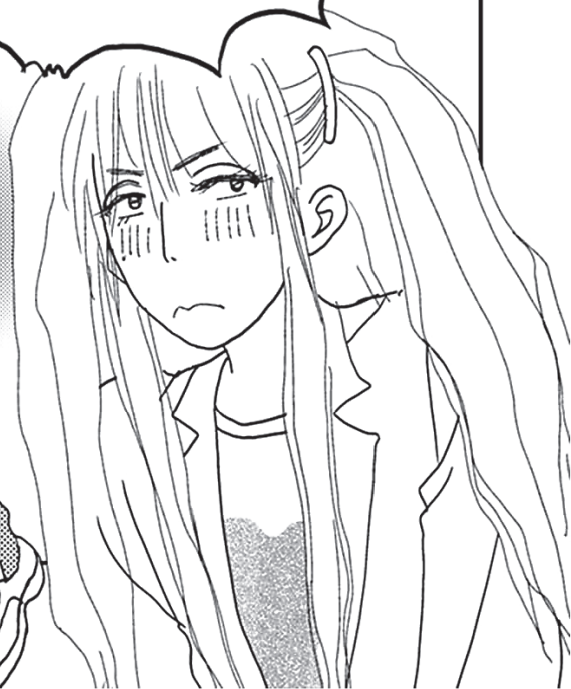
ЧТО?!



I ♥
Curry



ЧААА?!!



Определяем типы предложений

Попробуйте найти подлежащее (S), сказуемое (V), дополнение (O) и обстоятельство/определение (C) в предложениях на английском языке, которые мы уже рассматривали. Мы рассмотрим только важные для понимания смысла текста подчёркнутые места. Разбирая структуру предложения, пытайтесь уловить общий принцип, не обращайте внимания на мелочи. В скобках под словами напишите S, V, O или C.

Advertisement (hereafter, ad) is an essential element of a market economy.
1 () 2 () 3 ()

Подсказка Это классический пример: *A is B*.

So the ads tend to be positioned in the high attention placement.
4 () 5 () 6 ()

Подсказка Глагол *be* + глагол в форме прошедшего времени указывают на страдательный залог. Где же здесь объект действия?

However, the ads can be the most frustrating factor for internet users.
7 () 8 () 9 ()

Подсказка Хотя в качестве вспомогательного глагола используется *can* («может»), это классическая схема – *A [вспомогательный глагол] B* (то же самое, что в случае *A is B*).

When the ads are inserted in the high attention placement, they reduce
10 () 11 ()
the readability of the news articles.
12 ()

Подсказка Знаете, что значит *reduce*? Тогда вам ясно, что этот глагол переходный. Здесь уже важно значение глаголов.

When the ads in websites try to appeal to users, they compete with other elements and
13 () 14 ()

contents like articles, headlines, illustrations, etc., that are also placed on the websites.

Подсказка *Compete* означает «конкурировать», это непереходный глагол.

It is also important to consider what kind of impressions are evoked
15 () 16 () 17 () 15' ()
by the ads when they draw the reader's (user's) attention.

Подсказка Обратите внимание на конструкцию *it is ... to (it is important to consider – «важно отметить»)*.

Previous studies assumed that the attention level and impression level of ads in news websites
18 () 19 () 20 ()
are in a trade-off relation,
20

Подсказка Глагол *assume* в такой форме часто используется как переходный со значением «предполагать».

and analyzed the attention level and the impression level of ads from the
21 () 22 ()

Подсказка *Analyze* означает «анализировать». Всё-таки учить глаголы необходимо!

viewpoint of the multi-objective optimization.

In this study, we also explore the effective placements of ads, which simultaneously
23 () 24 () 25 ()
achieves the highest attention levels,

Подсказка А глагол *explore* вам знаком?

the highest impression levels, and the high readability. We pursue this goal by
26 () 27 () 28 ()

Подсказка Глагол *pursue* («[пре]следовать») тоже важен!

conducting experiments in which participants view a variety of page layouts of news websites.
 In this study, we conducted psychological experiments to explore the effective placements
 29 () 30 () 31 ()
 of ads in new websites.

Подсказка И глагол *conduct* («вести, проводить») пригодится на будущее.

We used six kinds of ad categories.
 32 () 33 () 34 ()

Подсказка Ну уж глагол *use* вы наверняка знаете!

We conducted three types of psychological experiments in order to explore effective
 35 () 36 () 37 ()
 placements of ads in news websites.

Глаголы *show* и *indicate* со значением «показывать» очень часто используются в техническом английском.

Table 1 shows the results of experiment 1.
 38 () 39 () 40 ()

These results indicate that the eyes move across the ads
 41 () 42 () 43 ()

when ads are located at positions close to the news articles being read by the user.

Table 2 shows the results of experiment 2. These results are conflicting to the results of
 44 () 45 () 46 () 47 () 48 () 49 ()
 experiment 1.

Table 3 shows the results of experiment 3.
 50 () 51 () 52 ()

These results indicate that the level of attention achieved is in negative correlation to readability.
 53 () 54 () 55 ()

Получилось? Далее приведены ответы.

- | | | | |
|-------|-------|-------|---|
| 1. S | 2. V | 3. C | |
| 4. S | 5. V | 6. C | (так как предложение в страдательном залоге, объект действия – это подлежащее) |
| 7. S | 8. V | 9. C | |
| 10. S | 11. V | 12. O | |
| 13. S | 14. V | | |
| 15. S | 16. V | 17. C | 15'. S (после частицы <i>to</i> идёт глагол в форме инфинитива) |
| 18. S | 19. V | 20. O | (после <i>that</i> идёт придаточное предложение, образованное по схеме S + V + C) |
| 21. V | 22. O | | (подлежащее то же самое, что и в п. 18) |
| 23. S | 24. V | 25. O | |
| 26. S | 27. V | 28. O | |
| 29. S | 30. V | 31. O | |
| 32. S | 33. V | 34. O | |
| 35. S | 36. V | 37. O | |
| 38. S | 39. V | 40. O | |
| 41. S | 42. V | 43. O | (после <i>that</i> идёт придаточное предложение с основой S + V) |
| 44. S | 45. V | 46. O | |
| 47. S | 48. V | 49. C | |
| 50. S | 51. V | 52. O | |
| 53. S | 54. V | 55. O | (после <i>that</i> идёт придаточное предложение, образованное по схеме S + V + C) |

Когда смысл отдельных слов и структура предложений понятны, уже не составит труда точно перевести текст. Ниже представлен перевод текста о рекламе, в котором подчёркнуты важные фрагменты.

Реклама (сокращённо ad) является необходимым элементом рыночной экономики. Поэтому реклама обычно размещается в местах, привлекающих наибольшее внимание. Однако для посетителей веб-сайтов она может быть самым раздражающим обстоятельством. Когда рекламное объявление неожиданно всплывает там, куда обращено внимание пользователя, это снижает читабельность новостных статей. В борьбе за внимание пользователей рекламные объявления на веб-сайтах конкурируют с другими элементами: статьями, заголовками, иллюстрациями и т. д. Но также важно учитывать, какое впечатление производит на пользователя реклама, которая его зацепила. В предыдущих исследованиях предполагалось, что степень внимания пользователя и сила воздействия рекламы связаны напрямую, и был проведён анализ данных показателей с точки зрения многоцелевой оптимизации. В настоящем исследовании мы изучаем оптимальное расположение рекламных объявлений, которое привлекало

бы внимание к рекламе, создавало хорошее впечатление от неё и при этом не снижало читабельность сайта. Участников эксперимента попросят просмотреть несколько новостных веб-сайтов различного формата.

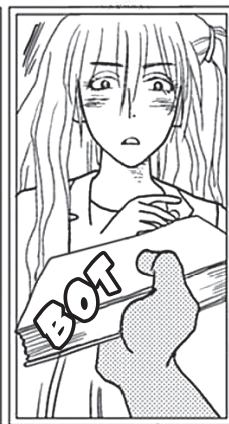
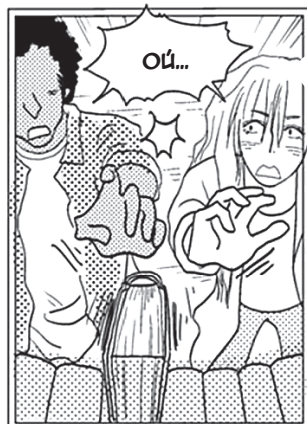
В данном исследовании мы провели психологический эксперимент, чтобы оценить эффективность расположения рекламы на новостных сайтах. Мы использовали шесть категорий рекламных объявлений. Чтобы определить эффективность расположения рекламы на новостных сайтах, мы провели три типа психологических экспериментов.

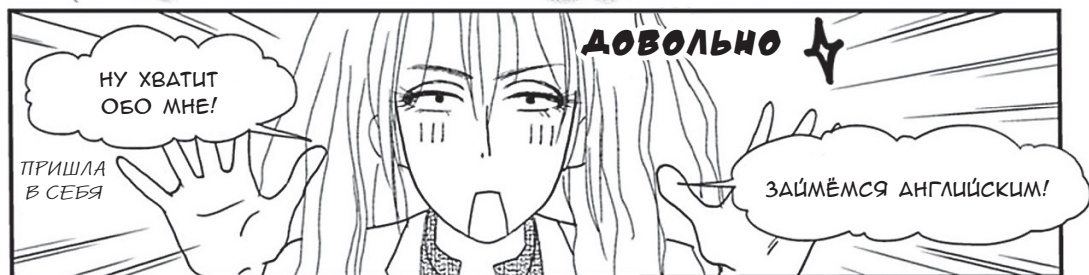
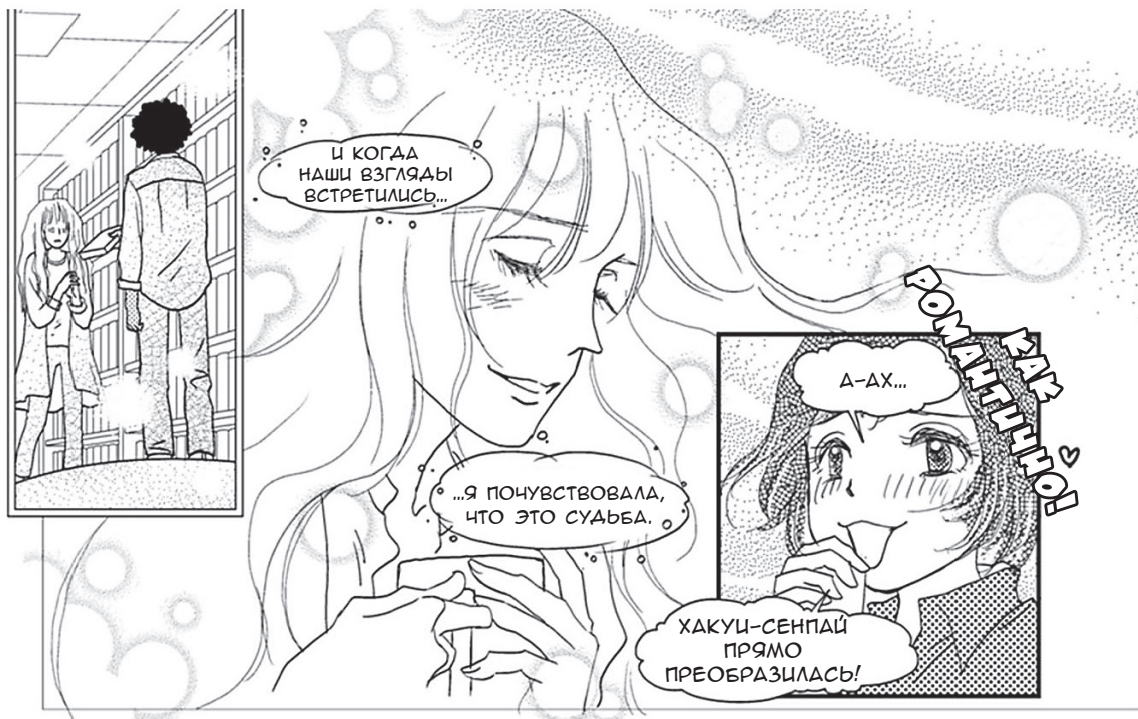
В таблице 1 представлены результаты эксперимента 1. Эти результаты показывают, что когда рекламное объявление размещено близко к тексту новостной статьи, во время чтения статьи пользователь лишь пробегает взглядом по рекламе. В таблице 2 представлены результаты эксперимента 2. Они противоречат результату эксперимента 1. В таблице 3 представлены результаты эксперимента 3. Они показывают, что высокий уровень внимания к рекламе снижает читабельность сайта.

В первой главе мы говорили о важности понимания смысла отдельных слов. После прочтения второй главы, думаю, вы поняли, как важно знание лексики, особенно глаголов, а также понимание структуры предложений в английском языке. Если вы привыкнете прежде всего находить глагол, а затем подлежащее и дополнение, то сможете легко выделять, читать и понимать самые важные части текста.

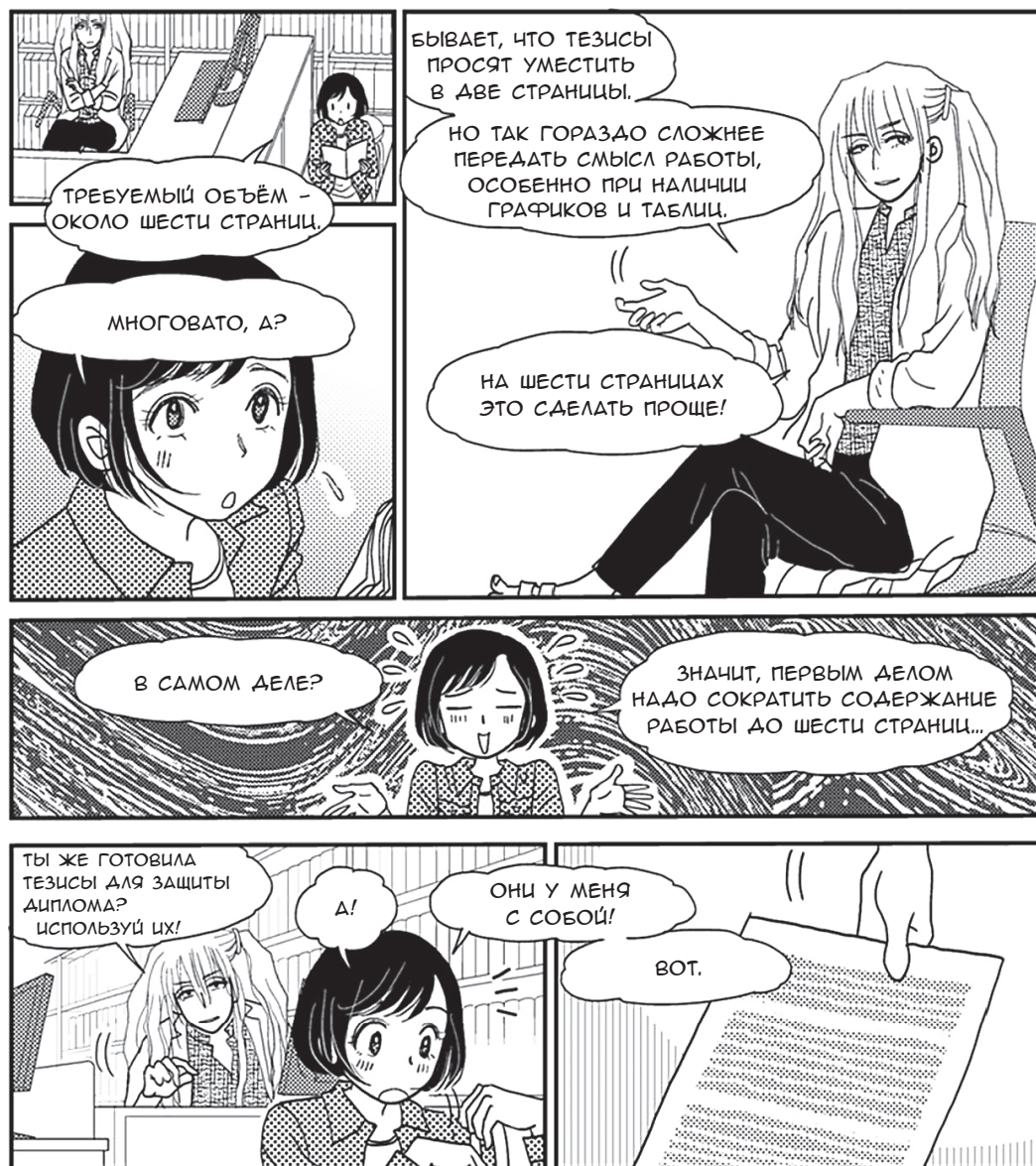
ГЛАВА 3

**ПОДГОТОВКА
К НАПИСАНИЮ
ТЕКСТОВ
НА ТЕХНИЧЕСКОМ
АНГЛИЙСКОМ**





3.1. ПЕРЕВОДИМ ТЕЗИСЫ



1. Введение

В настоящее время, когда интернет широко распространился, значение рекламы в интернете существенно возросло.

На заре распространения интернета особое внимание уделялось кликабельности, то есть количеству щелчков по рекламному объявлению, однако в последнее время особое внимание уделяется произведённому рекламой впечатлению, например тому, как воспринимается изображение рекламируемого товара при просмотре объявления. В особенности это касается новостных сайтов, которые по сравнению с газетами позволяют легко найти нужную информацию, в силу чего привлекают множество пользователей, а потому ожидается, что размещение рекламы на таких сайтах очень эффективно. Но реклама обычно размещается либо вверху страницы, либо справа, и пользователи, часто просматривающие веб-сайты, об этом уже знают, поэтому такие объявления привлекают мало внимания. Однако даже при размещении рекламы в удачном месте впечатление от неё может ослабить содержание новостной статьи; кроме того, реклама может снизить читабельность этой статьи (а читабельность и является главной задачей сайта), что может создать плохое впечатление от сайта в целом. Соотношения показателей, при которых улучшение одного показателя приводит к ухудшению другого, называются конфликтными, поэтому в данном исследовании изучается оптимальный дизайн, позволяющий достичь наилучшего решения многоцелевой задачи (привлечь внимание к рекламе, создать позитивное впечатление от неё и не снижать удобство пользования новостными сайтами).

2. Методы

Цель данного исследования – проработать оптимальный дизайн сайта, отвечающий трём условиям: привлекающий внимание к рекламе, обеспечивающий хорошее впечатление от неё и при этом не осложняющий чтение новостного сайта.

Рисунок 1. Анализ данных, полученных в ходе эксперимента

На основе анкет, заполненных испытуемыми, а также полученных данных о движении глазных яблок при просмотре 10 вариантов страниц (как показано на рис. 1), была рассчитана оптимальность по Парето для показателей «степень привлечения внимания», «произведённое впечатление» и «читабельность (удобство просмотра) сайта».

3. Эксперимент

В ходе эксперимента каждый из испытуемых просматривал в случайном порядке 12 новостных сайтов, где было представлено 10 разных вариантов размещения рекламы.

Шаг 1 С помощью прибора по отслеживанию движения глазных яблок было посчитано, сколько раз и на какое время задерживался взгляд на рекламном объявлении, на основании чего мы получили данные о концентрации внимания на объявлениях.

Шаг 2 Данные о впечатлении от рекламы были получены на основе анкет, заполняемых после просмотра новостных сайтов. Были заданы три вопроса: «Впечатление от рекламы: хорошее или плохое?», «Приобрести товар: хочу или не хочу?» и «Рекламируемый товар: понравился или не понравился?»; каждый пункт предполагал оценку от -3 до +3.

Шаг 3 Данные об удобстве пользования сайтом также извлекались из анкет, заполненных после просмотра новостных сайтов. Вопросы были такие: «Оцените читабельность сайта: хорошая или плохая» и «Оцените структуру сайта: понятная или непонятная», где каждый пункт предполагал оценку от -3 до +3.

4. Результаты и выводы

Следующие шесть вариантов являются оптимальными по Парето.

5. Дальнейшие задачи

Часто используемое на новостных сайтах расположение рекламы не соответствует ни одному из полученных в ходе исследования оптимальных вариантов, а значит, не является оптимальным. Конечная цель исследования – разработка автоматической системы оптимального размещения рекламных объявлений, которая учитывала бы и содержание статьи, и категорию рекламируемого товара.



В настоящее время, когда интернет широко распространился, значение рекламы в интернете существенно возросло.



Nowadays, when the Internet has spread widely, the importance of advertising on the Internet has increased significantly.

ДОВОЛЬНО-ТАКИ НЕПЛОХО,
ПО-МОЕМУ!

ТАК, ДАЛЬШЕ...



На заре распространения интернета особое внимание уделялось кликабельности, то есть количеству щелчков по рекламному объявлению, однако в последнее время особое внимание уделяется произведённому рекламой впечатлению – например, тому, как воспринимается изображение рекламируемого товара при просмотре объявления.



At the dawn of the spread of the Internet, special attention was paid to clickability, that is, the number of clicks on an advertisement, but recently, special attention has been paid to the impression made by the advertisement – for example, how the image of the advertised product is perceived when viewing the advertisement.

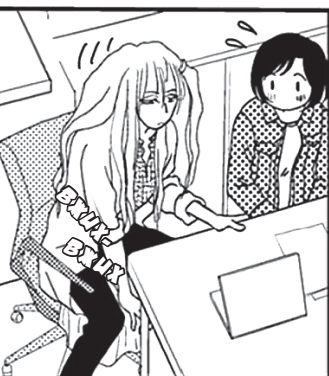
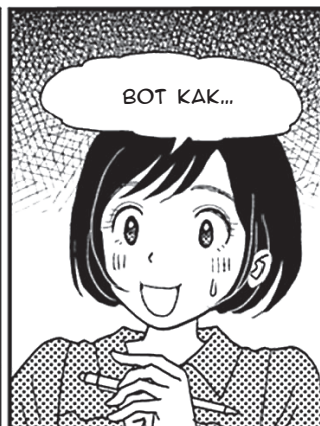


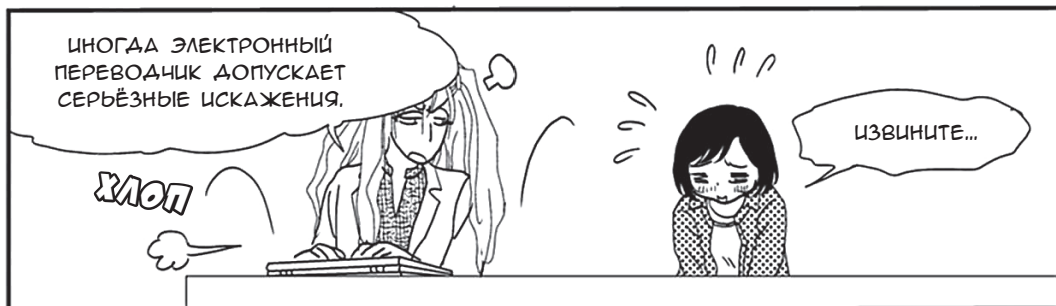
В особенности это касается новостных сайтов, которые по сравнению с газетами позволяют легко найти нужную информацию, в силу чего привлекают множество пользователей. Поэтому ожидается, что размещение рекламы на таких сайтах очень эффективно.



This is especially true for news sites, which, compared to newspapers, make it easy to find the information you need, which attracts many users. Therefore, it is expected that advertising on such sites is very effective.







В настоящее время, когда интернет широко распространился, значение рекламы в интернете существенно возросло.

На заре распространения интернета особое внимание уделялось кликабельности, то есть количеству щелчков по рекламному объявлению, однако в последнее время особое внимание уделяется произведённому рекламой впечатлению – например, тому, как воспринимается изображение рекламируемого товара при просмотре объявления. В особенности это касается новостных сайтов, которые по сравнению с газетами позволяют легко найти нужную информацию, в силу чего привлекают множество пользователей, а потому ожидается, что размещение рекламы на таких сайтах очень эффективно. Но реклама обычно размещается либо вверху страницы, либо справа, и пользователи, часто просматривающие веб-сайты, об этом уже знают, поэтому такие объявления привлекают мало внимания. Однако даже при размещении рекламы в удачном месте впечатление от неё может ослабить содержание новостной статьи; кроме того, реклама может снизить читабельность этой статьи (а читабельность и является главной задачей сайта), что может создать плохое впечатление от сайта в целом. Соотношения показателей, при которых улучшение одного показателя приводит к ухудшению другого, называются конфликтными, поэтому в данном исследовании изучается оптимальный дизайн, позволяющий достичь наилучшего решения многоцелевой задачи (привлечь внимание к рекламе, создать позитивное впечатление от неё и не снижать удобство пользования новостными сайтами).

ПРЕДЛОЖЕНИЯ СЛИШКОМ
ДЛИННЫЕ, С УСЛОЖНЁННОЙ
СТРУКТУРОЙ.

ПРЕЖДЕ ЧЕМ ПЕРЕВОДИТЬ
ИХ НА АНГЛИЙСКИЙ,
УПРОСТИМ СИНТАКСИС...

А ЭТО ПОМОЖЕТ?

ОБЫЧНО ДИПЛОМНИКИ
ПЫТАЮТСЯ ПРОДЕМОНСТРИРОВАТЬ
ХОРОШЕЕ ВЛАДЕНИЕ РОДНЫМ
ЯЗЫКОМ И ЗНАНИЕ СЛОЖНОЙ
ТЕРМИНОЛОГИИ.

НО ПРИ СЛАБОМ ЗНАНИИ
АНГЛИЙСКОГО ТАКОЙ НАУКООБРАЗНЫЙ
ТЕКСТ ПЕРЕВОДИТЬ СЛОЖНО*.

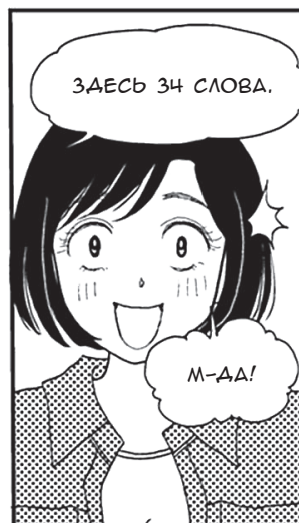
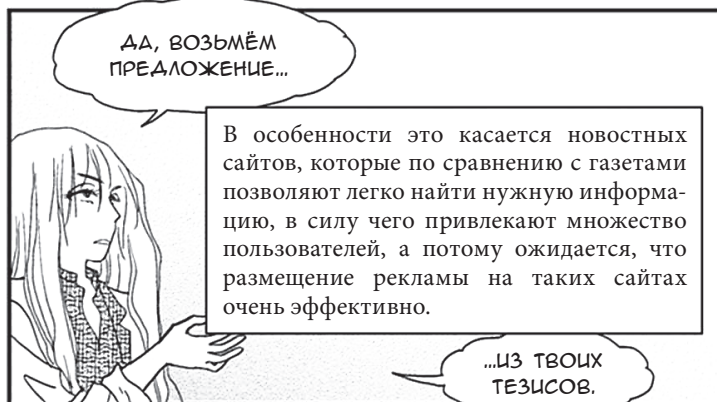
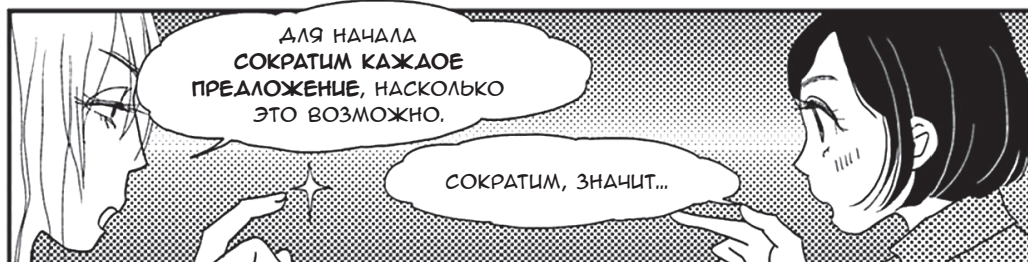
РАСКУСИЛА
МЕНЯ...

ТАК ЧТО СЕЙЧАС МЫ
СЛЕГКА ПОДАРАБОТАЕМ
ИСХОДНЫЙ МАТЕРИАЛ.

ДАВАЙТЕ!

* Современные электронные переводчики уже неплохо справляются с переводом русскоязычных текстов на английский язык. И всё же не стоит всецело полагаться на них при переводе сложного научного текста. – Прим. ред.

3.2. КАК СОСТАВИТЬ ТЕКСТ, КОТОРЫЙ ЛЕГКО ПЕРЕВЕСТИ НА АНГЛИЙСКИЙ



СДЕЛАВ МАШИННЫЙ
ПЕРЕВОД...

This is especially true for news sites, which, compared to newspapers, make it easy to find the information you need, which attracts many users. Therefore, it is expected that advertising on such sites is very effective.

...ТЫ ПОЛУЧИЛА
ВОТ ЭТО.

В ЭТОМ ПРЕДЛОЖЕНИИ
185 ЗНАКОВ...

...И 36 СЛОВ.

ОГО!

Больше 25!

В АНГЛИЙСКОМ ТЕКСТЕ СЛОВ
ОКАЗАЛОСЬ ДАЖЕ БОЛЬШЕ.

В особенности это касается новостных сайтов, которые по сравнению с газетами позволяют легко найти нужную информацию, в силу чего привлекают множество пользователей, а потому ожидается, что размещение рекламы на таких сайтах очень эффективно.

ХОРОШО БЫ
ЭТО ПРЕДЛОЖЕНИЕ
РАЗДЕЛИТЬ НА ДВА.

Делим
навое!

ПОНЯЛА!

ЧТОБЫ СДЕЛАТЬ
ЭТО ГРАМОТНО...

«Которые», «в силу чего», «а потому»,
«что».

...ОБРАТИ ВНИМАНИЕ НА СОЮЗЫ,
СОЕДИНЯЮЩИЕ ПРОСТЫЕ
ПРЕДЛОЖЕНИЯ В СОСТАВЕ
СЛОЖНОГО.

ЯСНО!

РАЗДЕЛЮ
ПО СОЮЗАМ!

Исходный
текст

В особенности это касается новостных сайтов, которые по сравнению с газетами позволяют легко найти нужную информацию, в силу чего привлекают множество пользователей, а потому ожидается, что размещение рекламы на таких сайтах очень эффективно.



Кажется, после слов «множество пользователей» можно поставить точку.

Изменённый
текст



В особенности это касается новостных сайтов, которые по сравнению с газетами позволяют легко найти нужную информацию, в силу чего привлекают множество пользователей. Поэтому ожидается, что размещение рекламы на таких сайтах очень эффективно.

Да, логичное решение! Попробуй упростить и другие предложения.



Исходный
текст

На заре распространения интернета особое внимание уделялось кликабельности, то есть количеству щелчков по рекламному объявлению, однако в последнее время особое внимание уделяется произведённому рекламой впечатлению – например, тому, как воспринимается изображение рекламируемого товара при просмотре объявления.



Здесь есть «однако», по нему и разделю!

Изменённый
текст



На заре распространения интернета особое внимание уделялось кликабельности, то есть количеству щелчков по рекламному объявлению. Однако в последнее время особое внимание уделяется произведённому рекламой впечатлению – например, тому, как воспринимается изображение рекламируемого товара при просмотре объявления.

ВНИМАНИЕ!

ЕЩЁ ОДИН
ВАЖНЫЙ МОМЕНТ!

Глагол

Подле-
жащее

ОБРАТИ ВНИМАНИЕ
НА ГЛАГОЛЫ И ПЕРЕПИШИ
ПРЕДЛОЖЕНИЕ ТАК, ЧТОБЫ БЫЛО
ОЧЕВИДНО, КАКОЕ ПОДЛЕЖАЩЕЕ
К КАКОМУ СКАЗУЕМОМУ
ОТНОСИТСЯ.

ПРОБНИ!

1 -й тип предложения	Подлежащее (Subject) + сказуемое (Verb) Пример: She walks
2 -й тип предложения	Подлежащее (Subject) + сказуемое (Verb) + обстоятельство/определение (Complement). Пример: This is a pen
3 -й тип предложения	Подлежащее (Subject) + сказуемое (Verb) + дополнение (Object) Пример: I have a pen
4 -й тип предложения	Подлежащее (Subject) + сказуемое (Verb) + дополнение (Object) + дополнение (Object). Пример: I give her a present
5 -й тип предложения	Подлежащее (Subject) + сказуемое (Verb) + дополнение (Object) + обстоятельство/определение (Complement). Пример: I think the girl attractive

ПОСТАРАЙСЯ
ВЫСТРОИТЬ ПРЕДЛОЖЕНИЯ
В СООТВЕТСТВИИ С ЭТИМИ
ПЯТЬЮ ТИПАМИ - ТОГДА И
ПЕРЕВОДИТЬ НА АНГЛИЙСКИЙ
БУДЕТ ЛЕГЧЕ.

ТЕПЕРЬ ПОНЯТНО,
ЗАЧЕМ НАДО БЫЛО УЧИТЬ
ЭТИ ПЯТЬ ТИПОВ...

ЕСЛИ СПРАВИШЬСЯ
С ЗАДАНИЕМ, ТО
И МАШИННЫЙ ПЕРЕВОД
БУДЕТ ВПОЛНЕ
ПРИЕМЛЕМЫМ.

ЯСНЕНЬКО!

ЧТО Ж, ПОПРОБУЮ
ВСЁ ПЕРЕПИСАТЬ,
УЧИТЫВАЯ ПЯТЬ ТИПОВ
ПРЕДЛОЖЕНИЙ.

Исходный
текст

В особенности это касается новостных сайтов, которые по сравнению с газетами позволяют легко найти нужную информацию, в силу чего привлекают множество пользователей, поэтому ожидается, что размещение рекламы на таких сайтах очень эффективно.



Это предложение слишком длинное, так что сначала разобью его на два.

Изменённый
текст



В особенности это касается новостных сайтов, которые по сравнению с газетами позволяют легко найти нужную информацию, в силу чего привлекают множество пользователей. Поэтому ожидается, что размещение рекламы на таких сайтах очень эффективно.

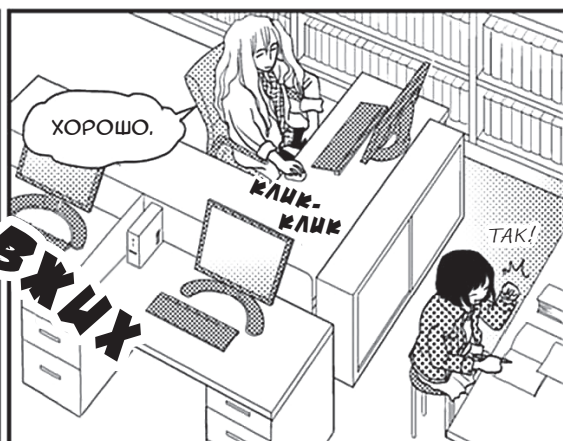


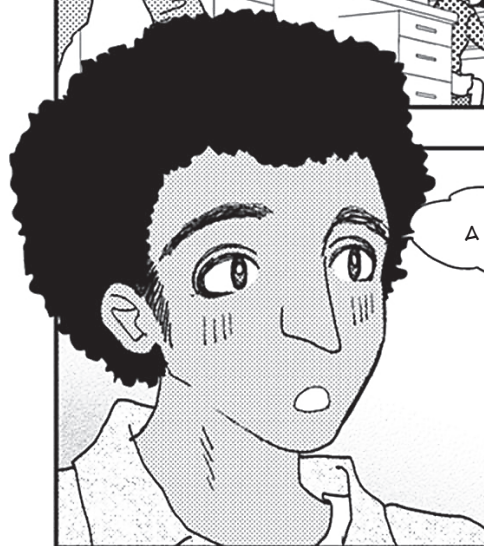
Дальше надо определить сказуемое и подлежащее... В первом предложении сказуемое «позволяют найти», но не пойму, какое к нему относится подлежащее! Это же не «новостных сайтов»?

Здесь в качестве подлежащего выступает слово «которые» – оно указывает, что речь идёт о новостных сайтах.

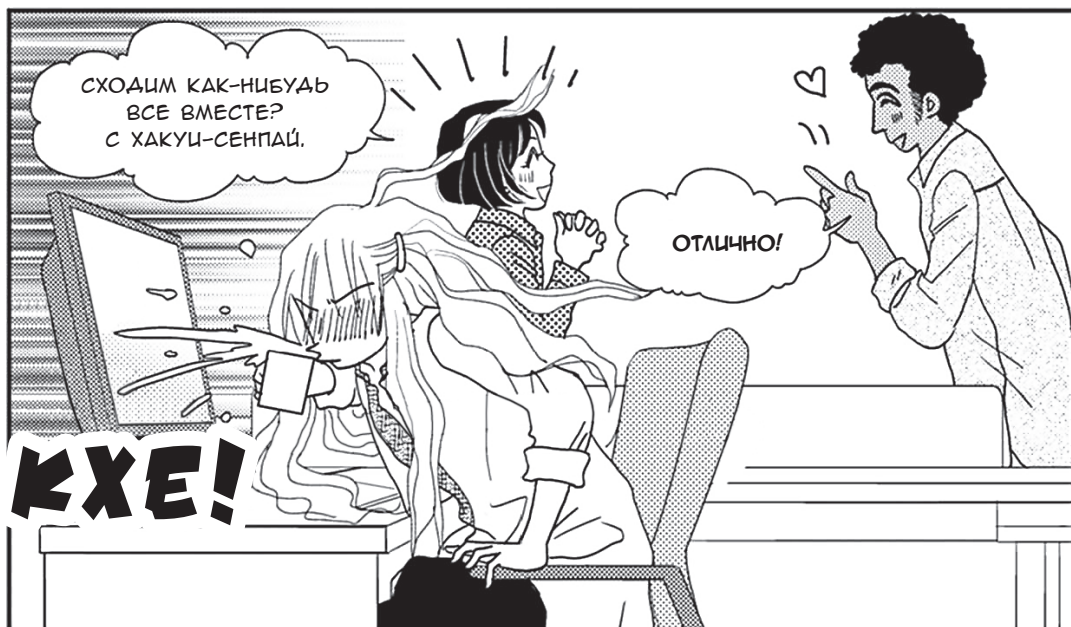


А, понятно! Значит, получится так: «В особенности это касается новостных сайтов. Они по сравнению с газетами позволяют легко найти нужную информацию...»





А ЧТО?



Редактируем текст для перевода на английский

Попробуем переделать приведённые в манге тезисы дипломной работы так, чтобы их было легко перевести на английский. Будем придерживаться следующей схемы:

Шаг 1 Разобьём текст на короткие простые предложения.

Шаг 2 Как упоминалось в главе 2, определяем (опираясь на глагол), к какому типу относится предложение. Части предложения, которые не влияют на основной смысл текста, заключаем в скобки.

Шаг 3 Меняем предложение так, чтобы было однозначно понятно, какое подлежащее (Subject) к какому сказуемому (Verb) относится. Это очень облегчит перевод на английский. Не так важно, выражено ли сказуемое глаголом в оригинале; наша задача – чётко определить грамматическую основу: подлежащее и сказуемое. Кроме того, попробуем выделить дополнения.

Итак, приступим.

В настоящее время, когда интернет широко распространен, значение рекламы в интернете существенно возросло.



В настоящее время $\frac{\text{интернет}}{S}$ широко $\frac{\text{распространился.}}{V}$ $\frac{\text{Значение}}{S}$ рекламы в интернете существенно $\frac{\text{возросло.}}{V}$.

На заре распространения интернета особое внимание уделялось кликабельности, то есть количеству щелчков по рекламному объявлению, однако в последнее время особое внимание уделяется произведённой рекламой впечатлению – например, тому, как воспринимается изображение рекламируемого товара при просмотре объявления.



На заре распространения интернета особое внимание уделялось кликабельности.
S V (страдательный залог)

Она представляет собой количество щелчков по рекламному объявлению. Однако в последнее время особое внимание уделяется произведённому рекламой впечатлению. Произведённое рекламой впечатление определяется, например, восприятием изображения рекламируемого товара при просмотре объявления.

87

Соотношения показателей, при которых улучшение одного показателя приводит к ухудшению другого, называются конфликтными, поэтому в данном исследовании изучается оптимальный дизайн, позволяющий достичь наилучшего решения многоцелевой задачи (привлечь внимание к рекламе, создать позитивное впечатление от неё и не снижать удобство пользования новостными сайтами).



Отношения показателей, при которых улучшение одного показателя приводит
S S V
 к ухудшению другого, называются конфликтными. Поэтому в данном исследовании
O V
 изучается оптимальный дизайн, позволяющий достичь наилучшего решения многоцелевой
V (страдательный залог) S
 задачи (привлечь внимание к рекламе, создать хорошее впечатление от неё и не снижать
 удобство пользования новостными сайтами).

Целью данного исследования является определение оптимального веб-дизайна, который обеспечил бы решение трёх задач: привлечение внимания к рекламе, хорошее впечатление от рекламы и – дополнительная задача – обеспечение читабельности (удобства просмотра) новостного сайта.



Цель данного исследования – определить оптимальный дизайн сайта. Такой дизайн
S V O S
 должен обеспечивать решение трёх задач: привлечение внимания к рекламе, хорошее
V O
 впечатление от рекламы, и – дополнительная задача – обеспечение читабельности (удобства
 просмотра) новостного сайта.

На основе анкет, заполненных испытуемыми, а также полученных данных о движении глазных яблок при просмотре 10 вариантов страниц (как показано на рис. 1), была рассчитана оптимальность по Парето для показателей «степень привлечения внимания», «произведённое впечатление» и «удобство просмотра сайта».



Испытуемые заполняли анкеты Мы получили данные о движении глазных яблок
S V O S V O
 испытуемых при просмотре 10 вариантов страниц (как показано на рис. 1). На основе этих данных
 была рассчитана оптимальность по Парето для показателей «степень привлечения внимания»,
V S
 (страдательный залог)
 «произведённое впечатление» и «удобство просмотра сайта».

В ходе эксперимента каждый из испытуемых в случайном порядке просматривал 12 новостных сайтов с 10 вариантами расположения рекламных объявлений.



В ходе эксперимента каждый из испытуемых в случайном порядке просматривал
12 новостных сайтов с 10 вариантами расположения рекламных объявлений.

S

V

Шаг 1. С помощью прибора по отслеживанию движения глазных яблок было посчитано, сколько раз и на какое время задерживался взгляд на рекламном объявлении, на основании чего мы получили данные о концентрации внимания на объявлениях.



С помощью прибора по отслеживанию движения глазных яблок было посчитано,
сколько раз и на какое время задерживался взгляд на рекламном объявлении. На основании
этого мы получили данные о концентрации внимания на объявлениях.

V

S

S

V

O

V (страдательный залог)

Шаг 2. Данные о впечатлении от рекламы были получены на основе анкет, которые заполнялись после просмотра новостных сайтов. Были заданы три вопроса: «Впечатление от рекламы: хорошее или плохое?», «Приобрести товар: хочу или не хочу?» и «Рекламируемый товар: понравился или не понравился?»; каждый пункт предполагал оценку от -3 до +3.



Данные о впечатлении от рекламы были получены на основе анкет. Анкеты заполнялись
после просмотра новостных сайтов. Были заданы три вопроса: «Впечатление от
рекламы: хорошее или плохое?», «Приобрести товар: хочу или не хочу?» и «Рекламируемый
товар: понравился или не понравился?». Каждый пункт предполагал оценку от -3 до +3.

S

V (страдательный залог)

S

V (страдательный залог)

V

S

S

V

O

Шаг 3. Данные об удобстве пользования сайтом также извлекались из анкет, заполненных после просмотра новостных сайтов. Вопросы были такие: «Оцените читабельность сайта: хорошая или плохая» и «Оцените структуру сайта: понятная или непонятная», где каждый пункт предполагал оценку от -3 до +3.



Данные об удобстве пользования сайтом были также получены на основе анкет. Анкеты
S V (страдательный залог) S

заполнялись после просмотра новостных сайтов. Вопросы были такие: «Оцените
V (страдательный залог) S V

читаемость сайта: хорошая или плохая» и «Оцените структуру сайта: понятная или непонятная». Каждый пункт предполагал оценку от -3 до +3.
S V O

Следующие шесть вариантов являются оптимальными по Парето.



Следующие шесть вариантов являются оптимальными по Парето.
S V C

Часто используемое на новостных сайтах расположение рекламных объявлений не соответствует ни одному из полученных в ходе исследования оптимальных вариантов, а значит, не является оптимальным.



Конечная задача исследования – разработать автоматическую систему оптимального
S V O
расположения рекламных объявлений. Такая система должна учитывать
O S V
и содержание статьи, и категорию рекламируемого товара.
O O

Конечная цель исследования – разработка автоматической системы оптимального размещения рекламных объявлений, которая учитывала бы и содержание статьи, и категорию рекламируемого товара.

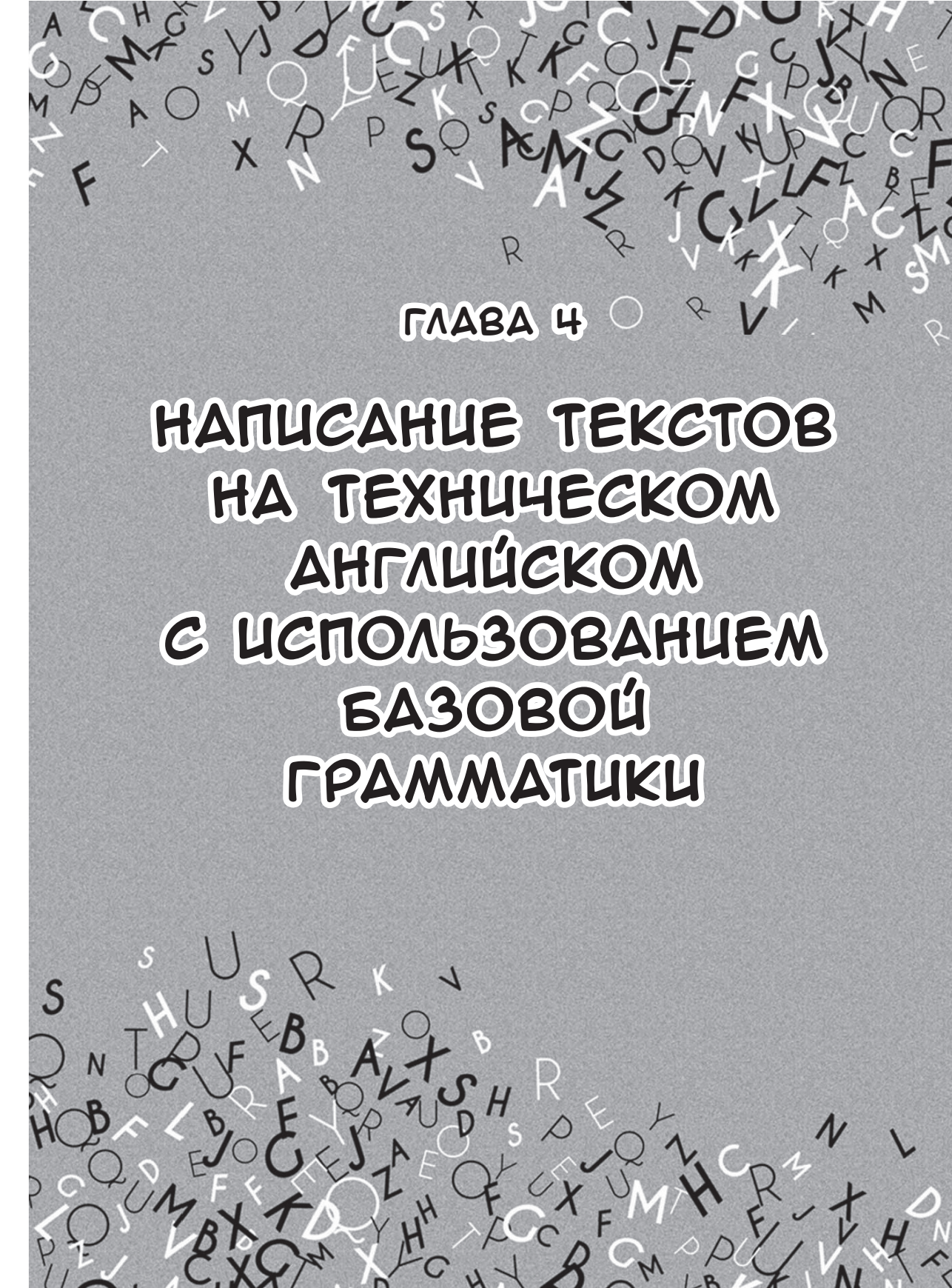


Расположение рекламных объявлений, часто используемое на новостных сайтах,
S
не соответствует ни одному из оптимальных вариантов, полученных в ходе исследования.
V

Значит, такое расположение не является оптимальным.
S V C

Вот и всё! Как считаете, получившийся текст легко будет перевести на английский?

Мне часто приходится видеть аспирантов и магистрантов, испытывающих трудности при переводе на английский язык своих работ, написанных сложным научным языком. В итоге по переводу зачастую нельзя даже догадаться, о чём говорилось в оригинале! В таких случаях я прошу показать мне исходную версию и, как правило, вижу, что она составлена некорректно. Сложно понять, где подлежащее, где дополнение – неудивительно, что перевести его не просто. Предложения порой настолько длинные, что пока их дочитаешь, смысл теряется. Так что прежде всего следует научиться писать понятные тексты на родном языке, следя за тем, чтобы структура предложений была простой и чёткой. Обязательно поработайте над этим!

The background of the entire page is a light gray color. It is decorated with a dense, scattered pattern of various letters, numbers, and symbols in different colors (black, white, gray, and light blue). These characters are of various sizes and orientations, creating a textured, word-like effect. The characters are most concentrated at the top and bottom edges of the page, with the central area being slightly clearer.

ГЛАВА 4

НАПИСАНИЕ ТЕКСТОВ НА ТЕХНИЧЕСКОМ АНГЛИЙСКОМ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ БАЗОВОЙ ГРАММАТИКИ



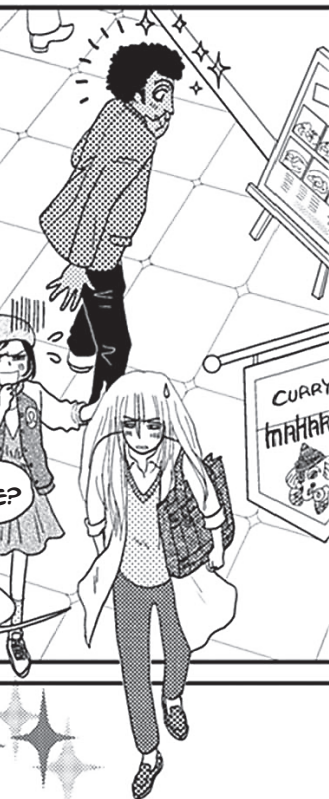
Добро пожаловать!



Попробуйте
удон*
с карри!
А вы
узнаете
его вкус
с карри!

ПОЧЕМУ ВЫ
В РАБОЧЕЙ ОДЕЖДЕ?

А ЧТО?
И ТАК НОРМАЛЬНО.



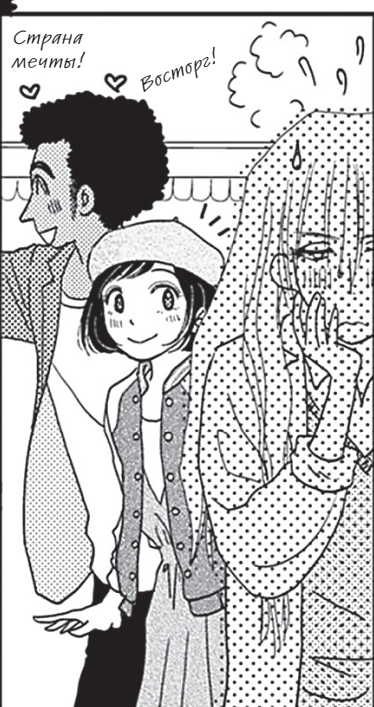
УХ ТЫ!
ВОТ ЭТО МЕСТЕЧКО!



Добро
поздравить!

СТОЛЬКО
ВИДОВ КАРРИ!

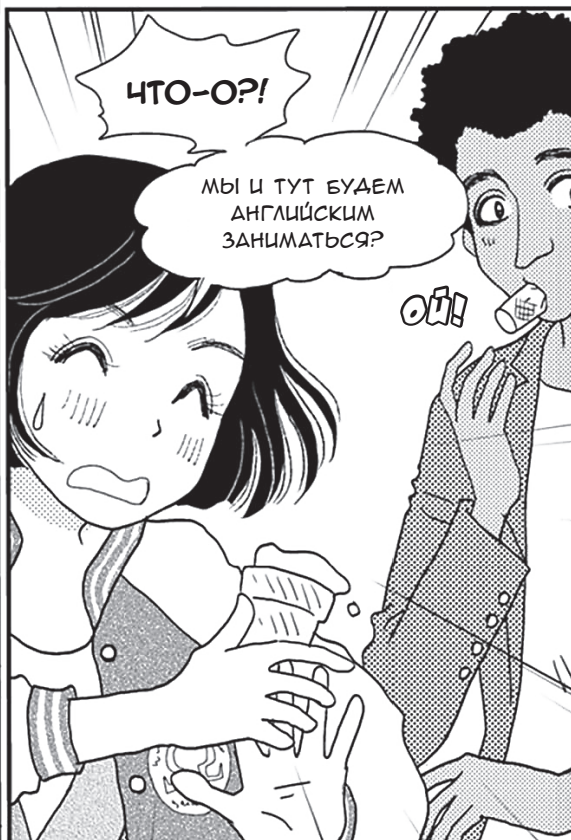
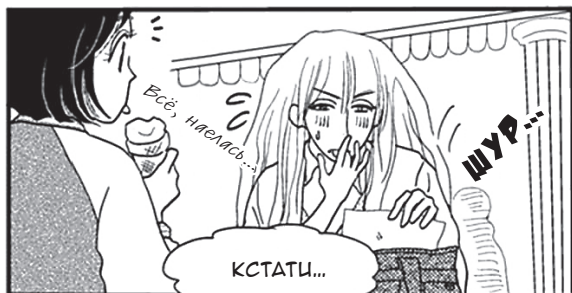
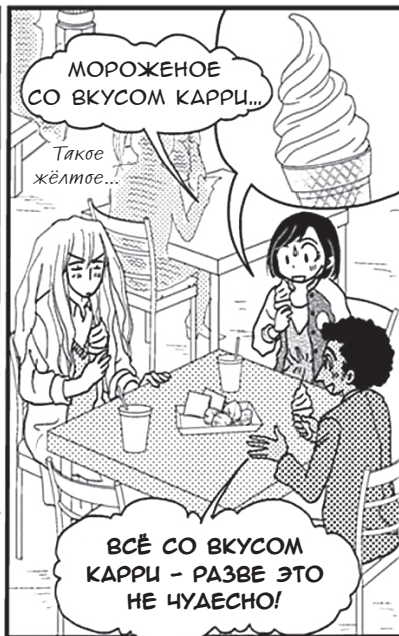
GUIDE



Страна
мечты!

Восторг!

* Удон – пшеничная лапша. –
Прим. перев.





К-КОНЕЧНО!

Я ПРОСТО НЕ ЗНАЮ,
О ЧЕМ ЕЩЁ
ГОВОРИТЬ...



РИНА,
ТЫ ПЕРЕВОДИШЬ
ДИПЛОМ
НА АНГЛИЙСКИЙ?

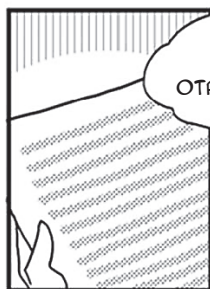
Я, ПОЖАЛУЙ,
ТОЖЕ ПОСЛУШАЮ.



НУ, РАЗ И ТЫ,
ЧАДА...

ИТАК, НАЧНЁМ!

А я-то
надеялась
отдохнуть...



ТЕПЕРЬ НАДО
ПЕРЕВЕСТИ
ОТРЕДАКТИРОВАННЫЙ
ТЕКСТ, ДА?



ВЕРНО. ХОРОШО,
ЕСЛИ УДАЛОСЬ
ПОДОГНАТЬ
ВСЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ
ПОД ПЯТЬ ТИПОВ.

ОДНАКО ЭТОГО
НЕДОСТАТОЧНО, ЧТОБЫ
ПОЛУЧИТЬ ПОНЯТНЫЙ
И ПРАВИЛЬНЫЙ ТЕКСТ НА
ТЕХНИЧЕСКОМ АНГЛИЙСКОМ.



НЕОБХОДИМО ТАКЖЕ
ИСПОЛЬЗОВАТЬ
ОПРЕДЕЛЁННЫЕ СЛОВА
И КОНСТРУКЦИИ...



А ПОКОНКРЕТНЕЕ?

В ЧАСТНОСТИ,
ЭТО:



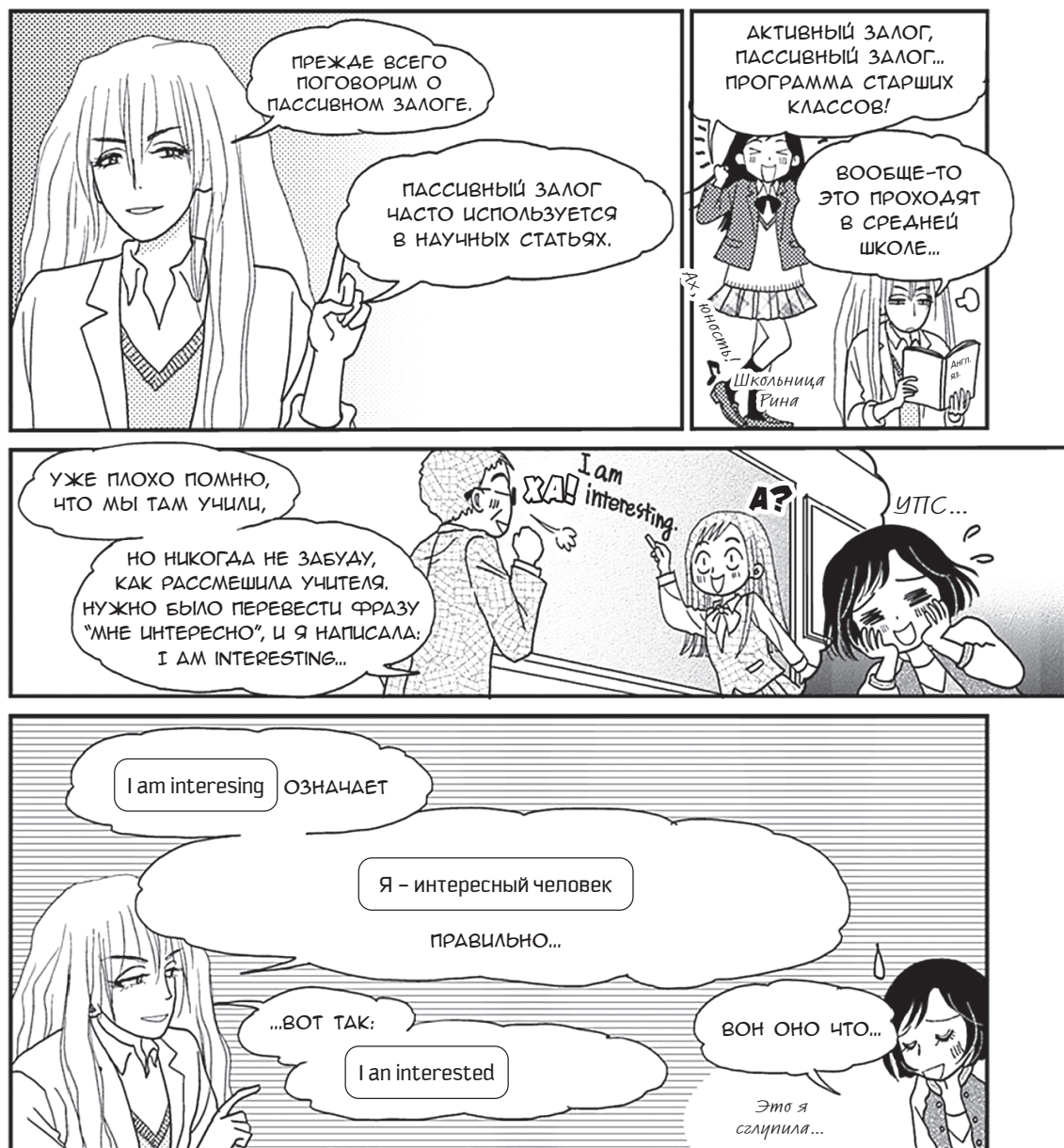
Пассивный
(страдательный) залог

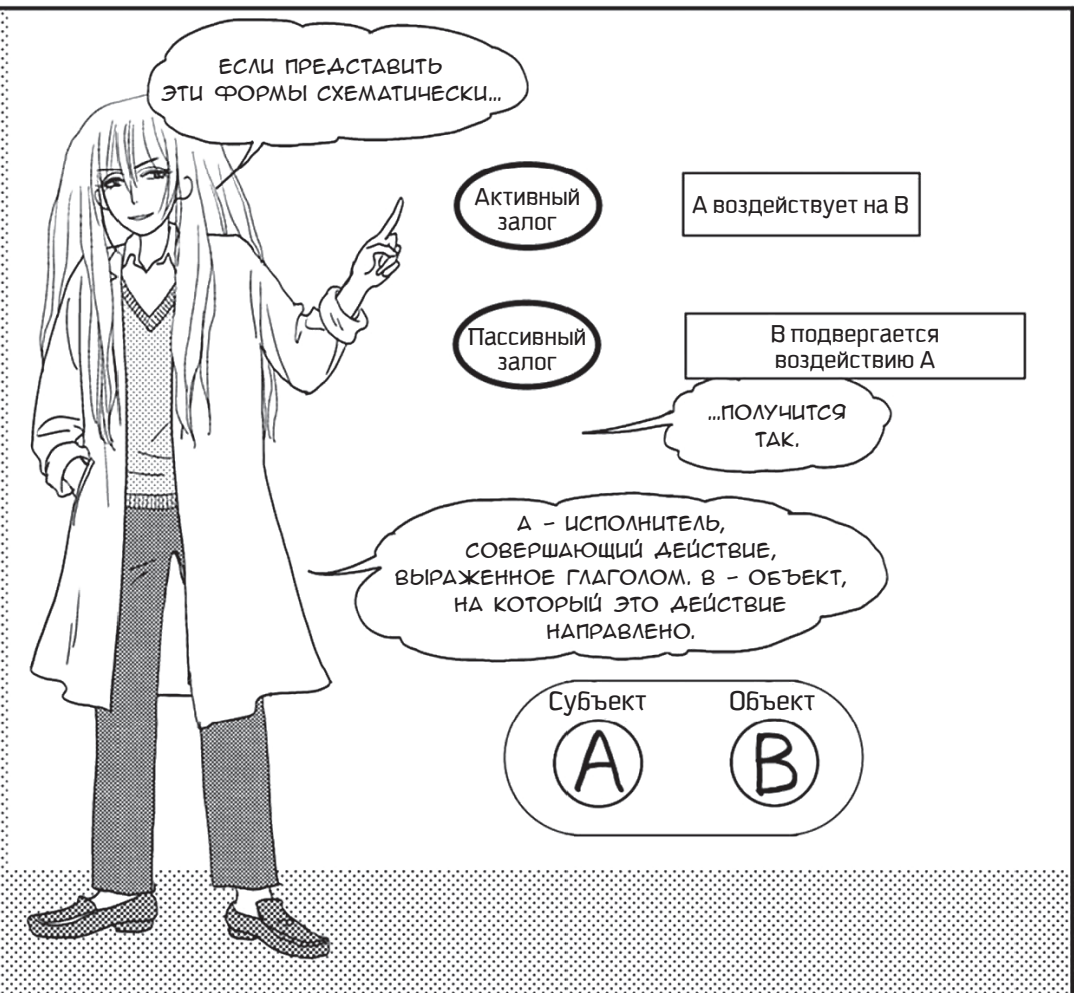
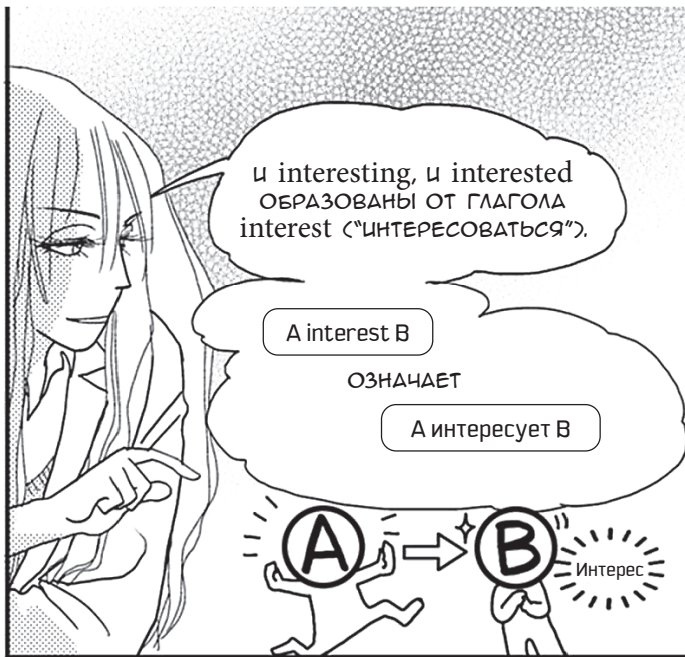
Неодушевлённые
субъекты

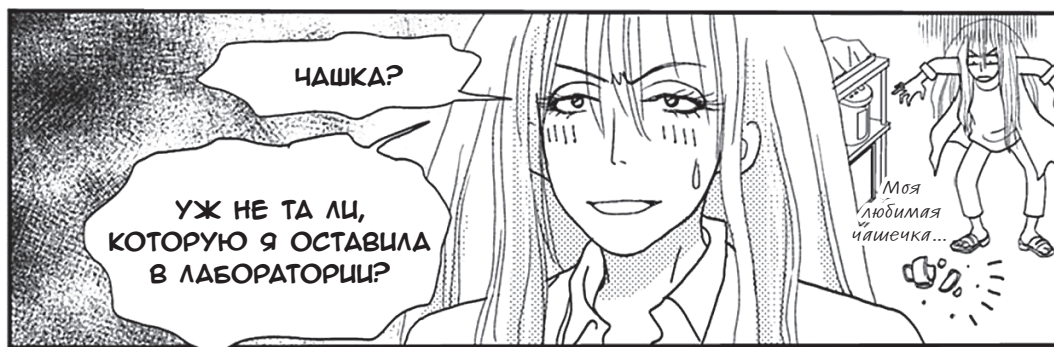
Относительные
местоимения

РАССКАЖУ О НИХ
ПО ПОРЯДКУ.

4.1. АКТИВНЫЙ И ПАССИВНЫЙ ЗАЛОГ







Использование пассивного залога

Образуем пассивный залог.

Исходное предложение:

Rina broke the mug

Rina broke the mug

Шаг 1. Объект (дополнение) выходит на первое место и становится подлежащим.

the mug ► The mug

Шаг 2. К основному глаголу добавляется вспомогательный глагол *be*. В нашем случае он используется в форме прошедшего времени (*was*).

broke ► was broken

Надо учесть грамматическую форму подлежащего (здесь *the mug* – 3-е лицо, ед. число) и время действия (здесь – прошедшее) и использовать глагол *be* в соответствующей форме. Основной глагол тоже меняется: *broken* – 3-я форма глагола *break* («разбивать»).

Шаг 3. Слово, которое в активном залоге было подлежащим, ставится после частицы *by*.



И вот что вышло!

В данном примере действие произведено Риной – её имя остаётся без изменений. А вот если бы вместо *Rina* было местоимение *she*, его следовало бы заменить на *her* (*The mug was broken by her*). Надо отметить, что исполнитель действия в пассивном залоге указывается не всегда. Как правило, эта часть (конструкция со словом *by*) опускается, например: *The mug was broken*.

The mug was broken by Rina.

В текстах на техническом английском можно встретить вот такие примеры использования пассивного залога.

Пример 1. Our system is built in a personal computer.

В активном залоге предложение выглядело бы так: *We build our system in a personal computer*. Но если для нас важно, что система создана на компьютере (а не то, что её создали именно мы), то уместнее использовать пассивный залог.



Пример 2. The results are shown in Table 1.



Возьмём ещё одно предложение в активном залоге: *We show the results in Table 1*. Но и так очевидно, что это наши результаты, поэтому лучше сказать: «Результаты представлены в таблице 1».

А вот следующий пример допускает варианты.



Пример 3. The efficiency of our method was verified by the experimental data.



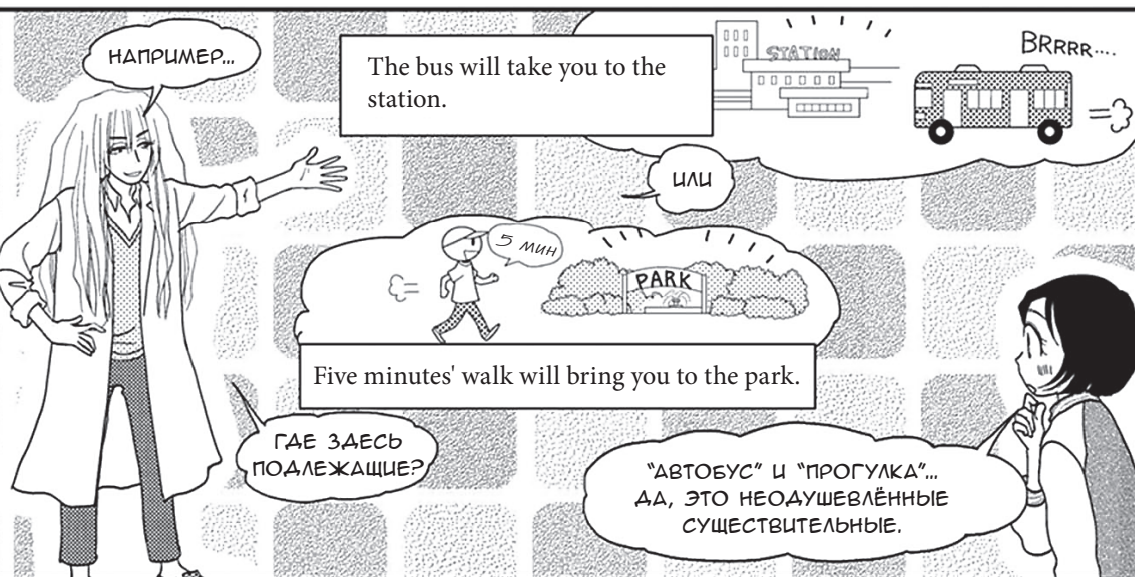
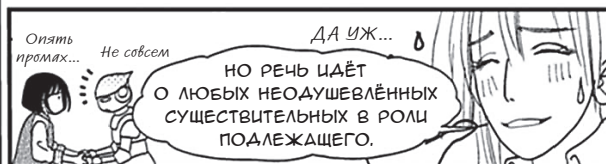
В активном залоге предложение выглядит так: *The experimental data verified the efficiency of our method*. В этом случае активный и пассивный залог взаимозаменяемы. Подумайте, какая формулировка вам больше нравится: «Эффективность нашего метода была подтверждена» (пассивный залог) или «Представлены экспериментальные данные, подтвердившие эффективность нашего метода» (активный залог).

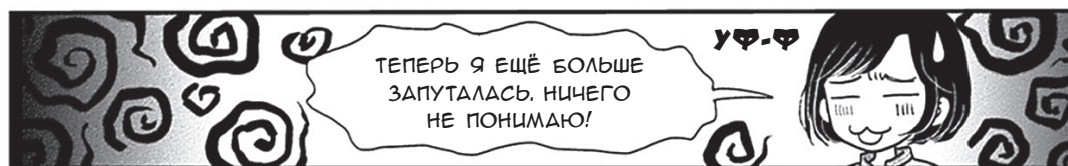


Решить, когда нужен пассивный залог, не всегда просто...

В текстах на техническом английском пассивные конструкции чаще всего используются, когда нужно представить какие-либо результаты, особенно на графиках и в таблицах. Так что потренируйся на предложениях вроде того, что представлено в примере 2.







Обстоятельный оборот

Обстоятельные обороты, часто употребляемые в английском языке, выражают:



1. Условия, способы, средства.

Могут переводиться при помощи союзов «если», «посредством» и др.

Предложения *The bus will take you to the station* и *Five minutes' walk will bring you to the park* как раз относятся к этой категории. Последнее предложение можно перевести так: «Пройдите пять минут, и вы доберётесь до парка» – это более естественно, чем «прогулка приведёт вас в парк».

2. Причины.

Такие конструкции удобно переводить, используя слова «по причине», «из-за» и др.

The heavy rain forced us to stay at home – «Из-за сильного дождя мы были вынуждены остаться дома».



Грамматика – занятная штука! Неодушевлённые предметы могут выступать субъектом действия*, как будто они сами могут что-то решать.

* В японском языке эта ситуация в принципе исключена, и дословный перевод предложений с подлежащими «автобус» и «прогулка» кажется в равной мере нелепым. По-русски допустимо сказать «Автобус довезёт вас до станции», а вот «Пятиминутная прогулка приведёт вас в парк» звучит странно – правильнее сказать «Вы дойдёте до парка за пять минут». – Прим. ред.

Да, в английском языке неодушевлённые существительные часто выступают в роли подлежащего. Хотя нам и кажутся странными выражения вроде «Эта книга обсуждает...»



Выше приведены примеры из разговорного английского языка. А теперь посмотрим, как неодушевлённые существительные используются в техническом английском.



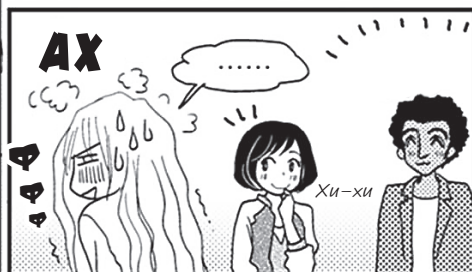
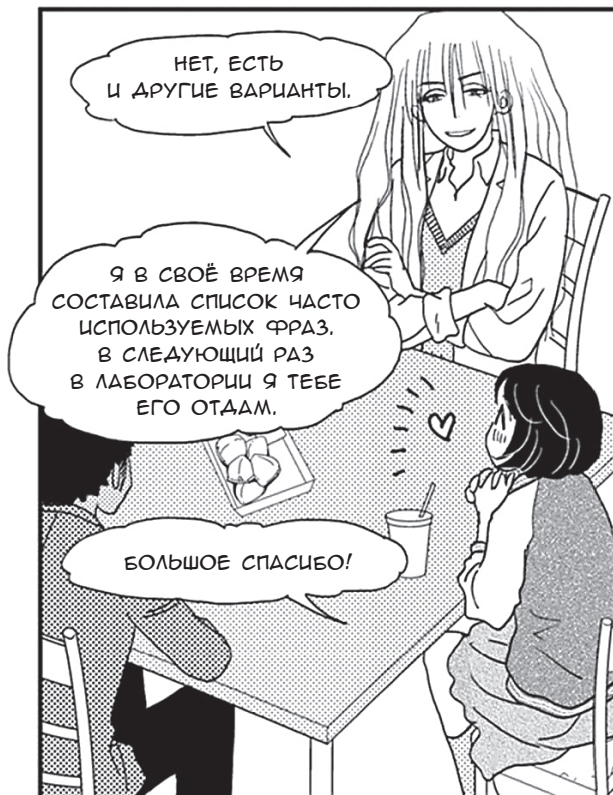
Примеры перевода

This paper argues that ~ = In this paper, we argue that ~
«В этой работе обсуждается...»

This paper deals with ~ = In this paper, we deal with ~
«В этой работе мы имеем дело с...»

This study shows that ~ = In this study, we show that ~
«В этом исследовании показано...»





4.2. ОТНОСИТЕЛЬНЫЕ МЕСТОИМЕНЕНИЯ

П-ПРОДОЛЖИМ!

ПОГОВОРИМ ОБ ОТНОСИТЕЛЬНЫХ МЕСТОИМЕНЕНИЯХ.

АХЕ!

_____ , and _____

_____ . However _____

Соединительные союзы

Для связи слов в предложениях или отдельных частей предложения используются соединительные союзы, такие как and и however.

Прямоугольник означает предложение.

А МЕСТОИМЕНЕНИЯ ТУТ ПРИ ЧЁМ?

Части предложения могут соединять и относительные местоимения. С их помощью придаточная часть предложения поясняет основную.

Предложение

Относительное местоимение

Часть предложения

Пояснение

ЭТО МЫ ТОЖЕ УЧИЛИ В ШКОЛЕ, НО Я ВСЁ ЗАБЫЛА...

А?

ХЕ-ХЕ

ЭТО ЖЕ САМЫЕ ОСНОВЫ!

Ну-ну!

СУЩЕСТВУЮТ СЛЕДУЮЩИЕ ВИДЫ ОТНОСИТЕЛЬНЫХ МЕСТОИМЕНЕНИЙ.

	Именительный падеж	Притяжательная форма	Объектный падеж
Антеcedент - человек	Who («кто»)	Whose («чей/чья/чьё»)	Who (whom) («кого/кому/кем/ [о] ком»)
Антеcedент - предмет	Which («который/-ая/-ое»)		Which («которого/-ому/-ым/-ом»)
Антеcedент - человек/предмет	That («который/-ая/-ое»)		That («которого/-ому/-ым/-ом»)

	Именительный падеж	Придаточная форма	Объектный падеж
Антецедент - человек	Who («кто»)		Who (juhm) («кого/кого-то/о ком»)
Антецедент - предмет	Which («который/-ая/-ое»)	Whose («чей/чья/чье»)	Which («которого/-ому/-ым/-ой»)
Антецедент - человек/предмет	That («который/-ая/-ое»)		That («которого/-ому/-ым»)

АНТЕЦЕДЕНТ -

ЭТО СУЩЕСТВИТЕЛЬНОЕ
ИЛИ МЕСТОИМЕНИЕ, КОТОРОЕ
СТОИТ ПЕРЕД ОТНОСИТЕЛЬНЫМ
МЕСТОИМЕНИЕМ И ПОЯСНЯЕТСЯ
С ЕГО ПОМОЩЬЮ.

ПРИМЕР

Относительное местоимение

The control programs **that** we made for the experiment are very effective.

Антецедент

Пояснение

ВОТ ТАК!

АГА...

НЕ САМАЯ
ПРОСТАЯ СХЕМА...

НЕ ПЕРЕЖИВАЙ!

В ТЕХНИЧЕСКОМ
АНГЛИЙСКОМ ПОЧТИ
НЕ ВСТРЕЧАЕТСЯ КОНСТРУКЦИЯ
"АНТЕЦЕДЕНТ - ЧЕЛОВЕК",
ПОЭТОМУ ДОСТАТОЧНО ОСВОИТЬ
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ОТНОСИТЕЛЬНЫХ
МЕСТОИМЕНИЙ
which и that.

УЖЕ ЛУЧШЕ!

Помещение бы
сложностей

ни да

ТАК КОГДА ИСПОЛЬЗУЕТСЯ
which, а КОГДА that?

ЭТО ДОВОЛЬНО
ВАЖНЫЙ ВОПРОС.

СЕЙЧАС ОБЪЯСНЮ.

which

that

Относительные местоимения

Прежде всего рассмотрим частый случай, когда *that* можно спокойно опустить.



Пример. The control programs (that) we made for the experiment are very effective.
«Созданные для эксперимента контрольные программы очень эффективны».

Кроме того, если antecedent сопровождается словами вроде *the first, the very, the same, the only, all, every, no, any* и т. д., которые подчёркивают его исключительность, универсальность или иные свойства, то в предложении используется только *that*.



Пример. This is the only method that makes it possible.
«Это единственный способ, при котором это возможно».



А не проще ли всегда использовать только *that*?

Нет. Бывают и обратные случаи, когда допускается только *which*. В техническом английском всего два примера частого употребления *which* – постарайся их хорошенько запомнить.



Относительные местоимения Использование which



- 1 Когда поясняется часть предложения перед относительным местоимением.

Пример. The previous research says that the material contains oxidized iron, which is not the case.

«В предыдущих исследованиях говорилось, что в материале содержится окисленное железо, что ложно».

Пример. The computer, which was installed in 2000, does not work anymore.

«Компьютер, который был установлен в 2000 году, больше не работает».

- 2 Когда перед относительным местоимением необходим предлог, например: *in which, for which, at which*.

Пример. There are cases in which this rule does not apply.

«Вот случаи, в которых данное правило не работает».



Значит, *which* надо использовать либо в присоединительной конструкции, когда к основной информации добавляется новая, либо если перед относительным местоимением стоит предлог. Всё понятно!



«Этот продукт представляет собой ноутбук со встроенным текстовым редактором, который позволяет легко вводить команды даже тем пользователям, которые не привыкли пользоваться клавиатурой».

Сато Ёичи. Как правильно писать на техническом английском.
Ohmsha, 2003.



«Этот продукт представляет собой ноутбук со встроенным текстовым редактором, который позволяет неискущённому пользователю легко вводить команды».



1. Этот продукт представляет собой ноутбук.
2. Этот продукт оснащён встроенным текстовым редактором.
3. Редактор позволяет неискущённому пользователю легко вводить команды.



Итак, попробуй перевести каждое из получившихся коротких предложений на английский. Заметь, третье предложение с неодушевлённым субъектом!



- 1 This product is a laptop computer.
- 2 This product has a built-in text editor.
- 3 The editor allows an inexperienced user to enter a command easily.



Вот так правильно?

Правильно. Но в таком виде текст выглядит весьма примитивно. Теперь нужно объединить предложения. Прежде всего возьмёмся за первое и второе. Здесь достаточно использовать предлог *with*. Подробнее про предлоги я расскажу позже...



- 1 This product is a laptop computer.
 - 2 This product has a built-in text editor.
- +
with



This product is a laptop computer with a built-in text editor.
① Предлог ②

Как теперь присоединить третье предложение? К основному предложению добавим информацию о том, что будет, если использовать встроенный редактор. То есть введём пояснительную конструкцию. Для этого нам понадобится относительное местоимение *which*.



① + ② This product is a laptop computer with a built-in text editor.



Одно и то же

③ The editor allows an inexperienced user to enter a command easily.

This product is a laptop computer with a built-in text editor

which ~

Антецедент

Относительное местоимение

Теперь добавим предложение с неодушевлённым субъектом «редактор». *The editor allows an inexperienced user to enter a command easily.* Заменяем неодушевлённый субъект относительным местоимением.



This product is a laptop computer with a built-in text editor

which ~

Антецедент

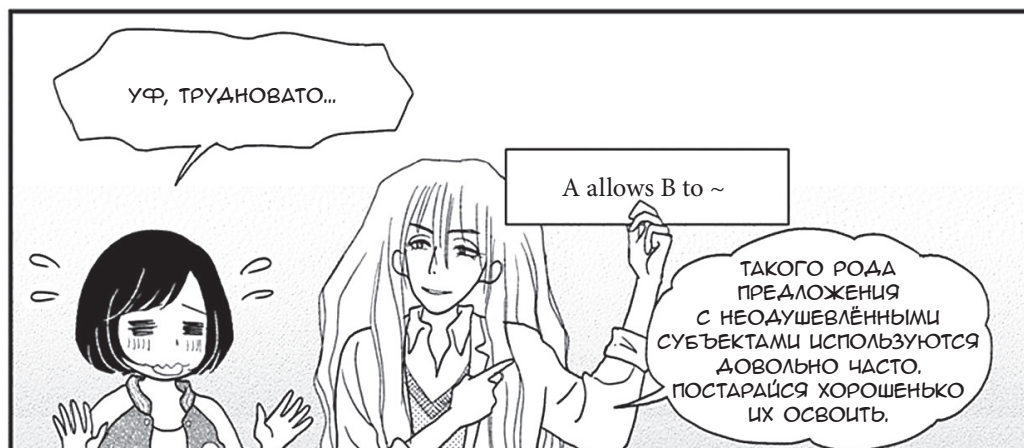
Относительное местоимение

allows an inexperienced user to enter a command easily.

Пояснение антецедента



Получилось!



4.3. ОПРЕДЕЛЁННЫЕ И НЕОПРЕДЕЛЁННЫЕ АРТИКЛИ. ПРЕДЛОГИ





ТРУДНОСТЬ В ТОМ,
ЧТО В РЯДЕ СЛУЧАЕВ МОГУТ
ИСПОЛЬЗОВАТЬСЯ ОБА АРТИКЛЯ.

ХМ...

a. an

the

НО РАЗВЕ

ТАК УЖ ВАЖНО, ГДЕ КАКОЙ
АРТИКЛЬ СТАВИТЬ?

a. an

the

ДА! ПОТОМУ ЧТО ИНОГДА
ОТ АРТИКЛЯ ЗАВИСИТ СМЫСЛ
ВСЕГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ.

Конкретный предмет

the

a

Один из многих

The подчеркивает
ИНДИВИДУАЛЬНОСТЬ,
ИСКЛЮЧИТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДМЕТА.
А УКАЗЫВАЕТ НА ОДИН ПРЕДМЕТ
ИЗ РЯДА ПРОЧИХ.

ПОЭТОМУ НЕВЕРНО ИСПОЛЬЗОВАННЫЙ
АРТИКЛЬ МОЖЕТ ИСКАЗИТЬ МЫСЛЬ
АВТОРА.

ОДНО И ТО ЖЕ СЛОВО
В ТЕКСТЕ ИНОГДА ИСПОЛЬЗУЕТСЯ
С РАЗНЫМИ АРТИКЛЯМИ.

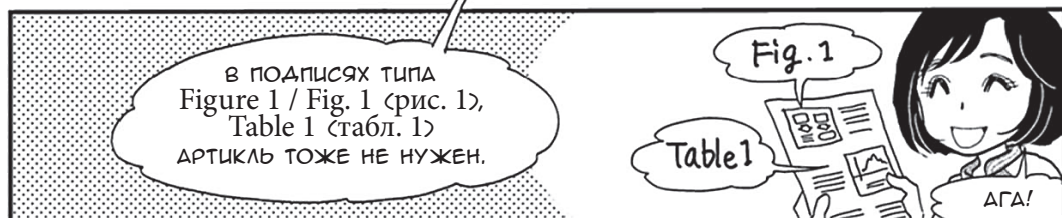
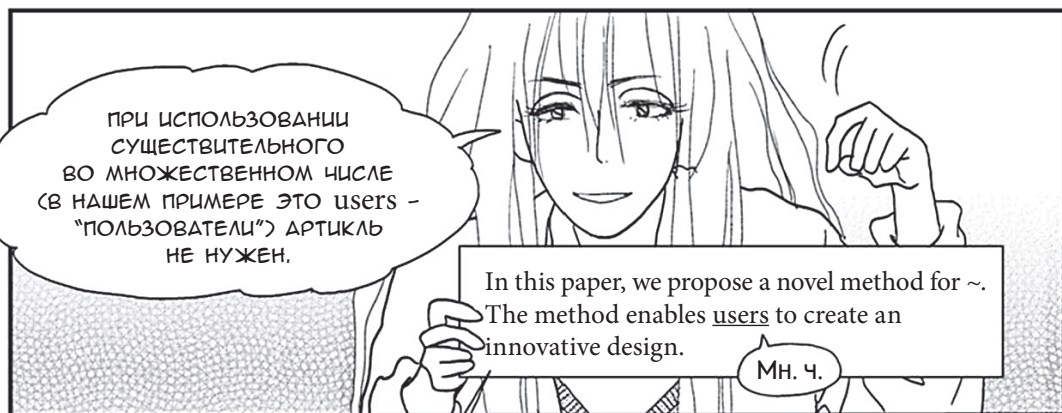
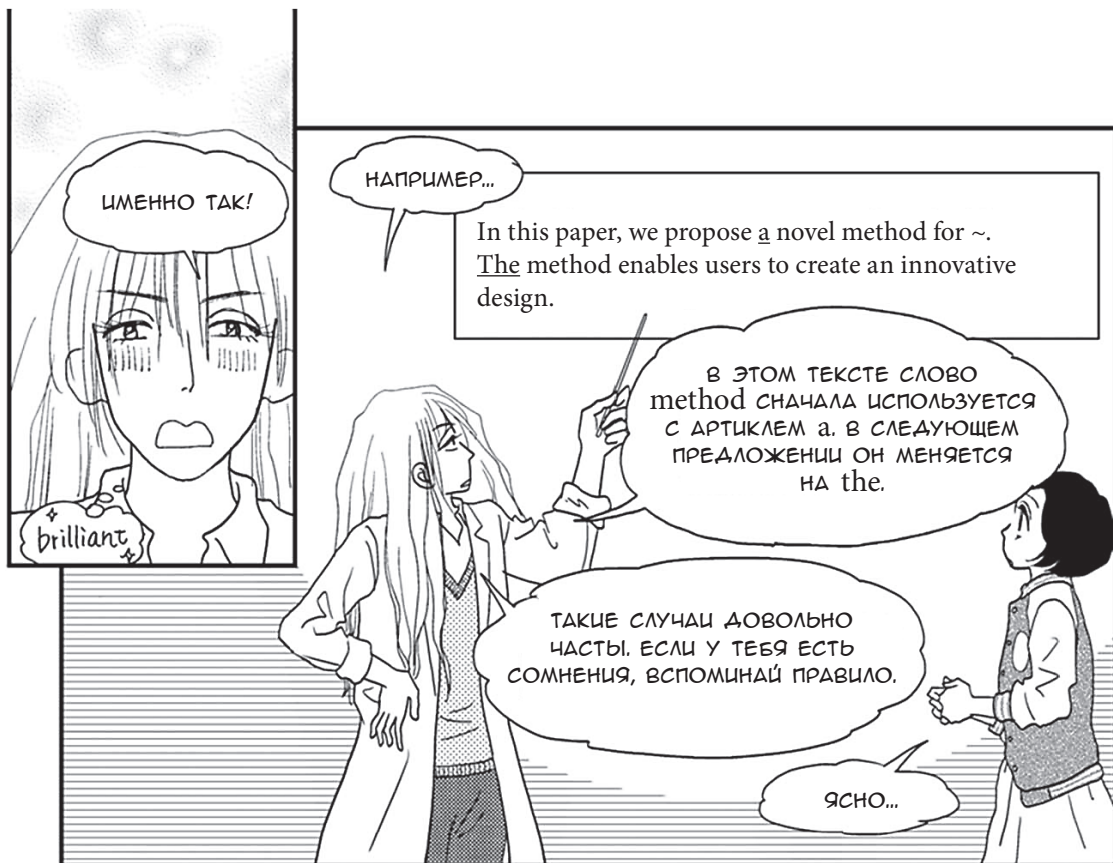
Первое упоминание

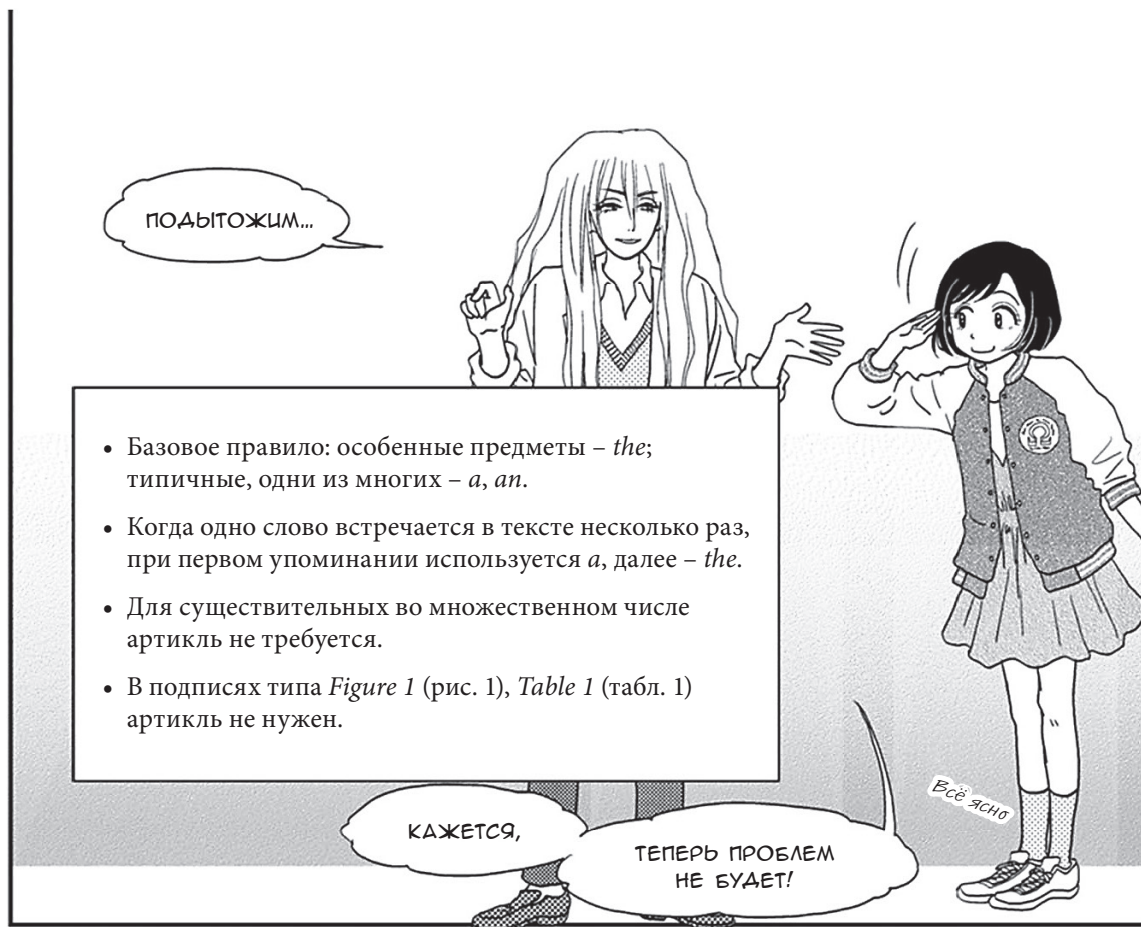
a

, the

То же слово с артиклем the

ВПЕРВЫЕ ОНО
УПОМИНАЕТСЯ С АРТИКЛЕМ a;
ПРИ ПОСЛЕДУЮЩИХ
УПОМИНАНИЯХ
УПОТРЕБЛЯЕТСЯ the.

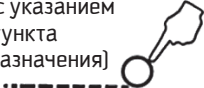
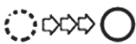


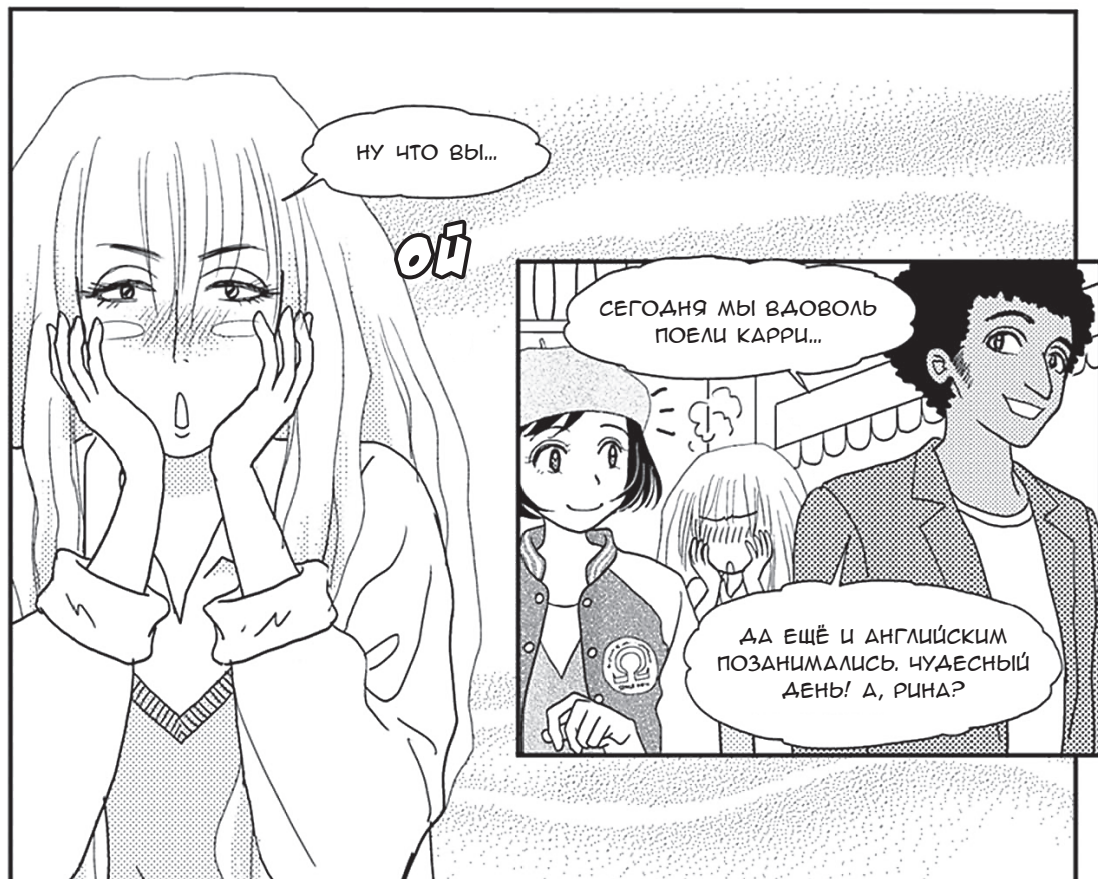


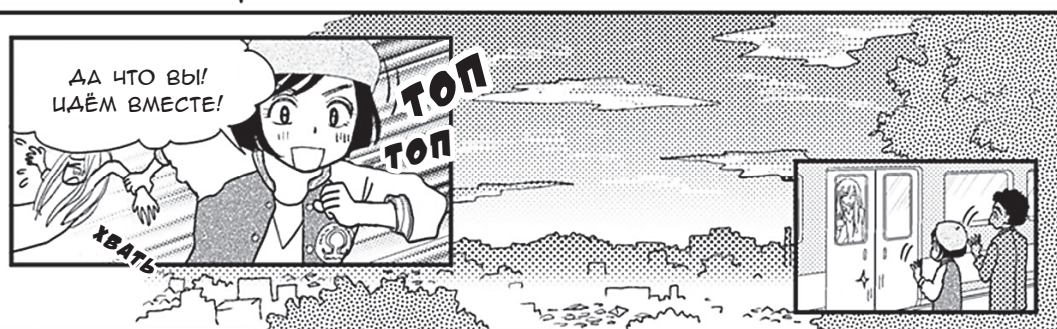
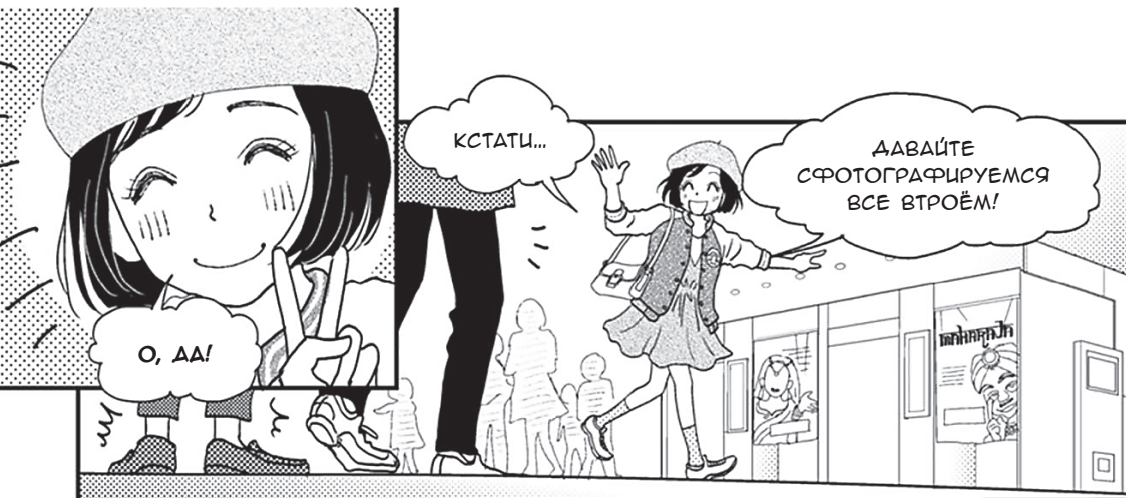




Предлог	Образ	Пример в разговорной речи	Пример в техническом английском
in	В (внутри чего-либо) 	in the corner «в углу» (в угловой части)	In this paper, we propose... «В этой работе предполагается...» (дословно: «мы предполагаем») In conclusion, In summary... «В заключение»; «в итоге»...
at	В (в конкретной точке) 	at the corner «в углу» (в точке образования угла)	This study aims at exploring... «Цель этой работы – исследование...» (дословно: «Эта работа нацелена на исследование...»)
on	На; на поверхности чего-либо 	walk on tiptoe «идти на цыпочках»	On the assumption that... «Исходя из предположения...» based on... «Основываясь на...» Смысл: опора на что-либо.
by	Рядом, около, на близком расстоянии; при посредстве 	live by the river «жить у реки»	We explore ~ by the experiment «Мы обнаружили <...> в ходе эксперимента...» – by указывает на средство.
with	С; вместе, в совокупности 	go to school with a friend «идти в школу с другом»	with a few exceptions... «с некоторыми исключениями...»
for	За; к; в направлении к... 	leave for Japan «уехать в Японию»	We provide a clue for understanding... «Это даёт (дословно: «мы предоставляем») ключ к пониманию...»

Предлог	Образ	Пример в разговорной речи	Пример в техническом английском
to	К; до; в сторону чего-либо (с указанием пункта назначения) 	go to school «идти в школу» (дословно: «к школе»)	We refer to works with experimental data... «Мы ссылаемся на работы (обращаемся к работам) с данными экспериментов...»
of	От; указывает на часть целого, принадлежность 	a tail of a dog «хвост собаки»	5 % of 100 materials, average of rating... «5 % из 100 % материалов», «среднее значение в рейтинге» (указывает на долю чего-либо)
from	Из, от, в направлении от чего-либо 	come from Japan «приехать из Японии»	from the results... «из результатов...»
under	Под 	under the table «под столом»	under assumption of... «исходя из предположения...» (дословно: «под предположением»)
over	Над, через, сверху 	jump over the river «перепрыгивать реку» (дословно: «через реку»)	over the decades... «спустя десятилетия...»
about	О, вокруг, около 	about the lake «около озера»	think about... «подумаем о...» (в значении «рассмотрим...»)





Неодушевлённые субъекты и пассивный залог

В манге Хакуи сообщает Рине, что в английском языке в качестве подлежащего часто используются неодушевлённые существительные. Для многих других языков это нехарактерно. Например, предложение *Five minutes' walk will bring you to the park* составлено вполне грамотно, хотя по-русски мы бы не сказали «Пятиминутная прогулка приведёт вас в парк». Вместо этого мы говорим: «Парк в пяти минутах ходьбы отсюда».

* * *

В английском языке, где в центре внимания оказывается причинно-следственная связь, существует тенденция выносить на первый план причину какого-либо действия. Маленький ребёнок изучает причинно-следственные связи, разбивая чашки, роняя ложки, разбрасывая кубики, запуская игрушку нажатием кнопки... То есть, совершив прямые действия по отношению к объекту (причина), малыш меняет сам объект или заставляет его двигаться (следствие). В подобных случаях предложения в английском языке строятся по схеме, где подлежащее выражено существительным/местоимением, представляющим субъект действия, которое привело к изменению объекта. Из рассмотренного выше примера (*Rina broke the mug*) неясно, намеренно ли Рина разбила чашку; очевидно лишь одно: действия Рины привели к тому, что чашка разбилась. Это классический пример – подлежащее обозначает человека или иное живое существо, которое осуществляет некое действие. Но в английском языке и неодушевлённые существительные, участвующие в причинно-следственных отношениях, тоже часто выступают в роли подлежащего.

Выше мы рассмотрели пример, когда неодушевлённое существительное «прогулка» (*walk*) становится подлежащим (хотя на русском языке фраза «прогулка приведёт вас в парк» прозвучала бы нелепо). Глаголы, используемые в предложениях такого рода (то есть выражающие действия, приводящие к определённому последствию), называются каузативными. Как уже упоминалось выше, при переводе таких предложений лучше использовать конструкции с предлогами «из-за», «благодаря», союзами «если», «в силу того что» и т. п.

- *make A do* («заставить А сделать [что-либо]», каузатив)

This medicine will make you feel better.

Дословно: «Это лекарство заставит вас чувствовать себя лучше».

=> «Если принять это лекарство, вы почувствуете себя лучше».

- *force A to do / compel A to do* («принудить А сделать [что-либо]»)

The heavy rain forced us to stay home.

Дословно: «Сильный дождь вынудил нас остаться дома».

=> «Из-за сильного дождя мы были вынуждены остаться дома».

- *allow A to do* («разрешить А сделать [что-либо]»)

The computer allows us to store a lot of information.

Дословно: «Компьютер позволяет нам хранить много информации».

=> «Благодаря компьютерам мы можем хранить большие объёмы информации».

- *cause A to do* («стать причиной того, чтобы А сделал(а) [что-либо]»)

Her overwork caused her to get ill.
 Дословно: «Её переработка сделала её больной».
 => «Она заболела из-за того, что перетрудилась».
- *enable A to do* («обеспечить возможность того, чтобы А сделал(а) [что-либо]»)

The new method enables us to process data more easily.
 Дословно: «Новый метод позволил нам обрабатывать данные проще».
 => «Благодаря новому методу обрабатывать данные стало проще».

Кроме того, в предложениях с неодушевлёнными подлежащими в повседневном английском языке часто используются следующие глаголы:

- *prevent A from doing / keep A from doing / stop A from doing*
 «удерживать от...» (вариант перевода: «А не делает, не может сделать...»);
- *remind A of B*
 «напоминать А о В» (вариант перевода: «А вспоминает о В»);
- *take A to B / bring A to B / lead A to B*
 «привести А к В» (вариант перевода: «А может прийти к В» / «А приходит к В»);
- *A tells B / A shows B*
 «А сообщает/показывает В» (вариант перевода: «В понимает/узнает <...> благодаря А»).

А теперь остановимся на особенностях использования предложений с неодушевлёнными субъектами в качестве подлежащего в технической литературе на английском языке. Ниже представлено несколько примеров (для простоты понимания каждое предложение переводится дословно). Попробуйте использовать такие конструкции в своих работах.

① Выражения, часто используемые в разделах Introduction («Введение») и Conclusion («Заключение»)

Слова *this study* («эта работа»), *this paper* («этот материал»), *this research* («это исследование»), *this article* («эта статья») и т. п. часто выступают в качестве подлежащего во вводной части к научному труду. Это хорошая альтернатива конструкциям с подлежащим «мы» («мы изучили», «мы проанализировали», «мы показали»). Если «данное исследование» / «данная работа» становится подлежащим, то всё предложение в целом должно выражать некие причинно-следственные связи, например: «данная работа продемонстрировала такой-то результат». Таким образом вы показываете, в чём состоят суть и новизна вашего труда. В заключительной части вы можете воспользоваться теми же конструкциями, но уже в прошедшем времени, чтобы показать, что цели были достигнуты.

- *This study proposes a new method to achieve the goal of...*
«Данная работа предлагает новый метод достижения цели...»
- *This paper analyzes the characteristics of...*
«Данный материал анализирует особенности...»
- *This article presents an overview of the theory.*
«Данная статья представляет обзор теории».
- *This study provides the following information.*
«Данная работа предоставляет следующую информацию».
- *This study attempts to discover...*
«Данная работа пытается выявить...»
- *This paper investigates the factors that explain...*
«Данный материал исследует факторы, которые объясняют...» (в придаточном предложении *factors that explain...* слово *factors* тоже является неодушевлённым субъектом).
- *This article shows that [S + V].*
«Данная статья показывает, что...»
- *This research examines the effects of...*
«Данное исследование изучает эффект...»
- *This paper demonstrates that [S + V].*
«Данная работа показывает, что...»
- *This paper argues/discusses that [S + V].*
Данный материал утверждает* / оспаривает утверждение о том, что...
- *This study develops a system of...*
Данное исследование разрабатывает систему...

* Глагол *argue* («спорить») в данном случае означает, что в работе утверждается некое положение, являющееся предметом дискуссий в науке. – Прим. ред.

② Выражения, часто используемые при ссылке на предыдущие исследования

Если подлежащее *this study / this research / this article* заменить на *previous study* (предыдущее исследование), то получится предложение типа «В предыдущем исследовании... было сделано...». В таком предложении указывается, что стало понятным из предыдущего исследования, а что осталось не выясненным. Глагол чаще всего используется в форме настоящего завершённого времени (Present Perfect): оно означает действие, которое уже завершилось, но результаты его важны и на текущий момент.

Present Perfect образуется по схеме:

вспомогательный глагол *have/has* + 3-я форма основного глагола

(см. примеры ниже: *have demonstrated*, *have concluded* и т. п.)

В качестве подлежащего может выступать и ссылка на название исследования с указанием имени автора и года публикации, например: *Sakamoto, 2013*. Таким образом, для научного труда на английском языке вполне характерны такие фразы: *Sakamoto (2013) proposes that...* («[Исследование] Сакамото за 2013 год предполагает, что...»).

- *The previous study proposed that [S + V].*
«Предыдущее исследование предполагало, что...»
- *Previous studies have demonstrated/shown/presented that [S + V].*
«Предыдущие исследования показывали, что...»
- *Previous studies have focused on...*
«Предыдущие исследования фокусировались на...»
- *Previous studies have paid little attention to...*
«Предыдущие исследования уделяли мало внимания...»
- *Previous studies have virtually ignored...*
«Предыдущие исследования фактически игнорировали...»
- *Other studies have concluded that [S + V].*
«Другие исследования делали вывод, что...»
- *This drives us to the question how [S + V].*
«Это приводит нас к вопросу [о том], как...»

③ Выражения, используемые для описания гипотезы или метода (в разделе Method)

- *This study employs the following approach.*
«Данное исследование использует следующий подход.»
- *This study allows participants to submit...*
«Данное исследование позволяет участникам представить на рассмотрение...»
- *The hypothesis rests on/upon the idea that [S + V].*
«Данная гипотеза базируется на том, что...»

④ **Выражения, используемые для представления результатов**

- *The results shows that [S + V].*
«Эти результаты показывают, что...»
- *The result means that [S + V].*
«Данный результат означает, что...»
- *Table 1 shows that [S + V].*
«Таблица 1 показывает, что...»
- *Figure 1 illustrates/demonstrates that [S + V].*
«Рисунок 1 показывает, что...»
- *A glance at Figure 2 will reveal that [S + V].*
«Взгляд на рисунок 2 даёт понять, что...»
- *These results lead us to conclude that [S + V].*
«Эти результаты позволяют сделать вывод [о том], что...»
- *These results lead to the conclusion that [S + V].*
«Эти результаты приводят к выводу [о том], что...»
- *The result suggests/indicates that [S + V].*
«Данный результат предполагает, что...»
- *These results make it clear that [S + V].*
«Эти результаты обнаруживают, что...»

⑤ **Выражения, используемые в разделах Discussion («Обсуждение») и Conclusion («Заключение»)**

- *This study sheds new light on...*
«Данное исследование проливает свет на...»
- *This study will contribute to...*
«Данное исследование вносит вклад в...»

Постарайтесь запомнить эти примеры предложений с неодушевлёнными подлежащими и использовать их в своих работах на техническом английском.

От редактора

Отдельного обсуждения заслуживает пассивный залог – одна из самых употребительных грамматических форм в английском языке. В разделе 4.1 «Активный и пассивный залого» приводился пример грамматической ошибки: Рине нужно было перевести фразу «Мне интересно», но вместо *I am interested* получилось *I am interesting* («Я интересна»). Эта ошибка связана с особенностями японского языка, но и те, для кого родной язык – русский, могут испытывать трудности в освоении пассивного (страдательного) залога.

Там, где в русском языке подчёркивается активность субъекта, в английском – довольно неожиданно для нас – может использоваться пассивная конструкция.

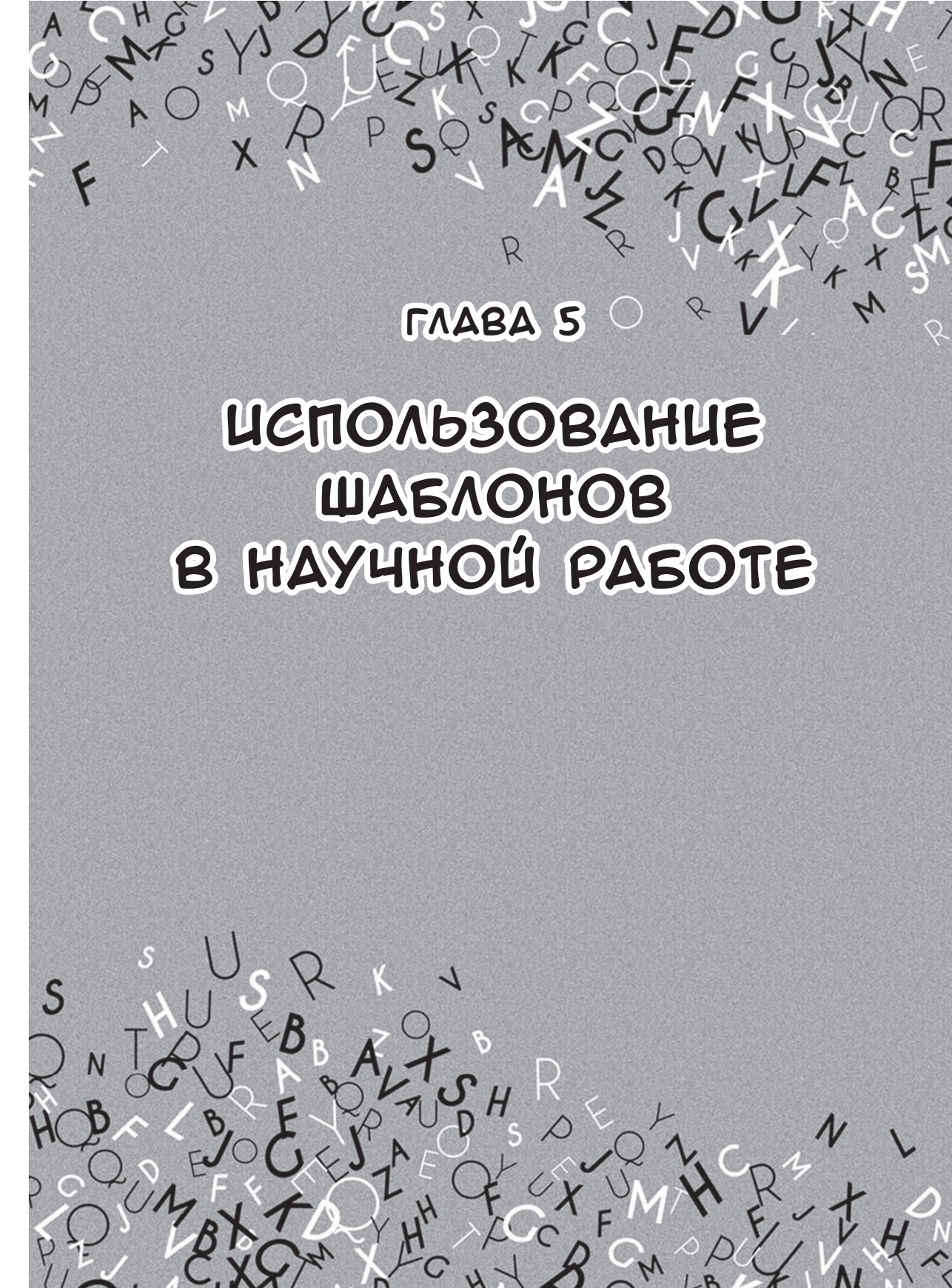
Например, фраза

We are going to be married in June

дословно переводится так:

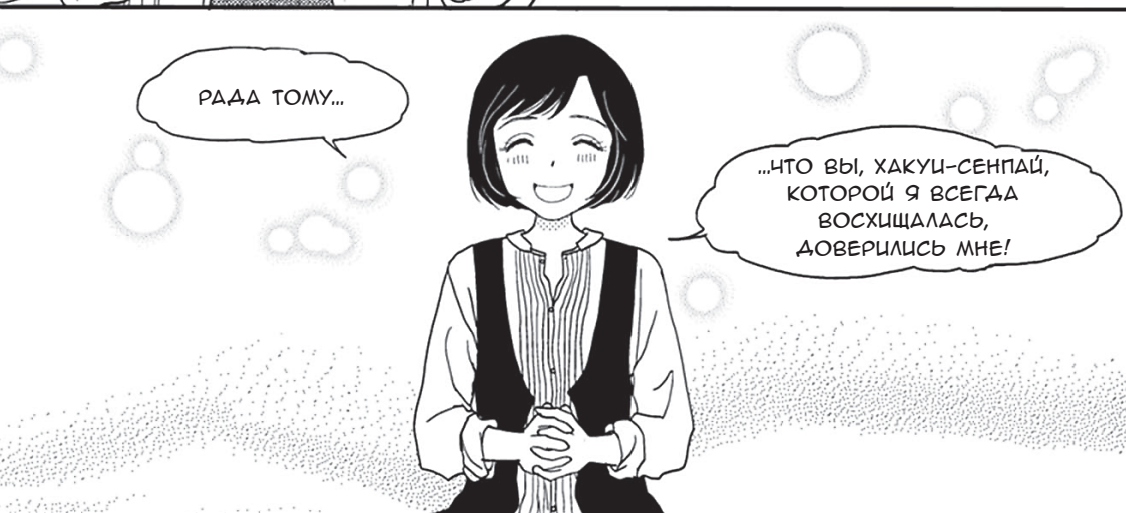
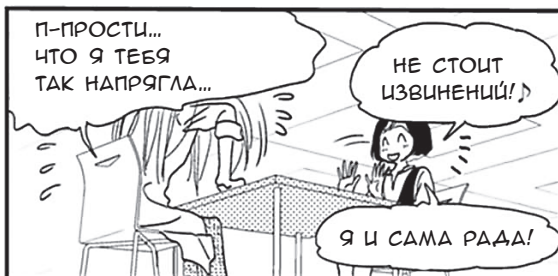
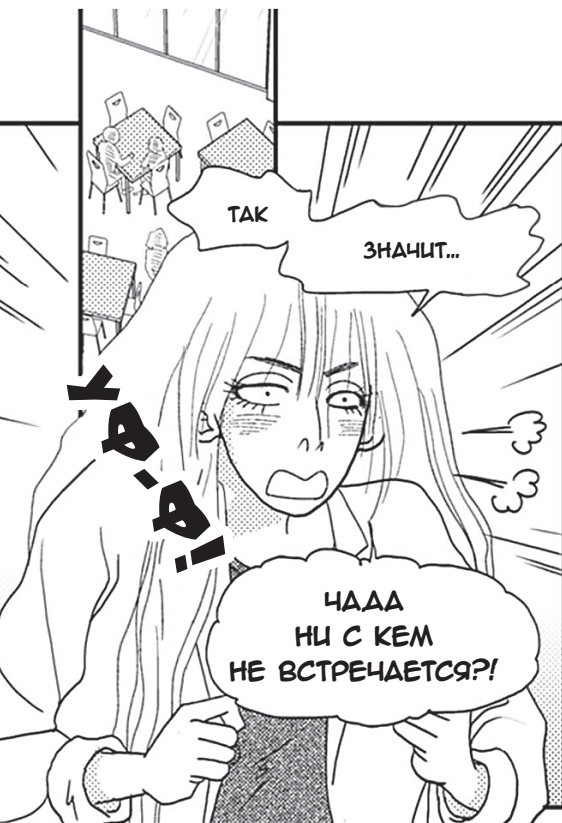
«Мы собираемся быть поженившимися в июне».

Существует альтернативный вариант – *We are going to marry* («Мы собираемся пожениться»), но он используется наравне с первым вариантом (*going to be married*), в то время как по-русски будет более уместным выражение «Мы поженимся», а не «Нас поженят».



ГЛАВА 5

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ШАБЛОНОВ В НАУЧНОЙ РАБОТЕ





5.1. КРАТКИЙ ПЛАН НАУЧНОЙ РАБОТЫ НА ТЕХНИЧЕСКОМ АНГЛИЙСКОМ



PATTERN

СУЩЕСТВУЕТ
ОПРЕДЕЛЁННЫЙ
КАНОН НАПИСАНИЯ
НАУЧНЫХ РАБОТ
НА АНГЛИЙСКОМ
ЯЗЫКЕ.

И МОЖНО
ВОСПОЛЬЗОВАТЬСЯ
СТАНДАРТНОЙ
СХЕМОЙ.

В САМОМ
ДЕЛЕ,

КОГДА Я ЧИТАЛА
НАУЧНЫЕ РАБОТЫ
НА АНГЛИЙСКОМ,
ТО ЗАМЕТИЛА,
ЧТО СТРУКТУРА У НИХ
ПОХОЖАЯ!

ТАК И ЕСТЬ.

СТАНДАРТНОЕ ПОСТРОЕНИЕ
РАБОТЫ ЗНАЧИТЕЛЬНО
ОБЛЕГЧАЕТ ТВОЮ ЗАДАЧУ.

НАААА ЖЕ!

ИТАК, СЕГОДНЯ
МЫ ПОГОВОРИМ
О СТРУКТУРЕ
И СТАНДАРТАХ
ОФОРМЛЕНИЯ.

ПРЕЖДЕ ЧЕМ ПЕРЕЙТИ
К СОДЕРЖАТЕЛЬНОЙ
ЧАСТИ...

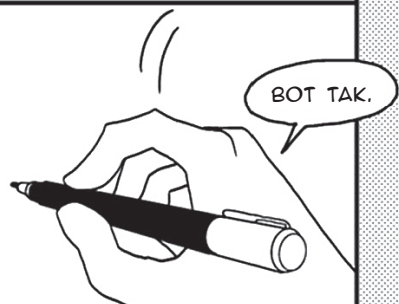
...ЗАПИШЕМ СЛЕДУЮЩЕЕ:
Title (ЗАГОЛОВОК), Authors
(АВТОРЫ), Affiliation (УЧРЕЖДЕНИЕ),
Abstract (РЕЗЮМЕ) и Key Words
(КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА).

ЧИРК
ЧИРК

АГА!

Что должно быть расположено
перед основным текстом

- Title (ЗАГОЛОВОК)
- Authors (АВТОРЫ)
- Affiliation (УЧРЕЖДЕНИЕ)
- Abstract (РЕЗЮМЕ)
- KeyWords (КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА)



Основные разделы
научной работы

1. Introduction (ВВЕДЕНИЕ)
2. Materials and Methods (МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ)

※ 2. Methods (МЕТОДЫ) – ВКЛЮЧАЕТ ПОДРАЗДЕЛЫ:

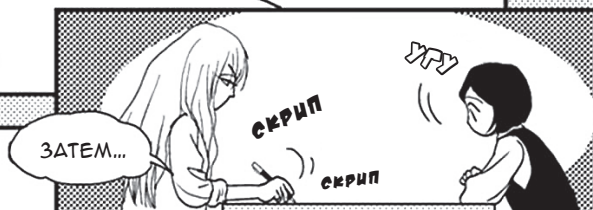
- 2.1 Design (of Experiment) (ПРОЕКТИРОВАНИЕ ЭКСПЕРИМЕНТА)
- 2.2 Materials (МАТЕРИАЛЫ)
- 2.3 Procedure (ПРОЦЕДУРА)

3. Results (РЕЗУЛЬТАТЫ)
4. Discussion (ОБСУЖДЕНИЕ)
5. Conclusion (ЗАКЛЮЧЕНИЕ)

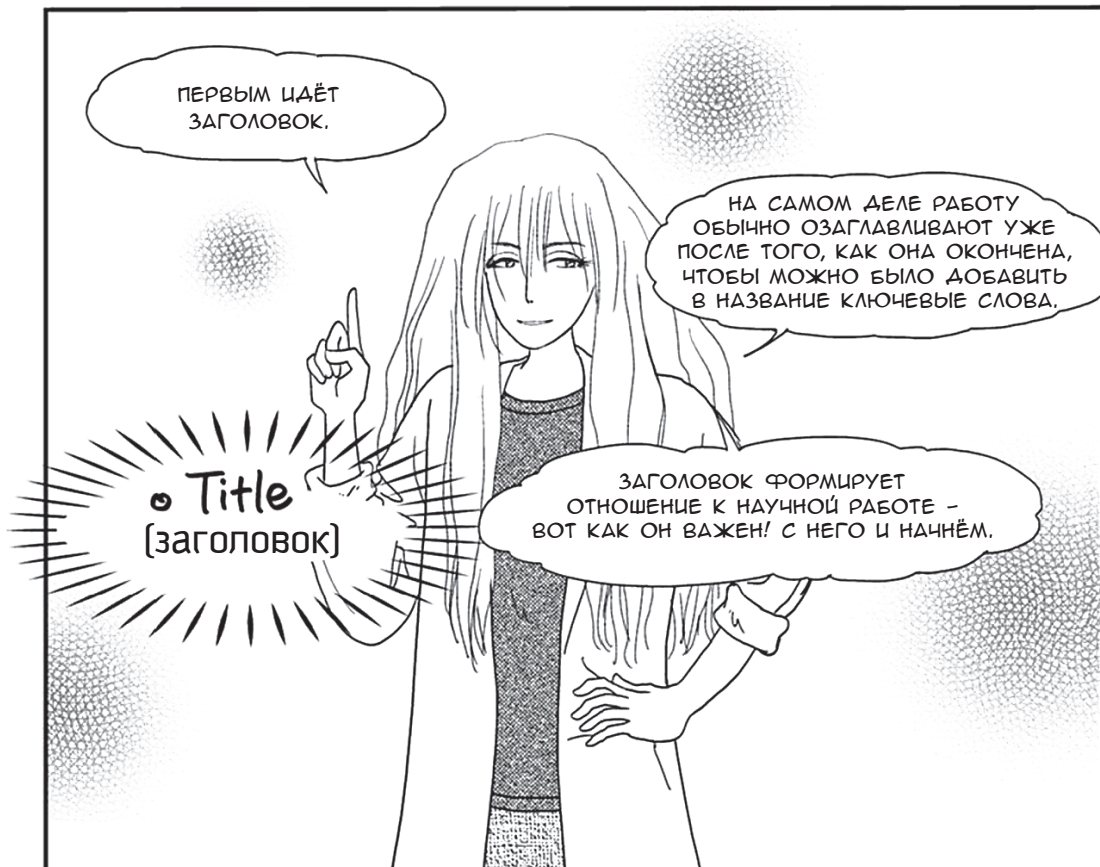
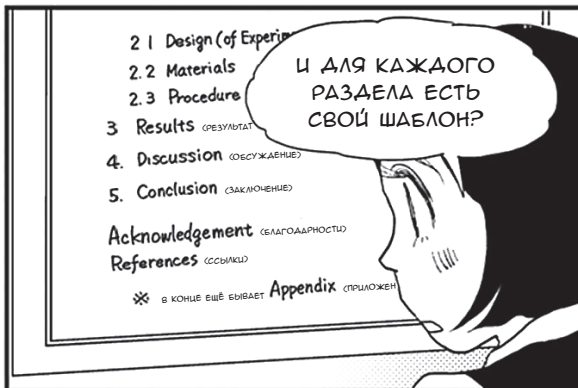
Acknowledgement (БЛАГОДАРНОСТИ)

References (ССЫЛКИ)

※ В КОНЦЕ ЕЩЁ БЫВАЕТ Appendix (ПРИЛОЖЕНИЕ).



А ВОТ ТАК
ВЫСТРАИВАЕТСЯ ОСНОВНОЙ
БЛОК НАУЧНОЙ РАБОТЫ...





Составление заголовка: важные нюансы



1. Включите в заголовок по возможности больше ключевых слов из научной работы.

Именно поэтому озаглавливать работу удобнее уже после её написания. Сейчас, в век электронной коммуникации, научные работы в интернете ищут по ключевым словам. Свою работу можно распространять и на платных ресурсах, поэтому желательно включить в заголовок слова, которые дают понять, чем эта работа выделяется в ряду прочих. Заголовок чем-то похож на магазинную вывеску: что бы ни было внутри, если вывеска непривлекательна, то и покупатель к вам не заглянет.

2. В заголовке должно быть не более 10 слов.

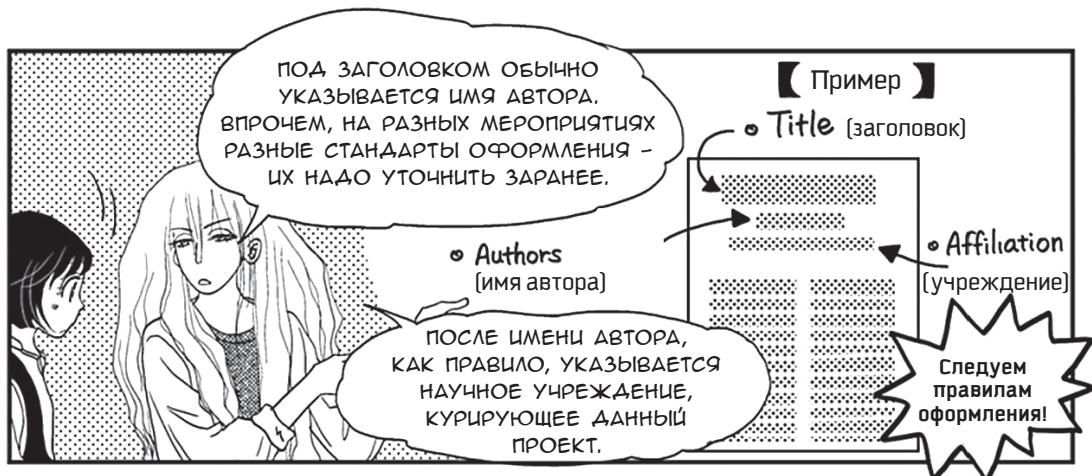
Как бы ни хотелось вместить в заголовок побольше ключевых слов, надо знать меру – длинные заголовки трудны для понимания. Кроме того, в материалы международных конференций включается так называемый *short title* – краткий заголовок, и здесь вам уж точно пригодится искусство сокращать. В то же время слишком короткий заголовок неинформативен. Иными словами, придерживайтесь золотой середины.

3. Исключите из заголовка очевидные слова.

Чтобы в заголовке оказалось как можно больше ключевых слов и при этом его длина не превысила норму, лучше не использовать малоинформативные в данном случае слова, например *Study* (исследование), *Analysis* (анализ), *Investigation* (изучение) и т. п. Названия студенческих дипломов часто начинаются со слов вроде *A Study of* или *Study on* («Исследование по теме...»), но для материалов международных конференций это избыточно.

4. Старайтесь избегать сложных фраз, в частности с относительными местоимениями. Пишите кратко и понятно, используя для связи слов предлоги и союзы.





Правила написания резюме

1. Если не указано иное, резюме должно укладываться в 100–200 слов.

Ограничения на объём резюме часто определяются регламентом подачи материалов. Если лимит не задан, оптимальная длина составляет 100–200 слов.

2. На каждый ключевой аспект работы и на каждый тезис желательно отвести одно предложение.

Другими словами...

Введение. Исходные данные (предыдущие исследования и поставленная задача, содержание) => 1 sentence

Цель работы => 1 sentence

Гипотеза => 1 sentence

Способ исследования => 1 sentence

Суть экспериментов => 1 sentence

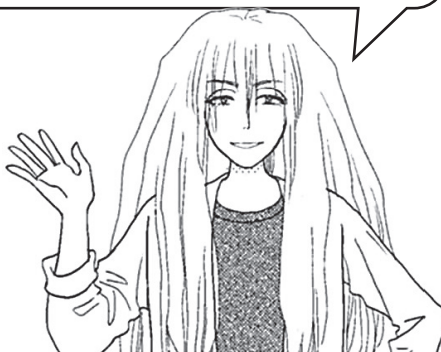
Результаты, выводы => 1 sentence

...примерно так!

Если в среднем в одном предложении (sentence) будет 20–25 слов (words), то получится:

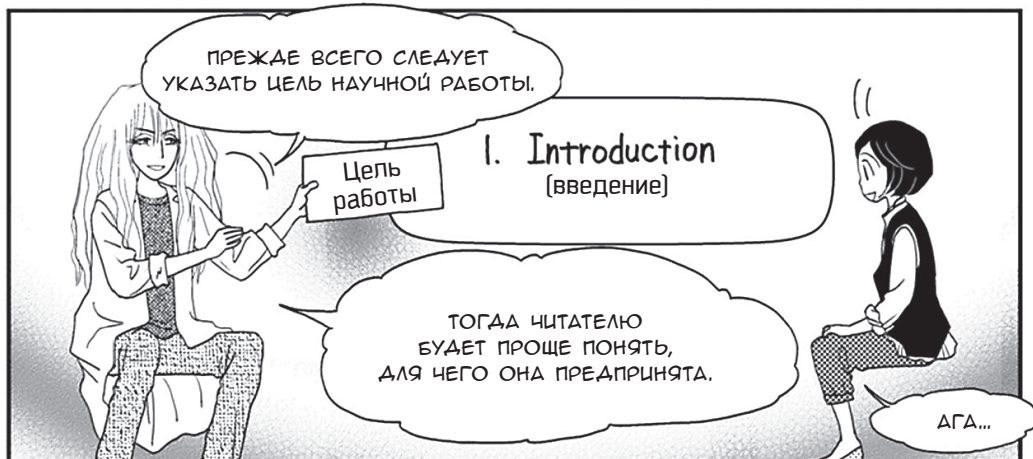
$$5 \text{ sentence} \times 20\text{--}25 \text{ words} = 100\text{--}125 \text{ words.}$$

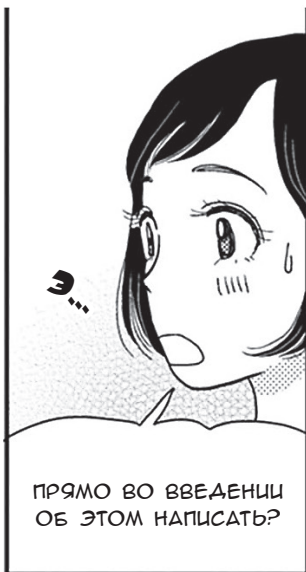
Можно взять этот расчёт за основу и при необходимости скорректировать в соответствии с конкретными стандартами оформления.





5.2. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ НАУЧНОЙ РАБОТЫ НА ТЕХНИЧЕСКОМ АНГЛИЙСКОМ



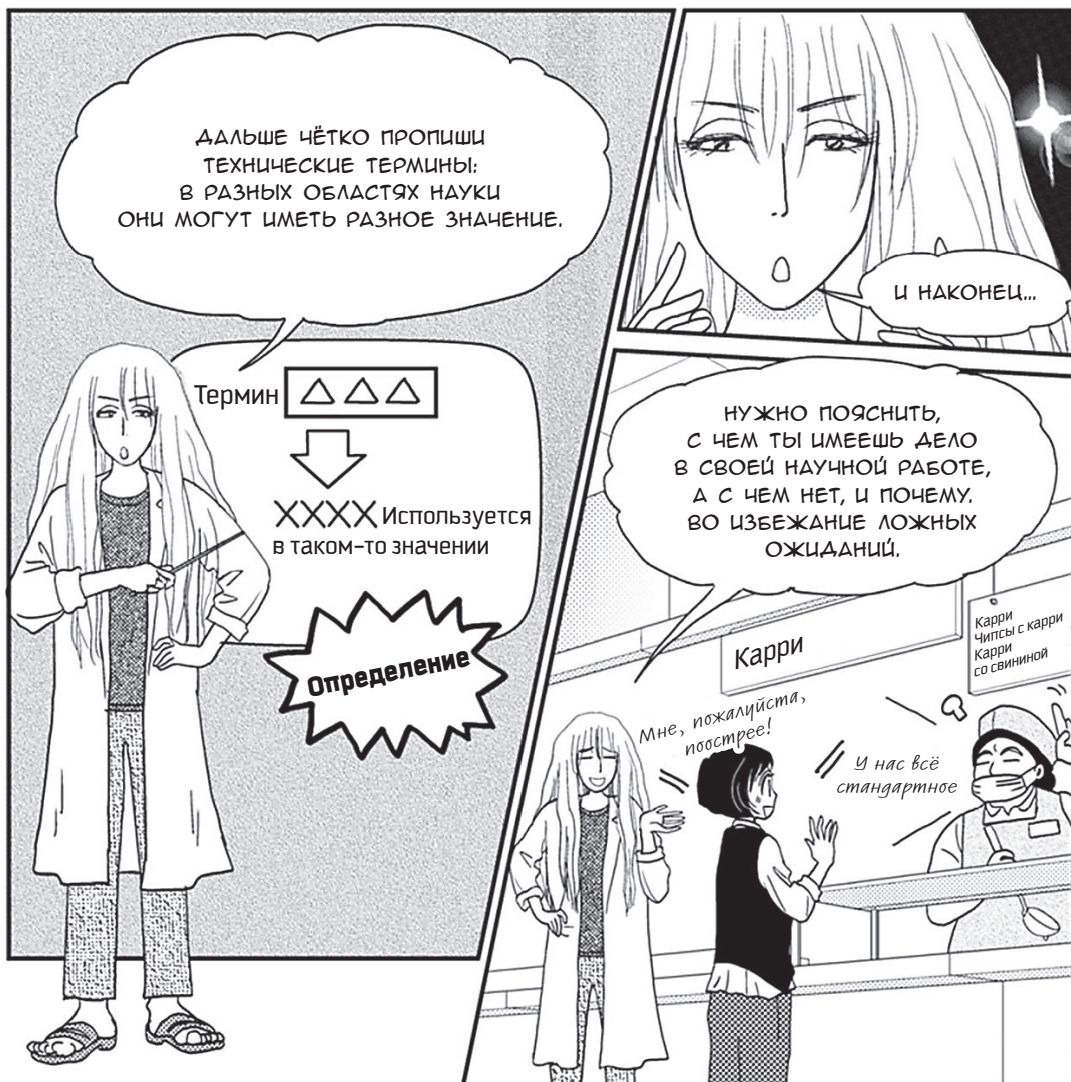


ПРЯМО ВО ВВЕДЕНИИ
ОБ ЭТОМ НАПИСАТЬ?



ДА, КРАТКО ПОЯСНИ,
ЧЕМ ТВОЁ ИССЛЕДОВАНИЕ
ПОЛЕЗНО ДЛЯ НАУКИ.

А-А, ТЕПЕРЬ
ПОНЯТНО!



ДАЛЬШЕ ЧЁТКО ПРОПИШИ
ТЕХНИЧЕСКИЕ ТЕРМИНЫ:
В РАЗНЫХ ОБЛАСТЯХ НАУКИ
ОНИ МОГУТ ИМЕТЬ РАЗНОЕ ЗНАЧЕНИЕ.

Термин



XXXXX Используется
в таком-то значении

Определение

И НАКОНЕЦ...

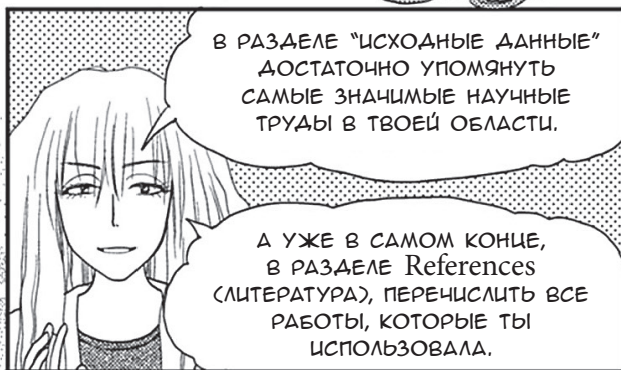
НУЖНО ПОЯСНИТЬ,
С ЧЕМ ТЫ ИМЕЕШЬ ДЕЛО
В СВОЕЙ НАУЧНОЙ РАБОТЕ,
А С ЧЕМ НЕТ, И ПОЧЕМУ.
ВО ИЗБЕЖАНИЕ ЛОЖНЫХ
ОЖИДАНИЙ.

карри

Карри
Чипсы с карри
Карри
со свинойной

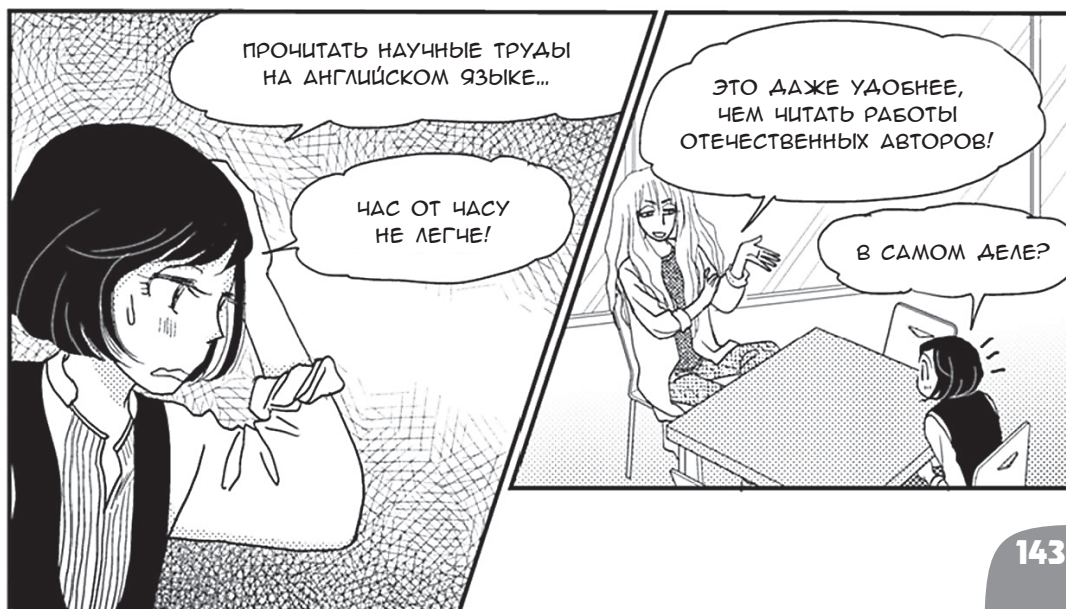
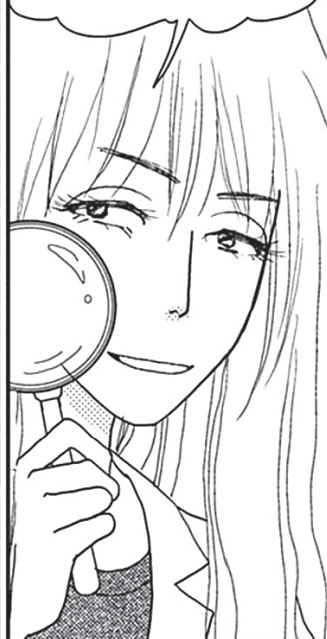
Мне, пожалуйста,
поострее!

У нас всё
стандартное

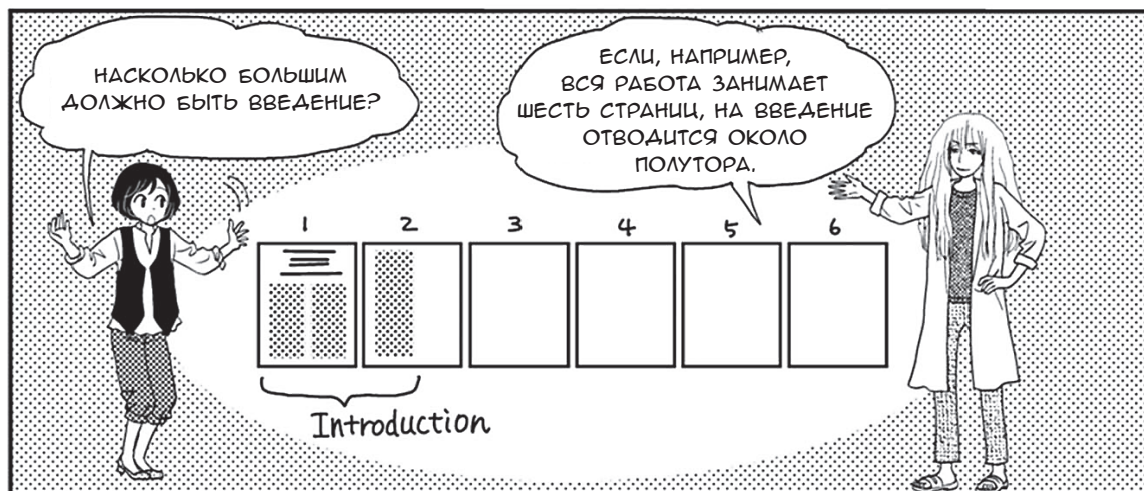
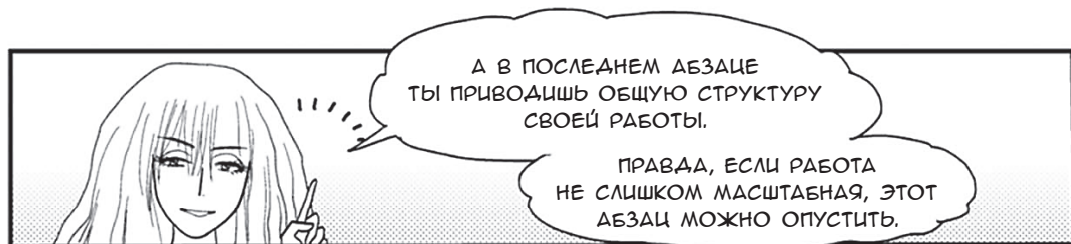




ЭТО ОЧЕНЬ ПРИГОДИТСЯ
ТЕБЕ ПРИ ЗАПОЛНЕНИИ
РАЗДЕЛА "ИСХОДНЫЕ
ДААННЫЕ".







3. Results (результаты)

ТЕПЕРЬ ПЕРЕИДЕМ
К РЕЗУЛЬТАТАМ -
Results.

В НАУЧНЫХ РАБОТАХ ОБЫЧНО
ИСПОЛЬЗУЕТСЯ МНОЖЕСТВО
ГРАФИКОВ И ПРОЧИХ
ИЛЛЮСТРАЦИЙ. ТУТ ДЛИННЫЕ
ТЕКСТЫ НИ К ЧЕМУ.

ГОРАЗДО ВАЖНЕЕ УМЕНИЕ
НАГЛЯДНО ПРЕДСТАВИТЬ
РЕЗУЛЬТАТЫ.

ПА-ПАМ

Картинка

НО НЕЛЬЗЯ ЖЕ
СОВСЕМ ОБОЙТИСЬ
БЕЗ СОПРОВОДИТЕЛЬНОГО
ТЕКСТА!

ЧТО ЭТО?

Фото котиков!

Просто я люблю
фоткать котика
в нашем универсе...

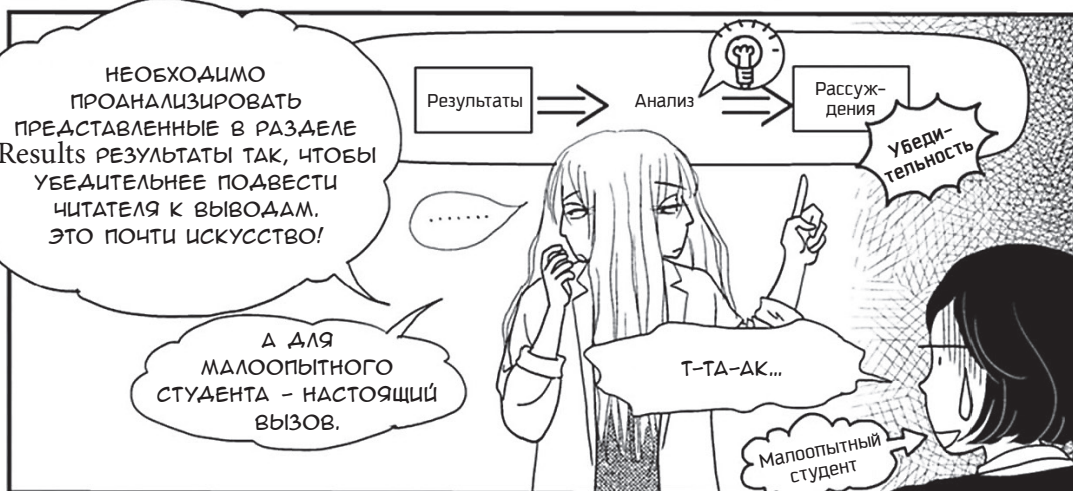
САМО
СОБОЙ,

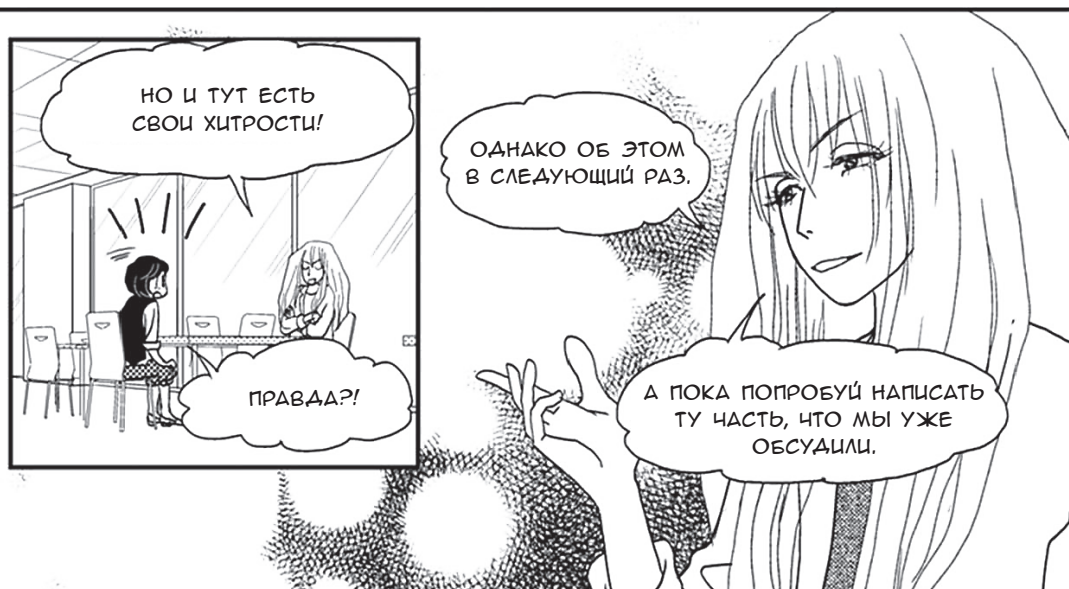
КАЖДАЯ
ИЛЛЮСТРАЦИЯ
ТРЕБУЕТ КРАТКОГО
ПОЯСНЕНИЯ.

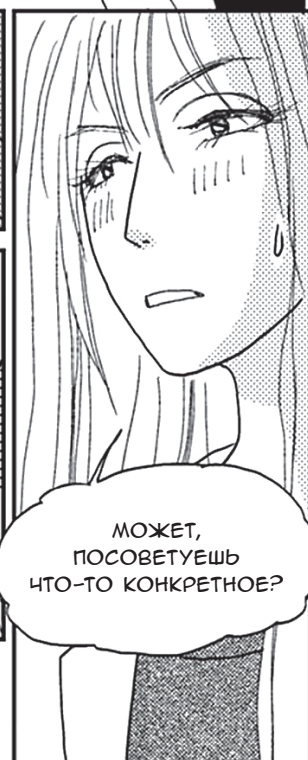
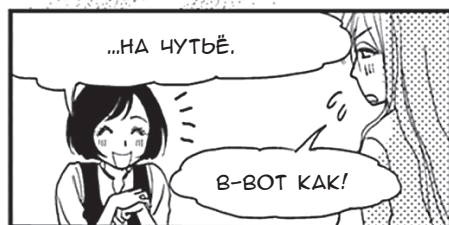
Котики — наше всё...

НО ПОДПИСИ И ТЕКСТ
К ИЛЛЮСТРАЦИЯМ ВПОЛНЕ
СТАНДАРТНЫЕ. Я ПЕРЕДАМ
ТЕБЕ СПИСОК ВЫРАЖЕНИЙ
НА ЭТОТ СЛУЧАЙ.

БОЛЬШОЕ СПАСИБО!







Выражения, часто используемые в разных разделах научных работ

Как было рассказано в манге, большинство научных работ на техническом английском имеет схожую структуру. Ниже представлены выражения, часто используемые в каждом из разделов.

1. *Introduction* («Введение»)
2. *Materials and Methods* («Материалы и методы»)

или

Methods («Методы») с подпунктами:

- 2.1. *Design (of Experiment)* («Проектирование эксперимента»)
- 2.2. *Materials* («Материалы»)
- 2.3. *Procedure* («Процедура»)
3. *Results* («Результаты»)
4. *Discussion* («Обсуждение»)
5. *Conclusion* («Заключение»)

1. Часто используемые выражения во введении

«В предыдущих исследованиях было показано...» -> «Однако остаются неясными следующие моменты...» -> «Цель данного исследования состоит в...».

○ Выражения в блоке «В предыдущих исследованиях было показано...»

- *Over the years a number of researches have studied...*
На протяжении нескольких лет во многих исследованиях изучалось...
- *Over the past few years (decades) a considerable number of studies have been on...*
За последние несколько лет (десятилетий) было проведено значительное число исследований...
- *Numerous attempts have been made by previous researches to show (demonstrate)...*
В предшествующих исследованиях предпринимались многократные попытки показать...
- *In recent years, a lot of effort have been put into determining whether...*
В последние годы [учёные] много работали над тем, чтобы выяснить...
- *...has recently received broad attention.*
...с недавних пор привлекает большое внимание.
- *The recent researches have thrown new light on...*
Недавние исследования представили в новом свете...
- *There has been a growing interest in...*
Интерес к ... постоянно возрастает.

- *Considerable attention has been paid to the research of...*
Значительное внимание уделялось исследованиям...
- *Previous studies have focused on...*
Предыдущие исследования фокусировались на...
- *There remains an ever-increasing interest and challenges to...*
Интерес и энтузиазм в отношении ... постоянно растут.
- *...has been widely studied in this field.*
...широко изучался/-лась/-лось в этой области.
- *Previous research has suggested / shown / proposed / demonstrated that...*
В предыдущем исследовании предполагалось / было показано / предложено / продемонстрировано...
- *According to [название исследования], the first attempt to understand ... was made by...*
Согласно [название исследования], первая попытка понять ... была сделана...

○ **Выражения в блоке «Однако остаются неясными следующие моменты...»**

- *No studies have ever tried to...*
Ни в одном исследовании до сих пор не предпринималась попытка...
- *...has never been examined.*
...не исследовался/-лась/-лось ранее.
- *Little attention has been given to...*
Мало внимания уделялось...
- *...has hitherto been ignored.*
...до сих пор игнорировался/-лась/-лось.
- *Although a large number of studies have been made on..., little is known about...*
Хотя проводилось множество исследований..., ещё мало известно о...
- *However, previous studies have some limitations, such as...*
Однако в предыдущих исследованиях есть некоторые ограничения, в частности...
- *However, the method has three fundamental problems: 1) ...; 2) ...; 3) ...*
Однако данный метод порождает три фундаментальные проблемы: 1) ..., 2) ..., 3) ...
- *As far as we know, there have been few reports about...*
Насколько нам известно, очень немного сообщается о...

○ **Выражения в блоке «Цель данного исследования состоит в...»**

- *The purpose of this study is to...*
Цель данного исследования – ...

- *This paper deals with...*
В данной работе освещается...
- *This paper present / shows / proposes / demonstrates / argues...*
Данная работа представляет / показывает / предлагает / демонстрирует / утверждает...
- *The purpose here is to explore...*
Наша цель – исследовать...
- *A major goal of this research is to...*
Главная задача данного исследования – ...
- *In this study, ... is investigated.*
В данной работе исследуется...
- *In this paper, we present / show / propose / demonstrate / argue...*
В данной работе мы представляем / показываем / предлагаем / демонстрируем / утверждаем...
- *We hypothesize that...*
Мы предполагаем, что...
- *On the assumption that...*
Основываясь на предположении, что...
- *Granted / Given that...*
Допуская, что...
- *Let us assume that...*
Предположим, что...

2. Выражения, часто используемые в разделе Methods («Методы»)

○ Описание экспериментов

- *We conducted a psychological experiment where...*
Мы провели психологический эксперимент, в котором...
- *The first experiment to investigate ... was conducted in...*
Первый эксперимент для исследования ... был проведён в...
- *Thirty males and females participated in the experiment.*
В эксперименте приняли участие тридцать мужчин и женщин.
- *The materials used in this study were obtained through...*
Используемые в данном исследовании материалы были получены путём...
- *The materials / Participants consist of...*
Материалы / Участники: ... [состав]
- *Five scales are used to measure...*
Измерения проводились по пяти шкалам...

○ Представление опросов

- *This study conducted a survey among 300 professionals.*
Для данной работы был проведён опрос 300 профессионалов.
- *The questionnaire was developed by the researcher in order to...*
Анкета была составлена исследователем таким образом, чтобы...
- *The children were interviewed individually in one of three interview conditions.*
С каждым ребёнком проводили отдельную беседу в одном из трёх заданных форматов.
- *A 50-item questionnaire was developed and distributed to 1000 students and 600 questionnaires were returned with a response rate of 60 %.*
Была составлена анкета, включающая 50 вопросов. Анкету получили 1000 студентов, из них 600 её заполнили, то есть доля респондентов составила 60 %.

○ Вычисления и анализ

- *A series of statistical tests have been performed to validate...*
Был проведён ряд статистических тестов для подтверждения...
- *...is calculated by...*
...вычислено посредством...
- *Three-dimensional simulations are executed to clarify...*
Была разработана трёхмерная модель, чтобы прояснить...
- *The brief analytical process is as follows:*
 - Step 1:
 - Step 2:
 - Step 3:Процесс анализа вкратце сводится к следующему:
 - Шаг 1:
 - Шаг 2:
 - Шаг 3:

3. Выражения, часто используемые в разделе Results («Результаты»)

○ В текстовом блоке

- *As a result...*
В результате...
- *Our results demonstrate / show / indicate...*
Наши результаты демонстрируют / показывают / указывают...
- *Figure X / Table X indicates... / shows that...*
Рисунок X / Таблица X указывает на... / показывает, что...
- *We can represent ... in a simple diagram as follows:*
Мы можем продемонстрировать ... на простой диаграмме:

- *The results are presented in Table X.*
Результаты представлены в таблице X.
- *Table X summarizes...*
Таблица X подытоживает...
- *Figure X shows...*
Рисунок X показывает...
- *...is revealed in the following Figure.*
...продемонстрирован/-а/-о на следующем рисунке.
- *As Figure X indicates...*
Как показывает рисунок X...
- *The results of our experiment clearly show the following:*
 - 1)
 - 2)

Результаты нашего эксперимента со всей очевидностью показывают, что:

 - 1)
 - 2)

○ Слова, поясняющие иллюстрации

<i>table</i>	таблица (<i>Table 1, Table 2</i> – пишется с большой буквы, без артикля, с номером через пробел)
<i>column</i>	столбец
<i>figure</i>	рисунок (<i>Figure 1, Figure 2</i> – пишется по тем же правилам, что и <i>Table</i>)
<i>diagram</i>	диаграмма/схема
<i>formula</i>	формула
<i>chart</i>	диаграмма (<i>pie chart</i> – секторная диаграмма, <i>bar chart</i> – гистограмма, <i>flow chart</i> – блок-схема)
<i>graph</i>	график (двухосевой, отражающий взаимозависимость двух показателей)
<i>histogram</i>	гистограмма

.	<i>dot</i>	точка
*	<i>asterisk</i>	звёздочка
○	<i>circle</i>	круг
□	<i>square</i>	квадрат
▭	<i>rectangle</i>	прямоугольник
△	<i>triangle</i>	треугольник
→	<i>arrow</i>	стрелка
+	<i>plus</i>	плюс
–	<i>minus</i>	минус
=	<i>equal</i>	знак равенства

----	<i>broken line</i>	пунктирная линия
.....	<i>dotted line</i>	точечный пунктир
/	<i>slash mark</i>	слэш

Следующие знаки обычно парные, поэтому их название, как правило, представлено в форме множественного числа:

()	<i>parenthesis/-theses / round bracket(s)</i>	– круглые скобки
[]	<i>bracket(s) / square bracket(s)</i>	– квадратные скобки
< >	<i>angle bracket(s)</i>	– угловые скобки
{ }	<i>brace(s)</i>	– фигурные скобки

Слова, используемые при классификации и в расчётах:

set – набор

class – класс

category – категория

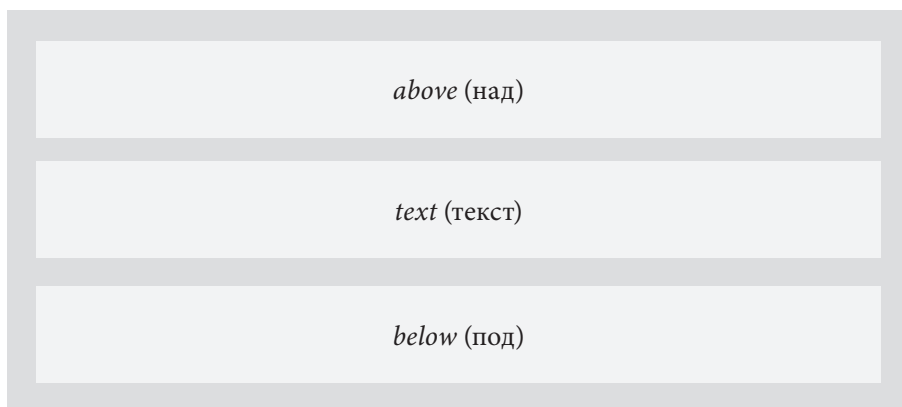
group – группа

subset – подгруппа

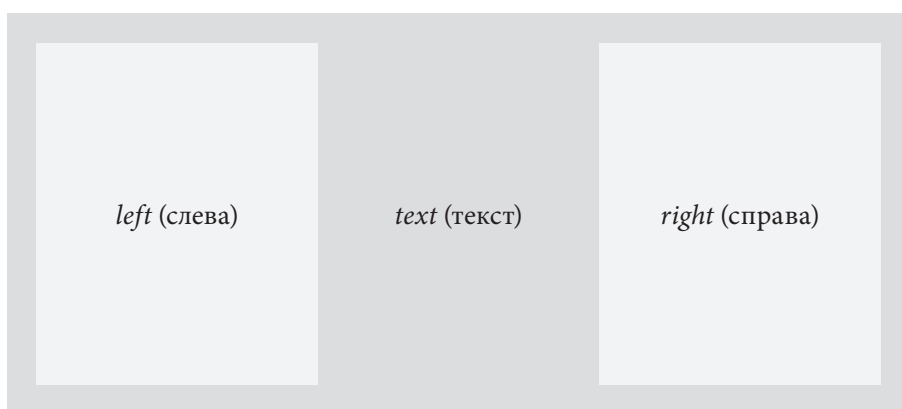
proportion – пропорция

○ Обозначение местоположения иллюстрации или позиции объекта на иллюстрации

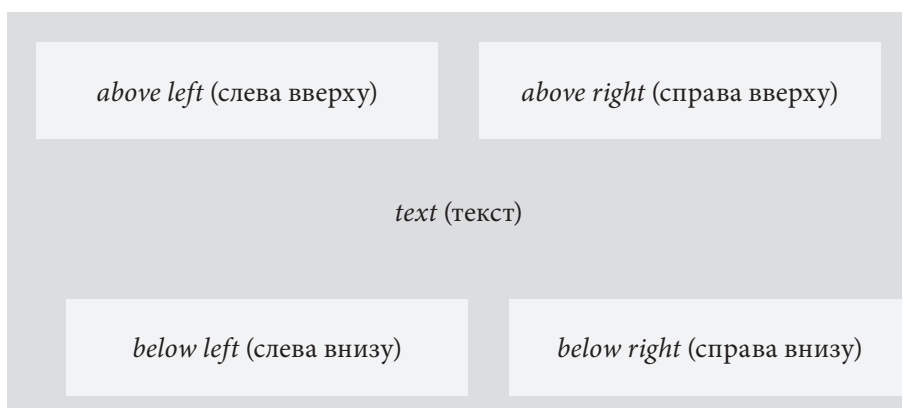
Пример 1



Пример 2



Пример 3



Пример 4

<i>top left</i> (слева вверху)	<i>top middle</i> (посередине вверху)	<i>top right</i> (справа вверху)
<i>middle left</i> (посередине слева)	<i>middle/center</i> (центр)	<i>middle right</i> (посередине справа)
<i>bottom left</i> (слева внизу)	<i>bottom middle</i> (посередине внизу)	<i>bottom right</i> (справа внизу)

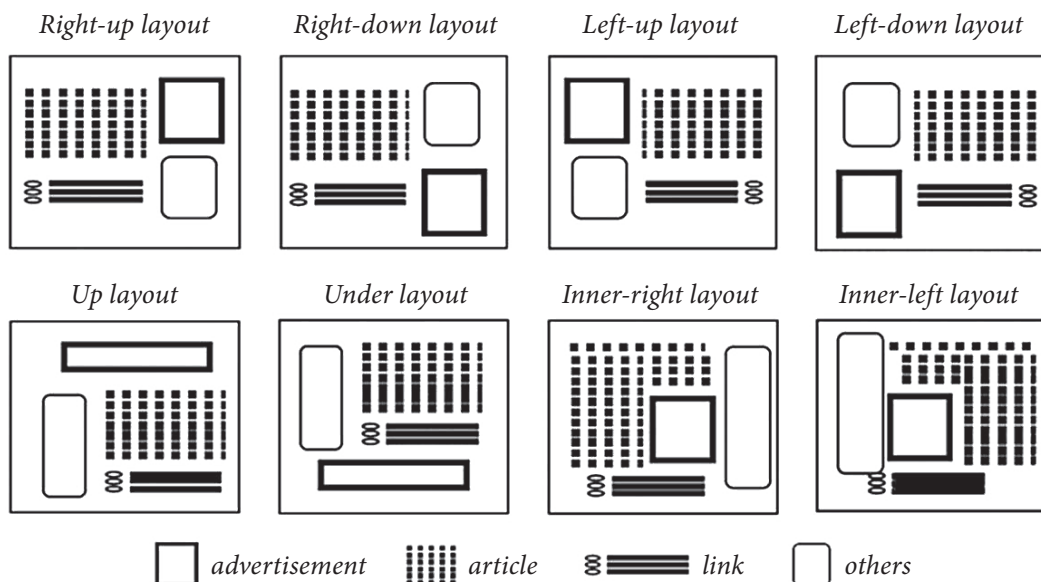
Пример 5

<i>top</i> (верхний)
<i>second from the top</i> (второй сверху)
<i>middle / third from the top</i> (центральный / третий сверху)
<i>second from the bottom</i> (второй снизу)
<i>bottom</i> (нижний)

Пример 6

<i>left / extreme left</i> (левый / самый левый)	<i>second from the left</i> (второй слева)	<i>middle</i> (средний)	<i>second from the right</i> (второй справа)	<i>right / extreme right</i> (правый / самый правый)
---	---	----------------------------	---	---

При размещении рекламы  (закрашенный квадрат) могут использоваться следующие обозначения:



4. Выражения, часто используемые в разделах Discussion («Обсуждение») и Conclusion («Заключение»)

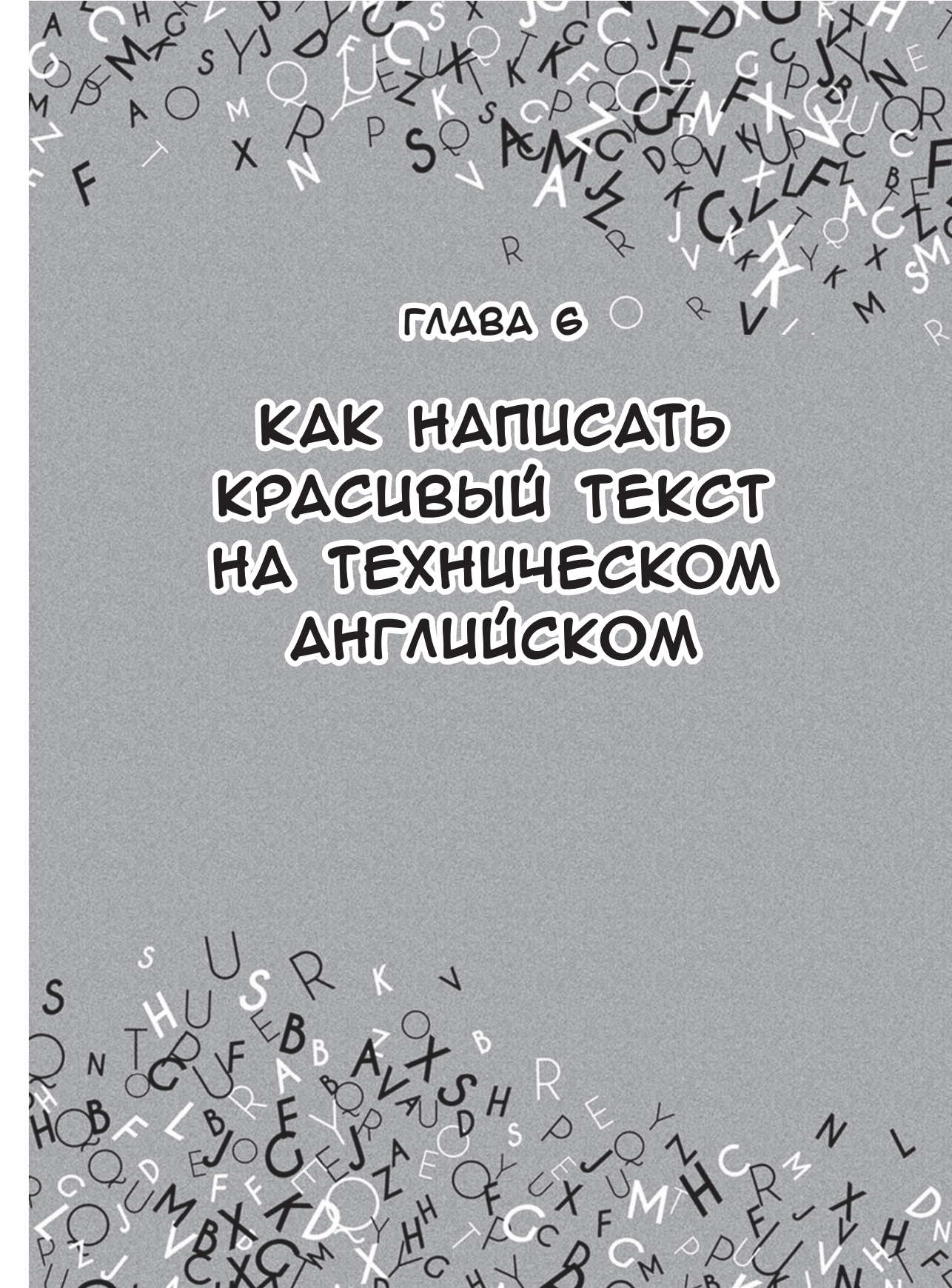
- *In is clear / obvious / possible / likely that...*
Ясно / очевидно / представляется возможным / вероятно, что...
- *The results prove clearly that...*
Результаты чётко подтверждают, что...
- *It is not to be denied that...*
Нельзя отрицать, что...
- *Even if any doubt remains about... it is clear that...*
Даже если остаются сомнения относительно..., очевидно, что...
- *Even if... this does not affect the validity of...*
Даже если..., это не влияет на правильность...
- *We may say that...*
Мы можем утверждать, что...
- *We cannot say that...*
Мы не можем утверждать, что...

- *It seems reasonable to conclude that...*
Отсюда логично заключить, что...
- *This is a valid argument / assumption.*
Это убедительный аргумент / убедительное предположение.
- *On possible is to assume that... Another possibility is...*
Можно предположить, что... Другое предположение состоит в том, что...
- *Given that..., we can explain why...*
Учитывая..., мы можем объяснить, почему...
- *Note that...*
Заметьте, что...
- *We shall discuss it in detail.*
Обсудим это подробно.
- *We shall now look more carefully into...*
Теперь следует более пристально взглянуть на...
- *We shall concentrate / focus on...*
Мы должны сконцентрироваться/сфокусироваться на...
- *Before turning to..., we must pay attention to...*
Прежде чем перейти к..., мы должны обратить внимание на...
- *This will lead us further into a consideration of...*
Это побуждает нас к дальнейшему рассмотрению...
- *Let us now attempt to extend the observation into...*
Давайте попробуем расширить данное наблюдение...
- *We are now in a position to say...*
В данный момент мы можем сказать ...
- *We are now ready to consider...*
Теперь мы готовы рассмотреть...
- *Having observed..., we can then go on to consider...*
Рассмотрев..., мы можем принять в расчёт...
- *It is not necessary for the purpose of this article to enter into a detailed discussion of...*
В задачи данной статьи не входит подробное обсуждение...
- *To argue this point would carry us too far away from the purpose of this paper.*
Обсуждение этой темы может увести нас далеко от цели данной работы.
- *...remain to be tested.*
В отношении ... ещё следует провести тесты/эксперименты (... ещё следует проверить).
- *It needs further consideration/discussion.*
Для этого требуется дальнейший анализ / дальнейшее обсуждение.

- *Compared with existing studies, our method allowed...*
По сравнению с существующими исследованиями наш метод позволяет...
- *Our method has the advantages of... in comparison with previous studies.*
Наш метод имеет преимущество в части ... перед исследованиями предшественников.
- *Our results are consistent with previous findings obtained by...*
Наши результаты согласуются с выводами, полученными ранее... [имена исследователей]
- *The results show that the proposed method is much better than the classical method.*
Результаты показывают, что предложенный метод значительно лучше классического.
- *The results of this study reveal that...*
Результаты данного исследования показывают, что...
- *These findings show that...*
Эти результаты (буквально «открытия») показывают, что...
- *The results lead to the conclusion that...*
Данные результаты позволяют заключить, что...
- *The following are the main findings of this study:*
Основной результат данной работы состоит в следующем:

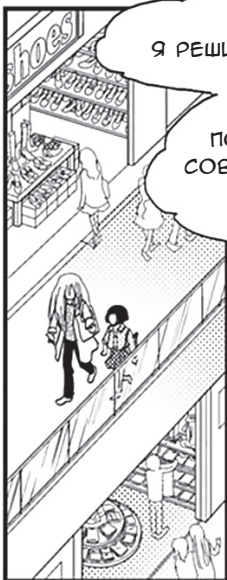
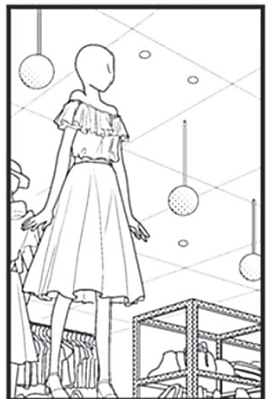
5. Выражения, часто используемые в разделе Conclusion («Заключение») и при оценке перспектив научной деятельности

- *In the future, ... also need to be discussed in more detail.*
В будущем следует подробнее обсудить...
- *A detailed analysis on... will be presented in a future work.*
Детальный анализ ... будет представлен в дальнейших исследованиях.
- *To further verify the results, future work should perform...*
Для дополнительной проверки результатов в дальнейших исследованиях предстоит...

The background of the entire page is a light gray color. It is decorated with a dense, scattered pattern of various letters, numbers, and symbols in different colors (black, white, gray, and light blue). These characters are of various sizes and are oriented in different directions, creating a dynamic and abstract visual effect. The characters are most concentrated in the top-left and bottom-right corners, with a slightly less dense area in the center where the text is located.

ГЛАВА 6

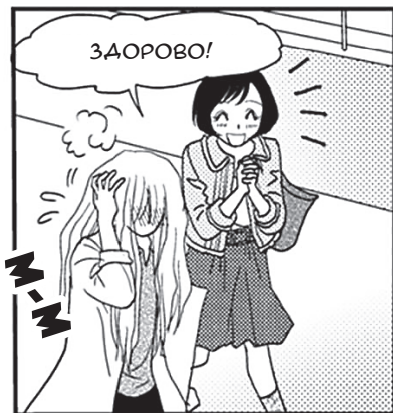
КАК НАПИСАТЬ КРАСИВЫЙ ТЕКСТ НА ТЕХНИЧЕСКОМ АНГЛИЙСКОМ



Я РЕШИЛАСЬ

ПОСЛЕДОВАТЬ ТВОЕМУ
СОВЕТУ, И ПРИГЛАСИЛА ЕГО
ПОЕСТЬ КАРРИ.

ОН СРАЗУ СОГЛАСИЛСЯ!



ЗАДОРОВО!



А НЕ ХОТИТЕ ЛИ ВЫ
ПРИНАРЯДИТЬСЯ?



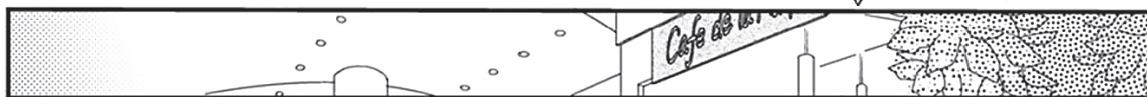
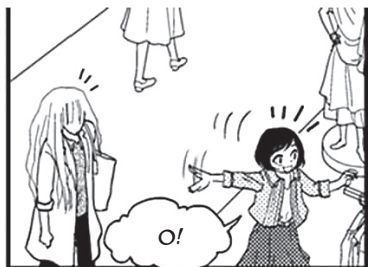
НУ...

Я КАК-ТО
НЕ ПРИВЫКЛА
ЗАБОТИТЬСЯ
О НАРЯДАХ...



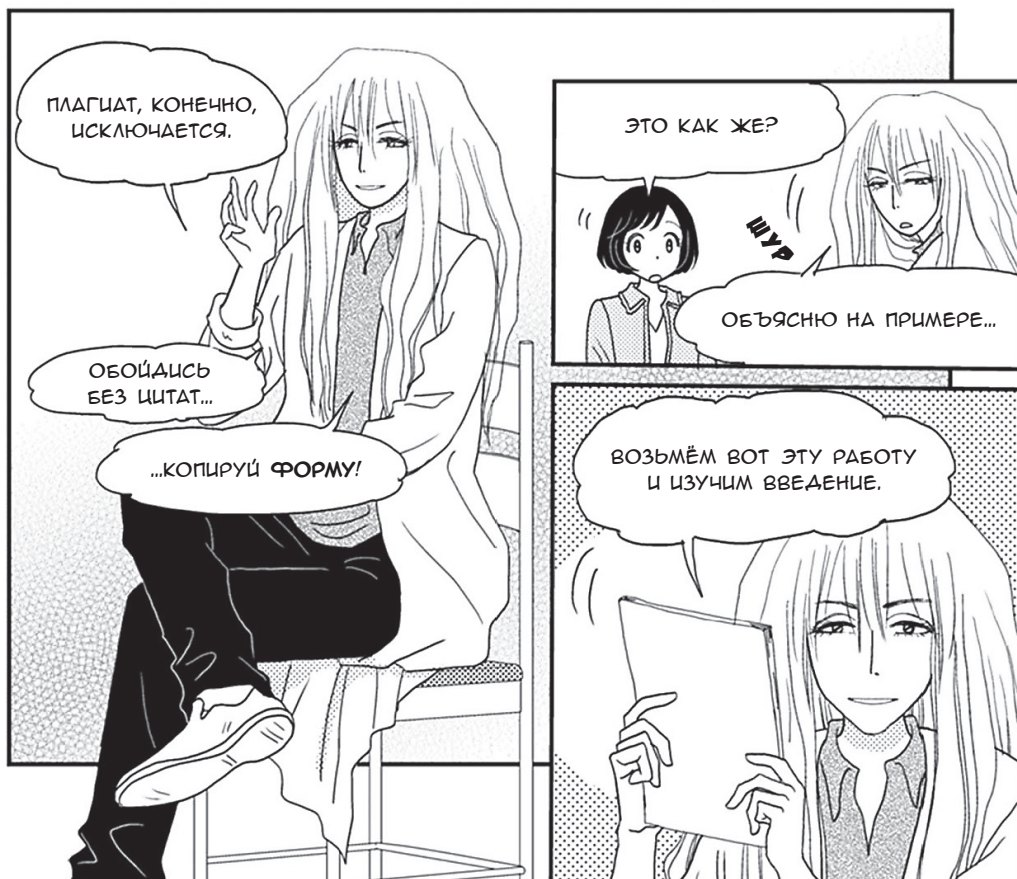
ВЫ СНОВА
В РАБОЧЕМ
ХАЛАТЕ.

НО ОН ТАКОЙ
УДОБНЫЙ.



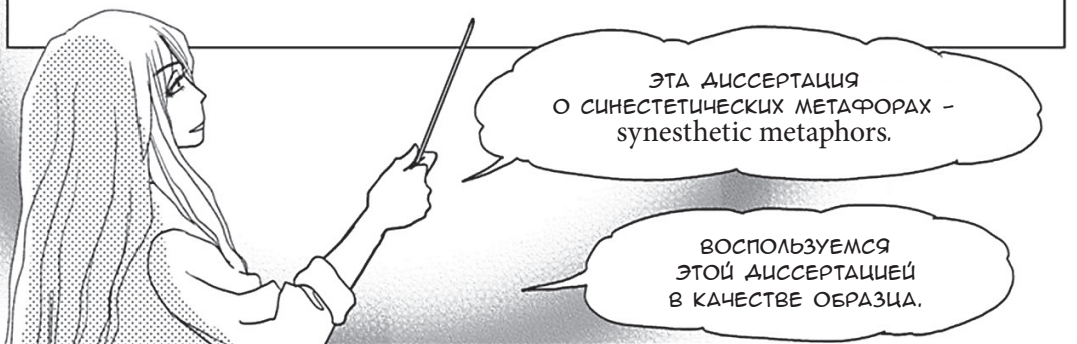


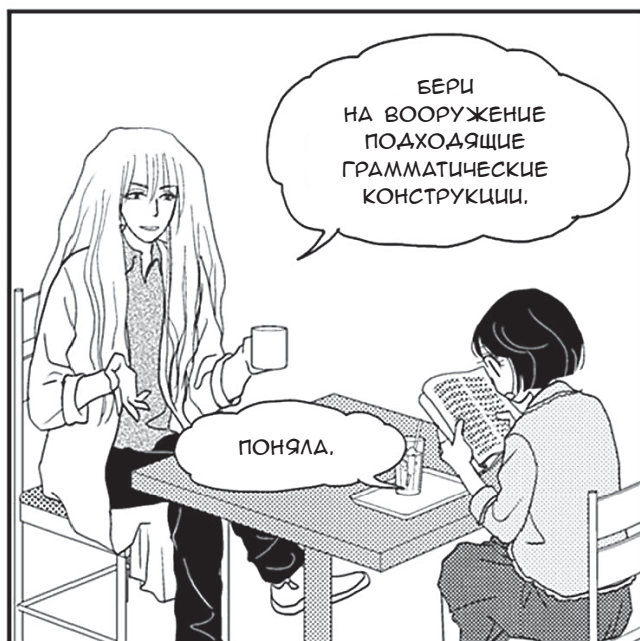
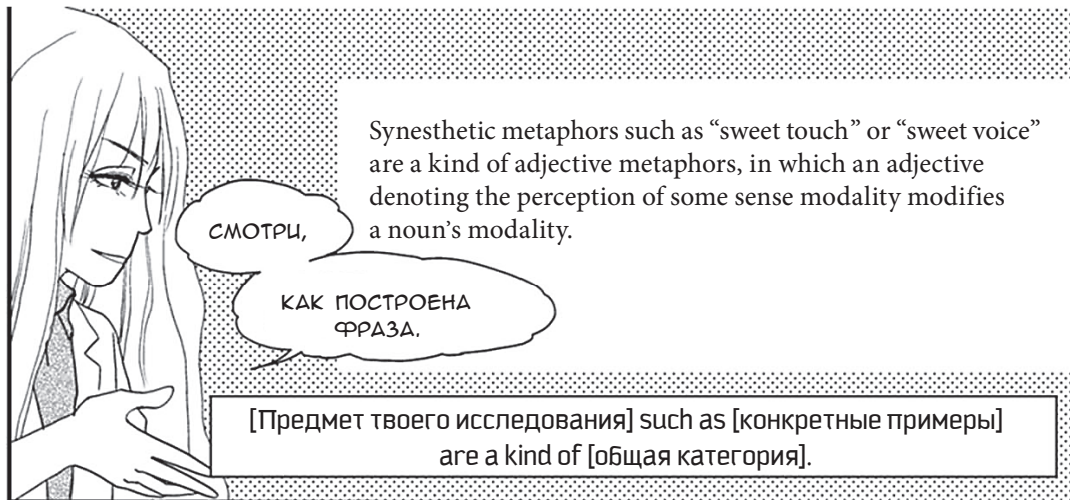
6.1. ЭФФЕКТИВНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ШАБЛОНОВ



Synesthetic metaphors such as “sweet touch” or “sweet voice” are a kind of adjective metaphors, in which an adjective denoting the perception of some sense modality modifies a noun’s modality.

Синестетические метафоры, такие как «сладкое прикосновение» или «сладкий голос», представляют собой вид метафор, в которых прилагательное, обозначающее восприятие органами чувств, меняет модальность существительного.





Ссылки в этой диссертации оформлены именно так, как принято в материалах конференций.



Metaphor studies in the domain of cognitive science have paid little or no attention to adjective metaphors. Many existing studies have paid much attention to nominal metaphors such as "My job is a jail" (e.g., Bowdle and Gentner (2005); Glucksberg (2001); Jones and Estes (2006); Utsumi (2007)) and predicative metaphors such as "He shot down all of my arguments" (e.g., Lakoff and Johnson (1980); Martin (1992)). Many studies focusing on synesthetic metaphors, including Werning, Fleishhauer, and Beseoglu (2006), have examined how the acceptability of synesthetic metaphors can be explained by the pairing of adjective modifier's and head noun's modalities. He claims that qualities of lower senses should preferentially occur in the source domain, while qualities of higher senses should be preferred in the target domain.

After Ullmann, Williams (1976) makes a more differentiated claim of directionality, in which a similar order of sense modalities is proposed. Recently, Werning et al. (2006) explores the factors that enhance the cognitive accessibility of synesthetic metaphors for the German language. Very few studies, however, have attempted to explore how people comprehend synesthetic metaphors.

Исследования в области когнитивной науки, посвящённые метафорам, уделяют мало внимания тем из них, которые выражаются прилагательными. Во многих существующих исследованиях большое внимание уделяется метафорам на основе существительных (например, «Моя работа – тюрьма») – см. Bowdle, Gentner (2005); Glucksberg (2001); Jones, Estes (2006); Utsumi (2007) – или на основе глаголов, (например, «Он разбил все мои аргументы») – см. Lakoff, Johnson (1980); Martin (1992). Во многих работах, где изучаются синестетические метафоры (в т. ч. Werning, Fleishhauer, Beseoglu (2006)), исследовалось, как приемлемость синестетических метафор может объясняться соответствием модальностей прилагательного (модификатора) и существительного (основного слова). Ullmann (1951) в ранней работе по синестетическим метафорам предлагает определённую иерархию модальностей восприятия – от низких до высоких. Он утверждает, что качества более низких чувств в основном фигурируют в области источника, а качества более высоких чувств – в области цели.

Williams (1976) вслед за Ullmann дифференцирует направленность, в рамках которой предлагается сходная иерархия модальностей, связанных с чувствами. Недавно Werning и др. (2006) открыли факторы, которые улучшают понимание [дословно: когнитивную доступность] синестетических метафор в немецком языке. Однако лишь в очень немногих исследованиях предлагалось выяснить, как люди понимают синестетические метафоры.



Мне это ни о чём не говорит...

Тем не менее можно переписать этот абзац с учётом твоих интересов.



[Предмет твоего исследования] in the domain of [область науки, которой посвящена данная конференция] have paid little or no attention to [объект твоего исследования]. Many existing studies have paid much attention to [популярные объекты исследований в твоей области] such as [примеры объектов исследования; ссылка на работы предшествующих исследователей]). Many studies focusing on [предмет твоего исследования], including [предшествующее исследование], have examined [воспользуйся предложением из раздела Abstract, которое объясняет суть исследования твоих предшественников]. [Ссылка на первое исследование на данную тему с указанием автора и года], in a very early study on [предмет твоего исследования], proposes [коротко изложи суть упоминаемого исследования; этот фрагмент можно заимствовать из других научных работ]. He/She claims that [коротко изложи суть упоминаемого исследования; этот фрагмент можно заимствовать из других научных работ]. After [исследование, упомянутое в предыдущем предложении], [ссылка на автора следующей значимой научной работы в данной области и пояснение его вклада]. Recently, [недавняя значимая научная работа в твоей предметной области] explores [коротко изложи суть упоминаемого исследования; этот фрагмент можно заимствовать из других научных работ или из раздела Abstract данного исследования]. Very few studies, however, have attempted to explore [темы, не раскрытые в предшествующих исследованиях].



Понятно, обработать надо только фрагменты в квадратных скобках! Это куда легче, чем начинать с нуля.

Да. Но теперь мы переходим к той части, где надо объяснить, в чём новизна твоего исследования, каковы его цели и задачи.



In this study we propose that experience-based event knowledge play an important role in relating the intermediate category evoked by the adjective to the target concept expressed by the noun. Event knowledge has been recognized to be important for metaphor comprehension process by many scholars.

For instance, Lakoff and Johnson (1980) argue that ... As for synesthetic metaphors, Taylor (2003) argues that they cannot be reduced to correlations.

He argues that ... Unlike Taylor (2003), Sakamoto and Utsumi (2008) point out that there are a number of synesthetic metaphors which seemed to be based on correlations in experience. For example, ... However, Sakamoto and Utsumi (2008) did not verify their argument base on psychological experiment. In this study we focus on experience-based event knowledge when we explore how people comprehend synesthetic metaphors.

В данном исследовании мы предполагаем, что знание о событии, основанного на опыте, играет важную роль в отнесении опосредующей категории, вызванной прилагательным, к категории цели, выраженной существительным. Важность эмпирических знаний для понимания метафор признают многие учёные.

Например, Lakoff и Johnson (1980) утверждают, что... Что касается синестетических метафор, Taylor (2003) полагает, что они не могут сводиться к корреляции. В отличие от Taylor (2003), Sakamoto и Utsumi (2008) отмечают, что существует множество синестетических метафор, которые, по-видимому, основаны на корреляции с опытом. Например, ... Однако Samoto и Utsumi (2008) не проверяли свои доводы путём проведения психологического эксперимента. В данной работе мы сосредоточимся на эмпирическом знании, полученном опытным путём, исследуя, как люди понимают синестетические метафоры.

Так же, как и в случае с предыдущим отрывком, отсюда можно заимствовать ряд фрагментов.



In this study we propose that [что предполагается в твоём исследовании]. [Объяснение основной идеи.] For instance, [самое первое исследование, где была заявлена основная идея] argues that [что утверждается в этом исследовании]. As for [твой объект исследования], [предшествующее исследование, использующее основную идею в отношении твоего объекта исследования] argues that [главный посыл данного исследования]. He/She argues that [более подробное изложение мысли автора исследования]. Unlike [автор исследования, упомянутого первым], [автор(ы) более поздней работы] point(s) out that [утверждение, противоречащее идеям первого исследования]. For example, [поясни расхождения на конкретном примере]. However, [автор(ы) более нового исследования] did not verify his/her/their argument based on psychological experiment. In this study we focus on [основная идея твоего исследования] when we explore [цель, которую ты поставила исходя из того, что недоработали твои предшественники].

Дальше подытоживаем то, говорилось во введении (Introduction) и заканчиваем описанием общей структуры научной работы. Что за этим последует, зависит от того, какая у тебя работа – практическая или теоретическая.

В практической работе следующим должен идти раздел Materials and Methods («Материалы и методы»). Поскольку ниже описывается эксперимент с участием нескольких человек, о них рассказывается особо в подразделе Participants («Участники эксперимента»).



Thirty naive participants, aged between 19 and 26 years old, took part in the experiments. Fifteen of the 30 (ten males and five females) performed the experiment in the A condition; the other fifteen (ten males and five females) performed the experiment in the B condition. They were unaware of the purpose of the experiments, and they had no known abnormalities of their verbal or tactile sensory systems or any particular skills with respect to touch. They visited a laboratory at the University of *** for one day to conduct trials. Informed consent had been obtained from the participants before the experiment started. Recruitment of the participants and experimental procedures were approved by the University of *** Research Ethics Committee and were conducted in accordance with the Declaration of Helsinki.

В эксперименте приняли участие тридцать человек в возрасте от 19 до 26 лет, не проходивших предварительную подготовку. Для пятнадцати человек из тридцати (десяти мужчин и пяти женщин) эксперимент проводился в условиях А, для остальных пятнадцати (десяти мужчин и пяти женщин) – в условиях В. Они не знали о цели эксперимента и не имели подтвержденных нарушений вербальной и тактильной чувствительности, а также иных значимых особенностей. В целях эксперимента участники приезжали на день в лабораторию Университета ХХХ. Перед началом эксперимента они давали добровольное согласие на участие. Отбор участников и процедура эксперимента были одобрены Комитетом по этике научных исследований Университета ХХХ и отвечали условиям Хельсинкской декларации.



Отсюда тоже можно почерпнуть сведения, которые подойдут в моём случае?

Конечно. Произведём подстановку.



[Число участников] participants, aged [возраст участников], took part in the experiments. [Количество участников в первой группе] (○○ males and ○○ females) performed the experiment in the ○○ condition; the other [количество участников во второй группе] (○○ males and ○○ females) performed the experiment in the ○○ condition. They were unaware of the purpose of the experiments, and they had no known abnormalities of their [качества, которые могут повлиять на эксперимент] or any particular skills with respect to [качества, которые могут повлиять на эксперимент]. They visited [место проведения эксперимента] for [период проведения эксперимента] to conduct trials. Informed consent was obtained from the participants before the experiment started. Recruitment of the participants and experimental procedures were approved by [уполномоченная организация] Ethics Committee and were conducted in accordance with [наименование официального документа].



Как мало данных нужно для подстановки!

Это потому, что описания подобных экспериментов делаются почти под копирку.



Следующий подраздел – Apparatus and Materials («Инструментарий и материалы»).



We selected 120 types of tactile materials for the experiments, including fabrics, papers, metals, leathers, rubbers, woods, sand, rocks, and plastics. When feasible, samples were cut to a size of 6 cm x 6 cm and stacked in layers to 2-mm thickness. As illustrated in Fig. 1, participants sat in front of a box with an 8 cm x 10 cm hole in it (the materials box) and placed the index finger of the dominant hand into the box through the hole to touch a material; they could not see the material while they were touching it.

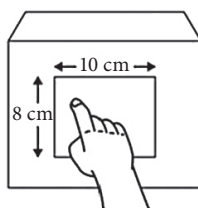


Figure 1: Participant touching a material

Для эксперимента были подобраны 120 типов материалов разной фактуры, в том числе ткани, бумага, металлы, образцы кожи, резины, дерева, песок, камни и разные типы пластика. По возможности образцы изготавливались в формате 6×6 см, толщиной 2 мм. Как показано на рис. 1, участники садились перед коробкой с отверстием 8×10 см (коробка с материалами) и через отверстие просовывали в коробку указательный палец доминирующей руки, чтобы дотронуться до материала. Во время прикосновения участники не могли видеть материал.

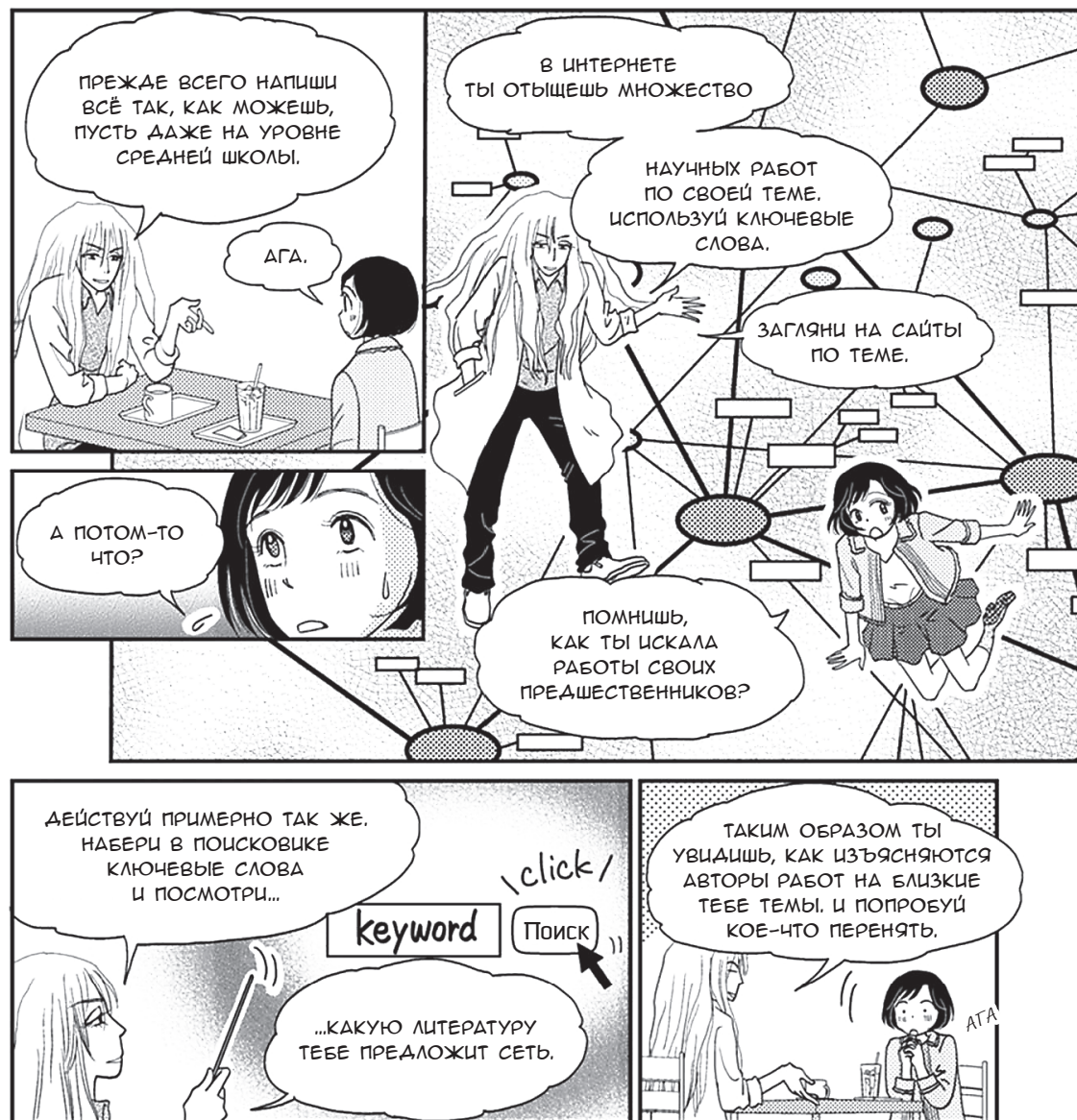
Эксперимент всегда лучше представить наглядно – для этого нужна иллюстрация. Что касается текста, который можно использовать, всё зависит от способа проведения конкретного эксперимента. Но в общем случае этим текстом можно воспользоваться примерно так.



We selected [количество] types of [материалы] materials for the experiments, including [конкретные примеры]. When feasible, samples were [обработаны таким-то способом]. As illustrated in Fig. [номер рисунка], participants [производили такие-то действия].



6.2. ЭФФЕКТИВНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНТЕРНЕТА



А ТАК РАЗВЕ МОЖНО?

НЕЧЕСТНО КАК-ТО.

ДАЖЕ ТЕ, КТО ХОРОШО
ВЛАДЕЕТ АНГЛИЙСКИМ...

...ОБРАЩАЮТСЯ К ЧУЖИМ НАРАБОТКАМ,
ЧТОБЫ ВЫПРАВИТЬ СВОЙ ТЕКСТ!
В ЭТОМ НЕТ НИЧЕГО КРИМИНАЛЬНОГО.

НАДО ЖЕ!

ТАКИМ ОБРАЗОМ...

...ТЫ МНОГОМУ
НАУЧИШЬСЯ И ОБОГАТИШЬ
СВОЮ РЕЧЬ.

НО...

В ИНТЕРНЕТЕ ВСТРЕЧАЮТСЯ
И РАБОТЫ, НАПИСАННЫЕ
НЕ НОСИТЕЛЯМИ ЯЗЫКА.
ТАМ ВОЗМОЖНЫ ОШИБКИ.

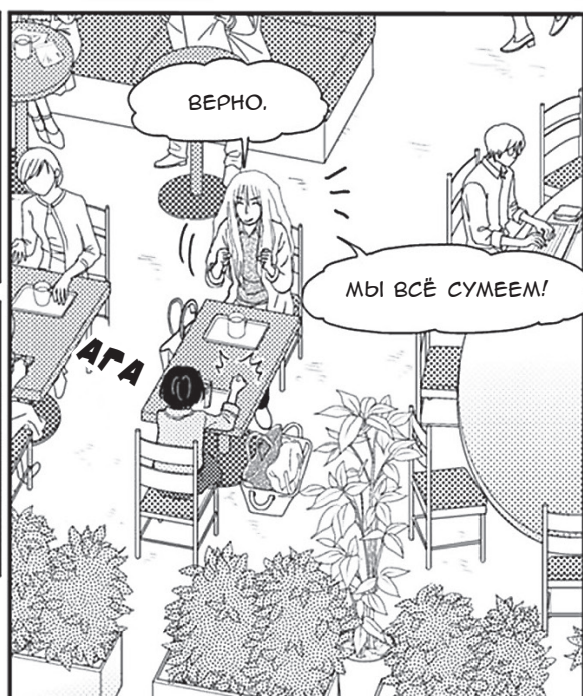
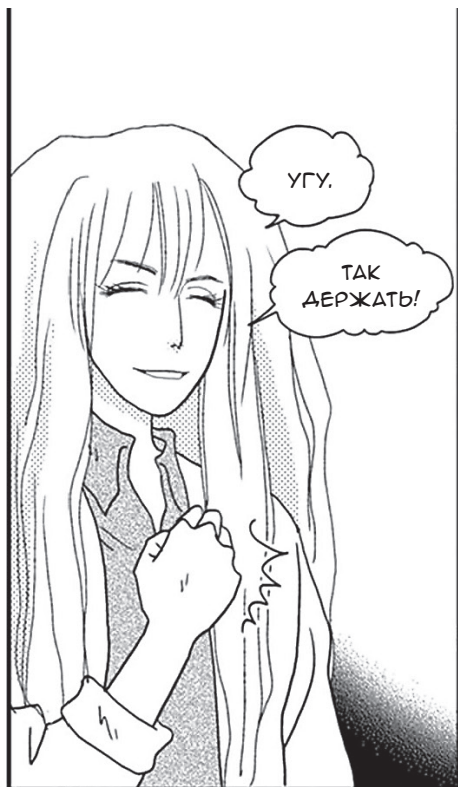
Надёжные
источники

Носители
языка

ВАЖНО ПОЛЬЗОВАТЬСЯ
ПРОВЕРЕННЫМИ
САЙТАМИ И УТОЧНЯТЬ
ИНФОРМАЦИЮ
ОБ АВТОРАХ.

ЯСНО!

ЧТО Ж,
ПОСТАРАЮСЬ!



Образцы научных работ

Ниже представлено несколько образцов работ, которыми можно воспользоваться, заполнив недостающие данные. Для человека, который не имеет опыта написания научных текстов на английском языке, создавать их с нуля довольно трудно. Но, имея в распоряжении некий шаблон, можно для начала опереться на него. Как уже говорилось выше, изучая работы, написанные другими специалистами по смежным темам, вы можете найти в этом неплохое подспорье. Однако, используя такую работу в качестве образца, следует заимствовать только общие выражения и грамматические конструкции. Если вы вместе с этим присвоите себе авторские мысли, это уже будет плагиат.

Образец 1 (структура, часто используемая в научных исследованиях)

1. Introduction

The Theory of [название теории] [краткое изложение сути теории]. The model has been extended to account for [широкая область, которая может объясняться с помощью данной модели]. Despite the extensiveness of the [название модели], we are aware of only a few recent studies [ссылки на предыдущие исследования] challenging [важные моменты, которые не затрагивались в большинстве предыдущих исследований]. Of these studies we will include [ссылки на предыдущие исследования]. Computational models of [область исследований] such as [название модели] offer both theoretical and practical advantages. The theoretical advantages include [перечисление основных преимуществ]. Computational models can also be applied to [в какой области могут быть применены подобные модели]. [Название модели] is thus able to [что может данная модель], but we find that there is room to examine [что ещё может быть исследовано]. In the following we shall examine [что планируется исследовать в дальнейшем].

2. Methods

3. Results

Table 1 displays [что показано в таблице 1]. Note that [на что следует обратить внимание]. [Пояснение ряда пунктов в таблице 1.] Table 1 confirms that [что следует из таблицы 1].

Table 1 [пояснение к таблице]

To further examine [что предстоит исследовать в дальнейшем], Figure 1 displays [что показано на рисунке 1], i.e. [подробное пояснение к рисунку].

Figure 1 [пояснение рисунка]

As is evident from Figure 1, the models is [особенности модели, которые иллюстрирует рисунок 1].

Table 2 lists [что представлено в таблице 2].

Table 2 [пояснение к таблице]

4. Discussion

[Открытые нами свойства/закономерности] that we found are consistent. We find that this is a strong point as [как это подтверждает работоспособность модели]. We therefore preliminarily conclude that [какие выводы можно сделать]. We do not understand [что пока остаётся непонятым], but this is an interesting topic for future studies.

Образец 2 (объектом исследования является человек)

1. Introduction

How should [обозначение проблемы]. The [название теории или закона] framework [ссылка на предшествующее исследование] has been remarkably successful at explaining [исследуемый объект] in a wide range of domains. However, its success is largely dependent on [чем объясняется успешный результат]. This is unsatisfying practically, because the models do not scale beyond the originally modeled problem, and theoretically, as it is unclear whether [что остаётся неясным]. One possible solution is to [что предстоит сделать для продолжения исследования]. This helps address both the practical and the theoretical concerns raised by the [название модели] model. In this paper, we use this approach to show [что планируется показать], making it possible to apply the [название теории или закона] framework to a wide range of [область применения теории или закона]. We focus on one specific [суть проблемы] problem, [подробнее о проблеме], where [объяснение сути проблемы]. Given that [условия, которые приходится учитывать], [явление, представляющее проблему] is a very difficult problem ([ссылка на предшествующее исследование]). We propose a method for [для чего будет использоваться данный метод] using [средства, с помощью которых он будет реализован]. In particular, we use [подробное перечисление используемых ресурсов] ([ссылка на предшествующее исследование]) as [функция, которую выполняют эти ресурсы]. [Наименование ресурсов и средств] is [объяснение их назначения]. These resources allow us to [действия, которые мы можем предпринять с их помощью]. We demonstrate that [что мы таким образом показываем], addressing the practical and theoretical issues with [название моделей] models discussed earlier. The plan of the rest of the paper is as follows. In the next sections we review the [название модели] model and then examine [объект анализа]. We then show how to [каким образом достигается цель исследования]. Afterwards, we present two experiments [описание сути экспериментов]. Finally, we discuss the implications of our work and future directions for research.

2. Methods

2.1. The [Название Теории или Закона] Framework

Ниже объясняется теория или закон со ссылкой на предшествующие исследования.

2.2. Constructing [Выстраиваемая Модель]

3. Experiments [оценочный эксперимент]

To evaluate the performance of our models, we concluded two experiments. The first experiment [описание сути первого эксперимента]. The second experiment [описание сути второго эксперимента].

3.1. Experiment 1

Participants: [количество участников] participants were recruited via [принцип отбора участников] and compensated [сумма оплаты за участие в эксперименте; указание на то, что именно оплачивалось]. Each participant completed as many trials as he or she wished. All participant responses were used.

Stimuli and Procedure: The stimuli consisted of [как осуществлялось воздействие на участника].

For each trial, participants were instructed that they needed to [действия, которые предлагалось совершать участникам].

3.2. Results

Figure 1 shows the results of this experiment. For each condition, the data for each test item has been averaged over participants. [Пояснения к рисунку 1.]

This validates our method of [оказавшийся эффективным метод].

3.3. Experiment 2

Participants: [количество участников] participants were recruited via [принцип отбора участников] and compensated [сумма оплаты за участие в эксперименте; указание на то, что именно оплачивалось]. As in Experiment 1, each participant completed as many trials as he or she wished. All participant responses were used.

Stimuli and Procedure. Table 1 contains [данные о воздействии на участников]. The procedure was identical to Experiment 1.

3.4. Results

Figure 2 presents the averaged results of [процедура, давшая результат]. [Пояснения к рисунку 2.]

4. Discussion

Although the [название теории или закона] framework has been extremely successful in explaining [то, что объясняется этой теорией или этим законом], [то, что не укладывается в рамки данной теории или данного закона] is unsatisfying. In this paper, we explored [предмет данного исследования]. In the first experiment, we validated that the [название модели] model can capture [что охватывает эта модель]. In the second experiment, we showed that the [название модели] model explains [что объясняет эта модель]. Using [используемые средства], the model [что смогла данная модель], thus demonstrating [объяснение преимуществ данного подхода] benefits of our approach.

In the future, we hope to perform a large scale empirical test of the [название разработанной модели] model using more [элементы, которые будут исследованы шире и/или глубже]. The larger set of empirical results would enable us to perform a more detailed investigation of [объекты, которые имеет смысл изучить подробнее].

Образец 3 (для расчётных моделей или теоретических исследований)

1. Introduction

[Предмет настоящего исследования] plays an important role in the social life and attracts interest from a very broad range of researchers and scientists ([ссылки на предыдущие работы по данной теме]). In [области исследований] areas, [предмет настоящего исследования] using computational models is a classical problem. The representative models include: [название модели и ссылка на научную работу, в которой она была представлена], [название другой модели и ссылка на научную работу, в которой она была представлена], and so on. In [область исследований], [тема данной научной работы] is a vividly researched area ([ссылки на предшествующие исследования]). It is argued that [вопросы, поднимаемые в самых значимых работах предшественников]. Researchers in [область исследований] seek to understand [что пытались выяснить предыдущие исследователи] ([ссылки на научные работы]). Hence, the researchers have utilized some [используемые методики] techniques to [для чего использовались эти методики], such as [примеры методик]. [Название модели] model is utilized to measure of [объект измерения] and provide the predictions about [объект, в отношении которого выдвинута гипотеза] ([ссылки на научные работы]). Many empirical validations have demonstrated that [название моделей] models have notable ability in various tasks, such as [примеры, когда данные модели эффективно применялись] ([ссылки на научные работы]).

This paper models [объект моделирования] via [название методики] technique. [Название моделей] models [объект моделирования]. [Название выбранной модели] model is selected in this paper because of two considerations. First, [название выбранной модели] architecture is [причины использования данной модели в данной работе]. Second, [название выбранной модели] has demonstrated distinguished ability of [преимущества данной модели] ([ссылки на предшествующие научные работы]). This is the first paper utilizing [название методик] techniques to model [объект моделирования]. Compared with existing [традиционно используемые модели] models, our proposed [название модели, выбранной для данного исследования] has several attractive characteristics: 1) [первая особенность данной модели]; 2) [вторая особенность данной модели]; 3) [третья особенность данной модели].

2. Model

In this section, we design a [название алгоритма] algorithm for the task of [цель работы], including [примеры выполняемых задач]. The strategy of [название стратегии] is utilized to construct a [объект конструирования].

[Объяснение модели]

Figure 1 [Название рис. 1]

Figure 1 shows the architecture of [пояснение к рис. 1].

3. Experiment

3.1. Data set

The data set collected between [время начала сбора данных] and [время окончания сбора данных] contains [количество элементов] subjects with a total of [суммарное количество элементов]. We obtain [тип полученных данных] for each individual.

3.2. Procedure

In this experiment, we intend to investigate [цель, объект исследования].

4. Experimental Results

In the experiment, we [объяснение цели эксперимента и краткий анализ полученных данных]. [Один из результатов] is shown in Table 1. As shown in Table 1, the [собранные данные] of [название традиционно используемой модели] model is/are better than [название другой традиционно используемой модели] model. And our proposed [предложенная в данной работе модель] has the best performance in comparison to others.

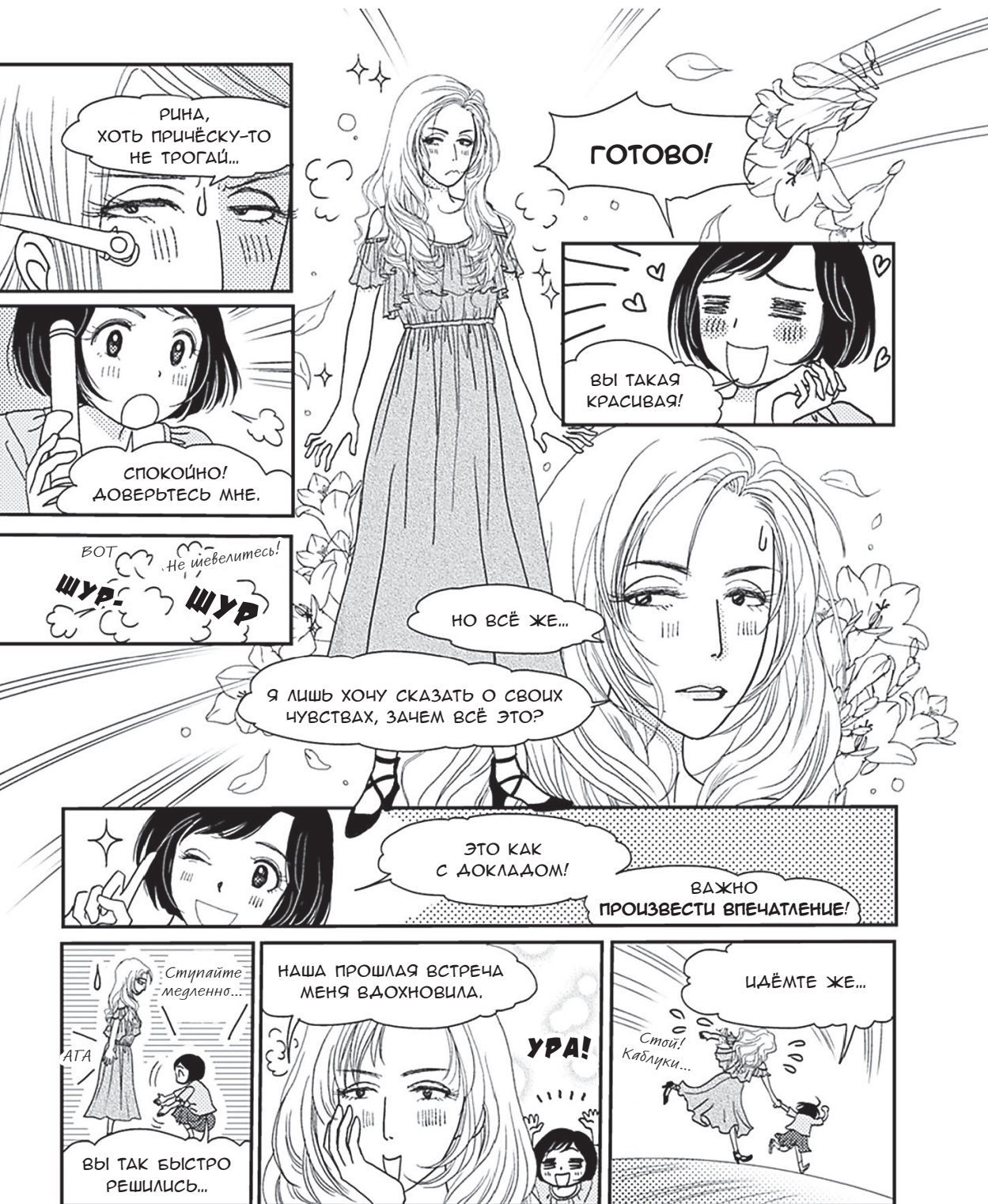
Table 1 [Название таблицы 1]

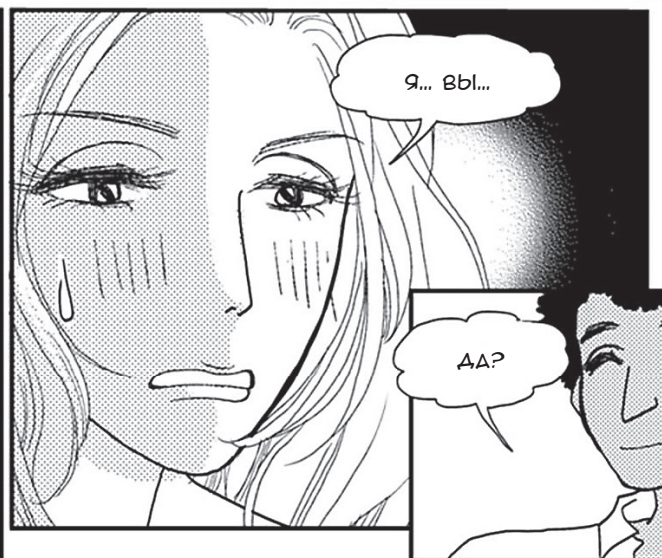
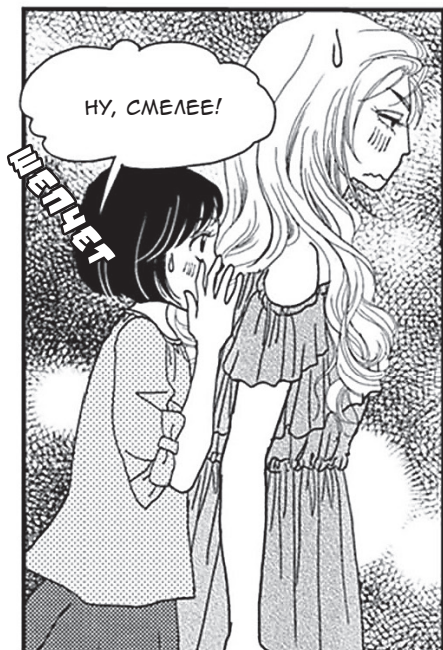
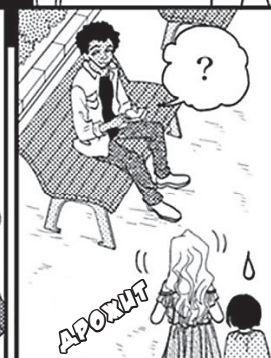
5. Conclusion and Future Work

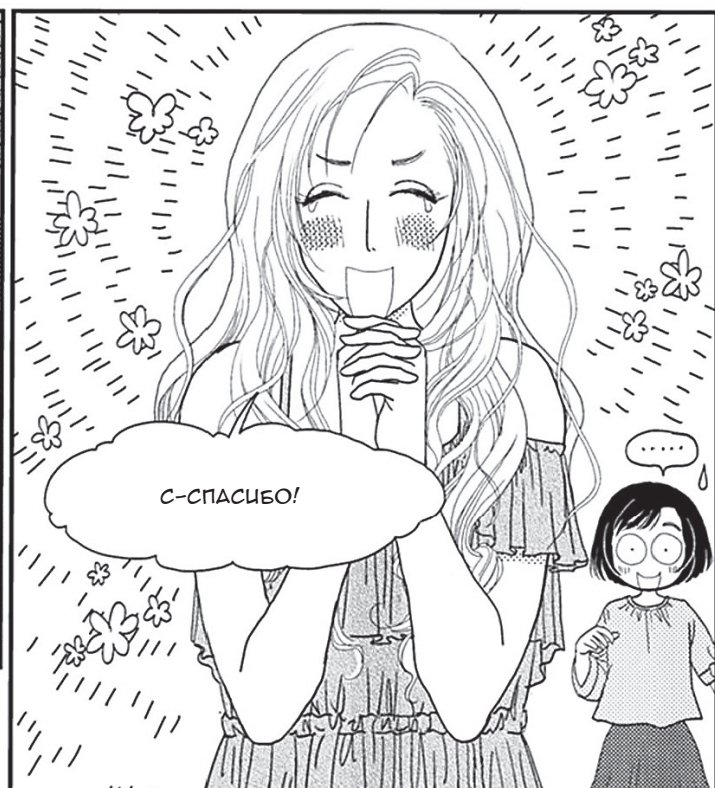
In this paper, we make an attempt to construct a [название модели, предложенной в данной работе] model for [объект моделирования] in a frame of [используемая методика]. To evaluate proposed models, we do experiments on [объект(ы) экспериментов]. Experiment results not only show the distinguishing [свойство, характеризующее возможности модели] ability of our model but also clearly demonstrate [что показывают результаты]. To a certain extent our attempt is an example to prove that [что удалось доказать]. In future, we will go in this direction to propose novel computational model by [средства усовершенствования модели]. And we will explore [объект предстоящих исследований] from the viewpoint of [позиция, которая будет использоваться в дальнейших работах].

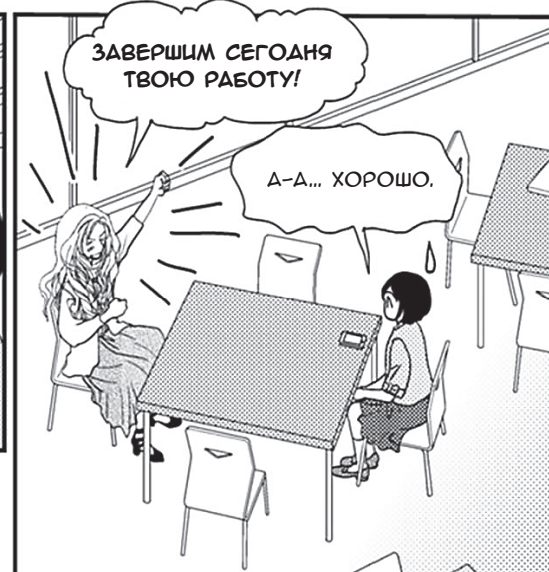
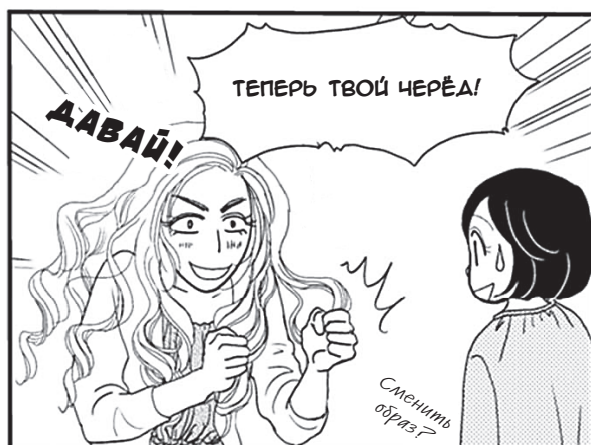
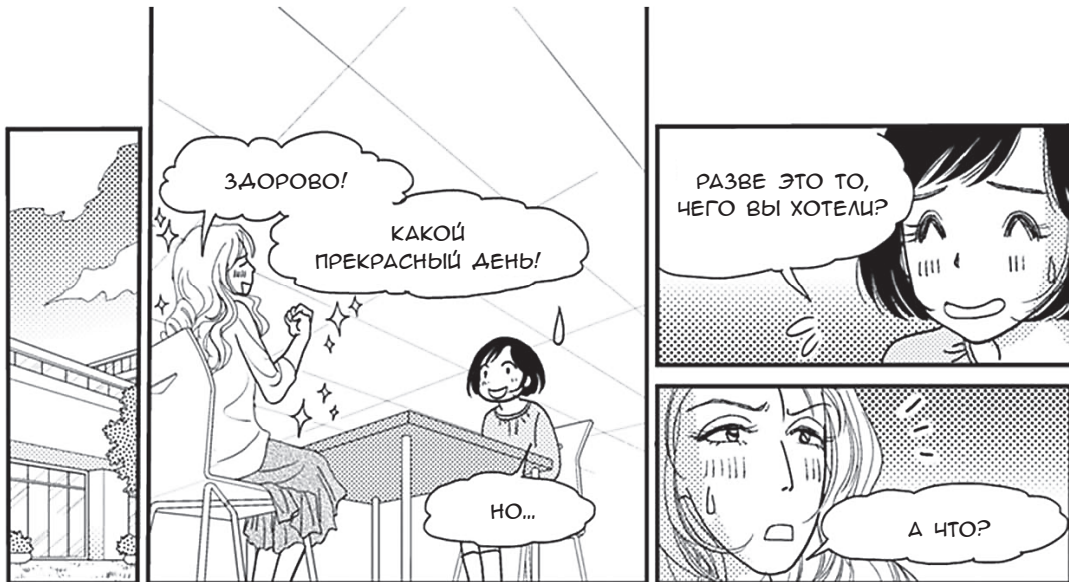
ГЛАВА 7

**КАК ПОДГОТОВИТЬСЯ
К ДОКЛАДУ НА
МЕЖДУНАРОДНОЙ
КОНФЕРЕНЦИИ**

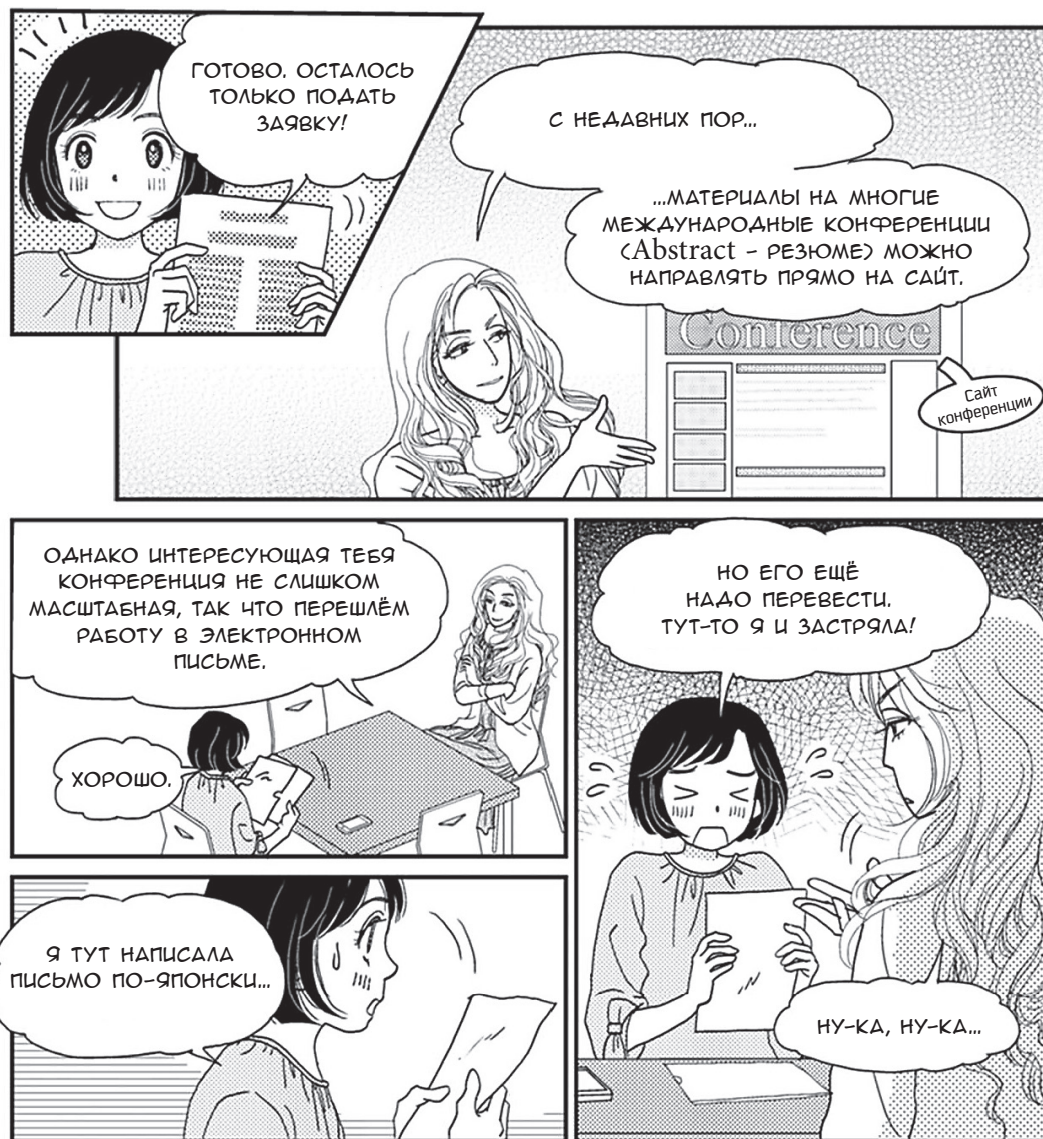








7.1. ОТПРАВКА ЭЛЕКТРОННЫХ ПИСЕМ



ДА, У НАС ТАК
ПРИНЯТО ПИСАТЬ...

Здравствуйте.

Я рада, что в эти дни позднего лета Вы пребываете в добром
здравии, глубокоуважаемый профессор Джон Смит...

НО ЭТО МЫ
ПЕРЕВОДИТЬ
НЕ БУДЕМ.

НО КАК ЖЕ...

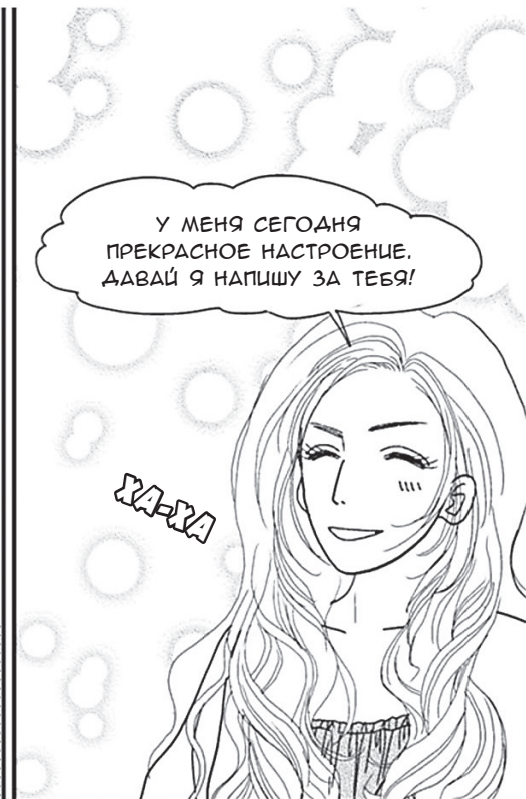
В АНГЛИЙСКОЙ ТРАДИЦИИ СТИЛЬ
ПЕРЕПИСКИ СОВСЕМ ДРУГОЙ.

РАССМОТРИМ
ПЯТЬ ПРИНЦИПОВ НАПИСАНИЯ
ЭЛЕКТРОННЫХ ПИСЕМ
НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ.

Переписка на английском языке

1. Письмо начинается со слов Dear + обращение (Professor или Dr., Mr., Mrs., Ms и т. д.) + фамилия адресата.
2. Не нужно использовать отсылки ко времени года*.
3. В самом начале письма высказывайтесь по сути дела.
4. Не забывайте о вежливости.
Например, фраза «премного благодарен» на английском звучит так: Thank you very much in advance (дословно «Очень благодарю вас заранее»).
5. Письмо следует завершить стандартной формулировкой: Sincerely yours или Yours sincerely («Искренне ваш(а)»), Best regards («С наилучшими пожеланиями») и т. п., а затем подписаться. Если у вас есть звание или учёная степень, укажите их в подписи (например, Dr. Peter Pan).

* В японском языке отсылка ко времени года в письме является обязательной. – Прим. перев.



Глубокоуважаемому профессору Джону Смиту

Мы хотели бы принять участие в Информационно-техническом научном семинаре, который состоится в ноябре 2016 года в Сан-Франциско. Название работы, которую мы бы хотели представить на семинаре, – «Оптимизация расположения рекламных объявлений на новостных сайтах». Авторы работы – Дзинбей Ясиро и Рина Эмото из университета ХХ.

В приложении Вы можете найти файлы в формате MS Word и PDF, где представлено резюме нашей научной работы. Пожалуйста, сообщите мне, если у Вас возникнут трудности с открытием файлов. Мой телефон +81 (0) 3-3333-3333, факс +81 (0) 3-3333-3335.

Большое спасибо. Надеюсь увидиться с Вами на семинаре.

Искренне Ваша,
Рина Эмото

Dear Prof. John Smith

We would like to attend the workshop on Information and Engineering Sciences to be held on November 2016 in San Francisco. The paper we would like to contribute to the workshop is entitled "Layout Optimization of Advertisements on News Websites". The authors of the paper are Jinbei Yashiro and Rina Emoto, both affiliated **.

Attached here please find a MS-WORD and its PDF files of the abstract of the paper. Please let me know if you have any problems in opening these files. My phone number is +81-(0)3-3333-3333 and the fax number is +81-(0)-3-3333-3335.

Thank you very much and I look forward to seeing you at the workshop.

Sincerely yours,
Rina Emoto



ОТЛИЧНО!
ПРЯМО ТАК И ОТПРАВЛЮ!



А ПОКА
БУДУ ЖДАТЬ ОТВЕТА,
ПОПРАКТИКУЮСЬ
В РАЗГОВОРНОМ
АНГЛИЙСКОМ!



КАК? ОДНА?



ТАК И БЫТЬ,
ПОБУДУ ТВОИМ
СОБЕСЕДНИКОМ.

УХ ТЫ,
БОЛЬШОЕ
СПАСИБО!

Через некоторое
время

Лаборатория
проф. Дзинбей Ясиро

ХАКУИ-СЕНПАЙ!



МНЕ ПРИШЁЛ ОТВЕТ!



КАКОЙ ЖЕ?

А?

НУ...

Dear Rina Emoto

Thank you for your contribution to the International Workshop on Information and Engineering Sciences to be held at San Francisco.

We are glad to inform you that your paper has been accepted by the program committee and you are invited to give an oral presentation on your paper.

The reviews are included below. Please attend carefully to the reviewers' comments and revise the submission to take the comments into account when you submit the final, camera ready version.

Sincerely yours,
John Smith

Уважаемая Рина Эмото,

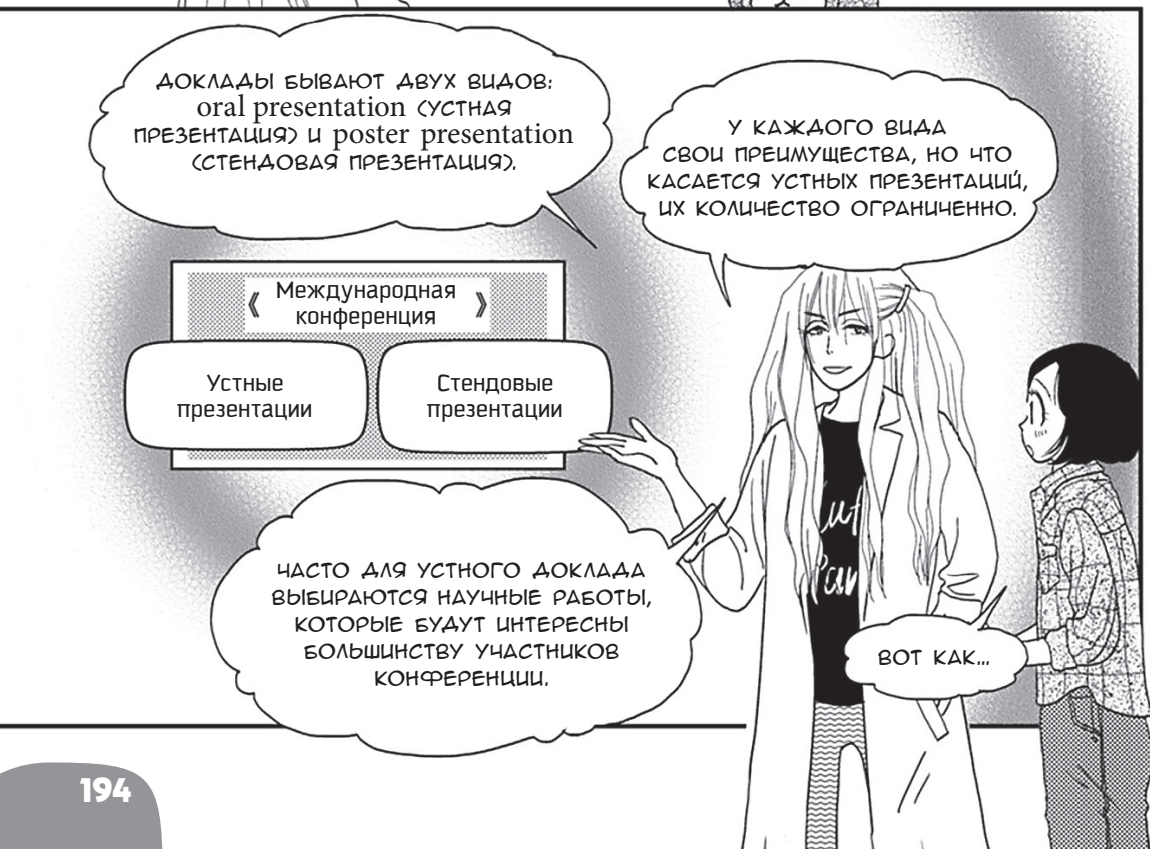
спасибо за Ваш вклад в работу Международного информационно-технического научного семинара, который пройдёт в Сан-Франциско.

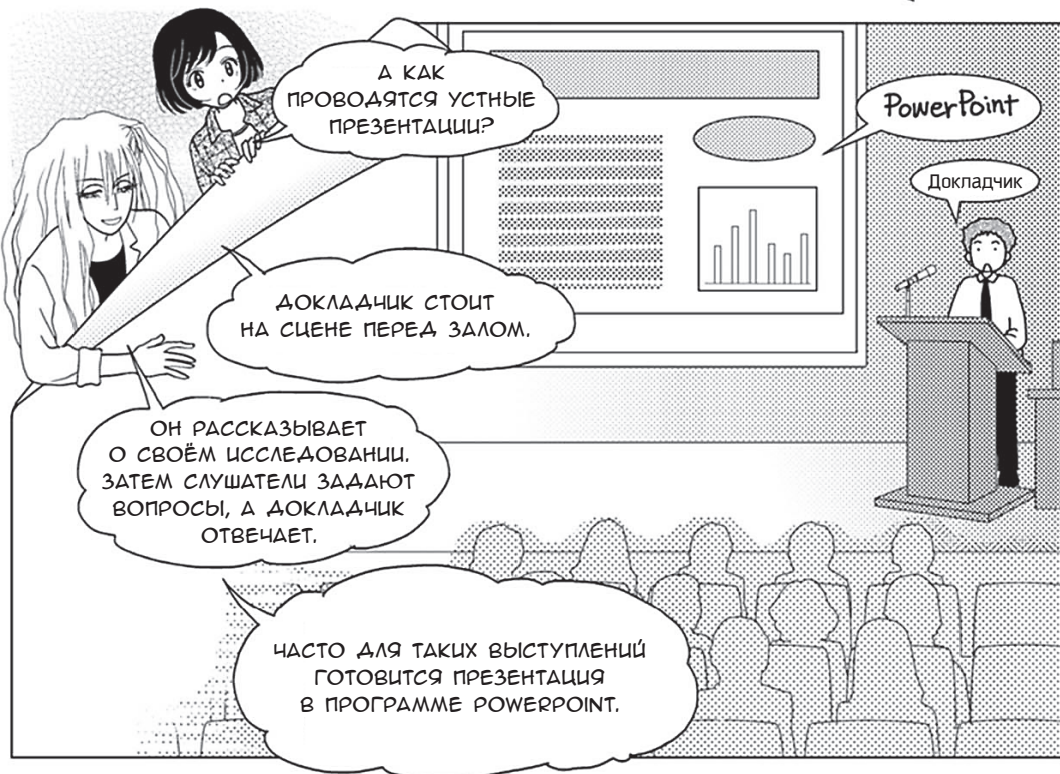
Мы рады сообщить Вам, что Ваша научная работа принята научной комиссией и Вы приглашены выступить с докладом по Вашей работе.

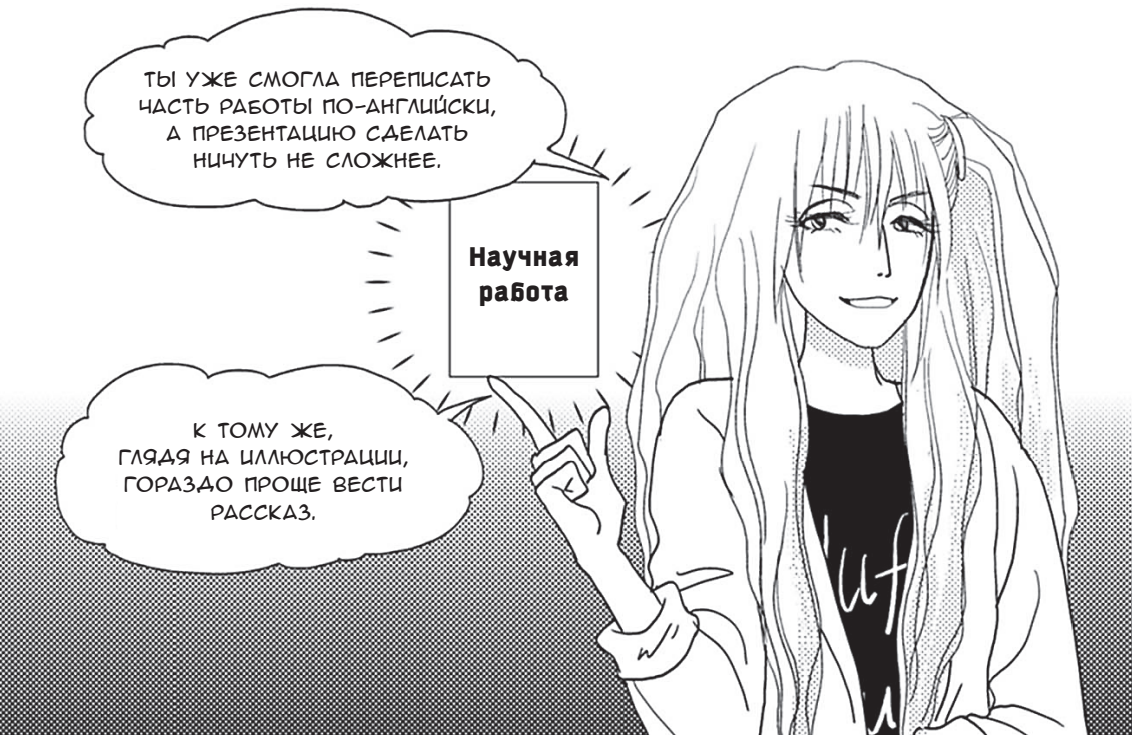
Отзывы приведены ниже. Пожалуйста, обратите внимание на комментарии рецензентов и учтите их пожелания при подготовке Вашего доклада.

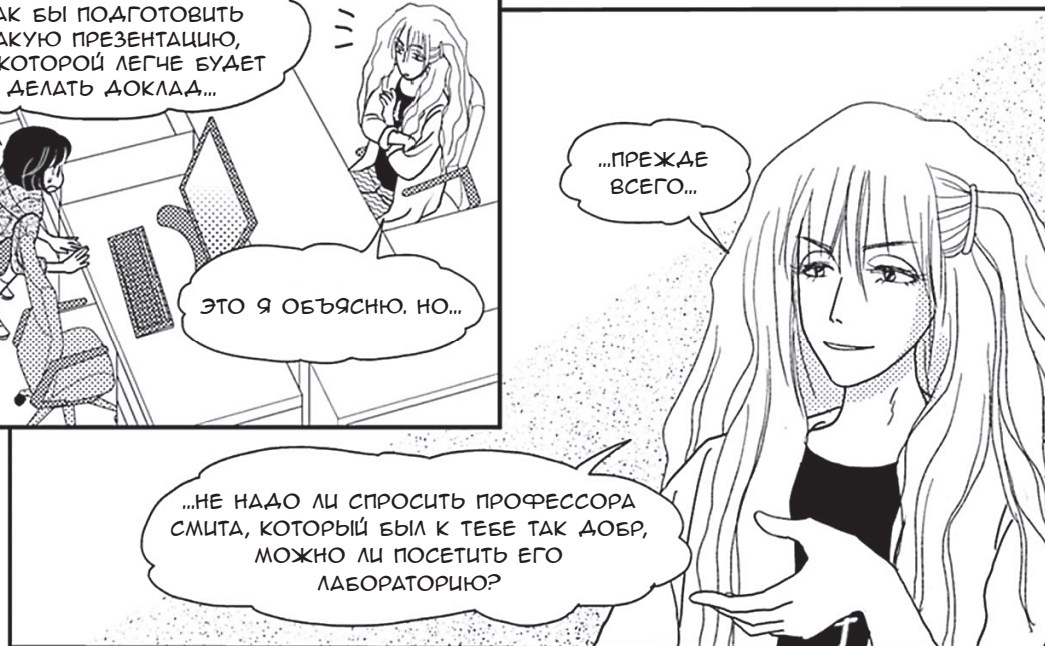
Искренне Ваш,
Джон Смит











Dear Prof. John Smith

I am writing to ask you to accept our visit to your laboratory after the International Workshop on Information and Engineering Sciences to be held in San Francisco in 3 months.

We are hoping to visit you on November 5th, 2016. We will be a party of three, including Prof. J. Yashiro, Ms Hime Hakui and myself. So please let me know if you will be available for us.

Thank you very much in advance.

Sincerely yours,
Rina Emoto

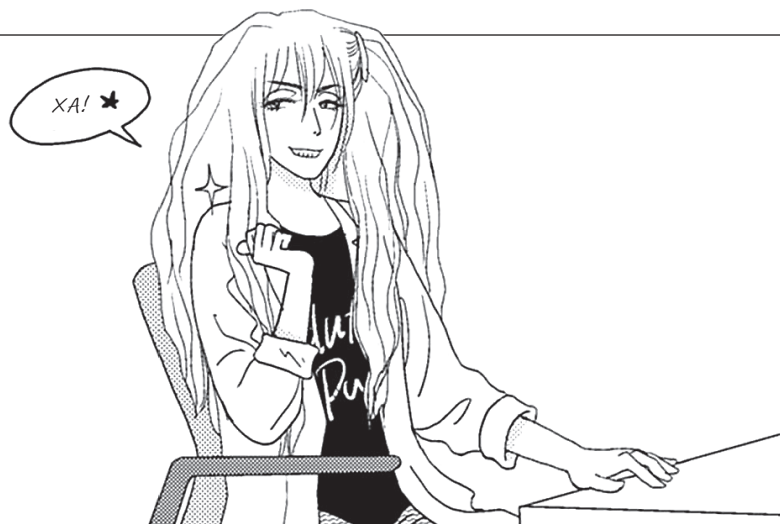
Уважаемый профессор Джон Смит,

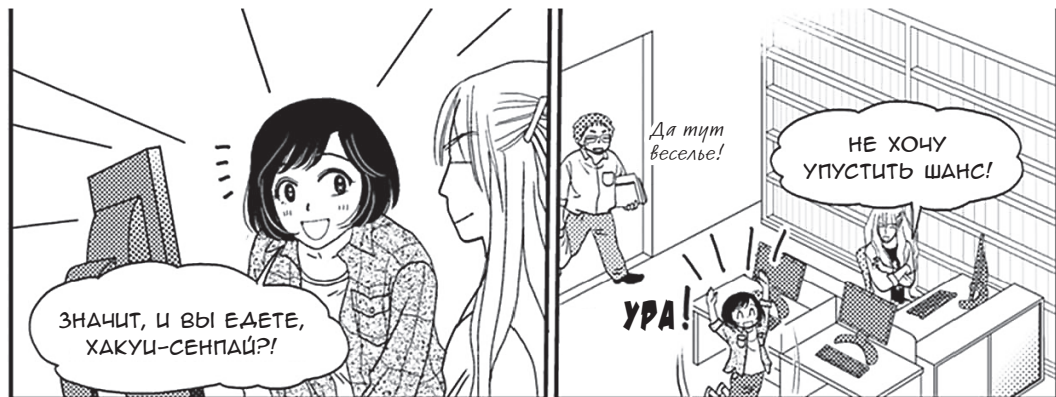
прошу Вас разрешить нам посетить Вашу лабораторию по завершении Международного информационно-технического научного семинара, который состоится в Сан-Франциско через три месяца.

Мы хотели бы посетить Вас 5 ноября 2016 года. Нас будет трое – профессор Дз. Ясиро, мисс Химе Хакуи и я. Пожалуйста, дайте мне знать, готовы ли Вы нас принять.

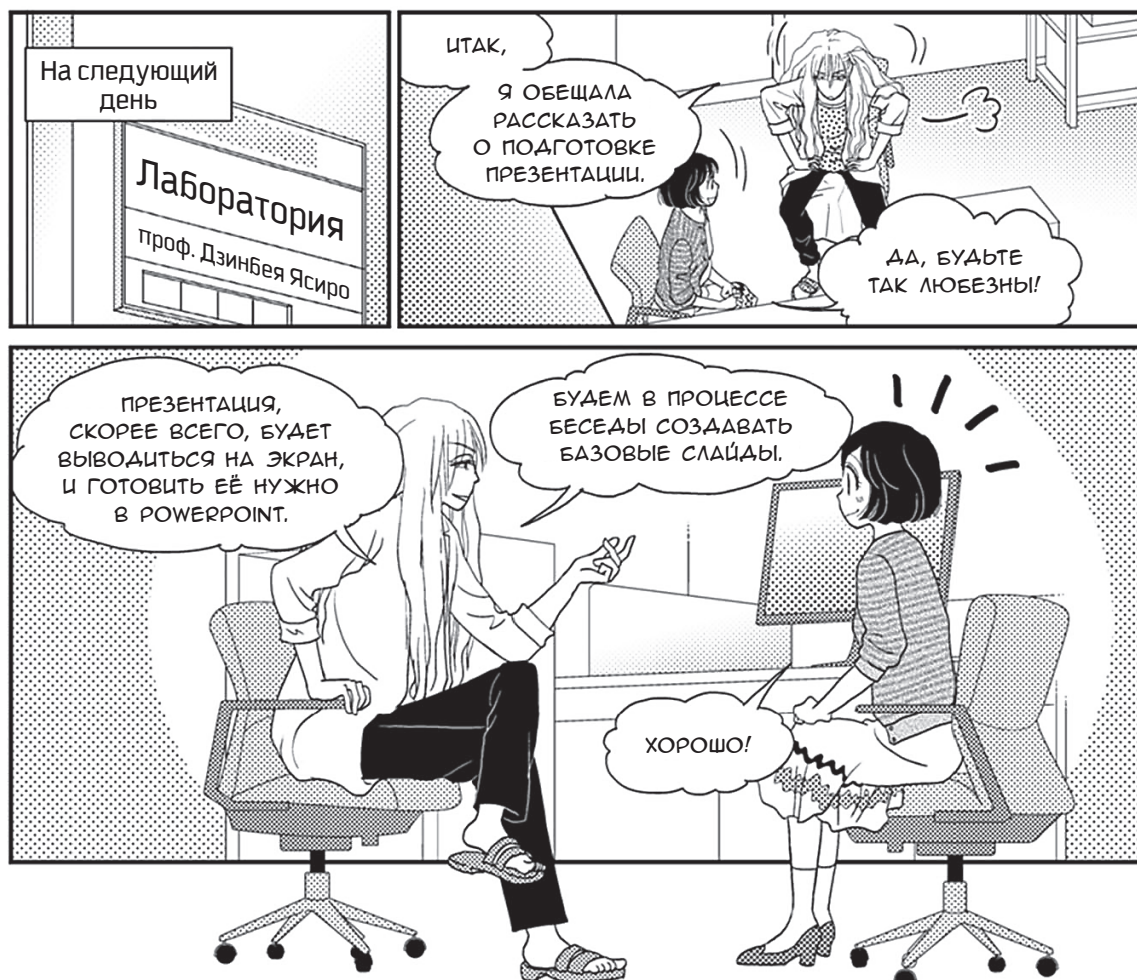
С благодарностью,

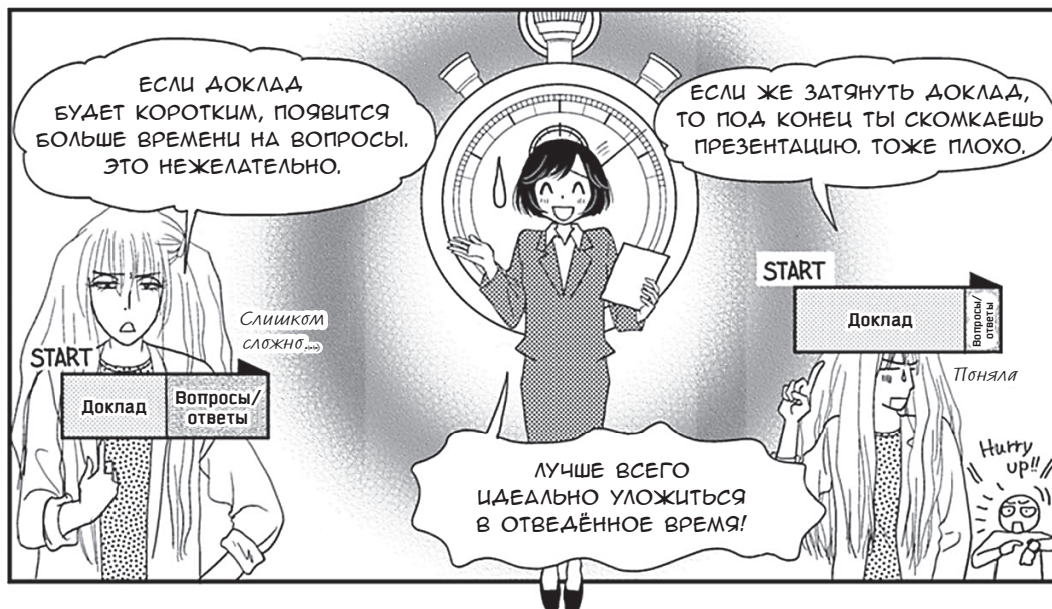
искренне ваша,
Рина Эмото

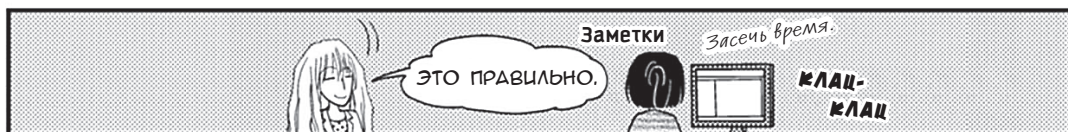


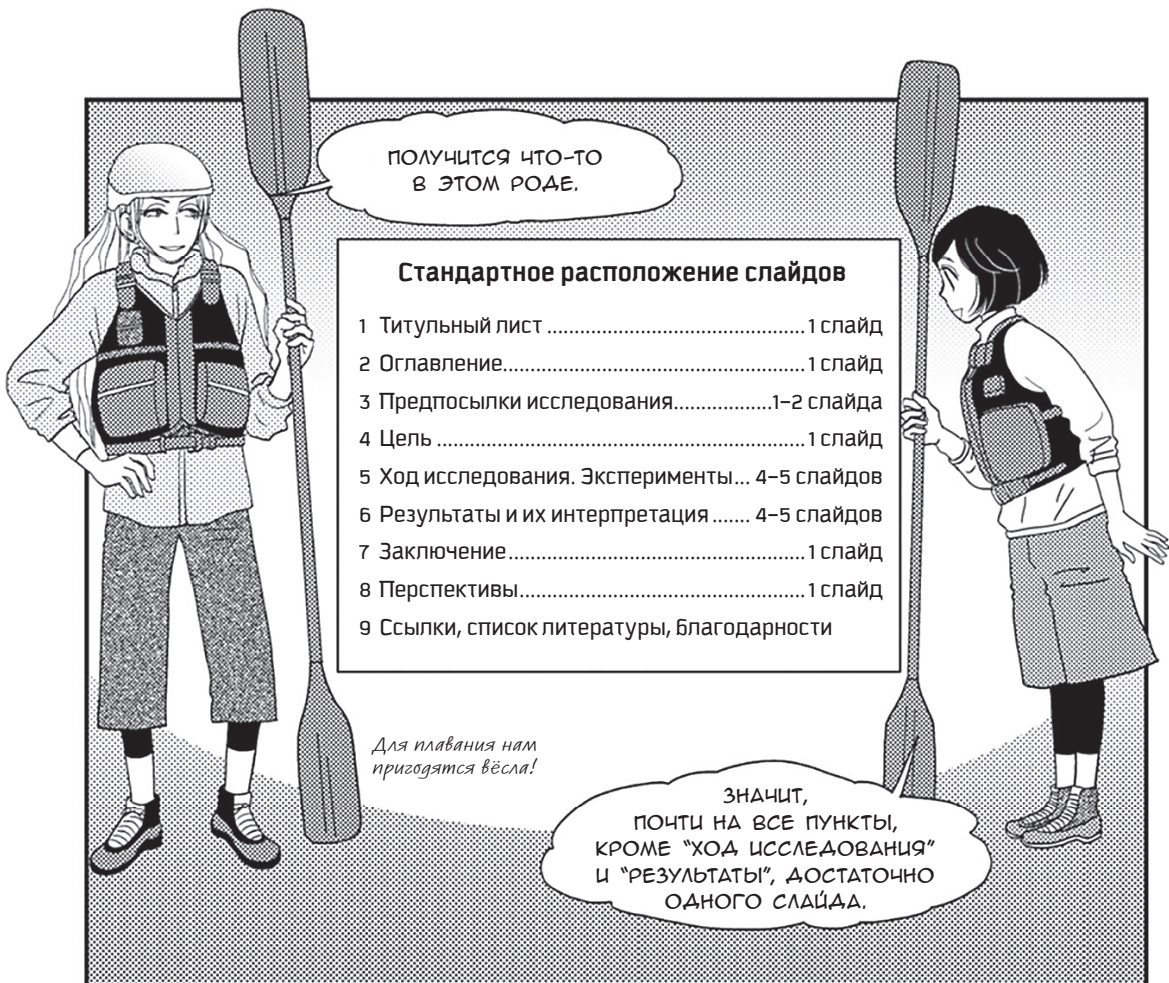


7.2. КАК ПОДГОТОВИТЬ ПРЕЗЕНТАЦИЮ ДЛЯ ВЫСТУПЛЕНИЯ









ПОЛУЧИТСЯ ЧТО-ТО
В ЭТОМ РОДЕ.

Стандартное расположение слайдов

- | | |
|--|-------------|
| 1 Титульный лист | 1 слайд |
| 2 Оглавление..... | 1 слайд |
| 3 Предпосылки исследования..... | 1-2 слайда |
| 4 Цель | 1 слайд |
| 5 Ход исследования. Эксперименты... | 4-5 слайдов |
| 6 Результаты и их интерпретация | 4-5 слайдов |
| 7 Заключение..... | 1 слайд |
| 8 Перспективы..... | 1 слайд |
| 9 Ссылки, список литературы, благодарности | |

*Для плавания нам
пригодятся вёсла!*

ЗНАЧИТ,
ПОЧТИ НА ВСЕ ПУНКТЫ,
КРОМЕ "ХОД ИССЛЕДОВАНИЯ"
И "РЕЗУЛЬТАТЫ", ДОСТАТОЧНО
ОДНОГО СЛАЙДА.



ПЕРЕИДЁМ
К СОЗДАНИЮ
СЛАЙДОВ.

КАЖДЫЙ РАЗДЕЛ,
КОТОРЫЙ НАДО ВКЛЮЧИТЬ
В ПРЕЗЕНТАЦИЮ, ОФОРМЛЯЕТСЯ
ПО ОПРЕДЕЛЁННОМУ ОБРАЗЦУ.

Первым идёт титульный лист. Здесь указываются название научной работы, имена авторов, название конференции, место и дата её проведения.



Как-то так, да?

Layout Optimization of Advertisements on New Websites

Rina Emoto and Jinbei Yashiro

Department of Informatics and Engineering

The University of ○○

Rina@inf.???ac.jp

2nd International Workshop on

Information and Engineering Sciences

San Francisco

November 1-5, 2016

Верно. Хорошо бы ещё внизу указать версию Power-Point, в которой была подготовлена презентация.

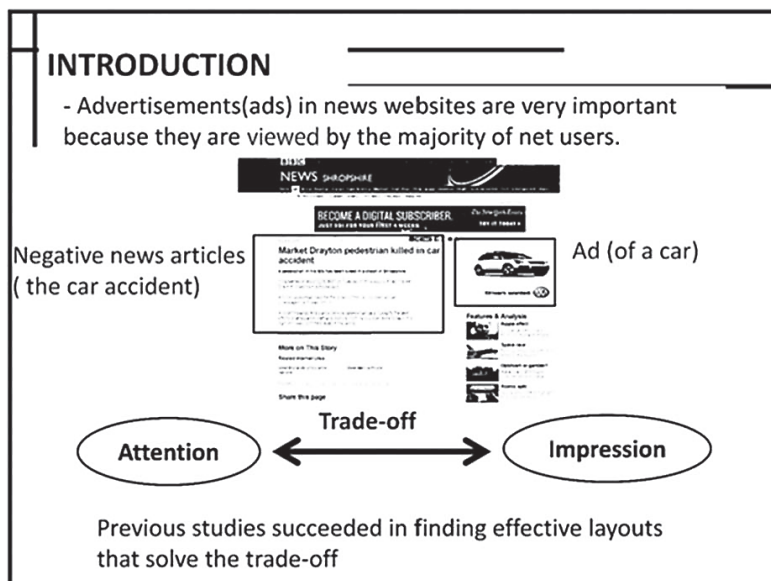


Дальше идет оглавление. Покажи в общих чертах, о чём презентация. Можно просто перечислить пункты.

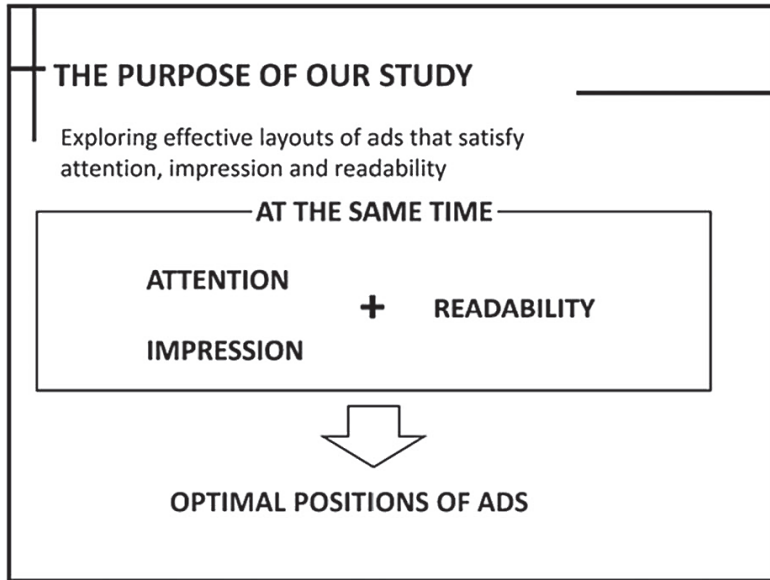


То есть заголовки каждого слайда, да?

Часто за оглавлением в презентациях идёт слайд о цели исследования. Но когда ты говоришь на тему, малознакомую слушателям, лучше пустить вперёд «Предпосылки исследования». Этот слайд желательно сопроводить иллюстрациями для простоты понимания.



Цели тоже лучше представить кратко и наглядно.



И правда, очень наглядно получилось!
Даже и без картинок.

В разделе «Ход исследования. Эксперименты» надо рассказать об использованных материалах, виде экспериментов и процессе их проведения. В каком порядке обо всём этом говорить, зависит от содержания конкретной работы.



В моём случае, наверное, удобнее всего привести примеры тестовых страниц (Materials), которые мы показывали участникам эксперимента.

MATERIALS and METHODS

- Layouts

Right-up layout

Right-down layout

Left-up layout

Left-down layout

Inner-right-up layout

Inner-right-down layout

Inner-left-up layout

Inner-left-down layout

Up layout

Down layout

- Measurement index

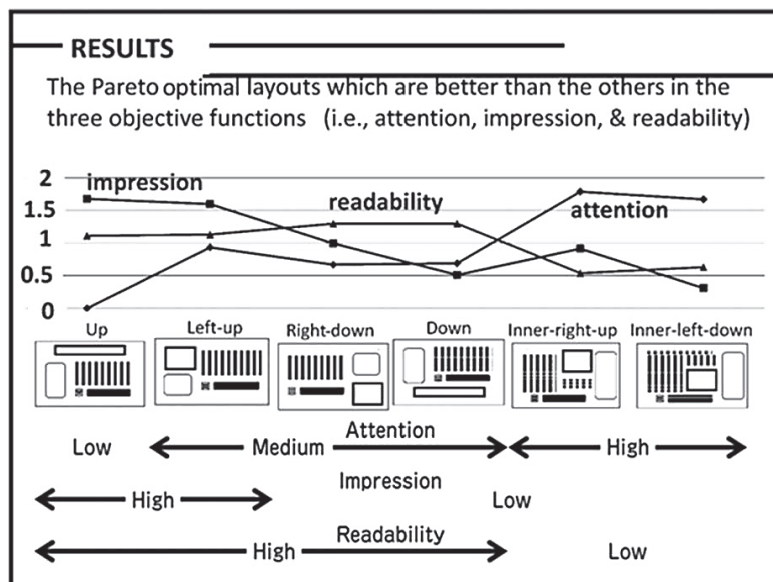
- The eye fixations on ads
- The impression of ads
- The readability of news contents

Хорошо ещё добавить фотографии, где запечатлён ход эксперимента, а также показать, что и как измерялось. После чего пояснить практические условия эксперимента.



С фотографиями и иллюстрациями всё куда яснее. И доклад как-то убедительнее звучит.

Следующие слайды посвящены результатам и их интерпретации. Здесь для упрощения задачи тоже надо прибегнуть к иллюстрациям.



И наконец, «Заключение» и «Перспективы». В обоих разделах достаточно будет перечисления по пунктам: каковы выводы и предмет будущих исследований. На каждый раздел отводится по одному слайду.



Остаётся только добавить список литературы и благодарности – и дело сделано!



ПОЛЬЗУЯСЬ ВАШИМИ
СОВЕТАМИ, Я НАВЕРНЯКА
СМОГУ СДЕЛАТЬ
ПОНЯТНУЮ И НАГЛЯДНУЮ
ПРЕЗЕНТАЦИЮ!



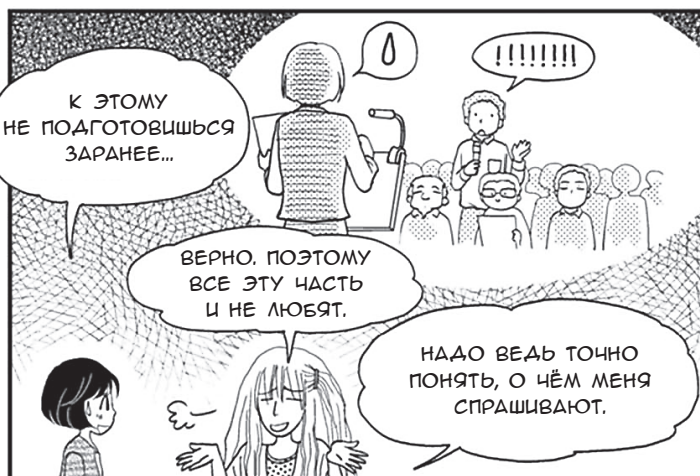
А ЧТО КАСАЕТСЯ
УСТНОГО ДОКЛАДА, МОЖЕШЬ
ИСПОЛЬЗОВАТЬ ПРЕДЛОЖЕНИЯ
НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ ИЗ
ТВОЕЙ НАУЧНОЙ РАБОТЫ.

НО ТАМ, ГДЕ МОЖНО,
ИСПОЛЬЗУЙ РАЗГОВОРНЫЙ
СТИЛЬ.



МНЕ ЕЩЁ ПРЕДСТОИТ
ОТВЕЧАТЬ НА ВОПРОСЫ...

ВОПРОСЫ/ОТВЕТЫ



К ЭТОМУ
НЕ ПОДГОТОВИШЬСЯ
ЗАРАНЕЕ...

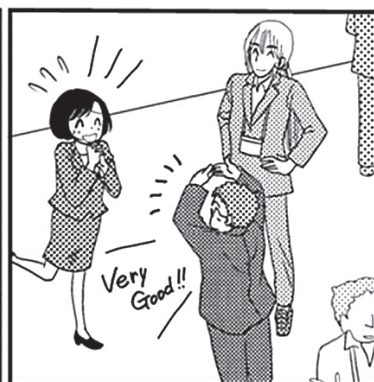
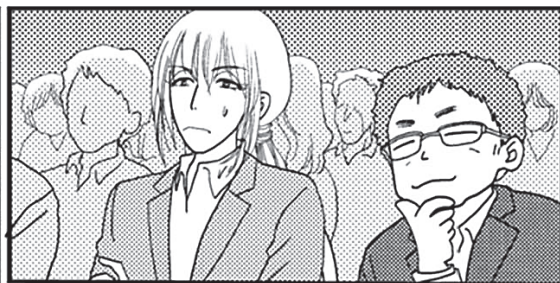
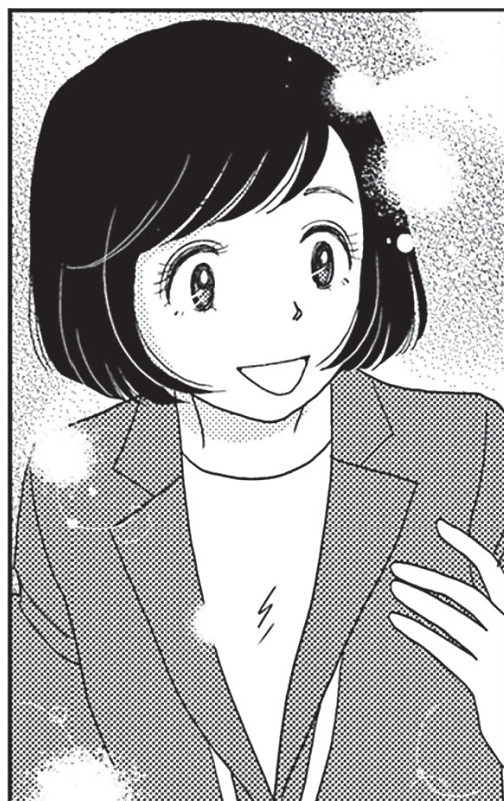
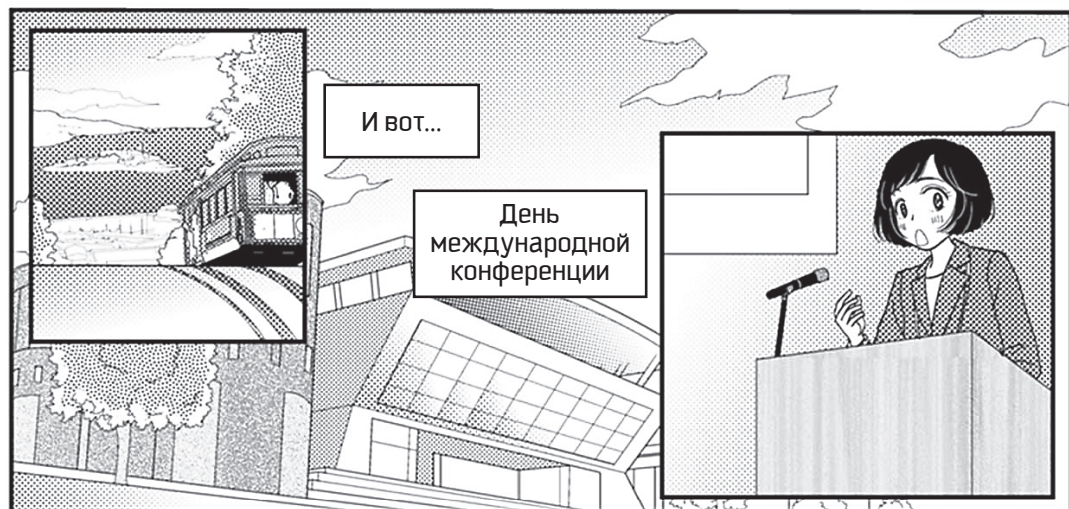
ВЕРНО. ПОЭТОМУ
ВСЕ ЭТУ ЧАСТЬ
И НЕ ЛЮБЯТ.

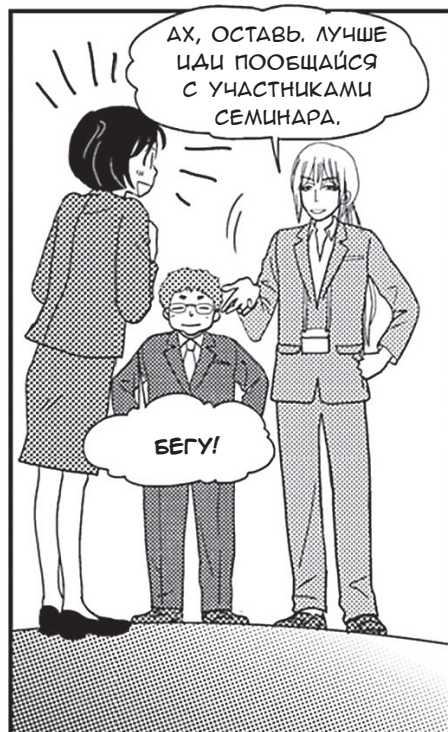
НАДО ВЕДЬ ТОЧНО
ПОНЯТЬ, О ЧЁМ МЕНЯ
СПРАШИВАЮТ.



А НЕЛЬЗЯ ЛИ
ХОТЯ БЫ ЧТО-ТО
ПРЕДУСМОТРЕТЬ?



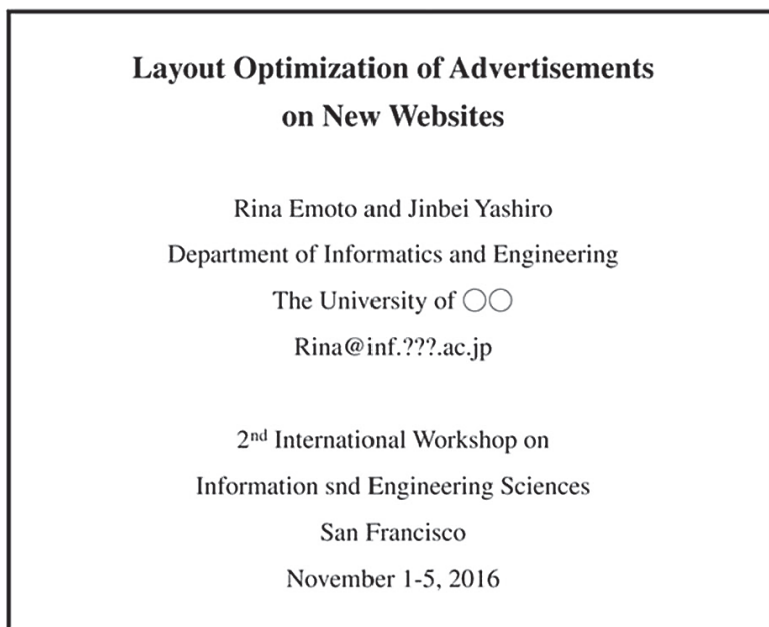




Подробнее о подготовке доклада

Вы уже узнали, как подготовить презентацию к докладу, а сейчас обсудим подробнее, как выступать на публике. В докладе вы можете использовать фразы из научных работ, которые публикуются в сборниках всевозможных конференций. Особенно вам пригодятся тезисы работ, написанные или проверенные носителем языка.

1. Титульный лист (один слайд)



“Thank you for the introduction, Mr./Ms. chairperson.

I’m Rina Emoto. I will be talking about layout optimization of advertisements on News Websites.”

«Господин/госпожа председатель, спасибо, что вы меня представили.

Меня зовут Рина Эмото. Я расскажу об оптимизации размещения рекламных объявлений на новостных сайтах».

- Начните примерно так. Не волнуйтесь и переходите к сути доклада.

2. Оглавление (один слайд)

Table of Contents
• Background and the purpose of this study
• Experiments
• Results
• Conclusion and future research

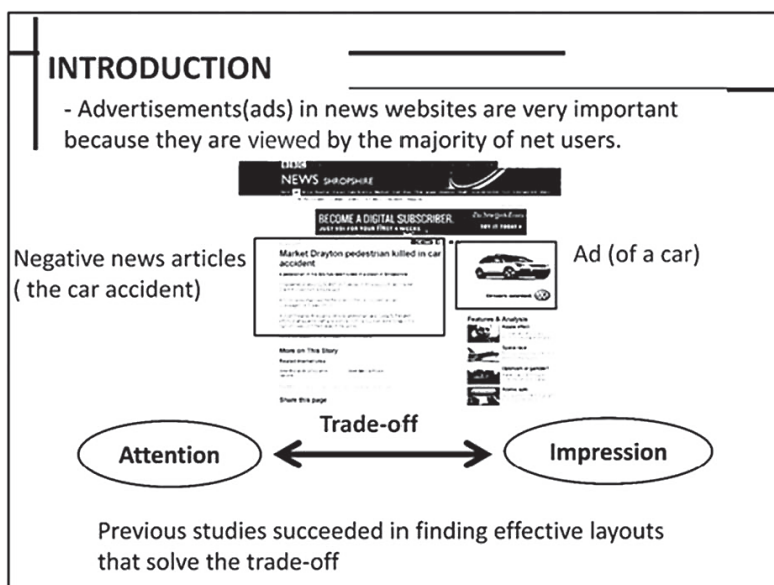
“In this presentation, first I am going to talk about the background and the purpose of this study. Then, I will explain details of the experimental procedure. After that I will show you some results of our experiments. Finally, I will make a brief summary and talk about future research.”

«В данном докладе я прежде всего обозначу предпосылки и цели своего исследования. Затем я подробно объясню, как проводился эксперимент, после чего представлю полученные результаты. В заключение кратко подведу итоги и расскажу о будущих исследованиях».

- Так в общих чертах вы подготавливаете слушателей к тому, о чём пойдёт речь. Просто и ясно, не правда ли?

3. Предпосылки исследования (один-два слайда)

Используйте здесь ту часть введения к вашей научной работе, в которой вы рассказываете об исследованиях своих предшественников и приводите исходные данные, на которые опирается ваша работа. Упомянув работы других авторов, изложите самые важные и понятные их идеи и постарайтесь использовать иллюстрации, чтобы слушатели, не являющиеся специалистами в данной области, могли усвоить суть.



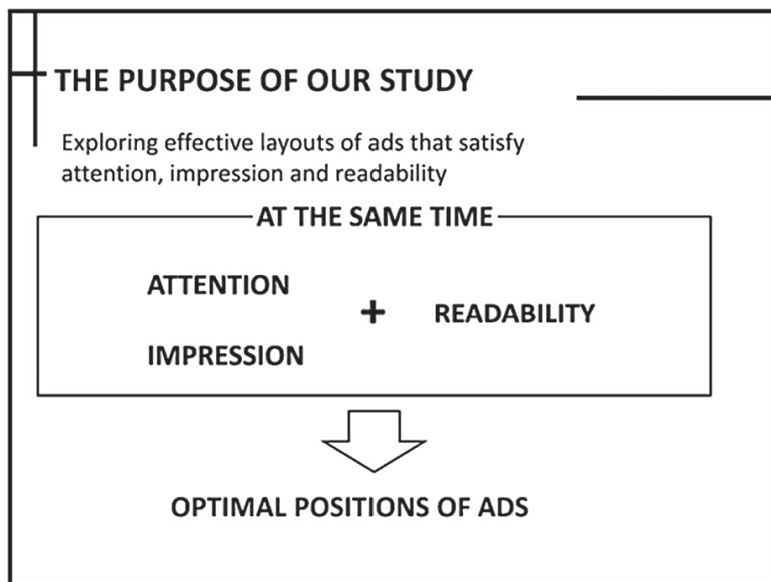
“Advertisements, namely ads, in news websites are very important because they are viewed by the majority of net users. Since the ads in the websites are randomly inserted, they are frequently inserted into the negative news article. For example, the advertisement of a new car is inserted in the inner position of the news article reporting a car accident. Previous studies show that the attention degree and the impression degree of advertisements are in the trade-off relation.”

«Рекламные объявления на новостных сайтах очень важны, поскольку их просматривает большинство пользователей интернета. Поскольку реклама размещается на сайтах произвольным образом, она часто мелькает в статьях с негативным оттенком. Например, реклама нового автомобиля может появиться в сообщении об автомобильной аварии. Предыдущие исследования показали, что уровень привлечения внимания и впечатление от рекламы связаны напрямую».

- Постарайтесь изложить суть настолько подробно, насколько позволяет время.

4. Цель исследования (один слайд)

Чтобы от предпосылок плавно перейти к цели исследования, расскажите о его специфике.



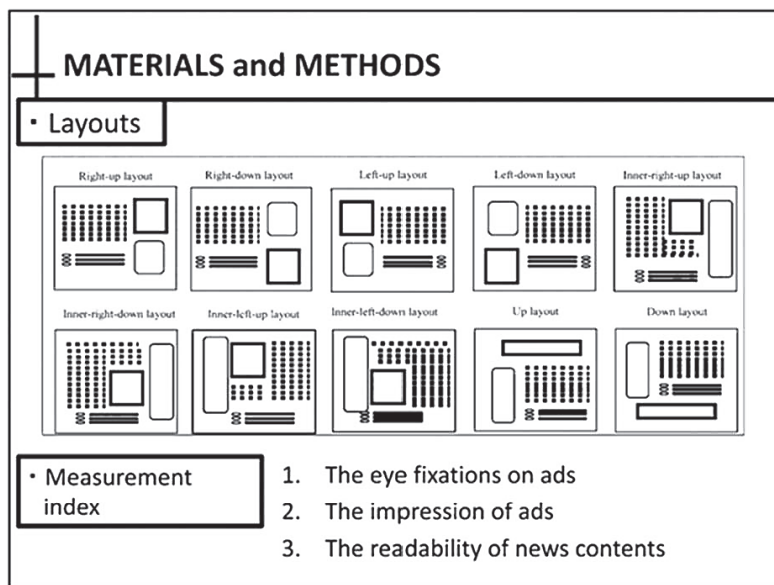
“In this study we explore the effective placement of ads in news websites, which simultaneously achieve high levels of attention, impression, and readability. We pursue this goal by conducting experiments in which participants view a variety of page layouts of news websites. The results of the experiments are analyzed from the viewpoint of multi-objective optimization.”

«В данной работе исследуется эффективное размещение рекламных объявлений на новостных сайтах – такое, которое одновременно привлекает внимание, создаёт хорошее впечатление и не снижает читабельность сайта. С этой целью мы провели эксперимент, участники которого просматривали новостные сайты с разной структурой страниц. Полученные результаты были проанализированы с точки зрения многоцелевой оптимизации».

- Аудитория будет слушать вас тем внимательнее, чем яснее вы выражаетесь. Поэтому постарайтесь очень чётко обозначить цель исследования.

5. Ход исследования. Эксперименты (четыре-пять слайдов)*

Подготовьте слайды, которые дадут слушателям наглядное представление об эксперименте. Используйте рисунки и фотографии.



“The participants of the experiments viewed various types of news website samples in which ads are positioned in various layouts. Through these experiments, we measured the eye fixations on the ads, the impression of the ads in relation to the negative news articles, and the readability of the news content. The layouts employed in the experiments were the ten patterns as shown in this Figure.”

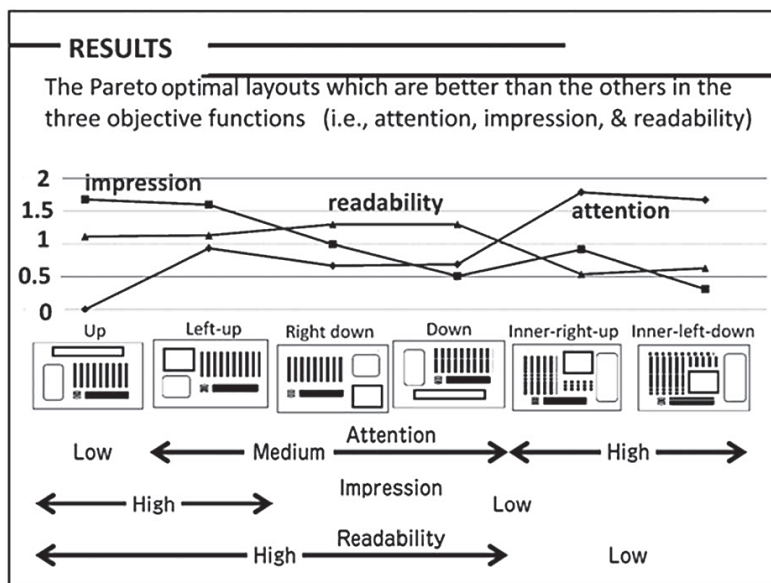
«Участники экспериментов просматривали новостные сайты разных типов, на которых реклама размещалась по-разному. В ходе экспериментов мы измеряли время, в течение которого взгляд задерживался на рекламе, обусловленность впечатления от неё негативным содержанием новостной статьи и читабельность новостного контента. Рекламные объявления размещались на странице в десяти вариантах, как показано на рисунке».

- Когда говорите об измеряемых показателях, таких как «время фиксации взгляда», «впечатление», «читабельность», старайтесь одновременно показать на рисунке соответствующее графическое обозначение, например с помощью лазерной указки.

* Здесь в качестве примера рассматривается один слайд.

6. Результаты и их интерпретация (четыре-пять слайдов)*

Результаты экспериментов надо представить объективно, без какой-либо предвзятости. Желательно вывести результаты на одном рисунке или в таблице.



“We explored the Pareto optimal solutions which are better solutions than the others in the three objective functions. The characteristics of these six types of web layouts are summarized in this graph. (Покажите указкой на график.)

Up layout. (Направьте указку на самый левый рисунок.)

This layout provides a high impression level and a relatively high level of readability. However, the attention level is low because the ad located at the up position is not frequently viewed by users.”

«Мы использовали оптимум по Парето, который подразумевает самое лучшее решение для трёх целевых функций. На этом графике представлены характеристики шести типов размещения информации на странице.

Верхнее расположение.

При таком расположении отмечают довольно сильное впечатление и относительно высокий уровень читаемости. А вот степень привлечения внимания низкая, поскольку объявление находится вверху страницы и нечасто просматривается пользователями».

- Таким образом поясните один за другим все полученные результаты. Говоря о чём-либо, что отражено на иллюстрации, не забывайте пользоваться указкой.

* Здесь в качестве примера рассматривается один слайд.

7. Заключение (один слайд)

Отметьте важные результаты исследования.

CONCLUSION

The left-up layout is the most optimal layout in terms of attention, impression and readability.

This layout is appropriate as the standard layout for ads

The right-up layout is not included in our Pareto optimal layouts

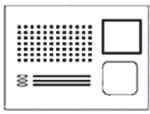
↓

The current standard layout is not appropriate

Left-up layout



The current standard layout (Right-up layout)

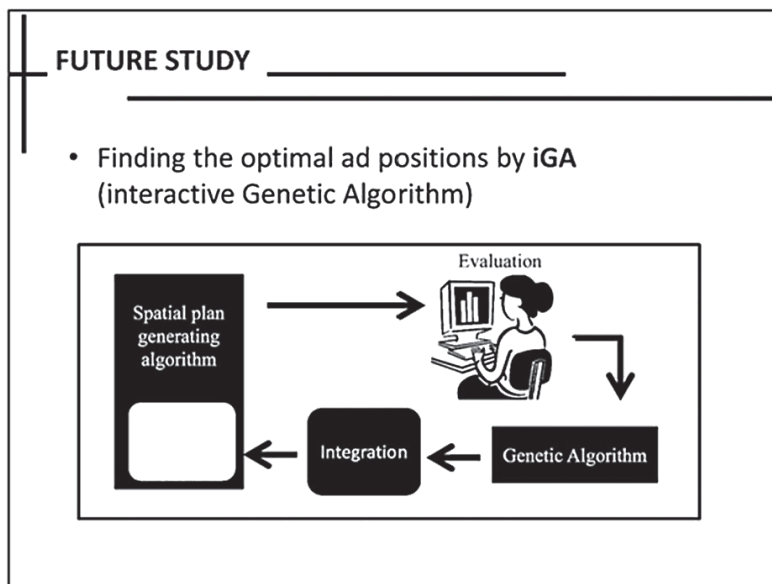


“As a result of the analyses, we found the six optimal layouts of the ads. Our results show that the left-up layout is the most optimal layout in terms of attention, impression, and readability. Our results also suggest that the right-up layout, which is the current standard layout, is not a good layout when ads are inserted into negative news articles.”

«Проанализировав результаты, мы выявили шесть типов оптимального размещения рекламных объявлений. Результаты показывают, что лучшим с точки зрения привлечения внимания, создания хорошего впечатления и поддержания читабельности является расположение рекламного блока в левой верхней части страницы. Это позволяет предположить, что расположение рекламы справа сверху, типичное для многих сайтов, неэффективно, если рекламное объявление появляется в новостной статье с негативной окраской».

- Удобно представить выводы по пунктам, в виде списка. Есть и много других способов оформления заключения. Как лучше представить результаты своей работы, решать вам.

8. Перспективы (один слайд)



“In our near future work we will explore optimal positions of ads on web sites by utilizing the Pareto front solutions through interactive Genetic Algorithm. We want to propose interactive Genetic Algorithm to generate the most optimal website layouts.”

«В ближайшем будущем мы планируем исследовать оптимальное расположение рекламных объявлений на сайтах, используя интерактивный генетический алгоритм для нахождения множества оптимальных решений по Парето (Парето-фронт). Мы хотим предложить использование интерактивного генетического алгоритма для определения наиболее удачного размещения информации на сайтах».

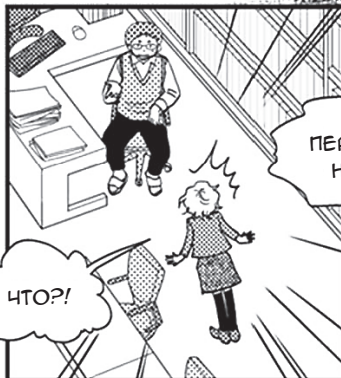
- Поскольку эти разработки ещё впереди, пока нет необходимости говорить о них подробно. Однако, чтобы заинтересовать слушателей, надо сообщить им, в каком направлении вы намерены продолжать работу.

Чем больше репетировать, тем больше шансов удачно выступить перед аудиторией. Оттачивайте доклад до тех пор, пока не заучите всё хорошенько – тогда, даже если вы будете волноваться, нужные слова вовремя придут вам на память. Что же касается ответов на вопросы, тут потребуются иные навыки, чем те, которые мы рассматривали до сих пор. Основная задача этой книги – научить вас читать и писать научные работы на английском языке.

Во время общения с залом необходимо прежде всего понимать, о чём вас спрашивают – а для этого тренироваться в восприятии английской речи на слух. Как говорилось в начале этой книги, даже если вы улавливаете отдельные слова, вам уже не так сложно догадаться, о чём идёт речь. По меньшей мере вы можете сообразить, к какому слайду относится вопрос. После этого остаётся перейти к данному слайду и конкретизировать тему обсуждения.

Пользуясь этим правилом, вы в конечном счёте сможете успешно ответить на вопросы, которые возникли у слушателей.

Несколько
месяцев спустя



ЧТО?!

ПЕРЕПИСАТЬ ДИПЛОМ
НА АНГЛИЙСКОМ?

КОНЕЧНО.



МНЕ ЭТО
НЕ ПО СИЛАМ.

УДАЧИ!

1 курс магистратуры

ДУМАЛА,
В МАГИСТРАТУРЕ БУДУ
НАУКОЮ ЗАНИМАТЬСЯ...

ЭТО ТУПИК.

СКРИП



А ВОТ И Я!
ВЕРНУЛАСЬ ИЗ АМЕРИКИ.

АХ... ЭТО ЖЕ
РИНА ЭМОТО!



ХОТЯ ОНА ТОЖЕ
НА ПЕРВОМ КУРСЕ
МАГИСТРАТУРЫ, ЗА
ВЫДАЮЩИЕСЯ УСПЕХИ
ЕЁ ОТПРАВИЛИ
ЗА ГРАНИЦУ!

ТЫ ЕЗДИЛА
В АМЕРИКУ ПОМОГАТЬ
ГОСПОЖЕ ХАКУИ
В ИССЛЕДОВАНИЯХ?

АХ-АХ

И КАК
ВСЁ ПРОШЛО?



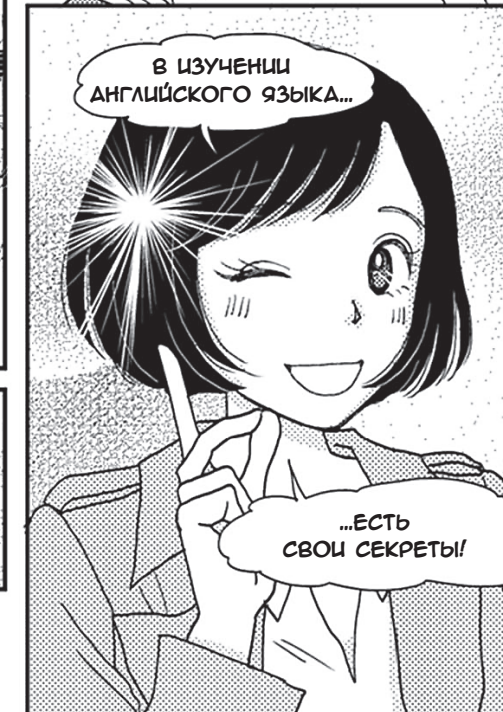
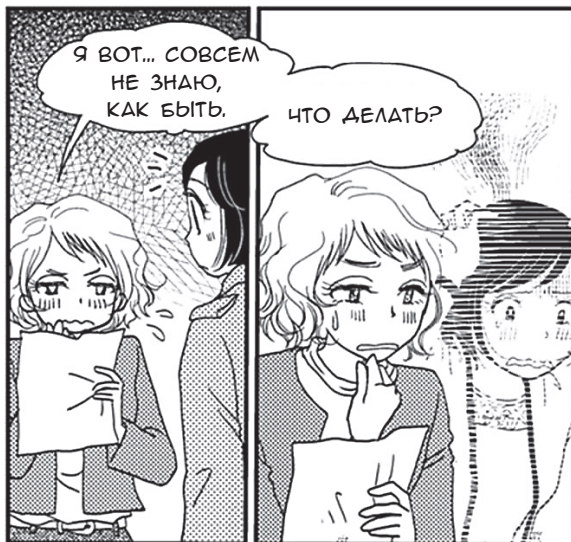
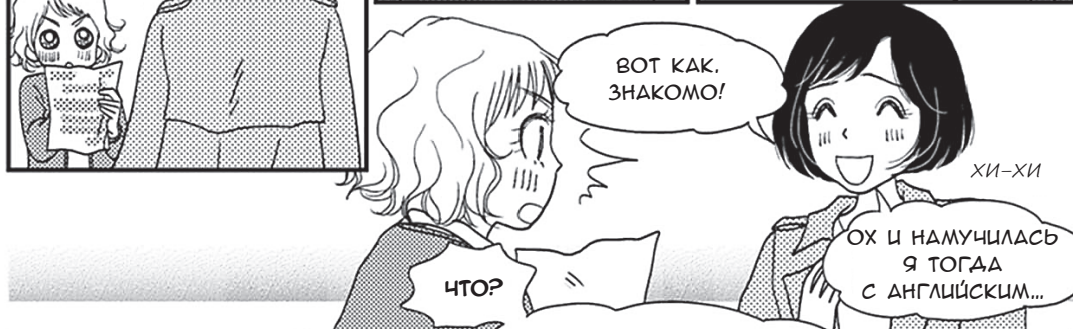
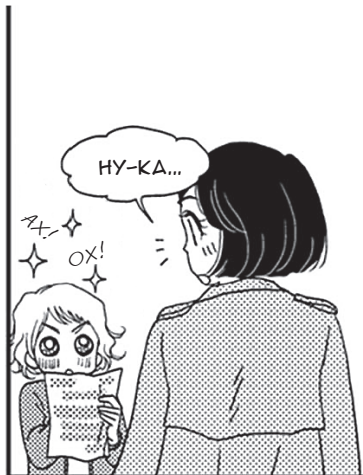
ХАКУИ-СЕНПАЙ
И ЗА РУБЕЖОМ
МНОГО ТРУДИТСЯ.

КАК ТЕ
УДАЛОСЬ!



ХОТЯ ЧАДА
ТАМ ЕЩЁ БОЛЬШЕ
РАЗВЕРНУЛСЯ.

АГА



БИБЛИОГРАФИЯ

Глава 1. Чтение текстов на техническом английском с опорой на понятные слова

Saki Iiba, Tetsuaki Nakamara, and Maki Sakamoto: Color Recommendation for Text Based on Colors Associated with Words, Journal of the Korea Industrial Information System Research, 17(1), 21–29 (2012)

Глава 2. Чтение текстов на техническом английском с опорой на ключевые слова

Noriyuki Muramatsu, Keiki Takadama, Hiroyuki Sato, and Maki Sakamoto: Layout Optimization of Advertisements on News Websites, Proceedings of International Workshop on Modern Science and Technology 2012 (IWMST2012), 384–389 (2012)

Глава 3. Подготовка к написанию текстов на техническом английском

Noriyuki Muramatsu, Keiki Takadama, Hiroyuki Sato, and Maki Sakamoto: Layout Optimization of Advertisements on News Websites, Proceedings of International Workshop on Modern Science and Technology 2012 (IWMST2012), 384–389 (2012)

Глава 4. Написание текстов на техническом английском с использованием базовой грамматики

Сато Ёичи. Как правильно писать на техническом английском. Ohmsha, 2003.

Глава 5. Использование шаблонов в научной работе

Глава 6. Как написать красивый текст на техническом английском

Tetsuaki Nakamura, Maki Sakamoto, and Akira Utsumi: The Role of Event Knowledge in Comprehending Synesthetic Metaphors, Proceedings of the 32nd Annual Meeting of the Cognitive Science Society (CogSci2010), 1898–1903 (2010)

Junji Watanabe, Yuuka Utsunomiya, Hiroya Tsukurimichi, and Maki Sakamoto: Relationship between Phonemes and Tactile-emotional Evaluations in Japanese Sound Symbolic Words, Proceedings of the 34th Annual Meeting of the Cognitive Science Society (CogSci2012), 2517–2522 (2012)

Глава 7. Как подготовиться к докладу на международной конференции

Noriyuki Muramatsu, Keiki Takadama, and Maki Sakamoto: Optimal Positions of Advertisements on News Websites Focusing on Three Conflicting Objectives, Proceedings of the IADIS International Conference Interfaces and Computer Interaction 2011, 394–398 (2011).

Memo



Книги издательства «ДМК ПРЕСС» можно купить оптом и в розницу в книготорговой компании «Галактика» (представляет интересы издательств «ДМК ПРЕСС», «СОЛОН ПРЕСС», «КТК Галактика»).

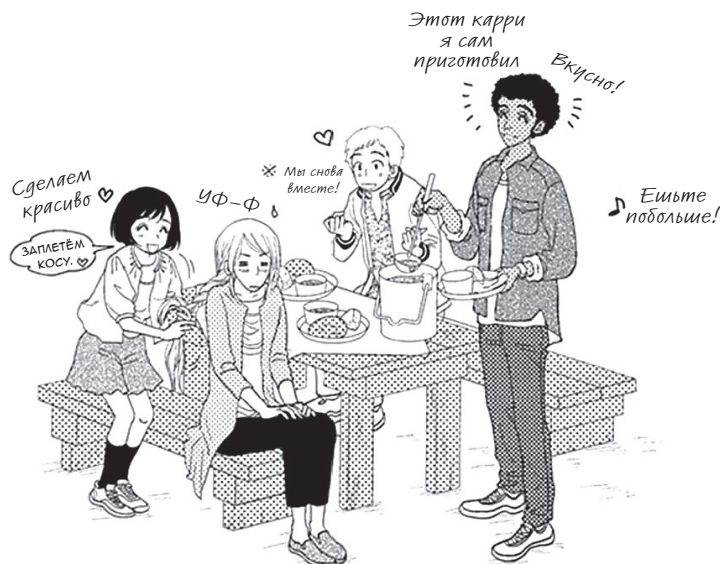
Адрес: г. Москва, пр. Андропова, 38;

тел.: **(499) 782-38-89**, электронная почта: **books@aliants-kniga.ru**.

При оформлении заказа следует указать адрес (полностью), по которому должны быть высланы книги; фамилию, имя и отчество получателя.

Желательно также указать свой телефон и электронный адрес.

Эти книги вы можете заказать и в интернет-магазине: **www.a-planeta.ru**.



Сакамото Маки (автор), Фукамори Аки (художник)

Технический английский

Манга

Главный редактор Д. А. Мовчан

dmkpress@gmail.com

Редактор О. В. Готлиб

Переводчик С. Л. Плеханова

Верстальщик А. А. Чаннова

Формат 70×100 1/16.

Гарнитура Anime Ace. Печать офсетная.

Усл. п. л. 19,01. Тираж 500 экз.

Отпечатано в ООО «Принт-М»

142300, Московская обл., Чехов, ул. Полиграфистов, 1

Веб-сайт издательства www.dmkpress.com