

# 从“语言正确”到“语言有效”：AI时代跨境电商语言服务人才能力提升路径研究

苏晓珂

长安大学外国语学院，陕西 西安

收稿日期：2026年5月15日；录用日期：2026年6月16日；发布日期：2026年6月24日

## 摘要

在数字经济与全球贸易加速融合的背景下，跨境电子商务已成为推动外贸结构升级的重要力量。AI技术的广泛应用正在重塑跨境电商的语言服务模式，使行业对外语人才的要求从“语言正确”逐步转向“语言有效”，更强调语言与技术、内容与场景的深度结合。然而，当前高校外语人才培养仍存在课程偏重语言知识、技术训练不足、实践性与行业匹配度不高等问题。基于文献研究、行业需求调研及问卷数据分析，本文构建了包括“语言能力-行业认知-技术素养-跨文化能力-创新实践能力”的复合型能力框架，并提出面向AI时代的跨境电商语言服务人才能力提升路径。研究旨在为外语专业学生适应行业新需求提供参考，也为高校外语人才培养模式的优化与转型提供借鉴。

## 关键词

跨境电商，语言服务能力，外语专业人才培养

# From “Linguistic Accuracy” to “Communicative Effectiveness”: Competency Enhancement Pathways for Cross-Border E-Commerce Language Service Talents in the AI Era

Xiaoke Su

School of Foreign Studies, Chang'an University, Xi'an Shaanxi

Received: May 15, 2026; accepted: June 16, 2026; published: June 24, 2026

文章引用：苏晓珂. 从“语言正确”到“语言有效”：AI时代跨境电商语言服务人才能力提升路径研究[J]. 国学, 2026, 14(3): 902-909. DOI: 10.12677/cnc.2026.143127

## Abstract

As the digital economy and global trade accelerate their integration, cross-border e-commerce has become a major force driving foreign trade transformation. The adoption of AI is reshaping language service models and shifting talent requirements from merely achieving “linguistic accuracy” to pursuing “communicative effectiveness”, emphasizing the integration of language, technology, and real-world scenarios. However, current foreign language education still overemphasizes linguistic knowledge while lacking technical training and industry-oriented practice. Drawing on literature review, industry research, and questionnaire data, this study builds a competency framework covering “language proficiency - industry knowledge - technical literacy - cross-cultural competence - innovative practice”, and proposes enhancement pathways for foreign language majors in the AI era. The findings provide reference for students adapting to new industry demands and offer insights for improving talent cultivation models in higher education.

## Keywords

Cross-Border E-Commerce, Language Service Competence, Foreign Language Talent Cultivation

Copyright © 2026 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言

随着全球数字经济的加速演进，跨境电子商务已成为我国外贸增长的新动能和国际贸易转型升级的重要支撑力量。近年来，随着海外消费需求的变化、国际供应链网络的重构以及数字技术的深入应用，我国跨境电商在商品、服务和平台生态等多个维度持续扩展。行业整体呈现出规模持续扩大、业态不断创新、市场版图加速多元化的特点，为外贸稳定增长与国际市场开拓提供了更加坚实的动力基础。

从政策层面来看，国家对跨境电商的支持力度也不断增强，不仅为跨境电商企业国际化布局提供了更为宽广的发展空间，也将深刻重塑外贸产业链条和语言服务能力结构，对高校外语人才培养提出全新要求。

与此同时，高校外语专业在培养复合型人才方面面临明显短板：课程体系偏语言理论、行业知识不足、数字技能训练滞后、校企合作深度不够、缺乏跨文化场景化实践等。这些问题导致学生难以满足跨境电商企业提出的更高、更新的语言服务能力需求。

因此，在跨境电商持续增长、国家政策全力支持、行业人才需求快速升级的背景下，探索“跨境电商背景下外语专业语言需求能力提升路径”具有重要的理论与现实价值。本研究将在最新行业数据、政策导向、企业需求与学生现状的基础上，构建复合型语言能力模型，分析高校培养短板，并提出系统、可操作的能力提升路径，为外语专业人才培养改革提供新思路、新方案和实践依据。

## 2. 跨境电商行业语言服务能力需求分析

在跨境电商高度数字化的产业生态中，语言服务能力已从传统的语际转换扩展为兼具技术支撑、跨文化适配与平台合规性表达的综合能力体系。语言服务是通过翻译、跨文化沟通和语言技术应用等方式，满足跨文化信息传播与商业活动需求的综合性服务。语言服务不仅是语际间语言符号的转换，它同时也体现出文化价值的对外传递和商业逻辑的跨文化重构，其质量直接影响企业的市场渗透力与品牌形象[1]。

人工智能、大模型翻译和多模态生成技术的快速发展，使语言服务从业者不再仅承担语言输出任务，而是承担语言质量控制、智能协作以及数据化表达优化等职能。语言服务能力由此呈现出简洁、高效、技术驱动的专业特点。

#### **(一) 高质量语言生成能力：从“语言正确”迈向“语言有效”**

在跨境电商领域，语言能力的核心目标不再是单纯实现语义转换，而是通过多场景、多媒介的内容生产实现营销转化和品牌传播。同时在 AI 飞速发展的背景下，机器翻译是发展得最好的 AI 应用之一，因此在 AI 浪潮中翻译工作首先受到影响。大模型则又进一步拔高了人们对机器翻译的期望。在过去一年多的时间里，无论是翻译教育界还是产业界，都面临着问题和机会[1]。同时在 AI 深度介入语言生产的背景下，高质量语言生成能力的核心不再是语法正确，而是语言内容的可用性、有效性与商业适配性。从业者需能够综合使用 AI 翻译、智能润色与文本生成工具，加快内容生产进程；对 AI 文本进行专业级译后编辑，识别其在术语、语气、文化与逻辑上的偏差；基于平台算法偏好如搜索权重、关键词机制等调整语言结构，以提高曝光与转化效率。这一能力体现了“人机协作”的语言服务模式，即利用 AI 提升效率，同时以人工专业判断保障内容质量[2]。

#### **(二) 跨文化语境建构能力：以用户体验为核心的沟通策略**

跨境电商的语言服务场景以跨文化互动为基础，因此语言服务能力的重要组成部分是对不同文化体系下消费心理、交际规范与价值偏好的理解与动态适应能力。从业者需能够在客服沟通、营销传播、消费者情绪管理等具体环节中合理调整表达策略，以避免文化误解、减少沟通摩擦，并主动构建符合目标市场文化期待的沟通路径。

#### **(三) 智能技术与语言服务的协同能力：AI 时代的专业要求**

人工智能、大模型翻译和多模态生成技术的广泛应用，使得语言服务进入“智能协作”阶段。在此背景下，语言服务能力的技术维度愈发重要，要求从业者具备使用、评估与优化智能工具的能力，包括：

- (1) 熟练使用 AI 翻译、智能润色、内容自动生成等工具，提高语言生产效率；
- (2) 具备专业级译后编辑能力，确保机翻内容的准确性与可靠性；
- (3) 掌握提示词工程，能够基于不同市场、不同平台需求生成高质量输出；
- (4) 熟悉数字化语言服务流程如术语库构建、翻译记忆维护、多语言内容矩阵管理等。

与传统语言技术能力不同，语言服务的技术协同能力显示出当代语言工作者需具备“工具理解 - 风险识别 - 质量控制”的闭环能力结构。从业者不仅需要掌握工具，更需具备技术判断力与质量控制能力，从而保障智能化语言服务体系的专业稳定性。

#### **(四) 专业内容的合规表达能力**

跨境电商语言内容中包含大量与国际贸易规则、平台政策、知识产权、商品标准及售后服务相关的专业信息。AI 虽然具备快速生成能力，但在专业内容处理上仍容易出现概念混淆、法律术语误用或政策性错误。因此，从业者需具备专业内容的合规判断与精准表达能力，以防止因语言错误导致合规风险。核心在于：在生成内容快速扩散的背景下，通过人工核查确保内容的真实性、安全性与法律一致性，使语言服务在跨境电商风险管理体系中发挥关键作用。

### **3. 跨境电商语言服务人才就业现状与问题**

在行业高速发展的同时，语言服务人才的就业状况却呈现出复杂而矛盾的发展态势。当前，该类人才的就业现状表现为需求旺盛却难以有效匹配、岗位增多却稳定性不足、培养体系完善却与行业脱节等一系列问题。以下将从就业规模与需求结构、岗位特征与能力要求、人才供给与高校培养、就业质量与职业发展四个方面系统分析跨境电商行业语言服务人才的就业现状及存在的突出问题。

### （一）就业需求规模持续扩大，但结构性短缺凸显

近年来，在国际市场需求旺盛和跨境平台快速扩张的推动下，各类跨境电商企业持续增加对语言服务人才的招聘需求。无论是传统平台型企业，还是独立站、跨境品牌、第三方服务商，对内容本地化、跨文化沟通和语言支持的依赖均明显提升。许多企业将语言服务岗位视为其国际化运营体系的重要组成部分，语言人才的招聘数量逐年增长。特别是在中东、东南亚、拉美等新兴市场快速崛起的背景下，小语种语言服务人才更呈现出供不应求的局面。

然而，在人才需求规模不断扩大的同时，企业在实际招聘中却普遍面临“招不到人”与“招不到合适的人”并存的困境。一方面，具备跨境电商运营经验的小语种人才稀缺，企业难以从市场中找到兼具语言能力与运营能力的复合型人才。另一方面，大量外语专业毕业生虽具有语言基础，却难以满足企业对业务理解力、内容生产能力和平台操作能力的要求。

行业岗位对语言服务人才的能力结构提出了复合化要求，其中包括平台规则理解、市场洞察能力、文化差异识别能力、数字营销意识、内容生成与编辑能力等。纯粹的语言能力已经难以满足跨境电商场景下高度任务化、数据化和营销化的业务需求。由此，跨境电商行业的语言服务人才呈现出“数量多但有效供给不足”的就业现状[3]。

### （二）岗位类型多样化，但专业能力要求不断提升

跨境电商语言服务岗位已从传统的翻译类岗位逐步扩展为内容创作、跨文化沟通、客户服务、广告投放、本地化审核等更广泛的岗位类型。不同岗位对语言能力、市场洞察力和技术技能的要求存在显著差异。

跨境电商对语言服务人才的要求从单一的“语言准确性”转向“语言能力 + 内容创意 + 平台理解 + 文化适配”的多维度复合能力。传统意义上的“翻译型人才”难以完全胜任新兴岗位的需求，而“营销型”“运营型”的语言人才愈发受到青睐，这也导致岗位胜任门槛不断提高，对就业者提出更高挑战。

### （三）高校人才供给充足，但培养结构与行业需求脱节

尽管外语专业每年向市场输送大量毕业生，但这些毕业生的能力结构与跨境电商行业实际要求之间存在着明显脱节，具体表现为技术与工具能力不足，缺乏跨境电商实战经验，跨文化能力不足等三方面[2]。学生虽了解 ChatGPT、DeepL 等工具，但缺乏专业场景的任务设计能力，例如如何构建有效提示词生成电商内容、如何进行译后编辑、如何保持品牌语言风格一致等，从而难以满足企业对于技术素养的期待；缺乏真实的跨境电商业务体验，也未接触过主流平台的卖家后台，无法形成与业务场景紧密结合的理解。这种实践空白使企业必须投入大量时间进行岗前培训，进一步加重人力成本。

### （四）就业质量参差不齐，职业发展路径不清晰

跨境电商行业的语言服务岗位总体数量较多，但就业质量不稳定、职业成长路径模糊等问题十分突出。

首先，岗位性质多偏重复性劳动。许多语言岗位例如描述翻译、客服回复属于高频次、高重复度的任务，容易造成员工职业倦怠，同时晋升渠道有限，导致长期发展动力不足。其次，AI 替代性增强导致岗位稳定性下降。随着 AI 翻译与内容生成技术的普及，企业对纯语言型岗位的依赖度下降，倾向于用更少的人员完成更多内容处理任务，使得语言类岗位在组织中的边缘化趋势加剧。若从业者缺乏跨界能力，其职业安全感明显降低。最后，职业发展路径不清晰。语言服务岗位长期以来定位模糊，与运营、营销、数据等核心岗位之间形成隔阂，加之企业内部缺乏系统化的人才培养路径，使得从业者难以找到明确的职业上升空间。一部分从业者在工作一段时间后转向运营、采购等岗位，甚至选择完全离开行业。

上述因素共同导致语言服务人才的就业质量不高，人员流动率较大，进一步加剧行业的人才不稳定性。

## 4. 外语专业学生语言服务能力现状调查与问题分析

为准确了解当前外语专业学生在跨境电商语言服务能力方面的真实水平及培养现状，本研究于 2025

年 10 月至 11 月期间, 依托“问卷星”在线调查平台, 自主设计并发放了“高校外语专业学生语言服务能力与创新创业培养现状调查问卷”。问卷对象涵盖西安外国语大学、西北工业大学、东北师范大学、宁夏大学等多所高校外语专业在读学生。项目组采用线上与线下相结合的方式共发放问卷 300 份, 最终回收有效问卷 268 份, 有效率为 89.3%。以下基于调查数据, 结合行业需求框架, 对现状与问题进行系统分析。

**Table 1.** Students' self-assessment of language service competence

**表 1.** 学生语言服务能力自我评估

评估项目	比例
熟悉跨境电商平台的产品描述撰写规范	12.8%
具备使用 AI 工具进行多语言内容生成与优化的能力	9.6%
了解目标市场文化差异对营销文案的影响	15.2%
从未接受过任何形式的 AI 与语言服务融合训练	73.4%

**Table 2.** Proportion of students participating in cross-border e-commerce related practice

**表 2.** 学生参与跨境电商相关实践的比例

实践类型	参与比例
跨境电商相关比赛	28.7%
跨境电商企业实习	9.3%
AI 语言工具使用培训	6.4%
跨境直播或内容创作	5.2%
从未参与任何相关实践	51.4%

**Table 3.** Main difficulties faced by students in improving language service competence

**表 3.** 学生提升语言服务能力面临的主要困难

困难类型	比例	具体描述
缺乏实践机会与真实项目	68.2%	学校提供的实训、实习机会有限, 且多面向经管类专业
专业知识结构单一, 跨学科知识不足	61.5%	除语言外, 对市场营销、数据分析、电商运营等知识几乎一无所知
对 AI 工具缺乏了解与使用经验	57.8%	仅限于“尝鲜式”使用, 不了解提示词工程、译后编辑等专业技能
缺乏专业指导与行业认知	52.3%	教师多为语言学、文学背景, 无法提供有效的方向性指导
时间精力有限, 课程压力大	48.9%	传统课程占据大量时间, 难以自主拓展跨学科知识

**Table 4.** Core gaps between the current situation and industry requirements

**表 4.** 现状与行业需求之间的核心差距

维度	行业需求	学生现状	差距描述
能力结构	语言 + 技术 + 商务 + 文化的复合能力	以语言文学为主, 跨学科能力薄弱	结构性错位
技术素养	熟练使用 AI 工具, 具备人机协作能力	对 AI 工具了解有限, 缺乏系统训练	技术断层
实践经验	熟悉真实业务流程, 能直接上手	超过半数无任何相关实践	经验空白
行业认知	理解平台规则、目标市场文化与合规要求	认知模糊, 停留在概念层面	认知缺失

该调查系统呈现了外语专业学生语言服务能力的现状与关键问题，整体反映出“能力认知不足 - 实践经验缺乏 - 技术应用薄弱 - 结构性错位明显”的链式特征。

具体来看，表 1 显示学生在跨境电商语言服务核心能力方面整体水平偏低，尤其是仅有少数学生具备产品描述规范认知或 AI 内容生成与优化能力，而高达 73.4% 的学生从未接受过 AI 与语言服务融合训练，说明基础能力与新技术应用之间存在明显断层。表 2 进一步揭示实践参与严重不足的问题，超过半数学生从未参与任何跨境电商相关实践，企业实习与 AI 工具培训参与率均处于低位，表明能力培养缺乏真实场景支撑。在表 3 中，学生提升能力的主要障碍集中于实践机会不足、跨学科知识缺乏以及 AI 工具使用经验不足，同时还受到行业认知不足与课程压力的制约，反映出学习资源与培养机制的系统性局限。表 4 则从供需对比角度进一步总结出核心差距：行业所需的“语言 + 技术 + 商务 + 文化”复合能力，与学生以语言文学为主的单一知识结构之间形成明显错位，同时在技术素养、实践经验与行业认知方面均存在系统性缺口。

综上，当前外语专业学生语言服务能力尚未完成从“语言正确”向“语言有效”的转型，其关键瓶颈不在单一技能不足，而在于复合能力体系尚未建立、实践场景严重缺失以及 AI 时代技术融入不足。

## 5. 外语专业学生语言服务能力提升路径

当前外语专业学生在知识结构、实践经验与技术应用能力等方面与跨境电商语言服务岗位需求之间仍存在显著错位。因此，有必要从学生个体、院校教学体系以及校企协同三个层面构建系统化提升路径。其中，学生主体的主动建构能力与持续投入尤为关键；在数字经济与人工智能加速发展的背景下，单纯依赖院校供给已难以满足能力更新的时效性要求。

### (一) 学生侧：由“知识接受者”向“能力建构者”转型，夯实复合型能力体系

#### (1) 主动构建“语言 + X”复合知识结构

外语专业学生应突破单一语言技能导向，主动融入电商运营与商业分析等跨学科知识体系。在课程学习层面，可通过选修或旁听电子商务概论、数字营销、消费者行为学、跨文化商务沟通等课程，实现知识结构的横向拓展；在资源获取层面，可借助在线教育平台系统学习相关内容。同时，应持续关注跨境电商行业动态，通过平台官方指南、行业报告及案例分析，理解平台规则、市场趋势与用户行为逻辑。此外，建议构建个人知识管理体系(如数字笔记或数据库)，系统整理目标市场文化特征、消费心理、法律合规要求及典型案例，从而实现碎片化知识向结构化认知的转化。

#### (2) 系统提升 AI 协同与数字工具应用能力

在人工智能深度嵌入语言服务领域的背景下，AI 协同能力已成为基础性技能之一。学生应将 AI 工具纳入日常学习与实践流程，形成稳定的“人机协作”模式。具体而言：一是通过持续练习提示词设计(Prompt Engineering)，提升对生成内容质量的控制能力；二是在翻译与写作任务中采用“AI 生成 - 人工校正 - 策略优化”的闭环流程，强化对语义偏差、文化不适与语用不当问题的识别能力；三是结合具体应用场景(如产品描述、本地化广告、客服回复等)建立模块化提示词模板库，提高任务执行效率；四是进一步拓展至数据分析工具(如基础 Excel 分析、简单可视化工具)与跨境平台后台操作，增强技术应用的广度。通过长期训练，学生可逐步实现从“使用工具”向“驾驭工具”的能力跃迁。

#### (3) 多路径拓展实践渠道，增强真实情境中的任务执行能力

在实践资源有限的现实条件下，学生应主动创造多元化实践场景。除参与校内电商社团或创新创业项目外，还可通过自由职业平台承接真实订单，在低风险环境中熟悉客户需求、沟通流程与交付标准；通过远程兼职或项目制合作进入中小跨境电商企业，参与实际业务环节；通过运营海外社交媒体账号，实践内容本地化表达与用户互动策略。此外，还可通过模拟项目构建“准真实”任务情境。

#### (4) 以竞赛与项目为载体，构建高强度能力训练机制

竞赛与项目实践为学生提供了高密度、多任务的训练环境。通过参与跨境电商及语言服务类竞赛，学生可以在有限时间内完成市场调研、产品定位、文案撰写及营销策划等综合任务，从而实现能力的快速整合与提升。在团队协作中，外语专业学生不仅承担语言与跨文化沟通职责，还应主动参与数据分析与策略制定，以拓展能力边界。赛后，应对成果进行系统整理与反思，总结策略有效性及不足之处。此外，通过建立校内语言服务工作室或项目团队，可实现竞赛成果向常态化实践的延伸。

#### (5) 构建以成果为导向的作品集与能力认证体系

在就业市场中，可视化成果是衡量能力的重要依据。学生应围绕“可展示、可验证、可迁移”的原则构建作品集，涵盖产品文案、多语种内容、本地化案例、AI 协作过程记录及跨文化沟通文本等内容，并对每一项成果进行情境说明与方法反思。同时，应注重成果的持续更新与版本迭代，以体现能力成长轨迹。在能力认证方面，可选择行业认可度较高的证书作为补充，其价值不仅体现在证明层面，更在于系统化学习过程对知识结构的完善作用。

#### (6) 构建反馈驱动的持续优化机制

语言服务能力的提升具有显著的实践依赖性与反馈依赖性。学生应主动构建多元反馈渠道，包括行业从业者、校友导师及专业社群等，通过定期评估自身作品与任务表现，识别能力短板。在此基础上，建立“目标设定 - 实践执行 - 反馈获取 - 策略调整”的循环机制，实现能力的动态优化。同时，应培养反思性学习能力，将每一次实践经验转化为可迁移的认知模式与方法论。

### (二) 教学侧：推进课程体系重构与评价机制转型

传统的授课模式还是以理论知识为主，缺乏实践。虽然近几年随着网络信息技术的发展，很多高校已经开始引进相关的操作平台，实习基地等，国家也出台相关的政策进行协同育人。但是由于受到教学理念、课程设置、实施条件等问题的影响，使得跨境电商的传统授课模式并没有得到明显的改善，学校培养的跨境语言人才与用人单位的需求脱轨[4]。在院校层面，应逐步推动语言类专业由“语言技能导向”向“语言服务导向”转型，包括优化课程结构，引入跨境电商、本地化与数字营销等模块，同时在教学过程中嵌入 AI 工具使用与任务驱动型学习，将改革评价体系，将项目成果、实践表现与创新能力纳入考核标准。同时，鼓励跨院系课程共享与复合型培养路径建设，以提升人才培养的适配度。

### (三) 校企协同侧：强化实践平台建设与真实任务导入

在产业转型和教育变革的双重推动下，单一的校内授课已难以满足复合型语言服务人才培养需求。校企合作能够将高校学术资源与企业实操场景深度融合，有助于提升职业素养与综合能力，并为翻译教育与语言服务行业精准对接提供可行路径[5]。通过企业参访、短期实训、企业导师指导等形式，学生能够接触真实业务场景与行业标准。同时，应推动企业项目入校，使学生在校期间即可参与真实语言服务任务。在实习过程中，学生需主动争取参与核心业务环节，尤其是涉及跨文化沟通与内容本地化的岗位，从而积累具有转化价值的实践成果[6]。

## 6. 结语

在数字经济浪潮与人工智能技术的双重驱动下，跨境电商语言服务正经历着从“工具属性”向“战略价值”的深刻转型。从“语言正确”到“语言有效”的转变，不仅是行业对人才能力要求的进阶，更是外语专业学生在 AI 时代重塑职业护城河的必然选择。面对当前人才培养与行业需求之间的结构性错位，高校、企业与学生个体需形成合力，共同打破传统语言学习的壁垒。

展望未来，具备“语言 + 技术 + 商务 + 文化”复合能力的语言服务人才，将成为跨境电商企业走向全球市场的关键连接者。通过构建系统化的能力提升路径，外语专业学生不仅能以更具韧性的姿态应

对技术变革带来的职业挑战，更能在全球贸易的数字化版图中，用精准、合规且具文化温度的表达，实现从“知识接受者”到“价值创造者”的华丽转身。这不仅是个人的职业发展的破局之道，亦是推动我国外贸结构高质量升级的重要人才支撑。

## 基金项目

本文系国家级大学生创新创业训练项目“‘语通四海·创越跨境’跨境电商背景下外语专业学生创新创业能力提升路径研究”(202510710100)、长安大学 2025 年度本科和继续教育教学改革研究项目“AIGC 驱动下外语专业跨学科育人路径探索与创新实践研究”(ZY202526)的阶段性成果。

## 参考文献

- [1] 江燕飞. AI 时代的语言服务人才发展[J]. 译学论丛, 2025(1): 56-61.
- [2] 张静. 跨境电商企业对语言服务人才的需求研究[J]. 福建轻纺, 2025(11): 75-78.
- [3] 林永伟. 新质生产力视域下跨境电商小语种人才培养模式探析[J]. 商业经济, 2026(6): 73-76.
- [4] 李艳平, 杨妍. 双循环新发展格局下跨境电商语言服务人才培养路径研究[J]. 才智, 2022(7): 164-167.
- [5] 赵玉荣, 罗婵姗. 人工智能时代语言服务人才培养路径探究[J]. 外语教育研究, 2026, 14(1): 32-40.
- [6] 刘娟. 新质生产力视阈下跨境电商语言服务人才培养及教学实践研究[J]. 中国多媒体与网络教学学报(中旬刊), 2025(7): 180-183.