

виробник. В результаті анкетування встановлено, що  $\beta$ -адреноблокатори призначають 40 % респондентів зі стажем роботи понад 20 років роботи. Далі за віком лікарі розподілилися таким чином: стаж 5-10 років (24 %), 10-15 років (20 %), 15-20 років (12 %), до 5 років (4 %). Відповідно до критерію – вік пацієнтів, то встановлені такі результати: 45-55 років (27 %), 60-65 років (18 %), 50-60 років (15 %), до 30 років (10 %), 30-40 (8 %) та 65-70 років (8 %). Групи препаратів з якими найчастіше комбінують  $\beta$ -адреноблокатори: інгібіторами АПФ (29 %), діуретики (19 %), антагоністи Са (14 %), антиагреганти (12,5 %), гіполіпідемічні (12,5 %), вітаміни та периферичні вазодилататори (менше 5 %). Частка лікарів, що надають перевагу оригінальним препаратам – 36 %, а дженерікам – 20%. Усі інші не вважають даний критерій суттєвим. Серед країн-виробників перевага надається Україні (26 %) та Німеччині (26 %), найменшим попитом користуються Угорщина (1,85 %), Польща (1,85 %), Швеція (1,85 %), США (1,85 %), Іспанія (1,85 %), Канада (1,85 %). Таким чином, в ході аналізу проаналізовані деякі критерії вибору препаратів з групи  $\beta$ -адреноблокатори серед лікарів-кардіологів.

## ОБЩЕНИЕ В ИНТЕРНЕТЕ: ТРУДНОСТИ И НАХОДКИ

Штиб Бадреддин

Научный руководитель Рагина Ж.М.

Запорожский государственный медицинский университет

Кафедра языковой подготовки

Всем известно, что общение – важный элемент нашей жизни. В настоящее время в мире существует очень много средств, форм и способов общения и многие из них связаны с современными технологиями, а именно с Интернетом. Поэтому, цель нашей работы – характеристика особенностей общения в Интернете. Сейчас очень модно говорить о различных социальных сетях, которые уже приобрели мировой размах. Часто бывает так, что иностранный студент только приехал и еще не знает языка страны, но уже, в поисках новых знакомств, зарегистрировался во всевозможных социальных сетях, используемых в этой стране.

Однако общение в Интернете существенно отличается от живого повседневного общения, к которому мы привыкли. Предлагаем познакомиться с конкретными примерами.

а) - Прив! б) – кукусь а)- какГдила? б) - ничО так

Вряд ли, такой диалог можно назвать типичным для живой звучащей речи, а вот в Интернете это, к сожалению, норма.

Говорят, к недостаткам общения в Интернете относят трудность выражения эмоций. Однако это далеко не так. Пользователи придумали уже огромное количество разных штук и фишек, среди них и фразы, которые имеют эмоциональную окраску, и сознательные ошибки в словах, и использование большого количества пунктуационных знаков, и специальные символы - смайлы. К примеру,

а) -Ты ваааащеее абалдела????!!! б) -А чо? о\_О а) -Та ни чо!!! б) -Ну вот и фсйо!

Случается и так, что собеседник немного надоел или общение с ним нежелательно. Передать свое раздражение, недовольство или же нежелание продолжать разговор помогут сухие конструкции и сокращенные формы слов.

а) занята? б) мб а) хорошо, не буду мешать б) ок, спс

Когда же, наоборот, хочется добавить в диалог нежности, сделать его более милым и сладким, в сети можно встретить вот такое:

а) Я тя лю ♥ б) и я!)) цём! а) чмафф)

5. Бывает и так, что когда иностранный студент начинает общаться с русским другом, то не сразу может подобрать нужные слова и в диалог попадают слова другого языка, переданные русскими буквами. Например, вот так:

а) Хелло! Гоу гулять! (Hello – привет, go – пойдем) б) Привет, не могу, у нас модуль завтра, забыла?

а) Оу, не, модуль всегда в мемориз (memoгу – память) б) Тогда до завтра а) си ю ( see you – увидимся)

Таких примеров очень много. Каждый вносит что-то свое, придумывает свой личный стиль. Однако, всё больше и больше углубляясь в выработку своего стиля компьютерного общения, человек не замечает, как постепенно становится зависимым от него, поэтому очень важно контролировать этот процесс.