

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Алтайский государственный университет»
Центр языкового менеджмента и коммуникационного маркетинга
Центр обучения Восточных и Европейских Языков ЭЛИТ
Институт гуманитарных наук
Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы
и связей с общественностью

Terra scimus

Выпуск V

Сборник статей



Барнаул

Издательство
Алтайского государственного
университета
2022

УДК 800(063)
ББК 81.002я43
Т 11

Главный редактор:

Н.В. Халина, д-р филол. наук, профессор. Почетный работник высшей школы РФ, профессор кафедры медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью Алтайского государственного университета

Выпускающий редактор:

К.А. Янчевская, канд. филол. наук, доцент кафедры медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью Алтайского государственного университета

Редакционная коллегия:

Denis Cunningham AM FACE, Managing Director, DACE Services, Lingupax Advisory Board Member FIPLV Honorary Former President & Secretary General Fédération Internationale des Professeurs de Langues Vivantes (FIPLV) (Австралия)

Дмитриева Л.М., д-р филол. наук, профессор, заведующий кафедрой русского языка как иностранного Алтайского государственного университета

Авдеева Т. Ю., канд. филол. наук, директор Центра обучения Европейских и Восточных языков Elit (Россия) (заместитель главного редактора)

Деминова М.А., канд. филол. наук, доцент кафедры теории и практики журналистики Алтайского государственного университета

Мицумори Ю., представитель Japan Foundation (Япония)

Мансков С.А., канд. филол. наук, директор «Кванториума 22»

Пивкина Н.Н., канд. филол. наук, доцент Национального научно-исследовательского университета «МЭИ»

Т 11

Terra Scimus : сборник статей / под ред. Н.В. Халиной ; Министерство науки и высшего образования РФ, Алтайский государственный университет. – Вып. V. – Барнаул : Изд-во Алт. ун-та, 2022. – 88 с.

В сборнике публикуются статьи аспирантов и магистрантов кафедры медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью и кафедры русского языка как иностранного. Представлены результаты исследований, которые получены аспирантами и магистрантами в рамках подготовки магистерских и кандидатских диссертаций.

ISBN 978-5-7904-2669-8.

УДК 800(063)
ББК 81.002я43

ISBN 978-5-7904-2669-8

© Коллектив авторов, 2022
© Оформление. Издательство Алтайского государственного университета, 2022

Содержание

Предисловие	5
-------------------	---

Раздел 1. Прикладная русистика **Section 1. APPLIED RUSSIAN STUDIES**

Лапина Н. В. КОММУНИКАТИВНО-КОМПЕТЕНТНОСТНАЯ АДАПТАЦИЯ РУССКОГО ЯЗЫКА К ЦЕН- ТРАЛЬНОАЗИАТСКОМУ МЕДИЙНОМУ ПЕРФОМАНСУ	10
Сунь Цзялинь РУССКАЯ ГРАММАТИКА ДЛЯ КИТАЙСКИХ ШКОЛЬНИКОВ	14
Ян Мэй УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ ПРОЕКТ: "ДЕНЬ РУССКОГО ЯЗЫКА В КИТАЕ"	18

Раздел 2. Топонимика. Антропонимика **Section 2. TOPONYMY. ANTHROPONYMY**

Дмитриева Л.М., Чжан Юньфэй КОМПОНЕНТ «КАРА» В ТОПОНИМИИ СИНЬЦЗЯНА И АЛТАЯ	22
Дмитриева Л.М., Чжан Юньфэй КОМПОНЕНТ КУЛЬ В ТОПОНИМИИ АЛТАЯ И СИНЬЦЗЯНА	26
Дмитриева Л.М., Вань Мань ПЕРЕНЕСЁННЫЕ ТОПОНИМЫ СИНЬЦЗЯНА	30
Дмитриева Л.М., Чжао Чэньси ЛИЧНЫЕ ИМЕНА ЭТНИЧЕСКИХ МЕНЬШИНСТВ В КИТАЕ	37
Ли Чжэнян ЛИЧНЫЕ ИМЕНА РУССКИХ СКАЗОК В ЯЗЫКОВОМ СОЗНАНИИ КИТАЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ	40

Раздел 3. Кросс-культурная семантика **и семантизации коммуникативных процессов**

Section 3. CROSS-CULTURAL SEMANTICS **AND SEMANTICIZATIONS OF COMMUNICATIVE PROCESSES**

Хуэй Хуэй, Халина Н.В. СЕМАНТИКА ЗНАЧЕНИЙ РАСТЕНИЙ В РУССКОЙ И КИТАЙСКОЙ КУЛЬТУРЕ	46
Дмитриева. Л. М., Чжоу Аньна РУССКАЯ ЕДА В СОЗНАНИИ КИТАЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ (по материалам анкетирования)	50
Ельченинова О. А. КРОСС-КУЛЬТУРНЫЕ КОММУНИКАЦИИ БОЛЬШОГО АЛТАЯ С РЕТРОСПЕКТИВНЫХ ПО- ЗИЦИЙ	53
Ван Ифань ЯЗЫКОВАЯ ЛИЧНОСТЬ Ф. М. ДОСТОЕВСКОГО В РАБОТАХ КИТАЙСКИХ ИССЛЕДОВАТЕ- ЛЕЙ	57

Раздел 4. Медиалингвистика и медиакоммуникации
Section 4. MEDIA LINGUISTICS AND MEDIA COMMUNICATIONS

Пань Иншань НАРРАТИВНАЯ МОДЕЛЬ НОВОСТНЫХ ИНТЕРНЕТ-ИЗДАНИЙ КИТАЯ.....	64
Ли Тин ЛЕКСИКОН ПОПУЛЯРНЫХ В КИТАЕ ЭЛЕКТРОННЫХ СМИ.....	67
Ли Чжэн ЭКОНОМИКА ЯЗЫКА НАЧАЛА 2022 гг. В КИТАЙСКИХ СМИ	70

Раздел 5. Knowledge management коммуникационных процессов
Section 5. KNOWLEDGE MANAGEMENT OF COMMUNICATION PROCESSES

Копылова К.А. ИССЛЕДОВАНИЕ ПОТРЕБНОСТЕЙ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ ПРОЕКТА ДЛЯ ОПРЕДЕЛЕНИЯ МЕТОДОВ ЕЁ ВОВЛЕЧЕНИЯ НА ПРИМЕРЕ ПРОЕКТА «КУЛЬТУРНЫЙ КОТ».....	74
Васильева И.А. SMM-ТЕКСТ КАК СРЕДСТВО ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ МОТИВАЦИИ НА ПРИМЕРЕ СООБ- ЩЕСТВА ПРОМОУТЕРОВ АГЕНТСТВА PROMO REPUBLIC.....	78
Боржиков Т.С. ОСОБЕННОСТИ ПРОЕКТИРОВАНИЯ САЙТОВ ДЛЯ АБИТУРИЕНТОВ ВЫСШИХ ОБРАЗОВА- ТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ.....	83

Предисловие

«...наука не может трактоваться как свободно-парящий наблюдатель мира, – полагает Николас Луман, – но должна пониматься как предприятие, генерирующее знание, а точнее – как функциональная система общества. В этом смысле мы находимся в той же плоскости исследований, в которой рассматривались исследования о хозяйстве общества, о политике общества, о праве общества. В области науки мы, тем не менее, наталкиваемся на некоторое – предопределенное традицией – утверждение о ее преимущественном положении. Причем в отличие от случая политики, которая утверждала свою позицию в рамках общества, наука утверждает свою позицию над обществом. Ведь если мы хотим познать общество, то прежде чем обращаться к этому или какому-то иному предмету, для начала, следовало бы познать условия возможности познания»¹.

Знание в концепции Н. Лумана рассматривается как конденсация наблюдений, которая происходит в процессе научной социализации. Институты аспирантуры и магистратуры формируют и обеспечивают среду научной социализации. Научная социализация определяет требования особого рода: для коммуникации научных истин/ложностей важно, чтобы, прежде всего, была редуцирована личностная восприимчивость автора².

Одной из форм совершенствования компетентности в сфере научного дискурса в современных обстоятельствах становятся проекты, работая над которыми ученые становятся более гибкими в выборе тем исследования и приобретают более высокую степень осознания собственной компетентности³. Н. Луман полагает, что подобное положение дел можно соотнести и дифференцировать с прагматическим оппортунизмом, диагностированным Кариной Кнорр⁴. Социализованные в «проектных» контекстах ученые, абстрагируя собственную компетентность, представляют ее в качестве нечто, подобному «символическому капиталу», в понимании П. Бурдьё⁵. Привлекательность формы проекта состоит в том, что делает возможной организационную координацию научной системы с экономическими условиями: «Экономика облегчает передачу в распоряжение науки дополнительных средств в случаях, если будет гарантировано то, что они будут использованы лишь в течение ограниченного времени, т.е. лишь в целях одного единственного, заранее предусмотренного результата»⁶.

В выпуске V издания «Terra scimus» представлены результаты исследовательской деятельности аспирантов и магистрантов кафе-

1 Луман Н. Истина. Знание. Наука как система. М.: проект Letterra.org. 2016. – С. 55.

2 Там же.

3 Там же.

4 Karin Knorr-Cetina, Die Fabrikation von Erkenntnis: Zur Anthropologie der Naturwissenschaft, Frankfurt 1984, S. 63.

5 Бурдьё П. О символической власти // Бурдьё П. Социология социального пространства. М.; СПб., 2007. – С. 87–96.

6 Луман Н. Истина. Знание. Наука как система. М.: проект Letterra.org. 2016. – С. 56.

дры МКТРиСО (кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью) и кафедры РКИ (кафедры русского языка как иностранного) Алтайского государственного университета. Представленные вниманию аудитории результаты исследовательской деятельности следует расценивать в качестве а) результатов социализации авторов статей в научном дискурсе и б) осознания собственной научной компетентности, являющейся частью персонального банка «символического капитала».

Результаты исследований, в зависимости от приписанности к сегменту-ветви научного дискурса и системы исследовательских компетенций авторов, дифференцированы по разделам «Прикладная русистика» (Раздел 1), «Топонимика. Антропонимика» (Раздел 2), «Кросс-культурная семантика и семантизации коммуникативных процессов» (Раздел 3), «Медиалингвистика и медиакоммуникации» (Раздел 4), «Knowledge management коммуникационных процессов» (Раздел 5).

В разделе «Прикладная русистика» представлены работы Н.В. Лапиной, Цзялинь Сунь, Мэй Ян, в которых авторы обращают внимание на аспекты функционирования русского языка и его продвижения в Центрально-Азиатском регионе и Китае.

В разделе «Кросс-культурная семантика и семантизации коммуникативных процессов» статьи Хуэй Хуэй (в соавторстве с научным руководителем д-р. филол. наук, профессором Натальей Васильевной Халиной), Аньны Чжоу

(в соавторстве с научным руководителем, д-р филол. наук, профессором, заведующей кафедрой русского языка как иностранного Лидией Михайловной Дмитриевой), О.А. Ельчиновой, Ван Ифаня. Приоритетными аспектами исследовательских программ ученых являются аспекты сигнификации и семантизации языкового знака, а также среды, в которой осуществляется коммуникация и научная социализация аспиранта.

В разделе «Медиалингвистика и медиакоммуникации» публикуются статьи А.В. Жеребненко, Иншани Пань, Тин Ли, Чжэн Ли, объектом исследования в которых является медиасреда в различных ракурсах рассмотрения: в ракурсе культурного кода, нарративном, структурном и экономическом ракурсах.

Направление «Knowledge management коммуникационных процессов» представлено исследованиями К. А. Копыловой, И.А. Васильевой, Т.С. Боржикова. Авторы изучают потребности целевой аудитории, средства профессиональной мотивации в сообществе помоуторов, специфика проектирования сайтов для абитуриентов высших образовательных учреждений.

Содержание статей отражает направления научной социализации и институализации аспирантов кафедры медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью и кафедры русского языка как иностранного, выполняющих исследования под руководством профессора Н.В. Халиной и профессора Л.М. Дмитриевой.

*Главный редактор
Наталья Халина*

Preface

«... science cannot be interpreted as a free-floating observer of the world,» believes Nicholas Luhmann, «but should be understood as an enterprise generating knowledge, or rather as a functional system of society. In this sense, we are in the same plane of research in which studies on the economy of society, on the politics of society, on the law of society were considered. In the field of science, however, we come across a certain – predetermined by tradition – statement about its preferential position. And in contrast to the case of a politician who asserted his position within society, science asserts its position over society. After all, if we want to know society, then before turning to this or any other subject, first of all, we should know the conditions of the possibility of cognition»¹.

Knowledge in N. Luhmann's concept is considered as a condensation of observation that occurs in the process of scientific socialization. Postgraduate and master's degree institutes form and provide an environment for scientific socialization. Scientific socialization determines the requirements of a special kind: for the communication of scientific truths /falsehoods, it is important that, first of all, the personal receptivity of the author is reduced ².

One of the forms of perfection of conformity in the field of scientific discourse in modern circumstances are projects, working on which scientists become more flexible in choosing research topics and acquire a higher degree of awareness of their own competence³. N. Luhmann believes that such a state of affairs can be correlated and differentiated with the pragmatic opportunism diagnosed by Karina Knorr ⁴. Scientists socialized in «project» contexts, abstracting their own competence, present it as something similar to «symbolic capital», in the understanding of P.

Bourdieu. The attractiveness of the project form is that it makes possible the organizational coordination of the scientific system with economic conditions: «Economics facilitates the transfer of additional funds to science in cases where it is guaranteed that they will be used only for a limited time, i.e. only for the purposes of a single, predetermined result»⁵.

The issue of the V edition of Terra scimus presents the results of research activities of graduate and undergraduates of the Department of MKTRiSO (Department of Media Communications, Advertising Technologies and Public Relations) and the Department of RCT (Department of Russian as a Foreign Language) of Altai State University. The results of research activities presented to the audience should be regarded as a) results socialization of the authors of articles in scientific discourse and b) awareness of their own scientific competence, which is part of the personal bank of «symbolic capital»⁶.

1 Luhmann N. Truth. Knowledge. Science as a system. M.: project Letterra.org . 2016. – C.55. Ibid. In the same place Bourdieu P . Luhmann N. Truth. Knowledge. Science as a system. M.: project Letterra.org . 2016. – C.55.

2 Inc.

3 Inc.

4 Karin Knorr-Cetina, Die Fabrikation von Erkenntnis: Zur Anthropologie der Naturwissenschaft, Frankfurt 1984, p. 63.

5 Bourdieu P . About symbolic power // Bourdieu P. Sociology of social space. M.; St. Petersburg, 2007. pp. 87-96.

6 Luhmann N. Truth. Knowledge. Science as a system. M.: project Letterra.org . 2016. – C.55. Ibid. In the same place Bourdieu P . Luhmann N. Truth. Knowledge. Science as a system. M.: project Letterra.org . 2016. – C.56.

The results of the research, depending on the attribution to the segment-branch of scientific discourse and the system of research competencies of the authors, are differentiated by the sections «Applied Russian Studies» (Section 1), «Toponymy. Anthroponymy» (Section 2), «Cross-cultural semantics and semanticizations of communicative processes» (Section 3), «Media Linguistics and Media communications» (Section 4), «Knowledge management of communication processes» (Section 5).

The section «Applied Russian Studies» presents the works of N.V. Lapina, Jialin Sun, Mei Yang, in which the authors pay attention to aspects of the functioning of the Russian language and its promotion in the Central Asian region and China.

The direction of «Toponymy. Anthroponymy» is presented by articles by Yunfei Zheng, Man Wan,

Chenxi Zhang, co-authored with the scientific supervisor, Dr. Phil. sciences, Professor, Head of the Department of Russian as a Foreign Language Lidiya Mikhailovna Dmitrieva, and the work of Zhenyan Li. The subject of the study is the toponyms of Xinjiang and Altai, the personal names of ethnic minorities of China, as well as the awareness of the semantic specificity of the personal names of Russian fairy tales by Chinese youth.

In the section «Cross-cultural semantics and semanticizations of communicative processes» articles by Hui Hui (co-authored with the scientific supervisor Dr. Phil. sciences, Professor Natalia Vasilevna Halina), Anna Zhou (co-authored

with the scientific supervisor, Dr. Phil. sciences, Professor, head of the Department of Russian as a foreign language Lidia Mikhailovna Dmitrieva),

O.A. Yelcheninova, Wang Yifan. The priority aspects of the research programs of scientists are aspects of the signification and semantics of the language sign, as well as the environment in which communication and scientific socialization of a graduate student is carried out.

The section «Media Linguistics and Media communications» publishes articles

by A.V. Zherebnenko, Inshani Pan, Ting Li, Zheng Li, the object of research in which is the media environment in various angles of consideration: in the perspective of the cultural code, narrative, structural and economic perspectives. The direction of «Knowledge management of communication processes» is represented by the research of K. A. Kopylova, I.A. Vasilyeva, T.S. Borzhikov. The authors study the needs of the target audience, the means of professional motivation in the community of tutors, the specifics of designing websites for applicants of higher educational institutions.

The content of the article reflects the directions of scientific socialization and institutionalization of graduate students of the Department of Media Communications, Advertising Technologies and Public Relations and the Department of Russian as a Foreign Language, performing research under the guidance of Professor N.V. Khalinoay and Professor L.M. Dmitrieva.

*Editor-in-Chief
Natalia Halina*

Раздел

**ПРИКЛАДНАЯ
РУСИСТИКА**

Section

**APPLIED
RUSSIAN STUDIES**

Н.В. Лапина

Коммуникативно-компетентностная адаптация русского языка к центральноазиатскому медийному перформансу

Аннотация: В работе внимание обращается на актуальное состояние русского литературного языка в русскоязычных медиа Средней Азии. Центральноазиатские медийные тексты на русском языке рассматриваются как «посредники» коммуникации. Порождение и функционирование русскоязычных текстов в медийном пространстве стран Средней Азии происходит в условиях многоязычия в границах других языковых структур, норм и правил. Формально-грамматическая структура русского литературного языка адаптируется под изменения центральноазиатского медийного дискурса.

Ключевые слова: центральноазиатское медийное пространство, трансформация русского языка, синтаксические конструкции, русский литературный текст, словопорядок, синтаксические модели.

拉皮娜 娜塔莉亚 弗拉基米罗芙娜

科学导师：哈莉娜 娜塔莉亚 瓦西里耶夫娜，语文学博士，教授。

俄语的交际能力适应对中亚媒体的表现

摘要：该研究的作者提请注意中亚俄语媒体中俄语文学语言的现状。俄语中亚媒体文本被认为是交流的《中介》。中亚国家媒体空间中俄语文本的产生和运作是在其他语言结构、规范和规则范围内的多语言条件下发生的。俄罗斯文学语言的形式语法结构正在适应中亚媒体话语的变化。

关键词：中亚媒体空间，俄语转换，句法结构，俄语文学文本，词序，句法模型。

Наталья Владимировна Лапина
аспирант кафедры медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Алтайский государственный университет

Научный руководитель:
Халина Наталья Васильевна,
д-р филол. наук, профессор

Русский литературный язык для населения стран Средней Азии был основой, на которой десятилетиями формировалось жизненное пространство народов, их история и культура. Начиная с 90-х годов XX века, с момента, как распался Советский Союз, страны Средней Азии одна за другой объявили о своей независимости. Национальный суверенитет закономерно поставил вопрос о государственном языке. В результате принятия политико-правовой самостоятельности русский язык утратил статус второго государственного языка в бывших советских республиках, сохранив модальность языка межличностного общения, языка веб-коммуникаций и официального.

Вслед за изменением статуса русского языка, изменилось и функциональное состояние национальных языков. Национальные языки укрепили позиции в бизнесе, культуре, образовании, СМИ, межнациональном общении, пропорционально ослабив в этих сферах позиции русского языка. Под влиянием национальных языков трансформации подверглась не только области применения русского языка, но и его грамматика.

Так, сегодня мы наблюдаем в русских языковых конструкциях лексику, связанную с национальной культурой, профессионализмы, официально-деловую лексику, имена собственные и нарицательные. (В областном центре состоялась торжественная церемония на-

граждения победителей конкурса «**Жомарт журек**». Торжество в рамках программы «**Рухани жангыру**» с участием **акима области Ералы Тугжанова** прошло в Доме дружбы Ассамблеи народа Казахстана) [1].

Очевидно нарушение морфологического и семантического принципов русского языка, что приводит к неверному написанию единиц русского языка. (В Жанаозене **откачено** свыше 17 тысяч кубометров воды. В поселке Рахат, прилегающем к городу Жанаозен, ведутся **работы** по ликвидации последствий осадков. Ее возглавил аким города Жанаозен Айбек Косуаков, градоначальник встретился с жителями 46-й и 47-й улиц, чьи дома были затоплены) [2].

Кроме укрепления позиции национальных языков, в странах Средней Азии в постсоветское время получил распространение английский язык. Это связано с образовательной и медиадеятельностью на территории Центральной Азии западных организаций и фондов. Такие компании, как USAID, SOROS, Internews Network (с программой MediaCAMP) своей целью ставят развитие информационного пространства (подготовку медиаспециалистов, журналистов, редакторов, репортеров), а также образование, включающее медиаграмотность населения и обучение английскому языку. Например, в постсоветском Таджикистане на государственном уровне закреплено обязательное изучение английского. В Узбекистане английский обязательно изучают с первого класса. В крупных среднеазиатских городах все изобильнее используется английский язык в названиях объектов городской среды: *city, residence, parisien, Cambridge, village, house, home, apt-объекты «I Uzbekistan»* [3].

«Языковые процессы» коснулись и медиасреды. Многие СМИ в Центральной Азии уже не имеют русскоязычных версий, но прирастают англоязычными (например, крупный информационный ресурс Киргизии *kipress.org* выходит на киргизском и английском языках). Медиапредпочтения же населения сосредоточены на потреблении ТВ-контента западных и европейских медиахолдингов [4].

Проведенное нами исследование по распространению языков на территории стран

Центральной Азии показывает, что самыми распространенными являются национальные языки, но в активном пользовании, кроме национального языка, находится русский и английский. В некоторых случаях третьим-четвертым языком выступает язык соседнего государства (в Таджикистане и Кыргызстане таким языком стал узбекский).

Объектом нашего исследования стали русскоязычные медиатексты республиканских СМИ как зеркало языкового поведения. Современная картина мира народов Средней Азии «пишется» конструкциями и лексикой нескольких языков. На разных языках происходит коммуникация, потребление информации и выражение мыслей, восприятие реальности, установление границ и ориентиров миропонимания. Так, учёные Узбекистана пишут о «встраивании английских заимствований в грамматику русского языка» [5].

Язык в терминологии лингвистов и философов является одним из инструментов человека в познании действительности. Идея о том, что язык «представляет собою лучшее доказательство реальности «культуры» обнаруживается еще у В. фон Гумбольдта: «невидимый мир» человек стремится освоить только с помощью языка» [6].

Вслед за когнитивистом Л. Бородитски хочется отметить, что «даже незначительные мелочи грамматики способны оказать глубокое воздействие на наше мировоззрение». А языковое поведение носителей языка, выбор языковых единиц для построения предложений «отражают» реальность. Это, по мнению Л. Бородитски, открывает перспективы в области представлений о действительности [7].

Дискуссию о том, что и как обеспечивает взаимопонимание между людьми, если их представления о мире и языковое поведение различны, лингвисты сводят к «необходимости признать обязательное существование общей картины мира у представителей той или иной культуры, что предполагает наличие общих понятий, представлений общего культурного контекста» [8].

Компетентный говорящий/слушающий, считал Н. Хомский, способен понимать и продуцировать неограниченное число правильных в языковом отношении предложений, в

основе такой способности лежат усвоенные человеком языковые знаки и правила их соединения между собой. При этом Н. Хомский разграничивал два понятия, тесно между собой связанных: компетенция как знание языковых знаков и правил их соединения (competence) и исполнение (performance) – способность пользоваться такими знаками в речевом общении. В книге «Аспекты теории синтаксиса», где это утверждение впервые было сформулировано, Н. Хомский утверждал: «Мы проводим фундаментальное различие между компетенцией (знание своего языка говорящим – слушающим) и употреблением (реальным использованием языка в конкретных ситуациях)». Именно употребление, по мнению Н. Хомского, есть проявление компетенции в различных видах деятельности, связанное с мышлением и опытом человека. Такое употребление приобретенных знаний, навыков, умений впоследствии стали называть компетентностью [9].

Реальное использование языковых единиц в медиасреде республик лежит в плоскости национального многоязычия. Носители национальных языков, активные пользователи русского и английского языков рисуют эту картину.

«Проводниками» общей картины мира в информационном обществе выступают медиатексты. Исследование медиатекстов СМИ стран Средней Азии позволило выявить коммуникативно-компетентностные особенности адаптации русского языка. Язык публицистики подвергся процессам цифровизации, в результате чего он трансформировался в медиалект или язык медийной среды. И особенность медиалекта в том, что языковые нормы в нём подвижны, функциональные стили смешиваются, критерии подачи информации размыты. Для корректного восприятия медиатекста необходимо понимать, какое содержание это сообщение несет. И в языке за смысловую сторону сообщения отвечает не только лекси-

ка, но и грамматика. Русский язык, продолжая функционировать как инструмент коммуникации в текстах центральноазиатских медиа и сохраняя престиж межличностного общения, демонстрирует результаты многоязычия. Поэтому в центральноазиатских русскоязычных медиатекстах наблюдаются грамматические трансформации.

Под трансформациями понимаются нехарактерные для русского языка формы словообразования, грамматические конструкции, включающие такие языковые «моменты», как порядок следования частей предложения и синтаксические модели описания событий, расширение грамматической семантики коннекторов, нарушение принципа семантической переходности, деформация синтаксической сочетаемости, отглагольные субстантивы, включение национальной лексики (в латинской графике или транскрибированные на кириллицу) в грамматические структуры предложений русского языка. Кроме того, в некоторых конструкциях неочевиден смысл транскрибированной на кириллицу лексики и вызывает вопрос ее встраивание в синтаксическую структуру предложения. То есть, заведомо неизвестны число, род и падеж, благодаря которым происходит грамматическое управление. По нашим наблюдениям, чаще всего нарушено согласование по роду и числу, а вот падежное управление в большинстве случаев выстраивается по именительному падежу. Такие «моменты» можно встретить при упоминании в текстах СМИ национальных видов спорта, национальной одежды, названий улиц, объектов торговли и развлечений, названий политических партий, должностей госслужащих, названий национальных проектов в сфере медицины, образования, культуры, благоустройства.

Активное многоязычие, которое наблюдается в медиапространстве центральноазиатских республик сейчас, делает пластичным формально-грамматическую структуру языка.

Библиографический список

1. «По делу – и честь», публикация в «Мангистау Медиа», ведущий интернет-ресурс в Мангистауской области Республики Казахстан. https://mangystaumedia.kz/ru/ruhani_zhangiru/90256
2. «В Жанаозене откачено свыше 17 тысяч кубометров воды», публикация в «Мангистау Медиа», ведущий интернет-ресурс в Мангистауской области Республики Казахстан. <https://mangystaumedia.kz/ru/region/113492>
3. Муталов Ш. Русскому языку в Узбекистане целесообразно придать статус, если не второго государственного, то официального. Эл. доступ: <https://maxala.org/glavnaya/76519-russkomu-jazyku-v-uzbekistane-nado-pridat-status-oficialnogo.html>
4. Алимбекова Г.Т., Шабденова А.Б. Медиапредпочтения населения стран Средней Азии: результаты социологических исследований. Журнал Белорусского государственного университета. Социология. 2019. <https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/222031/1/52-60.pdf>
5. Вестник Хорезмской академии Маъмуна. Вып.7 – 2021 год. <http://www.mamun.uz/bulletin/archive/2021/7>
6. Гумбольдт В. Язык и философия культуры. – М.: Прогресс, 1985.
7. Бородитски Л. Как язык формирует мышление. //В мире науки. – 2011. №5. Перевод Н. Алипов.
8. Катермина В.В. Языковая картина мира как способ изучения действительности.//Перевод и сопоставительная лингвистика. – 2015. №11.
9. Хомский Н. Аспекты теории синтаксиса. – М., 1972.

COMMUNICATIVE COMPETENCE ADAPTATION OF THE RUSSIAN LANGUAGE TO THE CENTRAL ASIAN MEDIA PERFORMANCE

Natalia Vladimirovna Lapina

Scientific Supervisor: Natalia V. Khalina, Doctor philology science, Professor

Abstract: The authors of the study pay attention to the current state of the Russian literary language in the Russian-speaking media of Central Asia. Central Asian media texts in Russian are considered as «intermediaries» of communication. The generation and functioning of Russian-language texts in the media space of Central Asian countries takes place in conditions of multilingualism within the boundaries of other language structures, norms and rules. The formal grammatical structure of the Russian literary language adapts to changes in the Central Asian media discourse.

Keywords: Central Asian media space, transformation of the Russian language, syntactic constructions, Russian literary text, word order, syntactic models.

Сунь Цзялинь

Русская грамматика для китайских школьников

Аннотация: Грамматика – один из базовых разделов изучения русского языка, наряду с алфавитом, лексикой, определяющих особенности системы русского языка для изучающих русский язык как иностранный. В статье обращается внимание на наиболее значимые разделы грамматики современного русского языка, к которым относятся разделы, рассматривающие существительные и глаголы – самые сложные в грамматике русского языка.

Ключевые слова: русская грамматика, китайский школьник, типы заданий, учебная ситуация.

中国中小学生俄语语法

孙佳琳

德米特里耶娃 丽姬娅 米哈伊洛夫娜

摘要: 语法离不开俄语的学习,最基本的是字母表,然后是单词,然后是语法,这是学习俄语必不可少的。报告涵盖了现代俄语语法的重要部分。名词和动词是语法中最复杂的。

关键词: 俄语语法、中国学生、任务类型、学习情况

Сунь Цзялинь
магистрант кафедры русского
языка как иностранного
Алтайский государственный
университет

Научный руководитель:
Дмитриева Лидия Михайловна,
д-р филол. наук, профессор

Ян Фан считает, что освоение грамматической системы является необходимой предпосылкой формирования иноязычного языкового сознания [1]. Различия в природе китайского и русского языка делают особенно значимой проблему обучения русскому языку китайской аудитории. Тань Аошуан считает, что грамматическая система китайского языка «не открыта» для непосредственного наблюдения в силу слогоморфемного характера его основной единицы слова и отсутствия внутренней флексии [2].

Чжан Ин полагает, что задача грамматики состоит в укреплении слабых грамматических знаний и сосредоточении на грамматических элементах, которые еще не освоены в процессе обучения языку [3]. Для приобретения автоматизма необходимо трансформировать «сознательную стадию» (знания) в «интуитивную стадию» (умения и навыки).

При обучении русской грамматике полезны такие теории, как общая педагогика, идеи которой возможно применить в преподавании русской грамматики для преодоления трудностей, которые возникают при обучении русской грамматике китайских школьников. Ключевым понятием для нас является терминологическое сочетание «современная грамматика русского языка», которое имеет два значения: 1) грамматическое построение языка, т.е. сумма правил состава языка, правил аппарата изменения и правил построения предложений со словами; 2) учение о грамматическом построении, науку о составе и изменении слов и правилах построения предложений в языке, т.е. грамматика. Грамматика подразделяется в пределах реального слова на статические и вербальные слова.

Необходимо обращать внимание на грамматическое значение, которое отличается от лексического и является общим для многих слов таких, как, например, *книга-студентка-карта*. Все они имеют грамматические значения такие, как женский род, единственное число и первый падеж. Эти слова являются существительными, и значение класса слов также является грамматическим значением.

Особым предметом внимания должны стать грамматические средства:

- окончания слов являются наиболее широко используемым средством обозначения грамматического значения в русском языке. Существительные, прилагательные в именительном падеже обозначаются окончаниями слов, например: *новый фильм, новые фильмы, новая книга, новое перо*;

- префиксы и суффиксы также являются основным средством обозначения граммати-

ческого значения слов в русском языке, например: *делать / сделать, читать / прочитать, открыть / открывать, встать / вставать*;

- чередование гласных; грамматическое значение может быть представлено регулярными фонетическими чередованиями;

- ударение; иногда грамматическое значение слов различается в зависимости от их положения ударения.

Грамматическое значение слов иногда выражается через различия в корнях слов, например: *братъ (нсв) / взять (св)/; говорить (нсв) / сказать (св); человек (множественное число) / люди (единственное число); сын (единственное число)*. Самой сложной частью грамматики для китайских школьников является глагол. Мы обращаем внимание на изучение глагольного вида, его дифференциации на два типа: совершенный и несовершенный вид.

Таблица 1

Употребление глаголов несовершенного и совершенного вида в прошедшем и настоящем времени виды глагола и их функции

Несовершенный вид (НСВ)	Совершенный вид (СВ)
Функции	
1. Общий факт: название действия Вчера я был занят: читал текст, писал упражнения, учил глаголы.	1. Конкретный факт: результат, окончание действия Вечером я прочитал новый текст, написал все упражнения и выучил глаголы.
2. Процесс (долго, весь вечер, весь день, всё утро, всю неделю, целый день, целый год, целую неделю, десять минут, ещё два часа, ещё три месяца) Вчера я долго делал домашнее задание.	2. Границы действия (законченность – начало) Вчера я сделал домашнее задание и пошёл гулять. сделал – конец пошёл – начало
3. Повторяемость (действие повторяется несколько раз) (обычно, всегда, часто, редко, иногда, каждый день, всегда, никогда, два раза в день, два раза в год, несколько раз, много раз, по средам, по вечерам) Он часто пишет письма домой. Они каждый день покупают сок.	3. Однократность (действие было один раз) (быстро, сразу, вдруг, наконец, неожиданно) Вчера я быстро написал домашнее задание.

При характеристике текущей ситуации с изучением русского языка китайскими школьниками мы обращаем внимание на учебно-психологические характеристики студентов, изучающих русский язык, и возрастные особенности китайских студентов. Взрослые студенты имеют индивидуальные психологические характеристики, которые выражаются в их отношении к учебной деятельности. Психосоциальная роль, которую студенты принимают на себя в учебной деятельности, – это роль студента, который относится к приобретаемым знаниям как средству достижения своей цели. Эта личная значимость знаний определяет то, какое значение изучающие русский язык как иностранный придают рациональности, инициативности и целеустремленности. При обучении студентов иностранному языку постановка целей играет важную роль в мотивации внимания студентов.

Общий уровень грамотности учащегося и владение родным языком оказывают значительное влияние на процесс запоминания. Если студент осознает, что изучение иностранного языка (русского) необходимо для будущей деятельности, он будет способен изучать язык в будущем. Если студенты осознают, что изучение иностранного языка (русского) необходимо для их будущей деятельности, их внимание на занятиях по иностранному языку возрастет.

Для того чтобы понять особенности овладения китайскими студентами иностранным языком, необходимо также учитывать их психологические особенности в плане получения,

записи и удержания информации. Эффективность изучения русского языка зависит от качества материалов, отобранных преподавателем, а также от структуры сознания обучающегося и характера материала.

Необходимо учитывать качество материала, выбранного преподавателем. Как считает Г.А. Аносова, «чтобы помочь студентам раскрыть свои языковые способности на русском языке, необходимо было давать много коммуникативных заданий и ситуативных диалогов. Такие задания помогли учащимся быстрее адаптироваться к русской речи» [4].

Ван Гохун пишет: «В целом, в процессе обучения русскому языку как иностранному при отборе дидактических единиц и методических приемов проведения занятий необходимо включать учебные задачи, ориентированные на: 1) включение и активное взаимодействие различных видов речевой деятельности (чтение и письмо, аудирование и собственно речевая деятельность, беседа); 2) опору на диалогическую и монологические формы речи; 3) использование текстов разных жанров (при этом важно соблюсти баланс при выборе как классических текстов, так и современных, что необходимо для формирования продуктивной лексики студента)» [5, с. 27].

При обучении грамматике русского языка, как и в целом в организации обучения русскому языку как иностранному китайских студентов, нужно учитывать: ментальные особенности народа, особенности национального образовательного пространства Китая, особенности системы китайского языка.

Библиографический список

1. Ян Фан. Обучение русскому языку китайских студентов-русистов в грамматическом аспекте. <https://cyberleninka.ru/article/n/obuchenie-russkomu-yazyku-kitayskih-studentov-rusistov-v-grammaticheskom-aspekte?>
2. Тань Аошуан. Место грамматики в традиционной науке Китая // Филологические науки. 1991. № 5. – С. 69–75.
3. Чжан Ин. Особенности учебных занятий по грамматике русского языка для китайских учащихся <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-uchebnyh-zanyatij-po-grammatike-russkogo-yazyka-dlya-kitayskih-uchaschihsya?>

4. *Асонова Г.А.* Особенности обучения русскому языку как иностранному китайских учащихся на подготовительном факультете// Интернет-журнал «Мир науки» 2017, Том 5, No3// <https://mir-nauki.com/PDF/68PDMN317.pdf?ysclid=I3pt4hv5cv>

5. *Ван Гохун.* О некоторых особенностях системы обучения китайских студентов русскому языку как иностранному// Педагогическое образование в России. 2016. No 12. – С. 24-28.

RUSSIAN GRAMMAR FOR CHINESE SCHOOLCHILDREN

Sun Jialin

Scientific supervisor: Dmitrieva Lidiya Mikhailovna, Doctor philology science, Professor

Abstract. Russian Grammar is one of the basic sections of the study of the Russian language, along with the alphabet, vocabulary, defining the features of the Russian language system for students of Russian as a foreign language. The article draws attention to the most significant sections of the grammar of the modern Russian language, which include sections that consider nouns and verbs - the most difficult in grammar

Keywords: Russian grammar, Chinese student, types of tasks, educational situation

Ян Мэй

Учебно-методический проект «День русского языка в Китае»

Аннотация: Ежегодно 6 июня отмечается день рождения русского поэта А.С. Пушкина, а также установленный ООН «День русского языка». День русского языка в Китае позволяет более полно продемонстрировать уникальное очарование русской культуры, привлечь больше китайцев к изучению русского языка, углубить взаимопонимание и дружбу между народами двух стран, особенно молодежью, и написать новую главу в истории двух народов, навеки хороших соседей и друзей.

Ключевые слова: русский язык, А.С. Пушкин, изучение русского языка, история двух народов, День русского языка.

Образовательный проект: «Китайский русский язык»

Ян Мэй, аспирант

Научный руководитель: Дмитрий Яковлевич Яковлев

Аннотация: Каждый 6 июня в России отмечается день рождения поэта А.С. Пушкина, а также установленный ООН «День русского языка». День русского языка в Китае позволяет более полно продемонстрировать уникальное очарование русской культуры, привлечь больше китайцев к изучению русского языка, углубить взаимопонимание и дружбу между народами двух стран, особенно молодежью, и написать новую главу в истории двух народов, навеки хороших соседей и друзей.

Ключевые слова: русский язык, А.С. Пушкин, изучение русского языка, история двух народов, День русского языка.

Ян Мэй
магистрант кафедры русского языка как иностранного
Алтайский государственный университет

Научный руководитель:
Дмитриева Лидия Михайловна,
д-р филол. наук, профессор

Профессор Чжэн Тиу пишет: «Нет ни одной страны, чья культура оказала бы такое глубокое влияние на Китай, как Россия; нет ни одной страны, чья судьба так сильно волновала бы китайский народ, как судьба России. Уверен, в новом, XXI веке перед вызовом глобализации русская культура с ее высокими духовными стремлениями и ее носитель – русский язык, как и китайская культура, предполагающая гармонию и согласие, и ее носитель – китайский язык, должны и могут внести свой незаменимый вклад во взаимопонимание и дружбу народов, защищая разнообразие и многополярность культур мира» [1].

Л. З. Тенчурина, Ли Си-мэй отмечают, что обучение русскому языку в Китае в течение трех столетий прошло путь от единичных вариантов подготовки переводчиков в XVIII–XIX вв. до институциональных форм образования в XX–XXI вв. [2]

«История преподавания и изучения русского языка в Китае, если учитывать самые первые и единичные попытки буквально «штучного» обучения русскому языку, насчитывает более 300 лет. Как свидетельствуют источники [清代中國俄語教育述評-新疆哲學社會科學; 29; 31], первая «школа» русского языка была открыта еще при династии Цин – в 1708 г., после издания императором Канси указа о начале обучения русскому языку китайских дипломатов¹. В качестве преподавателей нанимали сначала приезжих из России, позже вместе с ними стали работать некоторые из выпускников школы. В 1798 г. в

Срединной империи был издан первый учебник русского языка для китайских студентов. Полтора века спустя, в 1862 г., «школа русского языка» вошла в состав первого в Китае училища иностранных языков – Тонвэнь (同文館), в задачи которого также входила подготовка переводчиков и дипломатов для императорского двора» [2, с. 180].

Частью культурного и образовательного процесса является проведение Дня русского языка. День русского языка установлен указом президента России Дмитрия Медведева от 6 июня 2011 года «в целях сохранения, поддержки и развития русского языка как общенационального достояния народов Российской Федерации, средства международного общения и неотъемлемой части культурного и духовного наследия мировой цивилизации» [3]. Дата празднования приурочена ко дню рождения русского поэта Александра Сергеевича Пушкина (1799-1837), считающегося основоположником современного русского литературного языка.

В проведении Дня русского языка в Китае принимают Россотрудничество, факультеты повышения квалификации, представители российских регионов [4, 5].

Ежегодно 6 июня отмечается установленный ООН «День русского языка». Русский язык – один из шести официальных языков ООН. В целях поддержки и развития языкового и культурного разнообразия на Конференции Организации Объединенных Наций в феврале 2010 года было принято решение о проведении дня официальных языков Организации Объединенных Наций, а 6 июня – Дня русского языка.

Александр Сергеевич Пушкин (6 июня 1799 года – 10 февраля 1837 года) является известным русским писателем, которого многие считают великим русским поэтом, основателем современной русской литературы, в 19 веке главным представителем русского романтизма. А.С. Пушкин признается «отцом русского романа», его произведения отражают рост национального сознания России и литературную реакцию аристократического революционного движения.

Китай и Россия, как горы и воды, связанные друг с другом, имеют долгую историю и

блестящую культуру, вносили и вносят огромный вклад в человеческую цивилизацию. В длительном общении два великих народа ценят друг друга и учатся друг у друга. Пушкин, Толстой, Чайковский, Менделеев и многие другие русские литераторы, художники, ученые в Китае хорошо известны. Русский язык – один из самых красивых языков в мире. Русский язык преподается в Китае на протяжении 300 лет. В ходе проведения Года русского языка в Китае Китай и Россия проведут более 260 различных мероприятий в 22 провинциях (районах, городах) и 26 городах. Проведение ряда гуманитарных мероприятий в рамках «Года русского языка» в Китае позволит более полно продемонстрировать уникальное очарование русской культуры, привлечь больше китайцев к изучению русского языка, углубить взаимопонимание и дружбу между народами двух стран, особенно молодежью, и написать новую главу в истории двух народов, навеки хороших соседей, друзей, внести новый и более весомый вклад в содействие строительству гармоничного мира на планете, где царит прочный мир и общее процветание.

Развитие изучения русского языка – это межкультурное общение, которое способствует углублению и развитию сотрудничества между Китаем и Россией. Русский язык как язык, который не только укрепляет сотрудничество между Китаем и Россией, формирует благотворное устойчивое развитие, но и позволяет большему количеству россиян познакомиться с Китаем и понимать Китай, позволяет народам двух стран углубить взаимопонимание, укрепить взаимное доверие и связь между народами и молодежью двух стран, развивать силы для более широкого распространения китайской традиции и близости к Китаю. У большего числа студентов будет возможность познакомиться с русским языком, полюбить русский язык, возникнет желание изучать русский язык, а также глубже понять русский язык и культуру, чтобы русский мост дружбы более тесно соединил дружбу между Китаем и Россией.

Как будут отмечать День русского языка? 6 июня – день рождения гениального поэта Александра Сергеевича Пушкина. великий поэт и великий язык связаны неразрывно.

1. Университеты по всей стране 6 июня отмечают День русского языка. Любители русской словесности собираются в библиотеках, музеях, культурных центрах, парках и читают произведения свои и признанных мастеров литературы. Но самыми популярными в этот день, по-прежнему, являются стихи Пушкина. Чтецы готовятся к празднику целый год, всем хочется поразить слушателей своим видением известных произведений.

2. Великий поэт всегда восхищался русским языком, Пушкин сделал литературный язык более стройным и понятным, не таким напыщенным, Именно поэтому важно участвовать 6 июня в празднике в честь дня рождения поэта и Дне русского языка.

3. Китайские города 6 июня готовят праздничные программы. Университетские драматические объединения представят постановки по произведениям Пушкина, юные актеры с удовольствием сыграют в спектаклях по сказкам великого поэта. Парки культуры и отдыха вместо популярной музыки будут передавать аудиозаписи пушкинских произведений в исполнении известных чтецов. Викторины, различные конкурсы, про-

фессиональные ведущие и актеры – все это и многие другие мероприятия будут радовать людей в День русского языка.

4. В программе «Язык и литература» преподаватели вузов будут преподавать курс по русской литературе, проводить практические занятия по русскому языку, произношению и русской культуре, организовывать мероприятия «Познакомьтесь с русской культурой». На уроках участники будут готовить принципиально новые куклы из ткани, цветных лент и кружева, и узнают, как вручную вязать цепочки и многоцветных лент, узнают о традиционных российских играх и конкурсах на открытом воздухе, научатся водить хороводы и петь русские народные песни. Самое главное, вместе изучать поэзию А.С. Пушкина, в том числе, читать стихи. Во время проведения «Круглого стола» по теме «Русская литература и культура: за рамками времени и пространства» российские и китайские преподаватели обсудят в неформальной обстановке нынешнее положение дел с литературной критикой, а также методы преподавания русской литературы и культуры китайскими университетами.

Библиографический список

1. APA Style. 2011. Available at: <http://www.ruskiimir.ru/media/magazines/article/141756>
2. Тенчурина Л.З., Ли Си-мэй. Изучение и преподавание русского языка в Китае и на Тайване: прошлое и настоящее// Образование и наука. 2016. No 3 (132). – С.177-197
3. День русского языка. Досье 6 июня в РФ ежегодно отмечается День русского языка [Электронный ресурс] – URL.:https://tass.ru/info/5263748?utm_source=yandex.ru&utm_medium=organic&utm_campaign=yandex.ru&utm_referrer=yandex.ru(Дата обращения 28.05.2022).
4. Дни русского языка в Китае// [Электронный ресурс] – URL.: <https://rusist24.rudn.ru/index.php/novo/dni?> (Дата обращения 28.05.2022).
5. Ардашкина Т.В. Международный день русского языка в Пекине// Образование. Карьера. Общество. – № 4-1 (40) – 2013-2014. – С.89-90.

RUSSIAN RUSSIAN LANGUAGE DAY IN CHINA EDUCATIONAL AND METHODOLOGICAL PROJECT

Yang Mei

Master's Student of the Department of Russian as a Foreign Language Altai State University

Scientific supervisor: Dmitrieva Lidiya Mikhailovna, D.philol. n, professor

Abstract. Russian Russian poet Alexander Pushkin's birthday is celebrated annually on June 6, as well as the «Day of the Russian Language» established by the UN. Russian Russian Language Day» in China will allow to demonstrate more fully the unique charm of Russian culture, attract more Chinese to learn Russian, deepen mutual understanding and friendship between the peoples of the two countries, especially young people, and write a new chapter in the history of the two peoples, forever good neighbors, friends.

Keywords: Russian Russian, A.S. Pushkin, learning the Russian language, history of two peoples, Day of the Russian Language.

Раздел 2

**ТОПОНИМИКА.
АНТРОПНИМИКА**

Section 2

**ТОРОНЫМУ.
АНТРОРОНЫМУ**

Л.М. Дмитриева, Чжан Юньфэй

Компонент «кара» в топонимии Синьцзяна и Алтая

Аннотация: Сходство языков народов Синьцзяна и Алтая ярко выражено в топонимах. В статье рассматривается компонент «кара» в топонимии Синьцзяна и Алтая с точки зрения этимологии и семантики.

Ключевые слова: топоним, компонент «кара», информация о топониме, этимология, семантика.

新疆和阿尔泰地名中的“喀拉”成分
莉迪亚·米哈伊洛夫娜·德米特里耶娃
张云飞

摘要：新疆和阿尔泰的民族语言的相似性，用地名清楚地表达出来。文章从词源和语义的角度考虑了新疆和阿尔泰地名中的“喀拉”成分。

关键词：地名、“喀拉”成分、地名信息、词源、语义

Лидия Михайловна Дмитриева
д-р. филол. наук, профессор
Алтайский государственный
университет

Чжан Юньфэй
аспирант кафедры русского
языка как иностранного
Алтайский государственный
университет

Сходство языков народов Большого Алтая ярко выражено в топонимах. Этнический состав населения в Синьцзяне и Горном Алтае большей частью тюркоязычен. Для исследования топонимов, содержащих отдельные тюркские символы или полностью состоящих из тюркских компонентов, в некоторых случаях необходимо знание этимологии и семантики. Самая большая особенность субстратных топонимов в том, что они могут сохраняться достаточно долго, сотни и даже тысячи лет.

Компонент «кара» чрезвычайно частотен на данной территории, он представлен в топонимии Синьцзяна и Алтая, встречается не только в современных топонимах, но также исторических записях. Например, топоним «Каракум» был записан на «Кул Тигин Памятнике» (Kul Tigin Monument, памятник тюркского рунического письма VIII в. Каменная стела, найденная в 1889 г. в Монголии), а это название места до сих пор используется в Синьцзяне.

Некоторые топонимы в Синьцзяне, содержащие компонент «Кара» (см. табл. 1):

冯志文, 吐尔迪 纳斯尔, 李春华, 贺灵, 石晓奇 / 西域地名词典. 乌鲁木齐: 新疆人民出版社, 2001. 599.

Фэн Чживэнь, Тулди Наср, Ли Чуньхуа, Хэ Линь, Ши Сяоци / Словарь западных географических названий. Урумчи: Синьцзянское народное издательство, 2001 – 599 с. [1].

Некоторые топонимы в Горном Алтае, содержащие компонент «Кара» (см. табл. 2): Молчанова О. Т. Топонимический словарь Горного Алтая. – Горно-Алтайское отделение Алтайского книжного издательства, 1979. – 397 с. [2].

Таблица 1

Топонимы в Синьцзяне, содержащие компонент «Кара»

Названия	Виды	Языки	Значения
喀拉洪 (Карахон)	село	уйгурский	черная песчаная почва
喀拉苏 (Карасу)	село, река	казахский	черная вода
喀拉墩 (Карадун)	село	уйгурский	черная обсерватория
喀拉拜勒 (Карабель)	село	уйгурский	Черная гора, похожая на человеческую талию
喀拉布拉 (Карабула)	село	монгольский	черная ива
喀拉库木 (Каракум)	село	уйгурский	черный песок
喀拉乔克 (Карачок)	село	казахский	голова черной горы
喀拉塔勒 (Каратал)	село	казахский	черные кусты
喀拉塔什 (Караташ)	село	кыргызский	черный камень
喀拉托别 (Каратобе)	село	казахский	черный горный мешок
喀拉喀什 (Каракаш)	река	уйгурский	черный нефрит
喀拉库勒 (Каракуль, или Каракол)	озеро	уйгурский	черное озеро
喀拉塔格 (Каратаг)	холм	уйгурский	черная гора
喀拉铁克 (Каратеке)	гора	уйгурский	черная коза
克拉玛依 (Карамай)	город	уйгурский	черная нефть
喀拉托海 (Каратокай)	село	уйгурский	черный куст
喀拉巴格 (Карабаг)	село	уйгурский	черный фруктовый сад

Таблица 2

Топонимы в Горном Алтае, содержащие компонент «Кара»

Названия	Виды	Языки	Значения
Бай-Кара	гора	алтайский	багатая, с обильным хвойным лесом (гора).
Кара	гора	алтайский	с густым (часто хвойным) лесом.
Кара-Айры	река	алтайский	обильный, родниковый, возможно прозрачный рукав реки.
Кара-Алаха	река	алтайский	черная, возможно прозрачная Алаха.
Кара-Боом	гора	алтайский	черный, возможно прозрачный высокий утес
Кара-Кан	река	алтайский	черная, рониковая река
Кра-Сас	озеро	алтайский	черное болото
Кара-Таш	река, гора	алтайский	черный, возможно покрытый лесом камень, гора, сопка, возвышенность
Кара-Торбок	река	алтайский	черный бычок по второму году
Кара-Тун	река	алтайский	черный первенец
Кара-Тыт	река	алтайский	черная, с густо разросшейся кроной лиственница

Кара-Чай	гора	алтайский	черный глухарь
Кара-Чат	река	алтайский	черный, вероятно, лесисты или обгоревший раздел реки
Кара-Бел	река	алтайский	черная седловина
Кара-Беле	река	алтайский	черная рябина
Карабашка	река	алтайский	черноголовный
Караган	село, река	алтайский	черная река
Каратол	озеро	алтайский	черное озеро

В таблице представлено, что топонимы, содержащие компонент «кара» в китайских материалах, происходят из уйгурского, монгольского, казахского и киргизского языков. Во всех этих языках «кара» (или «хара» в монгольском) переводится как «черный».

В существующих и до сих пор используемых географических названиях Синьцзяна, содержащих компонент «кара», термин «кара» переводится как «черный», является исходным значением этого слова. Исследование показывает, что в топонимах Алтая «кара» на алтайском языке тоже имеет значение «черный».

Таким образом, можно сделать вывод, что компонент «кара» в топонимах Синьцзяна и Алтая происходит от одного языка или языковой семьи, а именно тюркского.

Известно, топонимия как особый слой лексики, в большей степени, нежели остальная лексика, обусловлена экстралингвистическими факторами. Но в то же время есть топонимы, в которых нет отчетливого проявления цвета «черный».

Так, в топонимах «Карасу» и «Каракум», «су» означает вода, «кум» означает «песок» и «пустыня». Объекты, обозначенные этими названиями, не черные, вода и пустыня имеют светлый цвет. Как понять компонент «кара» в этих топонимах? Китайский ученый Ню Жучэнь [3] считает, что у тюрков есть традиция защищать черный цвет, и они верят, что черный имеет значение «великий», «высший», «священный» и т.п.

Например: 喀拉苏 (Карасу) черная вода, 喀拉库勒 (Каракуль) черное озеро.

Следовательно, в топониме «Каракум» «кум» переводится с уйгурского языка, что оз-

начает «песок» и «пустыня», прямой перевод названия – «черный песок» или «черная пустыня», которые можно перевести как «большая пустыня».

В Синьцзяне функционируют топонимы с компонентом «баг» – Карабаг. Компонент «баг» означает «фруктовый сад» на уйгурском языке. Название напрямую переводится как «черный сад», которое можно перевести и как «богатый и плодородный».

В названии «Каратокай» «токай» переводится с уйгурского языка, что означает «черный куст», название возможно интерпретировать как «пышный куст».

В названии «Карабула» «була» переводится с монгольского языка, что означает «ива», название возможно интерпретировать как «пышная ива».

В Горном Алтае топоним «Караган», компонент «ган» означает река на алтайском языке. Название напрямую переводится как «черная река», которые можно перевести как «глубокая».

Топонимы с компонентом «кара» присутствуют на Алтае не только на территории Горного Алтая, но и в районах Алтайского края - всего более 300 топонимов: Карабалык- река (Красногорский р-н); Карабашка – река (Солтонский р-н); Карабаш – гора (Солтонский р-н); Карабинка – село (Солтонский р-н); Караган - река (Солтонский р-н); Карагатник-забока (Усть-Калманский р-н); Каратал - окол (Славгородский р-н); место Каракудук (Кулундинский р-н); сопка Карабаш (Целинный р-н)

Во всех этих топонимах кара обозначает «черный» Местные жители знают это значение и так объясняют эти топонимы: «Каратал



Рис. Ареал распространения компонента «кара» на территории Большого Алтая

– околос – там черный лес, густой», «Карабаш – черная гора значит, там уголь добывают» и т.д.

Обобщая, мы можем выявить ареал распространения компонента «кара» на территории Большого Алтая (см. рис.).

Таким образом, большинство топонимов с «кара» относительно легко поддаются этимологии. В то же время этимология топонимов требует учета исторических факторов и географических условий.

Библиографический список

1. 冯志文, 吐尔迪 纳斯尔, 李春华, 贺灵, 石晓奇 / 西域地名词典. 乌鲁木齐: 新疆人民出版社, 2001. 599. Фэн Чживэнь, Тулди Наср, Ли Чуньхуа, Хэ Линь, Ши Сяоци. Словарь западных географических названий. Урумчи: Синьцзянское народное издательство, 2001 – 599 с.
2. Молчанова О.Т. Топонимический словарь Горного Алтая. – Горно-Алтайское отделение Алтайского книжного издательства, 1979. – 397 с.
3. 牛汝辰. 中国文化地名学 [M]. 北京: 中国科学技术出版社, 2008.11. 753页
Ню Жучэнь. Китайские культурные географические названия [M]. Пекин: Китайская научно-техническая пресса, 2008.11. – 753 с.

THE COMPONENT «KARA» IN THE TOPONIMICS OF XINJIANG AND ALTAI

Lidiya Mikhailovna Dmitrieva, Altai State University
Zhang Yunfei, Altai State University

Abstract. The similarity of the languages of the peoples of Xinjiang and Altai is clearly expressed in toponyms. In this article we will discuss the «Kara» component in the toponyms of Xinjiang and Altai from the point of view of etymology and semantics.

Keywords: toponym, component «kara», word formation of toponyms, etymology, semantics.

Л.М. Дмитриева, Чжан Юньфэй

Компонент «куль» в топонимии Алтая и Синьцзяна

Аннотация: Топонимика входит в состав специальной лексики, сформированной по законам языка. В некотором смысле это единственная среда, которая связывает людей с географической средой. Первый шаг к пониманию географического названия – это фактически описание значения и образца географического названия, включая язык, историю и этническую принадлежность. Сходство этнических языков, населяющих Синьцзян и Алтай, проявляется в топонимии. В данной статье мы обсудим компонент «куль» в топонимах Синьцзяна и Алтая, а также проанализируем изъяснительную функцию компонента «куль» в топонимах с семантической точки зрения. Значение топонима определяется с учетом этнического, исторического и лингвистического факторов.

Ключевые слова: топонимы, тюркские языки, компонент куль, территория Большого Алтая, гидронимы, названия мест проживания.

阿尔泰和新疆地名中的«库勒»成份
德米特里耶娃 丽姬娅 米哈伊洛芙娜
语文学博士，教授，对外俄语教研室主任
张云飞
对外俄语教研室博士研究生

摘要：地名是根据语言规律形成的特殊词汇的一部分。从某种意义上说，它是将人与地理环境联系起来的唯一媒介。了解地名的第一步实际上是描述地名的含义和模式，包括语言、历史和种族。新疆和阿尔泰的民族语言的相似性表现在地名上。在本文中，我们将讨论新疆和阿尔泰地名中的“库勒”成分，并从语义角度分析“库勒”成分在地名中的指示功能。同时，考虑到民族、历史和语言因素，确定地名的含义。
关键词：地名，突厥语，《库勒》成份，大阿尔泰地区，水文地名，居住地名称。

Лидия Михайловна Дмитриева
д-р. филол. наук, профессор
Алтайский государственный
университет

Чжан Юньфэй
аспирант кафедры русского
языка как иностранного
Алтайский государственный
университет

Одно из направлений позитивного развития языкознания в 21 веке состоит в том, чтобы рассматривать язык как культурный код наций, а не только как средство общения и передачи знаний. В связи с этим необходимо согласиться с точкой зрения В.А. Масловой, которая считает, что «язык не только отражает реальность, но интерпретирует ее, создавая особую реальность, в которой живет человек. Именно поэтому философия рубежа тысячелетий развивается на базе использования языка» [1, с. 35], Культура формирует и организует мышление языковой личности. Поэтому одна из основных функций языка – быть инструментом создания, развития, хранения и распространения культуры. В топонимии язык реализует взаимный обмен информацией во времени и пространстве.

В русле нового лингвистического направления перед топонимической наукой открываются дополнительные перспективы [2, с. 5]. Как уникальное явление язык представляет собой понятийную систему, отражающую картину мира, а его целое составляет языковую картину мира. Как выражение языка, топонимы в наибольшей степени сохраняют произношение исходного языка и являются ценным источником

информации о культуре человека. В некотором смысле топонимы являются единственным средством, связывающим людей с географической средой.

В настоящее время на территории Большого Алтая этнический состав стал очень сложным, и это место проживания многих этносов. Однако большинство коренных жителей здесь составляют тюркские популяции, а языки, которыми они когда-то пользовались, принадлежали к тюркской языковой группе алтайской языковой семьи. Особенно ярко это проявляется в исходной топонимии: топонимы тюркского происхождения широко распространены в Большом Алтае.

Изучение топонимии Большого Алтая неизбежно требует знания исходного языка, на котором были названы топонимы. Тюркские топонимы являются свидетельством древней истории тюркоязычных народов. Язык, история и сознание людей оставляют следы в виде топонимов. С этой точки зрения топоним Большого Алтая имеет особое значение, и он стал средством общения между тюркскими и нетюркскими народами. Для Синьцзяна и Алтая изучение тюркских топонимов может определить историю тюркоязычных народов, проживавших давно на территории этих двух разных стран, и масштабы их жизни в то время.

Топонимы любого региона тесно связаны с языком, который использовался в истории региона, мы можем думать о каждом географическом названии как об определенном факте как истории, так и языка. Знаки времени содержатся в семантике топонимов и их структуре, поэтому, прежде чем приступить к лингвистическому анализу топонимов, в первую очередь, следует определить происхождение топонимов. В связи с этим А. И. Попов писал: «...источники же топонимического исследования необходимо изучать, если мы хотим добиться отчетливого понимания всех фактов, касающихся географических названий того или другого края, области, района или даже более мелкого объекта» [3, с. 175].

«Детерминатив – куль употребителен как в озерных гидронимах, так и в названиях населенных пунктов, расположенных у озер» [4, с. 60-63]. «Гидронимический апеллатив көл – озеро – однозначен и по частоте употребле-

ния в топонимии территории занимает второе место, уступая первое туу» [5, 1979, с. 71]. Конечно, компонент «куль» охватывает названия озер и названия населенных пунктов в географических названиях, и в этом случае использование «куль» в названиях населенных пунктов кажется необычным. Топонимов с компонентом «куль» в России очень много, не только в Большом Алтае, в данной статье мы рассматриваем только топонимы с компонентом «куль» Большого Алтая.

Необходимо отметить, что наиболее типичным признается употребление компонента «куль», а в словаре Молчановой «Топонимический словарь Горного Алтая» автор приводит другой вариант: «көл» [5, с. 71].

Ниже в алфавитном порядке приведены наиболее убедительные, на наш взгляд, значения названий мест Большого Алтая, содержащих компонент «куль», включая названия озер и названия населенных пунктов:

Аккуль (кит. 阿克库勒) – озеро, расположено в Синьцзяне, означает, что «белое озеро» [6, с. 17].

Аксолкуль (кит. 阿克索尔库勒) – озеро, расположено в Синьцзяне, означает, что «озеро с белой соленой почвой» [6, с. 31].

Аяк Кум Куль (кит. 阿亚克库木库勒) – озеро, расположено в Синьцзяне, означает, что «песчаное озеро внизу» [6, 2001, с. 37].

Газкуль (кит. 孜孜库勒) – озеро, расположено в Синьцзяне, означает, что «Лебединое озеро» [6, с. 105].

Каракуль (кит. 喀拉库勒) – озеро, расположено в Синьцзяне, означает, что «Черное озеро» [6, с. 198].

Куль (кит. 库勒) – деревня, расположена в Синьцзяне, означает, что «озеро» [6, с. 240].

Кумкуль (кит. 库木库勒) – озеро, расположено в Синьцзяне, означает, что «песчаное озеро» [6, с. 246].

Юшкуль (кит. 玉什库勒) – озеро, расположено в Синьцзяне, означает, что «три озера» [6, с. 579].

Алтын-Көл (Алтын-нор) – озеро, расположено в Горном Алтае, означает, что «золотое озеро» [5, с. 133].

Артылаштын-Көл (Арталыштын-коль) – озеро, расположено в Горном Алтае, означает, что «озеро реки Артылаш» [5, с. 139].

Артыш-Кӧл – озеро, расположено в Горном Адтае, означает, что «можжевельнтковое озеро» [5, с. 139].

Анырлу-Кӧл – озеро, расположено в Горном Адтае, означает, что «озеро с варнашками» [5, с. 136].

Баатыр-Кӧл – река, озеро, расположено в Горном Адтае, означает, что «богатырское озеро» [5, с. 144].

Балыкту-Кӧл – озеро, расположено в Горном Адтае, означает, что «озеро, имеющее рыбу, с рыбой» [5, с. 149].

Белештин-Кӧл (Бельшин куль) – озеро, расположено в Горном Адтае, означает, что «озеро седловины Белеш», Горный Алтай [5, с. 153].

Бел-Кӧл – озеро, расположено в Горном Адтае, означает, что «тайменевое озеро» [5, с. 153].

Букалу-Кӧл – озеро, расположено в Горном Адтае, означает, что «озеро с быками, возможно окунями» [5, с. 165].

Буланду-Кӧл (Бланду-коль, Буланду-куль) – озеро, расположено в Горном Адтае, означает, что «озеро с лосями, имеющий лосей» [5, с. 165].

Капшагай-Кӧл (Купшай коль) – озеро, расположено в Горном Адтае, означает, что «озеро на утесе или быстрое озеро» [5, с. 204].

Кара-Айры-Кӧл – река, расположена в Горном Адтае, означает, что «озеро река Кара-Айры» [5, с. 204].

Карануй-Кӧл – озеро, расположено в Горном Адтае, означает, что «темное углубление» [5, с. 209].

Корбо-Кӧл – озеро, расположено в Горном Адтае, означает, что «озеро с кустарником, молодыми побегами, растущими от корня» [5, с. 225].

Курту-Кӧл – озеро, расположено в Горном Адтае, означает, что «озеро с червями» [5, с. 244].

Огурак-Кӧл – озеро, расположено в Горном Адтае, означает, что «ревущее озеро» [5, с. 270].

Сорулу-Кӧл – озеро, расположено в Горном Адтае, означает, что «озеро с топью» [5, с. 291].

Из собранных топонимов, содержащих компонент «куль», на Большом Алтае мы мо-

жем узнать, что топонимы, содержащие «куль», в основном имеют следующие характеристики:

- компонент «куль» в основном используется для названий озер – гидрологических топонимов и редко используется для названий населенных пунктов.

- некоторые названия озер заимствованы из названий рек, к ним добавлен компонент КУЛЬ. Например, Артылаштын-Кӧль (Артальштын-коль), озеро, Горный Алтай, означает, что «река реки Артылаш» и Кара-Айры-Кӧль, река, Горный Алтай, означает, что «озеро река Кара-Айры»;

- значение топонимов связано с характеристиками озера.

Большинство топонимов, содержащих компонент «куль» в Большом Алтае, названы по признакам:

1) по признаку цвета озера. Например, Акъкуль (кит. 阿克库勒) – озеро, Синьцзян, казахский язык, означает «белое озеро» Каракуль (кит. 喀拉库勒) – озеро, Синьцзян, уйгурский, означает «Черное озеро» Алтын-Кӧл (Алтын-нор), озеро, Горный Алтай, означает «золотое озеро» и др.;

2) по признаку состояния озера. Например, Юшкуль (кит. 玉什库勒) – озеро, Синьцзян, казахского языка, означает «три озера» Карануй-Кӧл, озеро, Горный Алтай, означает, что «темное углубление», Капшагай-Кӧл (Купшай коль), озеро, Горный Алтай, означает «озеро на утесе или быстрое озеро» и др.;

3) по признаку состояния природной среды вблизи озера. Например, Аксолкуль (кит. 阿克索尔库勒) – озеро, расположенное в Синьцзяне, означает «озеро с белой соленой почвой» Белештин-Кӧл (Бельшин куль), озеро, означает, что «озеро седловины Белеш» и др.

4) по признаку близлежащих растений и живущих в окрестности животных. Например, Газкуль (кит. 尕孜库勒) – озеро, Синьцзян, уйгурский, означает «Лебединое озеро» Балыкту-Кӧл, озеро, Горный Алтай, означает, что «озеро, имеющее рыбу, с рыбой», Буланду-Кӧл (Бланду-коль, Буланду-куль), озеро, Горный Алтай, означает «озеро с лосями, имеющий лосей» и др.

Библиографический список

1. *Маслова В. А.* Лингвокультурология: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. – М.: Издательский центр «Академия», 2001. – 208 с.
2. *Дмитриева Л.М.* Онтологическое и ментальное бытие топонимической системы Алтая (на материале русской топонимии Алтая) / Л.М. Дмитриева; Мин-во образования РФ; АлтГУ. – Барнаул, 2002. – 252 с.
3. *Попов А.И.* Следы времен минувших. Из истории географических названий Ленинградской, Псковской и Новгородской областей. – Л.: Наука, 1981. – 206 с.
4. *Муминов М.Т.* Тюркские названия озер с детерминативом -КУЛЬ в Зауралье / М. Т. Муминов // Вопросы топонимастики / Урал. гос. ун-т им. А. М. Горького ; [под ред. А. К. Матвеева]. – Свердловск : [УрГУ], 1967. – Вып. 3. – С. 60-63.
5. *Молчанова О.Т.* Топонимический словарь Горного Алтая / О.Т. Молчанова. –М.: Горно-Алтайское отделение Алтайского книжного издательства, 1979. – 400 с.
6. 西域地名词典 / 冯志文, 吐尔迪 纳斯尔, 李春华, 贺灵, 石晓齐. 乌鲁木齐: 新疆人民出版社, 2001. 599页.
7. Словарь географических названий западных регионов / Фэн Чживэнь, Турди Насыр, Ли Чуньхуа, Хэ Лин, Ши Сяоци. Урумчи: Народное издательство Синьцзяна, –2001. – 599 с.

THE KUL COMPONENT IN THE TOPONYMY OF ALTAI AND XINJIANG

Dmitrieva L.M. Doctor of Phil. sciences, Professor

Zhang Yunfei

Postgraduate student of the RCT

Annotation: Toponymy is part of a special vocabulary formed according to the laws of the language. In a sense, it is the only medium that connects people to the geographic environment. The first step to understanding a place name is actually describing the meaning and pattern of the place name, including language, history, and ethnicity. The similarity of the ethnic languages inhabiting Xinjiang and Altai is manifested in toponymy. In this article, we will discuss the "Kul" component in the toponyms of Xinjiang and Altai, as well as analyze the indicative function of the "Kul" component in toponyms from a semantic point of view. At the same time, taking into account ethnic, historical and linguistic factors, the meaning of the toponym is determined.

Key words: toponyms, Turkic languages, component «Kul», territory of the Greater Altai, hydronyms, names of places of residence.

Л.М. Дмитриева, Ван Мань

Перенесённые топонимы Синьцзяна

Аннотация: Явление «перенесение» топонимов существует как в современном Китае, так и за рубежом. Данный процесс связан с активной деятельностью людей, их миграцией из старых мест на новые. В этой статье анализируется изменение географических названий из-за переселения за пределами Синьцзяна и в Синьцзяне, включая название происхождения, фамилии, обработки земли военными поселенцами и сторон света и т. д., и обсуждается влияние переселения на топонимы в Синьцзяне.

Ключевые слова: перенесённые топонимы, изменение, название происхождения, обработки земли военными поселенцами.

新疆地名迁移

莉迪亚·米哈伊洛夫娜·德米特里耶娃
语文学博士，教授，对外俄语教研室主任
阿尔泰国立大学

王曼
博士研究生
阿尔泰国立大学

摘要：地名“转移”现象在国内外都存在。这个过程与人们的积极活动有关，他们从旧地迁移到新地。本文分析了新疆以外移民和新疆内部移民造成的地名变化，包括原籍地、姓氏、军民耕地、方位等，并探讨了移民对新疆地名的影响。

关键词：迁移地名，新疆，移民，变化，地名来源

Дмитриева Лидия Михайловна
д-р филол. наук, профессор
Алтайский государственный
университет

Ван Мань
аспирант кафедры русского
языка как иностранного
Алтайский государственный
университет

Л.М. Дмитриева отмечает, что «Территория Алтайского края, как известно, является территорией позднего заселения. Начавшийся активно в 18 веке процесс переселения на Алтай жителей Европейских губерний был завершён только в 1911 году». «В известной степени «передвигаются» и «неподвижные» города, горы, реки, ибо память о первой родине заставляет «переносить» ее дальше, по мере следования пути, в ее предполагаемом конце. Родину нельзя унести “на подошвах башмаков”, но ее имя можно взять с собой, спрятать его (и, значит, родину) в своем сердце и им наречь первый клочок твердой земли, показавшийся надежным и окончательно выбранным, и тем самым ономастически восстановить общие очертания родины и получить надежду переживания своей “старой” родины на чужом “новом” месте» [1].

Появление перенесённых ойконимов – логичный результат всякого процесса переселения. Основная причина – стремление переселенцев сохранить прежнее название села, но, как верно отмечает Т.А. Аниканова, «...нельзя ограничиться учетом ностальгических эмоций людей, которые дают старые названия новым территориям...», необходимо признать, что перенос названий, связанных с языком и его носителями, является средством языковой, социальной и культурной идентификации определенного человеческого коллектива, не

является минутной прихотью, случайностью, а закономерное проявление преэтнической культуры» [2] [3].

Синьцзян – многоэтнический, многоконфессиональный, многокультурный и многоязычный деловой центр. Среди них язык, являющийся глубинной призмой этнической принадлежности, религии и культуры, играет важную роль в качестве средства коммуникации больших и малых поселений, постепенно формировавшихся с древнейших времен, и даже к сегодняшнему «у тебя есть я, у меня есть ты» в грандиозной агрегированной структуре, построенной в процессе великой агломерации, каждый национальный язык также заимствовал и обогащал элементы другие национальные языки, но при ни один язык не является самодостаточным.

Условно «перенесение» топонимов Синьцзяна можно разделить на две составляющие: первая – это «перенесение» из других провинций, регионов Китая и зарубежных стран в Синьцзян; вторая – переселение людей внутри Синьцзяна из одного места в другое и «перенесение» названий на новые места. Рассмотрим их.

Перенесение и изменение географического названия за пределами Синьцзяна.

Чтобы укрепить крепость границы, правители прошлых династий применяли практику колонизации полей. В частности, переселение династии Цин (1616-1911 гг. н.э.) в Синьцзян способствовало «перенесению» топонимов переселенцами, эти люди в основном из Ганьсу провинции и других северо-западных провинций. «В течение 20 лет, с 1761 по 1780 год, цинское правительство в больших масштабах привлекало бедные крестьянские хозяйства в провинциях Ганьсу и Шэньси и организовывало целые семьи для участия в возделывании пустошей в Синьцзяне. По мере того, как люди въезжали и оседали, их топонимы происхождения также переносились на новые места, что особенно очевидно в китайских топонимах в северном и восточном Синьцзяне» [4]. Остальные из провинции Гуандун, Хунань, Хэнань и других местах в юго-восточном регионе. «Эти люди занимались в основном сельскохозяйственными трудами, а в процессе освоения земель они напрямую использовали «перенесенные» топонимы для названия местности, в которую они переселились» [5]. Такие топонимы обычно состоят из первоначального места происхождения/фамилии как имени собственного. Приведем несколько примеров.

Таблица 1

Примеры топонимов

№	Административная принадлежность	Наименования места	Происхождение названия
1	город Урумчи	兰州湾 Лань чжоу вань	Название деревни. «Ланьчжоу» – название города, столицы провинции Ганьсу. «вань» – залив. «В первые годы несколько семей жителей Ланьчжоу жили в залив и получили свое имя» [6]
2	город Чанцзи	广东户村 деревня Гуандун ху	«Гуандун» – провинция на юге Китая, «ху» – семья. «Назван в честь поселившихся здесь кантонцев» [6]
3	уезд Манас	凉州户镇 посёлок Лянчжоу ху	«Лянчжоу» – древнее топоним, в котором сейчас находится город Увэй. «Ху» – семья. «Люди из Лянчжоу (ныне Увэй) в провинции Ганьсу поселились здесь, чтобы возделывать свои поля, отсюда и название» [6].

4	уезд Цзимусаэр	渭户村 деревня Вэй ху	«Вэй» – река Вэй, протекающая по провинции Шэньси. «Ху» – семья. «Люди с реки Вэйхэ в провинции Шэньси приезжали сюда, чтобы заниматься сельским хозяйством, отсюда и название» [6]
5	уезд Инин	撒拉村 деревня Сала	«Сала» – национальность сала, одно из этнических меньшинств Китая, в основном проживающее в провинции Цинхай. «Здесь поселились цинхай-саларцы» [6]
6	город Урумчи	山西巷 переулок Шаньси	«Шаньси» – название провинции. «Назван в честь людей Шаньси, переселившихся сюда» [6]
7	уезд Цзимусаэр	潘家庄子村 Деревня Пань цзя чжуан цзы	«Пань» – фамилия, «цзя» – семья, «чжуан» – фермер, «цзы» – аффикс на северо-западном диалекте. «В первые годы на эту ферму приезжали люди по фамилии Пань из провинции Шаньси, отсюда и название» [6]

Приведенные примеры свидетельствуют о том, что при переселении в Синьцзян они заменили привычные наименования, отражающие исходные место и фамилию, на топонимы Синьцзяна.

После образования Китайской Народной Республики (1949 г.) большое количество войск, дислоцированных в Синьцзяне, и молодых людей, поддерживавших приграничные рай-

оны, посвятили себя делу освоения и защиты границ. «Тунтянь» – это форма организации сельскохозяйственного производства, при которой феодальные династии Китая организовывали рабочих на мелиорацию и возделывание государственной земли. В названии некоторых населенных пунктов сохранились топонимические морфемы «тун», «гун» и «ху», отражающие период колонизации.

Таблица 2

Примеры сохранения топонимических морфем

Типы	Распространенная морфема с «тун» в качестве имени собственного.	Распространенная морфема с именем собственным «гун»	Распространенная морфема с «ху» в качестве имени собственного.
Значение	«тун» изначально было «часток с оборонительной стеной», но постепенно оно превратилось в «деревня».	«Гун» в первоначальном значении обозначало «строительная площадка местности», где были открыты каналы для орошения и земледелия.	первоначальное значение слова «ху» – одна семья.
Структура	порядковый номер + тун + топография + общее название/назначение	порядковый номер + гун + общее название	1. Место происхождения + ху + общее название 2. Числительное + ху + общее название

Продолжение таблицы 1

Примеры	<p>1. 头屯河区 Район Тоу тун хэ: «Тоу» – первый, «хэ» – река. «Во времена династии Цин реки располагались по порядку с востока на запад» [6].</p> <p>2. 三屯河水库 Водохранилище Сань тун хе «Сань» – третий, «хэ» – река. «Когда династия Цин была восстановлена, порядок рек с востока на запад был третьим, отсюда и название» [6].</p>	<p>1. 二工乡 Городок Эр гун: «эр» – второй. «Династия Цин разместила войска для мелиорации полей, отсортированных рабочими каналов» [6].</p> <p>2. 三工镇 Посёлок Сань гун: «Сань» – третий. «Династия Цин разместила войска для мелиорации полей, отсортированных рабочими каналов» [6].</p> <p>3. 头工乡 Городок Тоу гун: «Тоу» – первый. «В первые годы солдат размещали для открытия каналов и возделывания полей, а рабочие участки были разделены в соответствии с системой водоснабжения и назывались в честь ордена» [6].</p>	<p>1. 凉州户镇 Посёлок Лянчжоу ху: «Лянчжоу» – древнее топоним, в котором сейчас находится город Увэй. «Ху» – семья. «Люди из Лянчжоу (ныне Увэй) в провинции Ганьсу поселились здесь, чтобы возделывать свои поля, отсюда и название» [6].</p> <p>2. 八家户乡 Городок Ба цзя ху: «Ба» – восемь. «цзя» – семья. «В первые годы здесь проживало 8 семей» [6].</p>
---------	---	---	--

Как видим, морфема «тун» сначала сочетается с числительными, а затем – с топографическими словами и после закрепления формы образует устойчивую связь с родовым названием или употреблением. Положение морфемы «гун» обычно после числительного и перед общим названием. В Синьцзяне около 80 топонимов этого типа.

В течение долгого времени, когда люди со всей страны въезжали в Синьцзян, они добавляли в топонимы Синьцзяна название сторон света. При этом в структуре топонимов произошли изменения, и она стала следующей: сторон света + геоморфологические признаки + общее названия. Расположение названия сторон света в топониме строго не зафиксировано. В зависимости от фактического географического положения оно может располагаться в начале топонима или после топографических и геоморфных слов.

Например: 东山区 Дун шань район («Дун» – восток, «шань» – гора), 大西沟乡 Да си гоу посёлок («Да» – большой, «си» – запад, «гоу» – канал), 东湾乡 Дун вань Поселок («Дун» – восток, «вань» – залив), 西隔壁乡 Си гэби поселок

(«Си» – запад, «гэби» – гоби), 东城乡 Дун чэн посёлок («Дун» – восток, «чэн» – город) и т. д.

Топонимы, содержащие указание на стороны света – восток, запад, север и юг, – распространены, как правило, в ханьских районах восточных и северных регионов.

Аффикс «цзы» в северо-западном диалекте стал методом словообразования для топонимов Синьцзяна. Их анализ позволил выделить следующие три типа (см. табл. 3).

Верблюды, лошади и крупный рогатый скот являются обычным транспортом или продовольственным скотом, используемым людьми всех этнических групп, проживающих в Синьцзяне, и они тесно связаны с производством и жизнью людей. Когда люди называют свое место жительства, они, естественно, добавляют к названию места названия этих домашних животных. Климатические условия оказали влияние и на подбор выращиваемых растений.

Например, ивы и вязы являются обычными растениями, произрастающими в оазисных районах Синьцзяна и даже во дворах людей. Поэтому места, названные в честь

Типы топонимов

Типы	Геоморфический объект +цзы+ общее название	Фамилия + общая морфема названия места (общее название) +цзы	название животного/растения + особенность формы рельефа +цзы
Примеры	<p>1. 石河子市 Ши хэ цзы город: «Ши» – камень, «хэ» – река. «Назван в честь множества камней в реке Манас» [6].</p> <p>2. 独山子区 Ду шань цзы район: «Ду шань» – название горы. «Назван в честь гор на территории» [6].</p> <p>3. 石人子乡 Ши жэнь цзы городок: «Ши» – камень, «жэнь» – человек. «Есть местная каменная статуя, отсюда и название» [6].</p> <p>4. 双井子乡 Шуан цзин цзы район: «Шуан» – два, «цзин» – колодец. «В первые годы в этом районе было два колодца с водой, соленый и не соленый, отсюда и название» [6].</p>	<p>1. 王家庄子 Ван цзя чжуан цзы: «Ван» – фамилия, «цзя» – семья, «чжуан» – фермер. «В первые годы он был назван в честь семьи с фамилией Ван, которая жила там» [6].</p> <p>2. 马家庄子 Ма цзя чжуан цзы: «Ма» – фамилия, «цзя» – семья, «чжуан» – фермер. «Здесь поселились фермеры по фамилии Ма, отсюда и название» [6].</p> <p>3. 吴家庄子 У цзя чжуан цзы: «У» – фамилия, «цзя» – семья, «чжуан» – фермер. «Люди по фамилии У из провинции Хубэй переехали сюда, чтобы строить фермы и выращивать урожай» [6].</p>	<p>1. 柳树河子 Люшу хэ цзы: название деревни. «Люшу» – ива, «хэ» – река, «чжуан» – фермер. «Выращивание ивы вдоль реки в первые годы» [6].</p> <p>2. 马场窝子 Ма чан во цзы: «Ма» – лошадь, «чан» – место, «во» – где живут птицы и насекомые. «В первые годы здесь разводили лошадей, отсюда и название» [6].</p> <p>3. 荞麦庄子 Цяомай чжуан цзы: «Цяомай» – гречиха, «чжуан» – фермер. «Назван в честь местного выращивания гречихи в первые годы» [6].</p> <p>4. 骆驼井子 Лото цзин цзы: «Лото» – верблюд, «цзин» – колодец. «Назван в честь каравана верблюдов, копавшего здесь колодцы в первые годы» [6].</p> <p>5. 榆树庄子 Юйшу чжуан цзы: «Юйшу» – вяз, «чжуан» – фермер. «Назван в честь местного вяза» [6].</p>

растений в топонимах Синьцзяна, очень распространены.

Также в топонимах Синьцзяна нашли отражение и названия населенных пунктов монгольских племен, например, Уезд Хэшо в Бачжоу. Хэшо – это название монгольского племени, а именно Хешуотэ. «В 1771 году монгольское племя Хешуотэ переехало сюда, жило и процветало здесь. Уезд был основан в 1944 году и назван Хэшо» [7]. Так перенесённые топонимы отражают переселение народов.

Переселение людей внутри Синьцзяна из одного места в другое и «перенесение» названий на новые места.

При династии Цин (1616-1911 гг. н.э.) из-за влияния войн и других факторов район Уши. «Уши (уйгурское) – крутые горы, названный в честь крутых скал в этом районе. Поля были в основном заброшены, поэтому уйгурские фермеры со всего южного Синьцзяна были завербованы на переселение в Уши. Многие из них переехали из Турфана (название города) в

Уши» [8]. Современное уйгурское название в округе Уши - «Уши Турфан».

Некоторые географические названия в Турфане сегодня, такие как: Шаньшань (название уезда, уйгурский язык), Токэсюнь (название уезда, тюркский язык), также существуют в уезде Уши. Это было вызвано переселением из Турфана во времена династии Цин.

«Во времена династии Цин и Китайской Республики (1912–1949) местные власти Синьцзяна присоединили к Или (город) сельскохозяйственные угодья из всех частей южного Синьцзяна. В результате к району Или было добавлено много названий южного Синьцзяна» [9]. Например, Хэтянь майли: «Хэтянь» — название города на юге Синьцзяна, «майли» (уйгурское) – деревня. «Назван в честь прежних жителей из города Хэтянь» [6].

В течение длительного времени из-за переселения людей и языковых контактов, топонимы Синьцзяна получили новое содержание, а характеристики наименований топонимов Синьцзяна были обогащены:

- некоторые общие морфемы, которые должны быть в китайских географических названиях, постепенно превратились в морфемы имен собственных в географических названиях Синьцзяна, такие как «тун», «гун», «ху» и другие морфемы;

- такие морфемы, как «майли» с характеристиками уйгурских топонимов, вошли в систему имен собственных топонимов Синьцзяна и в основном сформировали фиксированный китайский перевод и форму письма;

- китайские топонимы в Синьцзяне в основном заимствованы из их культурных коннотаций, ориентируясь на «людей» как на центр, подчеркивая происхождение, фамилию и пространственное познание юга, востока и северо-запада. Топонимов, названных в честь природно-географических факторов, относительно немного, и только топонимы вдоль рек и озер отражают природно-географические факторы.

Таким образом, со времен династии Цин (1616-1911 гг. н.э.) переселение большого количества людей и перемещение войск с материка в Синьцзян появилось много новых топонимов и групп топонимов. Вновь образованные топонимы в основном состоят из китайских топонимов, которые содержат культурную коннотацию самих переселенцев, и характеристики перенесённых топонимов Синьцзяна. По этим топонимам можно разобрать не только происхождение и тип, но и методы воспроизводства после перенесённых топонимов, так как элементы перенесённые культуры полностью отражаются в новых топонимах.

Библиографический список

1. Топоров В.Н. Эней – человек судьбы: к "средиземноморской" персоналогии: В 2-х ч. Ч. 1. М., 1993.–с. 48
2. Аниканова Т.А. К вопросу о социолингвистической природе географических названий // Вопросы теории и методики преподавания иностранных языков. М., 1980. –с. 53
3. Дмитриева Л.М. Онтологическое и ментальное бытие топонимической системы (на материале русской топонимии Алтая). Диссертация на соискание ученой степени доктора филологических наук. Барнаул, 2002. –с. 164
4. Нью Жуцзи. Миграция в истории с точки зрения географических названий Синьцзяна. Исследование западных регионов, 1992 (03): 65-68.
牛汝极.从新疆地名看历史上的移民[J].西域研究,1992(03):65-68.
5. Вэй Сувэй. Исследование культуры топонимов в современном Синьцзяне. Синьцзянский университет, 2018. – с. 18.
6. 位苏巍. 近代新疆地名文化研究[D].新疆大学,2018:18.
6. Большой топонимический словарь Синьцзяна/Под редакцией комитета по составлению «Синьцзянского словаря географических названий». Пекин: Издательство Китайской энциклопедии. 2012.1.
新疆地名大辞典/《新疆地名大辞典》编纂委员会编著. —北京：中国大百科全书出版社，2012.1.

7. Го Вэй. Взгляд на региональную культуру Синьцзяна по географическим названиям. Журнал Харбинского университета, 2015: 120-122.

郭玮.从地名看新疆的地域文化[J].哈尔滨学院学报,2015:120-122.

8. Хроника синьцзяна: географическое название / Под редакцией Местного комитета по составлению хроник Синьцзян-Уйгурского автономного района. Урумчи: Синьцзянское народное издательство, 2011.10.

新疆通志·地名志/新疆维吾尔自治区地方志编纂委员会编. —乌鲁木齐：新疆人民出版社，2011.10.

9. Дун Иньци. О региональных культурных факторах в географических названиях Синьцзяна. Журнал образования взрослых Урумчи, 2008: 65-67.

董印其. 试论新疆地名中的地域文化因素[J].乌鲁木齐成人教育学报, 2008:65-67.

TRANSFERRED TOPONYMS OF XINJIANG

Dmitrieva L.M.,

Doctor of Philology, Professor

Wang Mang

Postgraduate student of RCT

Abstract: The phenomenon of «transfer» of toponyms exists both in modern China and abroad. This process is associated with the active activity of people, their migration from old places to new ones. This article analyzes the change of place names due to resettlement outside of Xinjiang and in Xinjiang, including the name of origin, surnames, cultivation of land by military settlers and cardinal directions, etc., and discusses the impact of resettlement on place names in Xinjiang.

Key words: resettlement, toponyms, change, name of origin, land cultivation by military settlers.

Л.М. Дмитриева, Чжао Чэньси

Личные имена этнических меньшинств в Китае

Аннотация: В этой статье мы сосредоточимся на характеристиках имен личных китайских этнических меньшинств и различных факторах, влияющих на их состав. Перечисление уникальных способов, которыми различные этнические группы образуют свои имена, поможет нам понять уникальную историю, культуру и гуманизм этнических меньшинств Китая.

Ключевые слова: этнические меньшинства в Китае, личные имена, мотив имяна-речения, разные формы.

中国少数民族的姓名
德米特里耶娃 丽姬娅 米哈伊洛夫娜
赵晨希

摘要: 本文我们主要研究影响中国少数民族姓名构成的各类因素, 列举不同少数民族姓名构成的特别之处, 帮助我们了解中国少数民族独特、悠久的历史、文化与人文特点。

关键词: 中国少数民族, 姓名, 命名动机, 不同形式。

Дмитриева Лидия Михайловна
д-р филол. наук, профессор
Алтайский государственный
университет

Чжао Чэньси
аспирант кафедры русского
языка как иностранного
Алтайский государственный
университет

Китайская нация состоит из 56 этнических групп, каждая из которых имеет свои уникальные культурные обычаи, и именно эти уникальные этнические группы составляют обширную этническую культуру Китая. Большинство национальных меньшинств Китая проживают на обширных территориях северо-западной, юго-западной и северо-восточной границ. Обширная природная среда обеспечивает им исторические традиции, социальную организацию, экономические структуры, методы производства и обычаи, отличные от ханьских, а также придала их культуре и имянаречение глубоко романтический колорит и окраску.

Тибетцы живут на Цинхай-Тибетском плато, известном как «крыша мира», где находятся огромные горные хребты и великолепные природные пейзажи, что также придает тибетскому народу широту мышления. Поэтому ему нравятся названия, означающие небо, солнце и горы. Например, в имени Намри Сонгцен (南日松赞), «Нам» означает «небо», а «Сон» - «гора». Кроме того, тибетский народ находится под глубоким влиянием буддийской культуры, поэтому их имена имеют сильный буддийский колорит, например, Байма Чжакси (白玛扎西) (цветок лотоса, благоприятный), Сангай Гьяцо (桑吉嘉措) (море Будды), Шакья Кхьенце (释迦坚参) (каменный столб с именем Будды) и Кьябдже Дордже (降秋多吉) (бодхисаттва, ваджра). Желание света и стремление к счастью также являются важными смыслами в именовании тибетских соотечественников. Например, Кайрен Ньима (才仁尼玛) (долголетие, солнце), Келсанг Дава (格桑达娃) (удача, луна), Чжакси Норбу (扎西诺布) (удача, сокровище) и т.д.. После реформы крепостного права в Тибете в 1959 году миллионы крепостных были перевербованы и освобождены, появились новые имена, соответ-

ствующие времени, такие как Саджи(萨吉) (революция), Цзиньчжу(金珠) (освобождение), Дарма(达玛) (красный флаг) и т.д. [2].

С древних времен монголы жили охотой и животноводством. Выносливость, ловкость, смекалка и мужество животных производили на них глубокое и прекрасное впечатление, поэтому монголы часто используют названия животных для именования. Например, предки Чингисхана(成吉思汗) были потомками Бо Эр Те Чи На(孛儿帖赤那)(бледный волк) и Ай Хо Ма Лань Лэ(豁埃马兰勒)(белый тигр), которые родились по приказу Неба. Монгольские мужчины восхищались храбростью и часто получали имена в честь тигров. Существует не только Ба Эр Сы(巴尔思) (тигр), но и Харар Ба Эр Сы(哈刺巴尔思)(черный тигр), Прар Ба Эр Сы(普刺巴尔思)(желтый тигр), Эбай Ба Эр Сы(тигр-самец) и Мао Ба Эр Сы(злбный тигр). Бык также занимает важное место в сердцах монголов, поэтому на лугах есть много людей, известных под именем Бухуа(不花) (бык), включая Тимур Бухуа(帖木儿不花) (железный бык), Ань нань Бухуа(按难不花) (золотой бык), Ко Ко Бухуа(阔阔不花)(зеленый бык) и Цахан Бухуа(察罕不花) (белый бык). Кроме того, распространены такие имена, как Аслан(阿思兰) (лев), Толи(脱里) (орел), Нахай(那海) (собака) и Ан Цзи Эр(昂吉尔) (желтая утка). [3]

Национальность Дай живут на теплом, влажном юге и поэтому предпочитают разнообразную флору, фауну и украшения, а также обычно называют своих детей в честь таких предметов. Например, Юй Чжан(玉沾) (девушка, похожая на цветок лавра), Юй бо(玉波) (девушка, подобная цветку лотоса), Нань Юн(喃永) (принцесса, благородная, как павлин), Янь Шэ(岩奢)(мальчик, храбрый, как тигр), Янь Сян(岩相) (мужчина, чистый, как белый нефрит), Янь Цзяо(岩叫)(мужчина, прозрачный, как стекло) и др.

Национальность Мяо проводят церемонию, когда их дети готовы есть мяса, и дают им имена. Как правило, мальчиков называют дед или отец, в основном именами животных или богатства, например, Се(写) (серебро), Цай(才) (богатство), Гао(高) (голубь), Жун(容) (дракон), Нэнь(能) (змея) и т.д. Девочек называют обычно бабушки или матери, в основном именами растений, например, бэнь(本) (цветок),

Е(叶) (корзина), Во(窝) (овощ), Нао (конопля), Нюе(虐) (водное растение) и т.д.

Именования национальности казахстана очень широки, горы и реки, имена предков, религиозные имена, физические характеристики, пожелания родителей, могут быть использованы в качестве основы для именования. Например, Алтай (阿尔泰)(название горы), Ожерибек(奥热里别克) (название местности), Крыхан(克烈汗) (имя вождя племени), Сы И Эр(斯伊尔) (корова), Туе(吐耶)(верблюды), Куй(库依) (овца), Айгули(阿依古丽) (цветок луны), Жумабек(朱马别克) (пятница), Бахати(巴哈提) (счастье), Достык(多斯特克) (дружба) и т.д.

Имена лаху очень характерны. Имена людей состоят из двух китайских иероглифов, первый из которых обозначает пол, а второй - имя собственное. Например, Чжа Фа(扎发), Чжа Му(扎努) и Чжа Ла(扎拉) - все мужские имена, причем Чжа указывает на мужской род, а На Фа(娜发), На Ну(娜努) и На Ла(娜拉) - все женские имена, причем На указывает на женский род. Второе имя может быть основано на календарное животное года рождения, например, Фа - мышь, Ну - корова, Ла - тигр, или на времени суток, например, Ла- тигр. Ти(体)- день, До(多) - восход солнца, Хай(海) - полдень, Кэ(克) - ночь; и Он также может быть основан на внешнем виде, например, По(婆) - толстый, Гай(盖) - худой, Дай(岱) - пухлый; основан на деревьях и цветах, например, Ни(尼) для цветения вишни и т.д. [1].

У Сибо принято давать имя ребенку на третий день после рождения. Имя может быть основано на определенном событии, например, собака вошла в дверь в момент рождения, поэтому его называют собачий ребенок(狗娃子); это может быть возраст бабушки, бабушки или родителей, например, в год рождения, когда дедушке было 80 лет, поэтому его называют «восемьдесят детей(八十子); это может быть вес при рождении, например, Пять граммов(五斤子), Семь с половиной (七斤半). Это также может быть место рождения, например, Шуан Цяо Цзы(双桥子) или Озеро Юэ Я(月牙湖) [4].

В ходе длительных экономических и культурных обменов имена некоторых этнических меньшинств постепенно стали идентичны

именам ханьцев, но имена большинства этнических меньшинств все еще сохраняют свои отличительные цвета, и мы можем получить

представление об уникальной этнической культуре и истории этнических меньшинств на основе их имен.

Библиографический список

1. 范玉梅《中国少数民族风情录》，四川民族出版社，1987.
2. 张联芳《中国人的姓名》，中国社会科学出版社，1992.
3. 蔡志纯，《蒙古族文化》，中国社会科学出版社，1993.
4. 何晓明《中国姓名史》，武汉大学出版社，2015.

PERSONAL NAMES OF ETHNIC MINORITIES IN CHINA

Dmitrieva L.M.,

Doctor of Philology, Professor

Zhao Chenxi

Postgraduate student of RCT

Abstract: In this paper, we focus on the characteristics of Chinese ethnic minority personal names and the various factors that influence their composition. Listing the unique ways in which different ethnic groups form their names will help us understand the unique history, culture and humanism of China's ethnic minorities.

Keywords: ethnic minorities in China, personal names, naming motif, different forms.

Ли Чжэнян

Личные имена русских сказок в языковом сознании китайской молодежи

Аннотация: Сказки никогда не стареют, их слушали в старину, их слушаем сейчас, их будут слушать и в будущем. Личные имена в сказках отражают историю, культуру, образ жизни, воображение и творчество. Изучение имен может позволить нам расширить наше понимание истории и культуры любой страны. В этой статье мы рассмотрим, имеют ли китайские молодые люди глубокое представление о личных именах в русских сказках и как они будут их выражать.

Ключевые слова: Личное имя, русские сказки, языковое сознание.

中国青年语言意识中的俄罗斯童话人名

李政洋

科学导师: 德米特里耶娃 丽姬娅 米哈伊洛夫娜 语文学博士, 教授

摘要: 童话故事永远不会过时, 我们在过去听它们, 现在听, 将来也会听。童话故事中的个人名字包含了历史, 文化, 想象力和创造力等因素。研究名字可以帮助我们对于一个国家的历史和文化的理解。在这篇文章中我们将探讨中国年轻人是否对俄罗斯童话故事中的个人名字有深刻的理解, 以及他们会如何去表达。
关键词: 个人姓名, 俄罗斯童话故事, 语言意识。

Ли Чжэнян
аспирант кафедры русского
языка как иностранного
Алтайский государственный
университет

Научный руководитель: Дми-
триева Лидия Михайловна, д-р
филол. н., профессор

Языковое сознание особенности культуры и общественной жизни данного человеческого коллектива, определявшие его психическое своеобразие и отразившиеся в специфических чертах данного языка. Понятие языкового сознания в современной лингвистике и психолингвистике остается до сих пор нечетким. Оно сближается с такими понятиями, как образ мира, концептуальная картина мира, языковая картина мира, когниция, ментальность, стратегия и тактика речевого поведения, языковое чутье, языковая компетентность и др. В любом случае, языковое сознание реализуется в языковом поведении, которое определяется коммуникативной ситуацией, его языковым и культурным статусом, социальной принадлежностью, полом, возрастом, психологическим типом, а также рядом переменных параметров личности. В языковом сознании существует не объективный мир, а мир субъективный, преломленный сквозь призму общественных языковых значений, понятий. Языковое сознание – это совокупность знаний, представлений, суждений о языке (его структурных элементах, их функциональных особенностях, закономерностях и правилах организации высказываний) [3, с. 281].

Наука, изучающая имена собственные, называется ономастикой, а имена людей изучает антропонимика, что в переводе на русский язык означает «наука об именах» [4]. Русских имен есть три основных источника: один – это традиционные славянские имена, значение которых в основном описывает внешний вид людей; другой – имена, принесенные введением христианства, составляющие основную часть. Христианские имена – это в основном имена святых, большин-

ство из которых происходят из греческого, латинского и древнееврейского языков. В то время родился ребенок, который был отправлен в церковь для крещения, и крестный отец дал ему имя по церковному календарю. В-третьих, после Октябрьской революции, поскольку родители имели право давать детям имена, было создано несколько новых имен. В России в начале 20-х годов 20-го века начали появляться новые, не только церковно-славянские, имена. В этот период мода на имена развивалась в нескольких направлениях [5]. Есть много факторов, которые влияют на выбор людьми имен. Включение имен героев в сказки также влияет на выбор людьми имен.

С детства нас окружают сказки. Русские сказки отличаются добротой, поучительностью, счастливыми концами, а имена героев русских народных сказок окутаны светлыми качествами, которые только можно придумать, это такие как храбрость, доброта, находчивость, искренность, добросердечность. За каждым сказочным именем встаёт образ, характер, судьба[1]. Есть несколько популярных имен, которые часто появляются. Они являются: Иван царевич, Иван-дурак, Марья – Моревна, Алёнушка, Василиса, Настенька

[2]. Но в сказках действуют не только положительные герои, но и нечистая сила: Баба Яга, Кикимора и так далее [6].

Так понимают ли китайские молодые люди русские сказки? Понимают ли они значение имен в сказках? По их мнению, какими характеристиками должны обладать эти названия? Поэтому я провела анкетирование.

Что касается результатов опроса, я думаю, что результаты не идеальны. Ответы многих студентов кажутся мне не имеющими отношения к вопросам анкеты, и даже некоторые ответы повторяются. Есть также некоторые студенты, которые не могут полностью написать полное название сказки и могут написать только главного героя или изображение в впечатлении. Но их ответы отражают их мысли и мнения, именно поэтому важно проводить анкетирование.

В анкетировании приняли участие в общей сложности 55 китайских студентов, изучающих русский язык. Среди них 19 человек были в возрастной группе 16-20 лет, а 36 человек - в возрастной группе 20-30 лет. 40 человек ответили на вопросы. 15 человек не читали русских сказок. Я обобщил результаты опроса, и результаты выглядят следующим образом (табл. 1).

Таблица 1

Результаты опроса

Сказки появляются все чаще	«Маша и медведь» (15) «Морозко» (13) «царевна - лягушка» (10) «Иван Царевич и серый волк» (9) «Морской царь и Василиса Премудрая» (8) «Дурак Иван» (6) «Сестрица Алёнушка и братец Иванушка» (4) «Сивка-Бурка» (3) «Три богатыря» (2)
Имена и персонажи людей, которые появляются чаще	Иван-царевич Иван-дурак Алёнушка Маша принцесса-лягушка Василиса Баба Яга Снегурочка

Сказки появляются реже	«Колобок» (2) «лисы и краны» (2) «рыбаке и рыбке»(2) «Данила- мастер» (1) «Волк и семеро козлят» (1) «Карлик Нос» (1) «Кикимора» (1) «фермер и змея» (1)
------------------------	---

По результатам опроса, китайские студенты очень мало знают о русских сказках, а ответы на вопросы сильно повторяются. И под влиянием известных русских мультфильмов ответ многих людей на “любимые сказки” - «Маша и медведь», за которым следует «Морозко». Насколько я знаю, «Маша и медведь» - это видео-учебный материал, который обязательно посмотрит каждый китайский студент, изучающий русский язык. И самое популярное имя в сказках, по мнению опрошенных – Иван, Машенька, Аленушка, Василиса. Есть также несколько сказок о животных, например: «лисы и краны», «Сказка о рыбаке и рыбке», а другие появляются очень мало.

Во-вторых, в этом опросе были две возрастные группы 16-20 и 20-30 лет. Согласно результатам опроса, участники в возрастной группе 16-20 лет составили большинство из тех, кто ответил “не знаю”. Есть также небольшое количество людей, которые предпочитают отвечать на китайском языке, что отличается от участников в возрастной группе 20-30 лет. Участники в возрастной группе 20-30 лет сначала все выбрали русский язык для ответа, и большинство из них ответили на вопросы полностью и правильно. Но был один участник, который был очень интересным. То, что он знал, было сказкой о “Баба Яга”, но он заполнил “Baba Yaga». Он был единственным участником, который отвечал как на русском, так и на английском языках.

Что касается языкового выражения, то сюжет сказок повлиял на основные взгляды большинства студентов на имена персонажей. Есть поговорка, что “на тысячу читателей будет тысяча гамлетов”, что означает: у всех раз-

ные интерпретации, толкования и мнения об этом произведении, поэтому у каждого есть свое мнение. Но независимо от того, какая возрастная группа, независимо от того, на каком языке, обычно они выбирают несколько коротких прилагательных, чтобы суммировать значение имени персонажа. Несколько человек сначала опишут сюжет рассказа, а затем подведут итоги и выскажут свое собственное мнение, основанное на сюжете. Но они не знают происхождения, истории и т.д. этого названия. Значение имени человека полностью зависит от того, какую историю они прочитали. И некоторые люди прямо скажут, что они не знают.

Поэтому языковые выражения китайской молодежи характеризуются “обобщенностью” и “краткостью”.

Заключение

Имена персонажей в сказках не случайны. Они подчинены теме и мысли, которые проясняют смысл названия всей сказки, влияют на характер и судьбу персонажей и играют важную роль в структуре текста. В языковом выражении китайских студентов нетрудно обнаружить, что их понимание личных имен в русских сказках остается только в сказках. Большинство людей не проводят углубленного анализа. И метод языкового выражения обычно является кратким.

Китайские молодые люди иногда называют себя тем же именем, что и главный герой сказки. Это представляет собой своего рода доброе пожелание, в надежде, что они могут обладать теми же хорошими качествами, что и главные герои сказок.

АНКЕТА ПО ЛИЧНЫМ ИМЕНАМ В РУССКИХ СКАЗКАХ

Приглашаем принять участие в опросе

1. Ваш возраст?
А. От 16 до 20 лет
Б. От 20 до 30 лет
2. Вы знаете русские сказки?
А. Знаю
Б. Знаю немного
В. Не знаю
3. Вы читали русские сказки? (включаются и на русском языке, и на китайском языке)
4. Если вы читали, какая сказка вам нравится больше всего? (напишите названия)
5. Какие личные имена в сказках вы знаете? (напишите эти личные имена и значение)
6. Какая внешность и какой характер у героев сказок с этими именами в вашем языковом сознании? (напишите имена людей в русских сказках и напишите, по вашему мнению, как они выглядят и их характеры.)

Библиографический список

1. Афанасьев А.Н. Народные русские сказки. М.: Наука, 1984-1985.
2. Аникин В.П. Русская народная сказка: Монография. – М.: Правда, 2010.
3. Леонтьев А.Н. Деятельность. Сознание. Личность. – М., 1975.
4. Имена собственные на стыке языков и культур / Д.И. Ермолович. – М.: Р.Валент, 2001.
5. Как нас зовут: барнаульцы и их имена / Л.М. Дмитриева, К.В. Фаткина. – Барнаул: изд-во Алтайского гос. ун-та, 2014.
6. Русские народные сказки. – М.: АСТ: Астрель, 2007.
7. Русские народные сказки-читать онлайн <https://nukadeti.ru/>
8. Женские образы в волшебной сказке <https://revolution.allbest.ru/>

Personal names of Russian fairy tales in the linguistic consciousness of Chinese youth

Scientific supervisor: Doctor of Philology, Professor, head. By the Department of RKI Dmitrieva L.M. Li Zhenyan, Barnaul (Russia)

Abstract: Fairy tales never get old, they were listened to in the old days, we listen to them now, they will be listened to in the future. Personal names in fairy tales reflect history, culture, lifestyle, imagination and creativity. Studying names can allow us to expand our understanding of the history and culture of any country. In this article we will look at whether Chinese young people have a deep understanding of personal names in Russian fairy tales and how they will express them.

Key words: Personal name, Russian fairy tales, language consciousness.

Раздел 3

**КРОСС-КУЛЬТУРНАЯ
СЕМАНТИКА
И СЕМАНТИЗАЦИИ
КОММУНИКАТИВНЫХ
ПРОЦЕССОВ**

Section 3

**CROSS-CULTURAL SEMANTICS
AND SEMANTICIZATIONS OF
COMMUNICATIVE PROCESSES**

Хуэй Хуэй, Н.В. Халина

Семантика значений растений в русской и китайской культуре

Аннотация: Каждое растение, как живое существо в природе, имеет свое особое значение. Из-за различий в национальной культуре одно и то же растение может вызывать разные представления у разных национальностей. Однако в силу общности человеческой культуры и взаимного проникновения и сближения разных культур сходством является и символическое значение растений. Понимание и овладение культурной коннотацией растений в русском и китайском языках могут принести нам большую пользу в языковом общении и обучении. В статье анализируются и сравниваются семантические значения растений в русской и китайской культуре.

Ключевые слова: растения, культурная коннотация, сравнение.

俄汉语植物词文化内涵差异对比研究

惠慧

哈莉娜 娜塔莉亚瓦西里耶夫娜

摘要: 作为自然界的一种生物, 每个植物词也都有自己特定的价值, 同一种植物在不同民族头脑中可能引起不同的联想, 这是民族文化差异使然。但植物词的象征意义也有相类似的情况, 这是人类文化共性和不同文化互相渗透、趋同的结果。了解掌握俄汉语植物词的文化内涵, 能使我们在语言的交流与学习中受益匪浅。本文主要对一些俄汉语常用植物词的文化内涵进行比较。

关键词: 植物名词; 文化内涵; 差异对比

Хуэй Хуэй
аспирант кафедры медиакомму-
никаций, технологий рекламы и
связей с общественностью
Алтайский государственный
университет
старший преподаватель русско-
го языка,
Хайнаньский профессиональ-
ный институт иностранных
языков

Наталья Васильевна Халина
д-р филол. наук, профессор
кафедры медиакоммуникаций,
технологий рекламы и связей с
общественностью
Алтайский государственный
университет

Язык является носителем культуры, передаёт бесконечные культурные коннотации. В долгой истории культурного развития человечества растения являются не только естественным существованием, но и культурным символом. Они могут отражать историю и культуру, национальные обычаи, географическую среду и национальную психологию страны. Из-за различий в религиозных верованиях, культурном происхождении, географическом положении, природной среде и климатических условиях между Россией и Китаем существует большие различия в культурных коннотациях, производимых растениями в русском и китайском языках.

1. Берёза

Берёза – самое любимое дерево русского народа. Она неотделима от истории, культуры и быта русского народа. Русский народ с самого своего рождения находится в необыкновенных отношениях с ним, поэтому она известна как «самое русское дерево». В сердцах китайцев берёза – это просто обычное северное дерево.

Берёза – распространённый образ в русских народных произведениях, имеет много культурных значений. Она может быть метафорой чистоты и стройности юных девушек, часто сравнивается с матерями, женами и сестрами для выражения внутренних чувств, а также относится к прекрасной любви.

Пример: Вчера была червонная калина, А теперь стала белая берёза. (У Гоуха, «Русский язык и русская культура» стр. 61).

Перевод: 昨天还是红颜少女，今天却成了亭亭玉立的少妇。

Пример: То было раннею весной, в тени берёз то было

Когда с улыбкой передо мной, ты очи опустила. (Л.К. Толстой)

Перевод: 在早春的季节，在白桦的树荫下，你站在我面前，眯眯地垂下了眼睛。

С течением времени обогащалось и символическое значение берёзы в русском языке, олицетворяющей родной город и родину, теплую семейную жизнь.

Пример: Да, можно голодать и холодать, Идти на смерть, но эти три берёзы

При никому жизни нельзя отдать. (К. Симонов, «Родина»)

Перевод: 是啊，可以挨饿受冻，可以直面死亡，但是，只要一息尚在，我们的白桦树就决不能让给别人。

В сердцах русских берёзы также являются их последним местом обитания, и берёзы всегда сажают на могилах.

Пример: У каждого в конце жизни – холмик и над ним плакучая берёза. (А. Толстой, «Хождение по мукам»)

Перевод: 我们每个人的生命尽头都是一座山丘和其上一棵哭泣的白桦树。

2. Ива и верба

Ива и берба имеет большое значение как в русской, так и в китайской культуре. Верба – это первое дерево, которое прорастает весной, и является вестником весны.

Ива – это красивое дерево, в китайской культуре ивой часто называют стройную, слабую и красивую женщину.

Пример: 宝玉早已见多了一个妹妹.待细看形容，与众各别：娴静时如姣花照水，行动处似弱柳扶风。(《红楼梦》第三回)

Перевод: Тихо, словно нежный цветок, глядящийся в зеркало вод.

Гибка, словно тонкая ива, пригнутая ветром к земле. («Сон в красном тереме», перевод В.А. Панасюк)

Пример: – Как же её узнать, мама? Ведь Люся была вот такая.

– Верба идёт, верба растёт. (А. Первенцев, «Честь смолоду») [1]

Перевод: — 哪儿能认出她呢，妈妈？那个时候柳霞是那个样子的。

—— 女大十八变嘛！

В русском языке верба – это волшебное дерево с какой-то божественной силой и религиозной окраской. Говорят, что когда Господь вошел в священный город Иерусалим, люди приветствовали Его пальмовыми ветвями, но поскольку в России нет пальм, вместо них используются ветки вербы. «Вербное воскресенье» — символ воскресенья перед Пасхой.[2]

Пример: Прошла 'верба'. Вороха роз пасхальных, на иконы и куличи, лежат под бумагой в зале. («Детская классика» стр.444 пасха)

Перевод:复活节的周日（即柳树复活节）过去了，一堆堆的复活节玫瑰，和向圣像供的复活节面包，都被放在大厅里的纸下面。

В русском и китайском языках сходное значение имеет ива, означающая печаль. В русском языке грустный, плакучий часто используются для описания вербы.

Пример: Под большими плакучими ивами, успокоился бедный стрелок. (Некрасов)

Перевод: 在几棵高大忧伤的垂柳下，长眠着一位不幸的射手。

В китайской культуре в древне люди часто посылали ветку ивы родственникам, собиравшимся в далекое путешествие, потому что произношение «ива» по-китайски означает «оставаться», а сломать иву на прощание означает благословение родственникам.[3]

Пример: 渭城朝雨浥轻尘，客舍青青柳色新。(王维《送远二十使安西》)

Перевод: Утренним дождём в Вэйчэне чуть пыльца увлажнена,

Зелены у дома тени, свежесть ив обновлена. («Три танских поэта»)

3. Рябина

Рябина имеет очень важное национальное эмоциональное значение в России, как и берёза. Это также «национальное дерево» России. Её глубоко любят русские. В Китае рябина – это просто очень распространенное растение, не имеющее особого культурного значения.

Рябина – красивое дерево, её можно увидеть повсюду в России, выражая любовь людей к Родине и родному городу, поэтому она имеет значение родного города и родины в произведениях многих поэтов и писателей.

Пример: Чем старше становлюсь, тем ближе и родней рябиновая Русь...Рябиная Русь, что с давних лет моя. («Рябиная Русь»)

Перевод: 年纪愈大，我就愈感到花椒罗斯

亲切…花椒罗斯，这是我的家乡。

Пример: Иные нужны мне картины
Люблю песчатый косогор,
Перед избушкой две рубяны,
Калина, сломанный забор. (Евгений Онегин)

Перевод: 我渴望看到另一番景象：我喜欢沙丘，小屋前的两棵花椒树，小门和破残的篱笆。

Рябина имеет ярко-красные цветы и плоды, а яркие цвета символизируют красивых девушек и прекрасную любовь. Она описана и воспет во многих русских народных песнях и стихах. Но в китайском языке она какого значения не имеет.

Пример: Что ты стоишь, качаясь, тонкая рябина, головой склоняясь

До самого тына...

Как бы мне, рябине, к дубу перебраться. Я б тогда не стала гнуться и качаться. («Рябина»)

Перевод: 婀娜的花椒树，你为何低垂头？…

花椒树道：我真想走到橡树跟前。到那时，我就不会低头和摇晃…

Осенью рябина покрывается красными плодами, но плоды её горькие, поэтому рябина с плодами имеет значение печали.

Пример: Ой, рябина кудрявая, ... Ой, рябина, рябинушка, что взгрустнула ты!

Перевод: 啊，茂密的花椒树，啊，可爱的花椒树，你为何如此忧伤？

4. Вишня

Вишня – очень популярное растение с красивыми цветами и сладкими плодами. В сердцах русских и китайцев они оба являются символами красоты.

В русском и китайском языках есть примеры использования вишни в качестве метафоры, но в разных ситуациях. Россия богата сортами темно-красной и черной вишни, поэтому вишню часто используют для описания красоты глаз.

Пример: Черные, как вишни, глаза смотрят дружелюбно. (Костырев)

Перевод: 一双樱桃般黑亮的眼睛闪着友善的光。

И в русском языке часто можно услышать, что девочки сравниваются с вишенкой.

Пример: Настя росла крепонькой, смуглой, как вишенка! (Л. Леонов)

Перевод: 娜斯佳长得很结实，黑黑的，宛如一棵小樱桃树。

В китайском языке люди часто используют вишню для описания маленького рта или губ девушки.[4]

Пример: 樱桃小口一点点。（李后主词）

Перевод: Маленький и милый рот, как красная вишня.

5. Камелия

Значение камелии в русской и китайской культуре очень разное. Значение камелии на Западе происходит от французского писателя Дюма-сын «дама с камелиями», которое используется для обозначения романтической женщины, дамы полусвета.

Пример: Ведь как не рядись, не оденьтесь лучше камелий и богаче французских актрис. (Н.А. Некрасов, «Балет»)

Перевод: 不管你打扮得多么华丽，你的衣衫不会比交际花们更漂亮，也不会比法国女演员更富有。

В китайском языке ярко-красная камелия всегда ассоциируется с кровью павших героев, и камелия символизирует павших героев или хорошую жизнь, которую они променяли на свою кровь.[5] А белая камелия всегда ассоциируется с чистотой и красотой девушки.

Пример:那一天你穿着洁白的婚纱，如一朵美丽的山茶花。（《心中的茶花花》陈星）

Перевод: В тот день ты одета белое-чистое платье, была такая красивая, как белая камелия.

Из вышеизложенного видно, что одно и то же растение в русском и китайском языках имеет разные культурные характеристики. Для того, чтобы реализовать идеальное воплощение и применение культурных характеристик растений в двух языках, в процессе их использования необходимо учитывать национальные культурные различия двух стран.

Библиографический список

1. Бредихина В. Русская детская классика. Москва: Астрель АСТ, 2004.
2. Цянь Чжуншу, «Осаждённая крепость» / перевод В.Сорокина. Москва: Художественная литература, 1989.
3. 邱玉华 《文化角度处理隐喻翻译的技巧》 重庆文理学院学报 2006年3月第2期.
4. 史慧, 宋冰, 隐喻翻译方法探析, 青年文学家, 2009年第10期.
5. 赵淑蓉, 论隐喻翻译中文化特色的保留, 山西大学, 硕士论文, 2007年.

SEMANTICS OF PLANT MEANINGS IN RUSSIAN AND CHINESE CULTURE

Hui Hui

N.V. Khalina

Abstract: Each plant, as a living being in nature, has its own special meaning. Due to differences in national culture, the same plant can cause different ideas among different nationalities. However, due to the commonality of human culture and the mutual penetration and convergence of different cultures, the symbolic meaning of plants is also similar. Understanding and mastering the cultural connotation of plants in Russian and Chinese can be of great benefit to us in language communication and learning. The article analyzes and compares the semantic meanings of plants in Russian and Chinese culture.

Keywords: plants, cultural connotation, comparison.

Л. М. Дмитриева, Чжоу Аньна

Русская еда в сознании китайской молодежи (по материалам анкетирования)

Аннотация: Культура еды занимает значительную роль в народной культуре. В Китае есть такая поговорка – народ считает еду своим небом. Еда является самой главной потребностью в существовании и развитии человечества. Под влиянием особенных природных условий, истории, традиции и обычая, религии и других формируется русская оригинальная культура еды. Изучение вопросов «Что русские люди едят?» «Как русские люди едят?» помогает нам не только узнать русскую культуру, но и характер русского народа.

Ключевые слова: русская еда, характер народа, китайская молодежь.

Дмитриева Л. М.
доктор фил. Наук, профессор,
зав. Кафедрой РКИ, ИГН
Алтайский государственный
университет

Чжоу Аньна
Аспирант каф. РКИ, ИГН
Алтайский государственный
университет

1. Самое представительное блюдо в сознании китайской молодежи.

Россия - самая большая по территории страна в мире, охватывающая Евразийский континент, в которой эклектично сочетаются восточная и западная культуры. Поскольку большинство ее жителей проживает в европейской части страны, на культуру питания большее влияние оказал европейский континент (3). Уникальная географическая и человеческая среда и уникальный исторический процесс развития создали самобытную русскую культуру питания, которая за тысячелетия превратилась в одно из мировых кулинарных чудес. Русская еда стала всемирно известной, и в Китае. В многих больших городах Китая есть русские рестораны. Китайские люди также могут купить русские еды в интернет-магазинах.

Какое блюдо является самым представительным России? В анкетировании по этому вопросу участвовали 100 китайских студентов, в результате показываются следующие цифры.

Таблица 1

Предпочитаемые китайской молодежью российские блюда

Название русской еды	Процент %
борщ	51
хлеб	17
блин	13
шашлык	6
водка	5
икра	3
кислый огурец	2
колбаса	2
шоколад	1

В первую тройку входят борщ, хлеб, блин. Они знают о русской еде из своих знаний, полученные в книгах, интернетах или от своих русских знакомых или преподавателей.

1.1. Борщ

Борщ - традиционное блюдо русской кухни, также распространен в странах восточной и центральной Европы. Борщ - это многокомпонентный суп, главный компонент - свекла, она придает борщу красный цвет, аромат и вкус. Борщ готовят практически в каждой русской семье. Он по праву занимает одно из главных мест в русской кухне.

В Китае в любом русском ресторане обязательно продается борщ. Он как символ русской еды. Эта анкета тоже доказывает главную позицию борща в сознании Китайской молодежи. Борщ покоряет китайских гурманов своим красивым цветом, восхитительным вкусом и экзотическим ароматом.

1.2. Хлеб

Хлеб - традиционная еда русских. В Древней Руси нарезкой хлеба должен был заниматься самый уважаемый член семьи. Можно сказать, что в русском сознании хлеб был не просто обычным видом пищи, а синонимом еды и даже нравственной нормой, символом трудолюбия и процветания русского народа (2). Веками люди слагали пословицы и поговорки про хлеб, например, «Хлеб – всему голова» «Хлеб на стол, так и стол престол; а хлеба ни куска – и стол доска» «За хлебом все добро» «Без соли не вкусно, а без хлеба не сытно»... в них скрыты благодарность, уважение и любовь русского народа к хлебу.

Русский хлеб легко ассоциируется с трудолюбием, храбростью и гостеприимством русского народа.

1.3. Блин

Блины также являются одним из самых древних блюд в русской кухне, они были распространены в качестве праздничной пищи еще в политеистический период до IX века, и являются традиционным блюдом даже старше хлеба. Блин готовится путем смешивания муки, молока, яиц и масла с сахаром, солью и дрожжами, чтобы получилось негустое тесто. Первый блин часто не прожаривается должным образом и становится комком, отсюда и фраза «первый блин - комком», которая опи-

сывает трудности начала работы (1). Русские любят блины как традиционное блюдо. Блины часто едят со сметаной, маслом, вареньем и т.д., или в них можно заворачивать блины с мясом, икрами, капустой, грибами и т.д. Такие блины похожи на блины на севере Китая.

Форма блина круглая, он символизирует солнца, олицетворяет надежду на лучшую жизнь. В романе «Юнкера» А.И.Куприна есть такой абзац: «Блин кругл, как настоящее щедрое солнце. Блин красен и горяч, как горячее всепрогревающее солнце, блин полит растительным маслом - это воспоминание о жертвах, приносимых могущественным каменным идолам. Блин - символ красных дней, хороших урожаев, ладных браков и здоровых детей»

Когда-то блины были повседневной едой, а также необходимым атрибутом свадеб, рождений и похорон. Сегодня блин - одно из самых популярных блюд в русской кухне, можно даже сказать, что это универсальное блюдо. Он представляет собой источник жизни.

2. Ассоциация к русской еде в сознании китайской молодежи.

С чем вы ассоциируете русскую еду? В анкетирование по этому вопросу участвовали 100 китайских студентов, в результате показываются следующие цифры (табл. 2).

Первое место занимает «Характер русского народа»

В Китае такая пословица «Какие вода и земля, таких и людей они родят», это значит, во первых, что характер человека зависит от места, в котором он родился и вырос. Во вторых, «вода и земля» как еда. То, что едят люди, оказывает влияние на его характер. В Китае на севере люди едят мучные продукты, а на юге рис. Характер северных людей открытый, прямой, непреклонный, смелый. По этой причине большинство опрошенных студентов так определяет характер русского народа.

Еда – это первое, от чего зависит выживание человека. Она определяется географией (включая климат), историей (включая внешние отношения), экономикой, технологией, ритуалом и обычаям народа. Различные народные еды отражают различные национальные культуры. В процессе изучения иностранного языка полезно знать культуру питания того или иного народа, чтобы облегчить меж-

Таблица 2

Культурные признаки и артефакты российской культуры, с которыми ассоциируется русская еда

Ассоциация	Комментарии
Характер русского народа (40%)	непреклонный Энтузиастический Авантюристический Смелый Трудолюбивый открытый
Русский город	Москва, Сочи, Петербург
Китайский город	Харбин
Русский писатель	Пушкин, Тургенев, Достоевский, Толстой, Анна Матвеевна
Русские произведения	«Если жизнь тебя обманет» Письмо жене от Пушкина. «колобок» «Преступление и наказание»
Русский праздник	Масленица
СССР	
Времена России	

культурную коммуникацию. Это имеет огромное значение для содействия дальнейшему

культурному обмену и сотрудничеству между странами и народами.

Библиографический список

1. 《当代俄罗斯语言与文化研究》, 李向东、杨秀杰、陈戈, 北京大学出版社, 2015.
2. 《俄语表食物词中浓缩的俄罗斯文化管窥》, 王知孜, 《琼州学院学报》, 2013 (4), 92-96.
3. 《俄罗斯文化研究在对外俄语教学中的作用》, 栾著、周少康, 《教育教学论坛》, 2019 (04), 178-179.

RUSSIAN FOOD IN THE MINDS OF CHINESE YOUTH

(based on the survey materials)

Dmitrieva. L. M.

Zhou Anna

Annotation: Food culture plays an important role in national culture. In China, there is a proverb that food is the order of the day for the people. Food is the most basic need for human survival and development. The unique Russian food culture has been formed under the influence of special natural conditions, history, traditions and customs, religion, etc. «What do Russians eat?» «How do Russians eat?» The questions which help us to understand not only Russian culture but also the character of the Russian people.

Key words: Russian food, national character, Chinese youth.

О.А. Ельченинова

Кросс-культурные коммуникации Большого Алтая с ретроспективных позиций

Аннотация: В статье рассматриваются кросс-культурные коммуникации, которые принято толковать как общение и взаимодействие людей. Как правило, кросс-культурные коммуникации рассматриваются в бизнес-контексте. В таком трансграничном и транснациональном регионе как Большой Алтай перспектива изучения кросс-культурных коммуникаций имеет большое значение и играет важную роль для продуктивного взаимодействия всех народов Большого Алтая. Рассмотрение развития территории Большого Алтая на протяжении длительного периода позволяет говорить о его значительном потенциале и о том, что этот потенциал до настоящего времени используется далеко не в полной степени.

Ключевые слова: кросс-культурные коммуникации, Большой Алтай, ретроспективные позиции, Cross Culture.

题目：《回顾性立场的大阿尔泰地区跨文化交流》

埃尔切尼诺娃 奥尔加 亚历山德罗芙娜

科学导师：哈莉娜 娜塔莉亚 瓦西里耶夫娜，语文学博士，教授

跨文化交流通常被理解为人们的交流和互动—不同文化的代表。《跨文化》一词是由英文单词Cross Culture直接翻译而来，可以翻译为《文化的交集》。

通常，跨文化交流是在商业环境中考虑的。研究跨文化传播的趋势是在跨国公司的需求压力下形成的，其中跨文化传播是商业的基础。

大阿尔泰的空间包括几个多民族和多宗教国家的领土：俄罗斯、蒙古、哈萨克斯坦、中国、吉尔吉斯斯坦、塔吉克斯坦、乌兹别克斯坦。大阿尔泰地区在现代地缘政治空间中没有明确的领土界限，其百年历史、文化根源、传统决定了突厥-蒙古世界存在和发展的特征。在大阿尔泰这样一个跨界、跨国的地区，研究跨文化交流的前景非常重要，对大阿尔泰各族人民的生产性互动具有重要作用。

考虑到大阿尔泰地区的长期发展，我们可以说其巨大的潜力，而这种潜力远未得到充分利用。正是大阿尔泰地区尚未实现的潜力，使得研究该地区国家和人民之间的跨文化交流并在大阿尔泰地区建立特殊的公关传播模式具有重要意义。

大阿尔泰是一个充满希望的跨境地区，为跨文化交流的实施、加强和研究提供了巨大的机会。历史回顾将允许识别过去互动经验的错误，并避免在现阶段的交流中重复。

关键词：跨文化交流，大阿尔泰，回顾性立场，跨文化。

Ельченинова Ольга Александровна
магистрант кафедры медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Научный руководитель:
Халина Наталья Васильевна,
доктор филологических наук,
профессор

Кросс-культурные коммуникации принято понимать как общение и взаимодействие людей – представителей различных культур. Термин «кросс-культура» – прямой перевод с английского слова термина Cross Culture, что можно перевести как «пересечение культур». Тенденция изучения кросс-культурных коммуникаций была сформирована под давлением запросов транснациональных корпораций, где кросс-культурные коммуникации являются основой бизнеса [1].

Пространство Большого Алтая включает в себя территории нескольких полиэтничных и многоконфессиональных государств: России, Монголии, Казахстана, Китая, Кыргызстана, Таджикистана, Узбекистана. Регион Большого Алтая, не имеющий четких террито-

риальных границ в современном геополитическом пространстве, связан многовековыми историческими, культурными корнями, традициями, которые обуславливают особенности существования и развития тюрко-монгольского мира. В таком трансграничном и транснациональном регионе как Большой Алтай перспектива изучения кросс-культурных коммуникаций имеет большое значение и играет важную роль для продуктивного взаимодействия всех народов Большого Алтая.

Датой начала изучения кросс-культурных коммуникаций как академической дисциплины можно считать 1954 год, когда вышла в свет книга Э. Холла и Д. Трагера «Culture as Communication» («Культура как коммуникация»), в которой авторы впервые предложили для широкого употребления термин «межкультурная коммуникация», отражавший, по их мнению, особую область человеческих отношений. Позднее основные положения и идеи межкультурной коммуникации были более обстоятельно развиты в известной работе Э. Холла «The Silent Language» («Немой язык», 1959 г.), где автор показал тесную связь между культурой и коммуникацией.

В российской науке интерес к проблематике межкультурных коммуникаций возник в 90-е гг. XX в. Инициаторами изучения межкультурной коммуникации стали преподаватели иностранных языков, которые первыми осознали, что для адекватного взаимопонимания с представителями других народов недостаточно простого овладения иностранным языком. Реальное общение с иностранцами показывает, что даже высокое знание иностранного языка, не исключает непонимания и конфликта с носителями данного языка. Очевидно, что эффективное межнациональное общение невозможно без практических навыков и всесторонних знаний о культуре другого народа в кросс-культурной коммуникации.

Для построения современной модели эффективных кросс-культурных коммуникаций чрезвычайно важно проследить развитие кросс-культурных коммуникаций Большого Алтая с точки зрения ретроспективных позиций. Трансграничный регион «Большой Алтай» – это особая территория, которая от-

личается своей специфической социально-экономической, политической и социокультурной общностью, существующей на «стыке» взаимодействующих национальных культур. Фундаментом трансграничного взаимодействия являются исторические традиции и опыт взаимодействия в прошлом. Районы, вошедшие в современный «Большой Алтай», в той или иной степени взаимодействовали с давних времен, в основном это были торговые обмены, так как их легче всего наладить между сопредельными территориями. Здесь пролегал Великий шелковый путь, где сходились караванные тропы из Северной Евразии и Индии, Китая и Европы. Страны Большого Алтая объединяют общие исторические корни, культурные и цивилизационные ценности, этническое и языковое родство, многовековые традиции добрососедства, хозяйственно-экономические связи между государствами.

В досоветский период местности, входящие в современный Большой Алтай, представляли собой территорию, экономическое развитие которой строилось прежде всего на транзитной торговле, что при отсутствии здесь более или менее солидной промышленной базы делало ее уязвимой и зависимой от внешней экономической конъюнктуры. Эта ситуация ярко проявилась в годы Первой мировой войны. Как отмечал в 1915 г. улясунтайский консул А. Вальтер, «московские фабриканты, обеспеченные невиданным до сих пор сбытом на внутреннем рынке у себя дома, не шлют в Монголию вообще, а в Улясунтае в частности своих произведений» [2].

Транзитный характер территории Алтая в экономических контактах с территориями современного Большого Алтая сохранялся и в советское время. В условиях вхождения ряда азиатских республик (Казахстана, Таджикистана, Узбекистана, Киргизии, Туркменистана, Монголии) в состав СССР начался процесс взаимного культурного влияния и выстраивания системы кросс-культурных взаимодействий в рамках общего государства.

Алтайский край в 20-40-х гг. XX в. продолжал сохранять характер транзитной территории между современным Большим Алтаем и европейской частью СССР. В годы Великой Отечественной войны на Алтай были эваку-

ированы крупные промышленные предприятия из европейской части страны, такие как Барнаульский котельный завод, Алтайский тракторный завод, (г. Рубцовск), Алтайский вагоностроительный завод (г. Новоалтайск), «Электропечь» (г. Бийск) и т. д. [2].

В результате этого на территории современного Большого Алтая сформировался развитый индустриально-аграрный комплекс, который играл существенную роль не только в экономике СССР, но и на внешних рынках. В связи со структурной перестройкой экономики края изменились формы и характер сотрудничества с Китаем, возобновился процесс кросс-культурной коммуникации.

В 80-х г.г. XX в. процессы кросс-культурных коммуникаций на территории Большого Алтая достигли наибольшего развития. Взаимный обмен культурными традициями и наличие общих экономических интересов положили начало формированию мультикультурным процессам. Благодаря прямым связям трудовых коллективов, студенческих организаций и объединений народы Большого Алтая обменивались профессиональным опытом и создавали общие культурные смыслы, концепты и традиции.

В период «перестройки» и распада СССР кросс-культурные коммуникации на территории современного Большого Алтая находись в состоянии упадка, в первую очередь это было вызвано сложной экономической ситуацией в странах бывшего СССР [3].

К началу XXI столетия было достигнуто понимание необходимости межрегионального взаимодействия, которое было поддержано китайской, монгольской и казахстанской сторонами. Летом и осенью 2000г. состоялся цикл конференций по трансграничной интеграции на Алтае, посвященных преимущественно экономическим аспектам проблемы [2].

Особое значение в этой связи имела Международная конференция в г. Белокуриха (Алтайский край) в 2002г., в которой участвовали руководители законодательных собраний Алтайского края, Республики Алтай (Россия), Ховдского и Баян-Ульгийского аймаков Монголии, ряд ответственных работников правительства Синьцзян-Уйгурского автономного района КНР и Восточно-Казахстанской обла-

сти Казахстана, а также ученые и представители общественных организаций четырех сопредельных территорий [2].

С этого события началось активное формирование системы кросс-культурных коммуникаций между странами Большого Алтая и создание концепта трансграничного региона Большой Алтай на территории нескольких полиэтничных и многоконфессиональных государств: России, Монголии, Казахстана, Китая, Кыргызстана, Таджикистана, Узбекистана.

Рассмотрение развития территории Большого Алтая на протяжении длительного периода позволяет нам говорить о его значительном потенциале и о том, что этот потенциал до настоящего времени используется далеко не в полной степени. Именно нереализованность потенциала Большого Алтая и вызывает актуальность изучения кросс-культурных коммуникаций между государствами и народами этого региона и построения особой модели PR-коммуникаций на территории Большого Алтая.

Модель PR-коммуникаций, которую мы предлагаем использовать на территории Большого Алтая, будет носить двусторонний симметричный характер. Её основная цель – заставить общественность, государства и этнические объединения перейти от монологической коммуникации к диалогической. Участники кросс-культурной коммуникации будут обмениваться идеями, опытом, культурными ценностями и вместе находить компромисс по возникающим проблемным точкам коммуникации.

В рамках данной модели будут стёрты границы между «источником» и «получателем» сообщения. Обе стороны будут находиться в равных условиях, и поочередно выполнять роль «источника» и «получателя».

Базовая модель коммуникации, на которую опирается предлагаемая нами модель PR-коммуникаций – циркулярная модель коммуникации Осгуда-Шрамма [4].

Принципы модели PR-коммуникаций для государств и народов Большого Алтая:

1. Исследование ожиданий другой стороны перед началом коммуникации. Это позволит начать коммуникацию таким образом,

чтобы заинтересовать партнёра и получить развёрнутую обратную связь.

2. Ожидание обратной связи. Диалогичность и двусторонняя симметричность модели предполагает продолжение коммуникации только после получения обратной связи и корректировки изначального сообщения исходя из ожиданий и потребностей партнёра по коммуникации.

3. Восприятие партнёра по коммуникации как дружественной стороны, а не как оппонента. Для достижения консенсуса обе стороны должны выстраивать свою PR-стратегию таким образом, чтобы исключить возможность давления и/или манипуляции.

4. Учёт культурных и религиозных традиций партнёров. Большой Алтай – это полиэтничная и многоконфессиональная терри-

тория, поэтому для успеха PR-коммуникаций важно учитывать особенность культурного кода других народов и исключить возможность иного семиотического толкования PR-сообщения.

Предлагаемая модель PR-коммуникаций будет уместна как в GR-сегменте кросс-культурных коммуникаций, так и в бизнес-сегменте, а также в процессе обмена культурным опытом.

Большой Алтай – перспективный трансграничный регион, который открывает большие возможности для реализации, укрепления и изучения кросс-культурных коммуникаций. Историческая ретроспектива позволит выявить ошибки прошлого опыта взаимодействия и избежать их повторения на современном этапе коммуникации.

Библиографический список

1. Прокопеня Г.В. Семантика понятия «Кросс-культурный подход» // Вестник Санкт-Петербургского университета. Политология. Международные отношения. 2007. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/semantika-ponyatiya-kross-kulturnyy-podhod> (дата обращения: 19.04.2022).
2. Старцев А.В. Проект «Большой Алтай»: историческая ретроспектива и современное состояние // Развитие территорий. 2016. №1 (4). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/proekt-bolshoy-altay-istoricheskaya-retrospektiva-i-sovremennoe-sostoyanie> (дата обращения: 19.04.2022).
3. Мушникова Е.А. Межкультурный диалог в регионе Большой Алтай // Grand Altai Research & Education. 2018. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mezhkulturnyy-dialog-v-regione-bolshoy-altay> (дата обращения: 19.04.2022).
4. Тухватулина Л. Р. Принципы классификации моделей коммуникации // Вестник ТГПУ. 2006. №7. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/printsiipy-klassifikatsii-modeley-kommunikatsii> (дата обращения: 19.04.2022).

CROSS-CULTURAL COMMUNICATIONS OF THE GREATER ALTAI FROM RETROSPECTIVE POSITIONS

Yelcheninova Olga Aleksadrovna

Annotation: The article discusses cross-cultural communications, which are usually interpreted as communication and interaction of people. As a rule, cross-cultural communications are considered in a business context. In such a cross-border and transnational region as the Greater Altai, the prospect of studying cross-cultural communications is of great importance and plays an important role for the productive interaction of all the peoples of the Greater Altai. Consideration of the development of the territory of the Greater Altai over a long period allows us to talk about its significant potential and that this potential is still far from being fully used.

Ван Ифань

Языковая личность Ф. М. Достоевского в работах китайских исследователей

Аннотация: Проводится обобщение научных исследований и академических материалов, представленных разными китайскими учеными, посвященные жизни и творчеству Достоевского. Анализируются особенности восприятия русского литературного гения Достоевского в научных кругах китайских исследователей в разные периоды времени. Выявляются особенности толкования языковой личности Достоевского сквозь призму его литературных произведений китайскими литераторами.

Ключевые слова: Достоевский, языковая личность, творческий облик, русские писатели, русская литературы, китайские ученые.

中国科学家研究中陀思妥耶夫斯基的语言人格
中国学者研究中的F.M. 陀思妥耶夫斯基的语言个性
王伊凡
博士研究生

摘要: 对中国不同学者针对关于陀思妥耶夫斯基生平和创作的科学研究和学术资料进行了综述。分析了不同时期中国研究者对俄国文学天才陀思妥耶夫斯基在学术界的特点。揭示了中国学者通过陀思妥耶夫斯基文学作品的解读及其语言个性的特点。

关键词: 陀思妥耶夫斯基, 语言个性, 创作面貌, 俄罗斯作家, 俄罗斯文学, 中国学者

Ван Ифань
Алтайский государственный
университет

Научный руководитель:
Халина Наталья Васильевна,
доктор филологических наук,
профессор

Федор Михайлович Достоевский является не только великим мастером литературы XIX века, но также и одним из наиболее известных русских писателей в Китае. За все время его творческого пути им было создано огромное количество литературных произведений, классических художественных образов, отличающихся высокой сложностью и большой глубиной.

Читая наследие Достоевского, складывается впечатление, что повести были написаны не одним литератором, а несколькими авторами, которых можно назвать мыслителями, рассуждающими над важными философскими темами. В его произведениях не единый объективный мир, составленный из множества характеров и судеб, разворачивающийся под управлением единого авторского сознания, а несколько разнохарактерных миров, объединяющихся в некоторое абстрактное единое сознание, события которого при этом не сливаются друг с другом и являются разностатусными.

Достоевский – писатель, знакомый многим китайским читателям. Многие его художественные сюжетные линии, созданные когда-то, без особого труда, узнаются даже самыми далекими от русского литературного творчества читателям. По многочисленным биографиям и спорадическим памятным материалам писателя можно сложить представления о том, кем был Достоевский, однако, войти в самую суть и глубину его художественного мира, понять его языковую личность и постичь прелесть его духа по силам далеко не каждому [4].

Несмотря на то, что исследованию творчества Достоевского посвящено не мало работ среди китайских литературоведов и исследователей искусства, многие из них воспринимают глубокие идеи и сложные текстовые структуры, скрывающиеся за довольно поверхностным сюжетом его творчества довольно буквально и прямолинейно. Об этом абсолютно открыто и без какой-либо доли смятения заявляет Вэй Дун – один из современных исследователей творческой личности Достоевского, указывая на то, что сегодняшнее понимание и исследование русского писателя в академических кругах не является углубленным, носит довольно поверхностный характер, поэтому рядовые читатели и ценители литературы отличаются ограниченной степенью понимания истинной личности Достоевского [2]. Другими словами, можно сказать, что в большинстве исследований, посвященных русскому писателю в Китае, выявлена лишь самая очевидная верхушка айсберга его великой творческой личности. В то время как другие подчеркивают, что «Достоевский – это настоящая гора, на которую нужно взобраться». Как отмечал в свое время Цвейг: «Достоевский вулканичен – это страсть и бездна, которые нам нужно объяснить самим себе». Все это, по словам И. В. Ружицкого создает малопонятность и своего рода «небрежность» в восприятии языка Достоевского современным читателем [3].

В свете вышесказанного в качестве главной цели настоящей статьи выдвигается вхождение в художественный мир языка Достоевского и обобщение сущности личности писателя на основе систематизации данных китайских ученых, раскрывающих глубокую суть творчества русского литературного гения.

Достоевский и его художественные произведения всегда имели широкий резонанс в Китае. По словам Сюй Жень – профессора и переводчика Восточно-китайского педагогического университета, в 1986 году под влиянием ряда идеологических освободительных движений, происходящих в Китае, был организован и успешно проведен первый Национальный симпозиум, посвященный Достоевскому.

Одним из первых и наиболее известных в научных кругах «знатоков» Достоевского в Китае принято считать профессора Фэн Цзэньи. Из биографических данных известно, что после окончания Российской академии в Харбине Фэн поступил на литературный факультет Московского университета для дальнейшего обучения. Его докторская диссертация была полностью посвящена творческому литературному гению Достоевскому.

В конце XX века Фэн Цзэньи на базе сборника писем Достоевского, составленного А. С. Долининым [1], отобрал более 200 писем, состоящих в общей сложности из 350 000 слов, и перевел их на китайский язык. Его работа «Антология писем Достоевского» в последствии сыграла фундаментальную роль в исследованиях творчества и литературного языка Достоевского. Большинство научных исследований, посвященных творчеству русского писателя, проводимые в последующие годы, ориентировались и опирались именно на эту книгу.

Вэй Дун – один из современников, стремящихся к глубокому познанию творческого духа Достоевского, последовательно организовал и издал четыре полноценных биографических тома, посвященных жизни и литературному гению писателя. Это прежде всего такие работы, как: «Восстание» («反叛的种子»), «Век страданий» («受难的年代»), «Пробуждение свободы» («自由的觉醒»), «Необычайный век» («非凡的年代»), «Эпоха страданий» («先知的衣钵»). Вэй Дун в своих работах неоднократно подчеркивал, что Достоевский по своему литературному характеру совершенно не такой, каким должен быть «великий писатель». Он отличался предельной честностью с самим собой и никогда не хвастался, все это придавало ему уникальное искрометное чувство юмора, о котором он сам, наверное, даже не подозревал [2].

Одним из современных поклонников литературного творчества в Китае и активным исследователем личности Достоевского является профессор русской письменности Пекинского университета Чжао Гуйлянь. Неоднократно китайский профессор подчеркивал, что Достоевский отличается тем, что особо глубоко копает человеческую природу, чем и привлекает

читателей со всего мира к своему творчеству. Чжао Гуйлянъ говорит о том, что именно это и интересует публику – «спуск на самое дно человеческой души» и «подъем на самый верх». По его словам, когда мы читаем произведения Достоевского, они по своему характеру и языковым маневрам наталкивают на осмысление жизни и формирование надежды.

Известный в современном Китае переводчик русской художественной литературы – Лю Вэньфэй, после перевода произведения Достоевского «Записки из подполья» указывал на то, что в творчестве русского писателя прослеживается общественно важное идеологическое начало. Относительно таких работ Достоевского, как «Записки из подполья» и «Братья Карамазовы» Лю Вэньфэй говорил, что они представляют собой рождение и конец писателя, как мыслителя.

Основным отличием восприятия языковой и творческой личности Достоевского в научных трудах Чжао Гуйлянъ и Лю Вэньфэй является то, что первый китайский ученый всегда расценивал Достоевского, как писателя, который ярко сияет на темном фоне своих художественных произведений, в то же время второй отмечал, что Достоевский – это прежде всего «жесткий гений» с яркими «тенденциями к самоуничтожению» и «циничным отношением к миру» [6].

К тому же, Лю Вэньфэй всегда подчеркивал, что Достоевский своим творчеством оказал «далеко идущее» влияние на художественные замыслы китайских писателей. Одним из ранних в этом плане является китайский писатель Лу Синь, после это творчество Цань Сюэ, который по-особому всегда относился и вдохновлялся произведениями русского классика. Существует мнение, что Цань Сюэ в китайском литературном и художественном мире является основателем «нового китайского языка», что в том числе повлияло творчество Достоевского.

Современный китайский профессор Цао Вэньсюань считает Достоевского зачинателем модернистской литературы и говорит о том, что его творчество особо глубоко отличается от тех же произведений Толстого, Тургенева и других. Цао Вэньсюань подчеркивает, что фактически во всех своих работах Досто-

евский демонстрирует «склонность к аномалиям». Однако, именно «ненормальность» по мнению профессора и является главным ключом на пути к модернистской литературе. Собственно, как говорит Цао Вэньсюань, это и есть самой существенной чертой модернизма – открыть тень, изнаночную сторону бытия, найти новые и бесконечные тематические поля, которые не суждено было найти тому же Толстому или Чехову, в отличие от литературного гения Достоевского.

В качестве демонстрации доказательства своих взглядов Цао Вэньсюань подчеркивает, что все литературные герои Достоевского находятся на периферии и критических линиях. Лишь небольшой процент художественных персонажей, созданных русским писателем, могут быть названы «нормальными». Например, тот же безумный Карамазов предстает перед читателем как человек с болезненной, сверхъестественной силой, Старов был одним из тех людей, которых нужно было вытащить за город, чтобы забить камнями до самой смерти; князь Мышкин был добросердечным сумасшедшим, которого вечно преследовала череда самых странных мыслей и навязчивых состояний.

Цао Вэньсюань добавляет, что все персонажи, когда-либо созданные Достоевским, «спрыгнули» с нормального жизненного пути и предпочитали вести себя странно, стремиться к ненормальному образу жизни, оставаться невротическими, сумасшедшими, напыщенными или умными дураками или просто забавными личностями. Это или «жесткие мудрецы или добрые кровожадные люди», что противоречит всем законам и канонам нормальности. Одной из ключевых особенностей гения Достоевского по мнению Цао Вэньсюань является то, что его произведения содержат огромное количество поводов для психологических и философских суждений в то время, как его «коллеги», к числу которых традиционно принято относить того же Толстого, в своем творчестве демонстрируют лишь беспрецедентные тексты для социологической интерпретации.

Китайский профессор подчеркивал, что на протяжении творческого пути Достоевскому удалось создать огромное множество класси-

ческих персонажей, но, по сути, оказывается так, что ни один из них не является прототипом самого писателя, ни в одном из этих образов не скрывается философ-метафизик Достоевский. Интересно, что Цао Вэньсюань считал язык произведений русского писателя крайне нефилософским, в то же время говорил, что только Достоевскому удалось настолько мастерски выражать с помощью такого языка сугубо философские категории: «Он владел таким языком, с помощью которого представлял читателю широкую философскую картину мира и подвергал всех в двойной шок истинного сочетания разума и красота». [5]

К слову, китайские ученые неоднократно в своих умозаключениях проводили параллель между Достоевским и другими русскими писателями, подчеркивая, что: «Если Толстой олицетворяет широту русской литературы, то Достоевский – ее глубина» (писатель, рецензент и современный китайский исследователь творческой личности Достоевского в Китае – Жуй Юн).

Ми Сюян – адъюнкт-докторант Российской академии наук считает, что гораздо легче назвать тех, на кого не повлиял русский писатель Достоевский своим творчеством, чем тех, на кого это влияние в литературных кругах было оказано. Китайский исследователь подчеркивает, что: «Даже Горький и Набоков, которые больше всех питали ненависть к Достоевскому, содрогались бы, глядя на то, какое на самом деле влияние он оказал на их творчество» [2].

Современный китайский профессор-литератор Ху Сюэсин говорит о том, что с исторической точки зрения эпоха, в которой жил Достоевский, была по-настоящему великолепным периодом с точки зрения идеологии, во время которого произошло восстание декабристов, Октябрьская революция и много других подобных трансформационных событий. Такой исторический контекст безусловно оказал влияние на широту и глубину взглядов Достоевского, на понимание им человеческой природы и общества [5].

Среди других не менее важных, но не рассмотренных детально исследований, проведенных китайскими учеными, в которых раскрывается языковая личность Достоевского,

можно отметить такие работы, как: монография Чжао Гуйлянь «Блуждающая душа – Достоевский и русская традиционная культура» (2002) – «漂泊的灵魂——陀思妥耶夫斯基与俄罗斯传统文化»; Пэн Кэсюнь «Исследование романного искусства Достоевского (2006)» – «陀思妥耶夫斯基小说艺术研究»; Тянь Цюаньцзинь «Перекресток слов и мыслей: сравнительное исследование Достоевского» (2010) – «言与思的越界——陀思妥耶夫斯基比较研究»; Чэнь Сихуа «О художнике-психологе Достоевском» (2015) – «论艺术家-心理学家陀思妥耶夫斯基».

Кроме того, важнейшими научными трудами в данной области являются работы, выполненные под редакцией Чжан Чанчана – «Современные китайские ученые о Достоевском» (2012) – «当代中国学者论陀思妥耶夫斯基» и «Современные международные ученые о Достоевском» (2014) – «当代国际学者论陀思妥耶夫斯基»; научный труд Ван Хайсонга «Антология исследований Достоевского» (2019) – «陀思妥耶夫斯基研究文集».

Тем не менее, несмотря на столь обширное наследие китайских научных работ, посвященных раскрытию разных аспектов творчества и личности Достоевского, следует сказать о том, что в данном академическом направлении исследований существует несколько важных проблем.

Во-первых, несмотря на развитие теории и практики переводов с русского языка на китайский, в современном Китае все еще сохраняется трудность в плане переводов биографических сведений и литературных работ Достоевского. Все это может формировать ошибочное понимание его идей, неправильную общую оценку взглядов писателя [4].

Во-вторых, некоторые из научных работ, опубликованных китайскими авторами, представляют собой заимствование зарубежных исследований. Конечно же, это ни коем образом не способствует дальнейшей практике проведения независимых и объективных исследований идейного творчества и языковой личности русского писателя Достоевского в Китае.

Таким образом, проведенный анализ практики исследования языковой личности великого русского писателя Достоевского в научных трудах китайских исследователей

позволяет сделать вывод о том, что влияние его творчества в Китае вышло далеко за рамки исключительно литературного чтения и в современных условиях затрагивает буквально все аспекты китайского общества, его культуры и жизнедеятельности. Противоречивость взглядов на личность Достоевского, многочисленные споры и дискуссии о его литературном наследии, свидетельствует о том, что русский писатель и его творчество

являются сложным явлением в истории мировой литературы. Однако, какие бы разногласия по этому поводу не существовали, какие бы споры не развивались, абсолютно ни у кого ни среди китайских, ни среди мировых литераторов и исследователей не возникает сомнений по поводу того, что Достоевский – выдающийся художник с сильным чувством новаторства, который никогда не колебался в своих художественных исканиях.

Библиографический список

1. Долинин А.С. Ф. М. Достоевский. Статьи и материалы. – Петроград: «Мысль», 1922. – 508 с.
2. Как мы должны читать Достоевского сегодня? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.sohu.com/a/500291390_161795 (дата обращения 01.01.2022).
3. Ружицкий И.В. Языковая личность Ф. М. Достоевского: лексикографическое представление: автореф. ... дисс. канд. филолог. наук. – Екатеринбург, 2015.
4. Чжан Жуньмэй. Особенности восприятия идей Ф. М. Достоевского в Китае // RUDN Journal of Philosophy. – 2017. - № 3. – С. 411–418.
5. Школа иностранных языков Восточно-китайского педагогического университета и издательство «Guangxi Normal University Press» успешно провели симпозиум, посвященный 200-летию со дня рождения Достоевского [Электронный ресурс]. – 2021. - Режим доступа: <http://www.fl.ecnu.edu.cn/df/28/c11685a384808/page.htm> (дата обращения 01.01.2022).
6. 200 лет со дня рождения Достоевского // Интервью с Чэнь Цзяньхуа: гений за пределами традиционных стен [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://page.om.qq.com/page/Oqha-IUOhPKVfkKJe7BZUc7g0> (дата обращения 01.01.2022).

THE LINGUISTIC PERSONALITY OF F. M. DOSTOEVSKY IN THE WORKS OF CHINESE RESEARCHERS

Wang Yifan

Annotation: Dostoevsky is carried out. The article analyzes the peculiarities of the perception of the Russian literary genius of Dostoevsky in the scientific circles of Chinese researchers in different periods of time. The peculiarities of the interpretation of Dostoevsky's linguistic personality through the prism of his literary works by Chinese writers are revealed.

Keywords: Russian Russian writers, Dostoevsky, linguistic personality, creative image, Russian literature, Chinese scientists.

Раздел 4

**МЕДИАЛИНГВИСТИКА
И МЕДИАКОММУНИКАЦИИ**

Section 4

**MEDIA LINGUISTICS AND
MEDIA COMMUNICATIONS**

Пань Иншань

Нарративная модель новостных интернет-изданий Китая

Аннотация: Новостные интернет-издания, в узком смысле, являются новостными сайтами и порталами. На сегодняшний день в Китае имеются сайты, созданные официальными СМИ, а также сетевые новостные СМИ, представителями которых являются Sohu, Sina и т.д. История их развития разделяется в основном на три этапа. В эпоху интегрированных медиатехнологий с помощью веб-сайтов, различных приложений и платформ новые медиа они предоставляют услуги по передачи новостных информации в сети. Чтобы удовлетворить чувству, привычками и вкусу группы пользователей, новостные интернет-издания значительно отличаются от традиционных СМИ в нарративной модели. Результаты исследования показывают, что сетевые новости характеризуются интертекстуальностью; Право "говорить" передаётся народным масса; Одно и то же событие излагается несколькими рассказчиками с разных фокулизаций; В отношении стиля новостного текста раскрывается тенденция к доступности, популярности и современности.

Ключевые слова: Нарративная модель; новостные интернет-издания; китайские СМИ

中国网络新闻的叙事模式

潘盈汕

科学导师：哈莉娜 娜塔莉亚 瓦西里耶夫娜，语文学博士，教授

摘要：新闻网络刊物狭义上指新闻网站和门户。中国目前有以官方为代表的新闻媒体所设立的网站，也有以搜狐网、新浪网为代表具有商业性质的网络新闻媒体。中国新闻网络刊物大致经历了三个历史发展阶段，其发展与网络信息技术和人们生活水平息息相关。在全媒体时代背景下，它们通过互联网站、各大应用程序和新媒体平台等形式向社会公众提供互联网新闻信息服务。为迎合网络群体的阅读心理、习惯和品味，新闻网络刊物的叙事模式与传统纸媒在叙事结构、叙事视角和文本风格上有很大的不同。研究发现，互文叙事是网络新闻最为显著的特征之一；将话语权下放至群众，由多个叙述者从多个角度对同一事件进行叙述；叙事文本风格也趋向平民化、大众化、流行化。

关键词：叙事模式；网络新闻刊物；中国媒体

Пань Иншань
аспирант кафедры медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей общественности
Алтайский государственный университет

Научный руководитель: Халина Наталья Васильевна, доктор филологических наук, профессор

Новостные интернет-издания, в узком смысле, являются новостными сайтами и порталами. Это веб-сайт, ставящий своей задачей выполнять функцию средства массовой информации (СМИ) в сети Интернет. Как и печатные издания, интернет-издания руководствуются принципами журналистики.

1. Новостные интернет-издания в Китае

В Китае главные новостные сайты, такие как (не по порядку):

1. Sohu 搜狐网. Компания, объединяющая в себе медиа-портал, поисковик, а также крупнейший информационный бренд в китайском интернет-пространстве.
2. Sina.com 新浪网. Новости, информационный контент и пользовательские мультимедиа.
3. NetEase 网易. Крупнейший в мире веб-портал. Новости. Интернет-услуги и сервисы.
4. Жэньминь жибао 人民网. Официальное печатное издание Центрального комитета КПК.

5. CCTV 央视网. Центральное телевидение Китая

6. Eastday.com 东方网. Новости страны и мира. Блоги, мнения и аналитика.

7. IFENG.COM 凤凰网. Портал компании Phoenix Television. Подробные новости, интервью, аналитика и мнения.

8. Гуанмин жибао 光明网. Ежедневная газета, выходящая с 1949 года. Одна из самых популярных газет в Китае.

9. China.com 中华网. Первый интернет-портал страны. Экономические, развлекательные и другие материалы.

10. Гуаньча 观察者网. Актуальные критические статьи, отражающие ситуацию в Китае и во всем мире.

11. Синьхуа 新华网. Официальное информационное агентство правительства КНР.

12. Хуаньцю шибао 环球网. Ежедневная газета, таблоид. Специализируется на освещении международных событий.

В том числе первые 3 сайта принадлежат к коммерческим новостным порталам, другие - к официальным.

2. Развитие новостных интернет-изданий в Китае

Развитие китайских новостных интернет-изданий тесно связано с инновациями информационных технологий и повышением качества жизни. Мы разделяем его историю в основном на три этапа развития:

1) Начальный этап (1994-2000 гг.). Интернет стал доступным для всех китайцев. Чтобы последовать за шагом сетевого развития, центральные и местные печатные СМИ принялись за создание своих сетей, как интернет-версия Жэньминь жибао и электронное издание Гуанжоу жибао. В течение десяти лет большинство китайских СМИ основали свои веб-сайты. Тем не менее, в этот период новостные статьи, опубликованные на сайте, по сути был электронной версией традиционных газетных новостей. Хотя их владельцы вложили большое количество кадровых, технологических и финансовых ресурсов, сайты не затягнули читателей;

2) Второй этап (2000-2010). После вступления в 21 век, используя преимущества Интернета, некоторые коммерческие сайты, как Sohu и Sina, уделили больше внимания

повышению чувства и испытания чтения у читателей. По сравнению с традиционными СМИ, они поставили читаемость и доступность новостей на первое место, а также приняли более гибкие меры инновации. С учетом особенностей группы пользователей коммерческие новостные сайты изменили способы производства и распространения новостей. Например, при условии истинности событий перерабатывали информации новостей и живо её информировали, используя новостной дискурс, которые любят читать пользователи. Этим объясняется их высокая посещаемость. Кроме того, кое-какие компания, как Sohu.com, полно выполняли интерактивную функцию сети. Пользователи могли читать новости и оставлять свои отзывы, что впервые дать публике право высказаться, а не только получить новости;

3) Третий этап (с 2010 г. до сих пор). С быстрыми темпами развития информационных технологий и интернет-индустрии и улучшением уровня жизни китайцев мобильный телефон стал популярным инструментом для чтения новостей. В эпоху интегрированных медиатехнологий значительно изменяются вкусы и привычки читателей, вместе с этим появляются разнообразные виды новостных приложений и платформ. Чтобы не отстать в бурной рыночной конкуренции, большинство новостных сайтов СМИ, включая официальные, провели трансформацию. Например, отправлять новости в соответствии с личными привычками абонентов; установить сотрудничество с платформами новых медиа и зарегистрироваться на них для расширения кругов распространения новостей; Отказываясь от сухих слов и догматичных способов изложения, они творчески введут корректировку заголовков и содержания новостей на основе особенностей пользователей на разных платформах. Таким образом, и нарративная модель новостей сильно изменяется.

3. Нарративная модель современных новостных интернет-изданий

Присоединение новые медиа к производству новостей делает нарративную модель более сложной. Обсудим с трех аспектов: интертекстуальность, точка зрения повествования и нарративный стиль.

1) Интертекстуальность.

Так называемая интертекстуальная конструкция, используемая в сетевых новостях заключается в том, что репортаж о событии реализуется не только с помощью единственного текста, но и посредством ряда связанных между собой текстовых сообщений, картинок, видеороликов, Flash-анимаций, даже музыки[1]. Эти гипертексты служат друг другу, чтобы полно показать читателям всю историю события от начала до конца со всеми подробностями. Все они образует смысловое поле для интерпретации текста новостей.

Читая сообщения новостей, пользователь сети могут одновременно смотреть приложенные ролики и картинки. Текст репортажа рассказывается о процессе развития событий и подробностях, а ролики и картинки привели читателей на место происшествия.

2) Точка зрения повествования.

Смена точки зрения повествования может со разных сторон демонстрировать событие[2]. На фоне новые медиа в одном и том же репортаже появляются несколько рассказчи-

ков и голосов. Мы можем заметить, в сетевой новости уменьшается всезнающая фокулизация, а увеличиваются внутренняя фокулизация, ограниченное повествование, объективная точка зрения и смешанная точка зрения. Особенно в репортаж добавляется реплика действующих персонажей, что придает его объективный характер.

3) Стиль повествования.

Что касается стиля новостного дискурса, то статус письменной и газетной речи, которые характеризуются строгими, элегантными и грамотными, снижается, в то время как статус разговорной речи, как поговорки, диалекты, интернетовские сленги, поднимается. В интернет-изданиях наблюдается тенденция к доступности, популярности и современности.

Смешание и смена различных точек зрения рассказчиков и лица повествования привели к соединению стилей речи. Например, в новостном тексте чередуются разговорная, литературная речь, интернет-дискурс, а также речь газетно-публицистический стиля.

Библиографический список

1. 聂志腾. 刍议网络新闻的叙述模式. 新闻爱好者. 2012(3):35-36. (He Чжюань. Нарративная модель Интернет-новостей. //Любитель новости. -2012.-№3.-С.35-36.)
2. 彭柳. 新媒体时代的新闻叙事及文本特征. 编辑之友. 2017(11):57-60. (Пэн Лю. Новостные нарративы и текстовые особенности в эпоху новые медиа.// Друзья редактирования. -2017.-№11.-С.57-60.)

NARRATIVE MODEL OF CHINA'S ONLINE NEWS PUBLICATIONS

Pan Yingshan

Abstract: Internet news publications, in a narrow sense, are news sites and portals. Today in China there are websites created by official media, as well as online news media, whose representatives are Sohu, Sina, etc. The history of their development is divided mainly into three stages. In the era of integrated media technologies, with the help of websites, various applications and new media platforms, they provide services for the transmission of news information on the web. In order to satisfy the feelings, habits and tastes of a group of users, online news publications differ significantly from traditional media in the narrative model. The results of the study show that network news is characterized by intertextuality; The right to "speak" is transmitted to the masses; The same event is presented by several narrators from different focalizations; The trend towards accessibility, popularity and modernity is revealed in relation to the style of the news text.

Keywords: Narrative model; online news publications; Chinese media

Ли Тин

Лексикон популярных в Китае электронных СМИ

Аннотация: В этой статье представлены наиболее популярные с точки зрения употребления в Интернете лексические единицы, которые возможно определить через употребление модного интернет-слова «神仙». Анализируется текущий статус современных «модных» слов в Интернете, их значения в конкретных словарях, а также рассматривается функционирование подобных слов в различных контекстах.

Ключевые слова: СМИ, популярные слова, частные единицы, Интернет-коммуникация.

中国大众电子传媒中的流行词汇

李婷

科学导师：哈莉娜 娜塔莉亚 瓦西里耶夫娜，语文学博士，教授

摘要：本文开始介绍网络流行语，主要以网络流行语“神仙”来具体分析现代网络流行语的现状及其在具体词典中的含义，并结合实例对该词进行不同语言中的详细分析。

关键词：大众传媒，流行语

Ли Тин

аспирант кафедры медиакommunikаций, технологий рекламы и связей общественности
Алтайский государственный университет

Научный руководитель: Халина
Наталья Васильевна, доктор филологических наук, профессор

Так называемые интернет-модные словечки относятся к тому, что среди многих интернет-языков некоторые интернет-языки всегда оставляют глубокое впечатление на людей и быстро распространяются за короткий период времени. Они не только часто используются пользователями сети, но и также знаком широкой публике. Для Интернета модные словечки. В дополнение к генерации большого количества новых слов многие слова получили новые значения в Интернете и стали новым поколением модных словечек в Интернете.

В настоящее время слово «神仙» все чаще и чаще появляется в поле зрения общественности, становясь высокочастотным словом, активным в основных социальных и медийных платформах, и в общей сложности 100 миллионов веб-страниц и записей о «神仙» появляются на Поиск Baidu Ha Sina Weibo темы, связанные с «神仙», набрали максимум 1,55 миллиарда просмотров. Отсюда видно, что термин «бессмертный» широко используется в Интернете и быстро развивается [1].

Согласно записям «Этимологии», «бессмертный» относится к легендарному человеку, который достигает бессмертия и может жить вечно. В «Современном китайском словаре» определение «шэньсянь»:

- (1) относится к персонажам мифологии, которые обладают сверхчеловеческими способностями и могут жить вечно; [4]
- (2) люди, которые могут предсказывать или угадывать вещи; [4]
- (3) относятся к людям свободные и легкие Несдержанные и заботливые люди. [4]

Когда «神仙» используется как именная часть речи, оно широко используется в Интернете, и значение слова также постоянно развивается и расширяется. Например:

(1) «Что за фея поет? Этот голос проникает сквозь горы и реки и давит на публику!»

Под «бессмертным» здесь понимается тот, кто поет лучше других и необычно.

(2) «Мстители» действительно сказочная операция. Если бы это было отечественное кино, его бы давно ругали. Что такое разворовывание денег, и что такое бесстыдство бить рекорды!»

(4) Используйте бога скрипки, чтобы восстановить фоновую музыку и звуковые эффекты «Супер Марио», что это за волшебная операция!» [4].

(5) «Бессмертная Жэнь Мин пролила слезы, что так огорчило. Хуйроу больше не может быть самой счастливой девушкой в династии Сун» [4].

Пример (3) и пример (4) являются «сказочными операциями», но пример (3) имеет уничижительное значение, указывающее на то, что неправильная работа киноиздателя вызвала недовольство аудитории; пример (4) имеет положительное значение, указывающее на то, что скрипач очень опытный. В примере (5) «бессмертный» — это изображение слез, которое подчеркивает превосходное актерское мастерство актеров и выражает значение похвалы [2].

(6) «Что это за сказочный сюжет! Это действительно странно!» [4].

(7) «Что это за сказочный отряд, и когда вы просите больничный, вам нужно сделать фото, чтобы доказать это?» [4].

(8) «Боже мой! Какая же это удача, я случайно встретил Линь Цзюньцзе! Я тоже хочу встретить своего кумира!» [4].

(9) «Красная книжка меня поразила! Мягкий сказочный вкус, вкусный, питательный и простой!» [4].

Примеры (6) и (7) выражают уничижительный смысл и выражают крайнюю неудовлетворенность «сюжетом» и «блоком». В

примере (8) и примере (9) «神仙» выражает похвалу и хвалит «удачу» и «вкус». Эти выраженные эмоции сильно субъективны, потому что вещи или люди, которые они описывают, не поддаются количественной оценке и неопределенны.

Из этого видно, что контекст играет центральную роль в выражении значения и эмоциональных тенденциях. Одна и та же структура или фраза в разных предложениях имеют разные контексты и разные значения. В Интернете «шэньсянь» является не только именной частью речи, но и расширяется до прилагательной и наречной части речи, превращаясь из слова с очевидным положительным значением в слово с положительным и уничижительным значением [5].

В онлайн-платформе, если вам нужно быстро привлечь внимание читателей, самые простые слова должны выражать самые богатые коннотации, а выражения должны быть освежающими и легкими для понимания. Слово «бессмертный» содержит в себе значение «крайний, характерный и неожиданный», более конкретное и семантическое, чем другие выражения.

Например:

(10) «Бессмертная красота Лю Ифэй, достаточно стоять там!» [4].

(11) «Лю Ифэй такая красивая, достаточно просто стоять!» [4].

Сравнивая пример (10) и пример (11), смысл двух предложений одинаков, а ощущение красоты субъективно, но «бессмертная красота» подчеркивает уникальность и незаурядный темперамент красоты. Такое название может привлечь внимание читателей. внимание и оставьте это на усмотрение читателей [3].

Вышеупомянутый контент понимает модные словечки китайских средств массовой информации через анализ слова «神仙».

Библиографический список

1. О влиянии интернет-лексики на современный китайский словарь [J], Чжан Юньхуэй, Литературное образование (Китай), 2012 (06) 论网络词汇对现代汉语词汇的影响[J], 张云辉, 文学教育(中国), 2012, 06.
2. Анализ влияния модных словечек в Интернете на развитие китайского языка и литературы [J] Wang Jiabaiwen. 2020 (06)网络流行语对中国语言文学发展的影响分析[J]王家百文 2020. 06.

3. Исследование модных словечек в Интернете [M], China Social Sciences Press, Wang Shiyong, 2016 г. 互联网流行语研究[M], 中国社会科学出版社, 王世勇, 2016.

4. <https://www.fx361.cc/page/2020/1207/7772246.shtml>

5. <https://zxy.zust.edu.cn/info/1013/1014.htm>

THE LEXICON OF POPULAR ELECTRONIC MEDIA IN CHINA

Lee Ting

Abstract: This article begins an introduction to buzzwords on the Internet, mainly using the fashionable Internet word «神仙», in order to specifically analyze the current status of modern buzzwords on the Internet and their meanings in specific dictionaries, as well as analyze this word in detail using examples. in different languages.

Keywords: Mass media, Popular words.

Ли Чжэн

Экономика языка начала 2022 г.г. в китайских СМИ

Аннотация: Экономика языка — это отрасль экономики, которая рассматривает язык и речевые акты как вездесущие социальные и экономические явления и проводит исследования, основанные на экономических теориях, принципах или методах. Экономика языка изучает языковые проблемы с точки зрения экономики, влияние и роль языка и речевых актов на экономическую теорию, методы или экономические показатели.

Ключевые слова: экономика языка, экономическое развитие, доход, китайские СМИ.

2022年初中国媒体的经济语言

李征

科学导师：语文学博士，教授，哈莉娜 娜塔莉亚 瓦西里耶夫娜，

摘要：语言经济学是把语言和言语作为普遍存在的社会经济现象，根据经济理论、原理或方法进行研究的经济学分支。语言经济学从经济学的角度研究语言问题，语言和言语行为对经济理论、方法或经济指标的影响和作用。

关键词：语言经济学；经济发展；收入；中文媒体

Ли Чжэн
аспирант кафедры медиакомму-
никаций, технологий рекламы и
связей общественности
Алтайский государственный
университет

Научный руководитель: Халина
Наталья Васильевна, доктор фи-
лологических наук, профессор

Экономика языка как область изучения экономики восходит к середине 1960-х годов. Пионер информационной экономики Маршак раскрыл экономическую природу языка в 1965 г., посвятив себя исследованиям информационной экономики

Б. Чизвик и П. Миллер дают следующее определение экономике языка: экономика языка — это совокупность способов применения языкового мастерства на основе использования методологии и приемов экономики [1]. Д. Маршак считал, что язык экономики обладает следующими экономическими характеристиками: ценность, полезность, затраты и выгоды.

Взаимосвязь между языком и доходом всегда была одним из основных направлений исследований языковой экономики. Обсуждение взаимосвязи между языком и доходом в основном начинается со следующих двух точек зрения: с одной стороны, определенная группа или социальный класс принадлежит к конкретной языковой группе. Это население имеет относительно низкую долю физических и финансовых активов в социальной экономике. Социальный класс, принадлежащий к этой конкретной языковой группе, также получит неблагоприятный уровень дохода. Уровень образования или другие разумные факторы связаны с уровнем языка. Доход членов определенной языковой группы, конечно, будет отличаться от дохода членов других групп. С другой стороны, обсудите влияние второго языка на доход. Экономисты-лингвисты исследуют отношения между ними не с точки зрения расовой дискриминации, а с точки зрения затрат на языковое общение [2].

Знание языков является важным фактором, влияющим на трудовой доход. Владение языками является важным человеческим капиталом и своего рода «человеческим капиталом», являющимся важной основой для формирования и накопления другого человеческого капитала. В Китае мандаринский язык является языком с самым высоким уровнем проникновения, наиболее широко используемым языком и языком с наибольшей экономической ценностью. Освоение мандаринского языка может привести к лучшему образованию и человеческому капиталу, расширить радиус деятельности, повысить мобильность, расширить кругозор и получить больше информации, тем самым увеличивая возможности трудоустройства и уровень доходов. Китайский язык стал важным навыком для выхода на рынок труда. Большое количество эмпирических исследований показало, что знание путунхуа оказывает значительное влияние на сокращение бедности среди рабочих в районах проживания меньшинств и бедных районах. Знание иностранных языков и способность к диалектам также помогают увеличить доход. Будь то на макро- или микроуровне, содействие сокращению бедности является основным содержанием борьбы с

языковой бедностью в Китае в 2022 году и в последующий период.

В Китае с недавнего времени разрабатывается терминология (язык для специальных целей), которая будет реализована в специальных целях, для решения определенных экономических задач (в том числе и использования в СМИ), а в частности, для ее использования в розничной торговле [3]. Язык для специальных целей, согласно определению А. И. Комаровой, — это специальные речевые конструкции, которые реализуются в процессе коммуникации людей, касающихся специальных, профессиональных тем [5].

Формирование языка для специальных целей происходит вместе с заимствованием лексики из других иностранных языков: английского, японского и т.д. Развитие языка для специальных целей влияет на успешность интеграции Китая в мировую экономику, на ее устойчивость, на рост уровня жизни населения Китая.

И это подтверждается в китайских СМИ, которые документально подтверждают, что экономический рост Китая обусловлен взаимодействием с другими странами: открытость Китая к сотрудничеству с другими странами чрезвычайно выгодна миру [5].

Библиографический список

1. Chiswick B.R., Miller P.W. The Economics of Language. International Analyses. New York: Routledge, 2007. 595 p.
2. Marschak, J. Economics of language (1965) // Marschak J. Economic, information, decision and prediction. – 1974 – pp. 183–192.
- 3.11. Чжэн Шупу. Современное российское терминоведение. – Пекин: Шанву иншуагуань, 2005. = 俄罗斯当代术语学/郑述谱著. – 北京: 商务印书馆, 2005.
4. Комарова А.И. Язык для специальных целей / А.И. Комарова (LSP). – М.: МАЛП, 1996. – 193 с.
5. [Электронный ресурс]: URL: http://www.qsttheory.cn/laigao/ycjx/2022-03/14/c_1128469593.htm (дата обращения: 9. 04. 2022).

THE ECONOMICS OF LANGUAGE AT THE BEGINNING OF 2022 IN CHINESE MEDIA

Li Zheng

Abstract: Language economics is a branch of economics that considers language and speech acts as ubiquitous social and economic phenomena and conducts research based on economic theories, principles or methods. The economics of language studies language problems from the point of view of economics, the influence and role of language and speech acts on economic theory, methods or economic indicators.

Keywords: Economics of language, economic development, income, Chinese media.

Раздел 5

**KNOWLEDGE MANAGEMENT
КОММУНИКАЦИОННЫХ
ПРОЦЕССОВ**

Section 5

**KNOWLEDGE MANAGEMENT
OF COMMUNICATION
PROCESSES**

К.А. Копылова

Исследование потребностей целевой аудитории проекта для определения методов её вовлечения на примере проекта «Культурный кот»

Аннотация: Статья посвящена исследованию изменений потребностей молодежи Алтайского края в возрасте от 14 до 25 лет в ситуации сложившегося кризиса, связанного с блокировкой социальных сетей компании «Meta Platforms Inc». Данное исследование способствует оптимальному выбору методов вовлечения аудитории к проекту «Культурный кот». Автором выделены основные виды потребностей социального и духовного характера, которые остаются не удовлетворенными в связи с блокировкой «Meta Platforms Inc».

Ключевые слова: социальные сети, вовлечение молодежи, культурное просвещение, потребности молодежи, взаимодействие с аудиторией в условиях блокировки социальных сетей.

以《文化猫》项目为例研究项目目标受众的需求以确定其参与方式
作者：科皮洛娃 克塞尼亚 安德烈耶夫娜

摘要：本文致力于研究阿尔泰地区 14 至 25 岁年轻人在当前与《Meta Platforms Inc》社交网络封锁相关的危机情况下的需求变化。这项研究将有助于选择最佳的方法让受众参与《文化猫》项目。作者确定了由于《Meta Platforms Inc》的封锁而仍未被满足的主要社交和精神需求类型。

关键词：社交网络、青年参与、文化教育、青年需求、在阻止社交网络的情况下与观众的互动。

Копылова Ксения Андреевна
магистрант кафедры медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью
Алтайский государственный университет

Научный руководитель: Халина
Наталья Васильевна, доктор филологических наук, профессор

При реализации ключевых потребностей общества в современном мире часто задействуются возможности социальных интернет-сетей. В основном таким способом удовлетворяется потребность человека в коммуникации. В широком смысле термин «Социальные сети» трактуется как социальная структура, состоящая из группы лиц, которые связаны между собой общими интересами и увлечениями [1, с. 358].

Данное исследование было инициировано с целью определения потребностей молодых людей, проживающих на территории Алтайского края от 14 до 25 лет, которые являются целевой аудиторией проекта «Культурный кот». Это необходимо для понимания способов и методов привлечения данной категории к участию в проекте.

Сегодняшняя ситуация, связанная с блокировкой социальных сетей «Meta Platforms Inc», открывает дополнительные возможности привлечения целевой аудитории для других платформ или проектов, за счет которых данные потребности могут быть удовлетворены.

Для разъяснения сущности и содержания обозначенной проблемы первоначально рассмотрим аналогию между социальными интернет-сетями и потребностями пирамиды А. Маслоу (рисунок 1), а также отметим особенности реализации приведенных в ней ключевых потребностей в условиях сети Интернет.



Рис. Пирамида Маслоу

Начнем с физиологических потребностей (пища, питье, тепло, одежда, жилье, сон и т.д.). С помощью социальных сетей можно удовлетворить любую потребность данной ступени пирамиды Маслоу. Например, осуществить доставку пищи или воды на нужный адрес, заказать одежду или обувь в любом интернет-магазине, заключить договор на поставку тепла или электричества и, наконец, найти место для сна или жилье для проживания в течение короткого времени [2, с. 271]. Данные факты явно свидетельствуют о том, что социальные интернет-сети трансформировались в особую площадку для удовлетворения физиологических и социокультурных потребностей, обеспечиваемых посредством объективно-виртуальной формы общения.

Для удовлетворения потребности в безопасности (стабильность, порядок, защита, свобода от страха, тревоги и хаоса) интернет-сети предлагают различные варианты успешного ее осуществления. В первую очередь, человек, заходя в Интернет, хочет ощущать себя защищённым при общении с людьми или же при потреблении определенной информации, просмотра видео или прослушивании музыки [3, с. 69].

Но все-таки основной целью, с которой аудитория пользуется социальными сетями,

является удовлетворение социальных и духовных потребностей. Например, признание и самоутверждение достигается с помощью трансляции своих умений, талантов или просто хобби в социальных сетях. В зависимости от количества «лайков», комментариев и подписчиков определяется успешность человека в сети. Потребность самовыражения в

структуре социальных сетей является трендом настоящего времени и находит свое проявление в публичном изложении фото- и видеоматериала, преимущественно с личным участием индивида, на обзор аудитории интернет-сообщества [3, с. 70]. На реализацию данной потребности направлены практически все социальные сети.

Исходя из вышеперечисленного, можно сделать вывод, что социальные сети как инструмент удовлетворения ключевых потребностей по пирамиде Маслоу выступают в современном обществе одной из доступных каждому человеку площадок. Более того, возможности социальных сетей позволяют обычному человеку взаимодействовать с более широким кругом субъектов, чем в естественной форме общения.

В литературе нами не было обнаружено данных недавно проведенных всесторонних исследований о том, как молодые люди в

России проводят свободное время, хотя теме молодежного потребления уделяется большое внимание. Нами было предположено, что социальные сети выполняют и информационную функцию: любой желающий пользователь сможет найти блог эксперта в той или иной сфере и воспользоваться контентом в целях саморазвития и обучения. Для подтверждения данного предположения был проведен опрос среди 2356 молодых людей, проживающих на территории Алтайского края от 14 до 25 лет. Респондентами стали студенты вузов и ссузов, старшеклассники. Опрос показал, что 73% респондентов пользовались социальными сетями «Meta Platforms Inc» для получения полезной информации о событиях в городе и регионе; 61% респондентов пользовались данными социальными сетями для получения полезной информации из экспертных блогов.

Так как проект «Культурный кот» предполагает проведение комплекса мероприятий для молодежи с целью повышения уровня культурного и эстетического развития и получения знаний в сфере искусства, он может выполнять часть функций, которые выполняли социальные сети «Meta Platforms Inc». В частности, удовлетворять потребности социального и духовного характера.

В последние годы у молодежи определенно появилось больше возможностей в плане развлечений и даже мобильности, но в рыночной ситуации доступ к досугу стал вопросом потребления, зависящим от финансовой состоятельности молодых людей [4]. Это создало формы расслоения, которые являются новыми для общества, но молодежь выросла уже в этих новых условиях. Э. Кастельс анализирует финансовую доступность досуговых мероприятий для молодежи с целью удовлетворения социальных и духовных потребностей [5]. В этом контексте для молодых людей важным аспектом является информативность, полезность информации, а также интерактивные формы её преподнесения. Жизнь современной молодежи проходит в цифровом режиме, всегда включенном в сеть, компьютеры и Интернет определенно становятся более доступными, и мобильные телефоны широко используются российской молодежью, но, когда молодой человек лиша-

ется такого рода развлечения, затрудняется в поисках альтернативы [4].

Для того, чтобы эффективно привлечь молодежь к участию в данных мероприятиях и выявить форматы мероприятий, которые были бы интересны молодым людям, был проведен ещё один опрос. Он показал, что подавляющее большинство (61% опрошенных) посещают учреждения культуры крайне редко (несколько раз в год) и лишь 7% могут позволить себе посетить по крайней мере поход в одно учреждение часто (раз в неделю). Несмотря на это абсолютное большинство опрошенных согласны с утверждением, что культурное просвещение — это «модно и полезно». Поэтому 67% респондентов пользуются социальными сетями с целью культурного просвещения. Это значит, что для вовлечения данной аудитории в проект «Культурный кот» необходимо разработать такие формы вовлечения, которые заменят социальные сети и не уступят им в доступности, интерактивности и информативности.

С целью создания альтернативы социальным сетям были разработаны следующие форматы мероприятий:

1) арт-лекторий - увлекательное теоретическое занятие на самые широкие темы. Несмотря на всю серьезность знаний, лекции лишены академичности. В каждой встрече есть устная теоретическая часть со слайдами и понятными схемами и интерактив - работа с залом. Люди не просто слушают лекцию, как студенты, а принимают в ней активное участие. В конце каждой встречи всех ждет некая игра на усвоение материала, например «угадай импрессиониста по картинке». Фишка таких встреч еще и в том, что слушателям выдают «шпаргалки» — после лекции каждый гость получает своеобразный конспект в тезисах;

2) экскурсия - не просто прогулка с гидом, а творческий квест с обозначенными станциями, на каждой из которых участники совместно с проводником будут раскрывать «тайны» города и приобщаться к его истории и культуре;

3) квиз-викторина – наиболее простая форма интеллектуальной игры, популярный молодежный формат, но даже он позволяет

учиться работать в команде, развивает навыки переговорщика, увеличивает общую эрудицию по заданной тематике, заставляет «для победы» изучать новое. В рамках проекта пройдет серия тематических квизов по различным видам искусства России;

4) арт-мастерская - занятие, которое позволит участникам почувствовать себя настоящим творцом и своими руками создать произведение искусства. Участники под руководством мастеров народного и художественного творчества будут создавать рисунки, игрушки и вещи.

Таким образом, методом проведения данных форматов проект привлечет молодежь доступной и интересной подачей теоретического материала (лектории, экскурсии), а также позволит в игровой и прикладной форме (квизы, мастерские) применить полученные знания. Как результат проект удовлетворит потребности молодежи Алтайского края социального и духовного характера. В дальнейшем возможно расширение географии проекта и привлечение к данным мероприятиям иностранных студентов.

Библиографический список

1. *Баязитова Т.И.* Социальные сети как инструмент рекламной и PR-деятельности в интернете // Молодой ученый. 2016. № 30 (134). С. 357-358.
2. *Павленко В.В.* Роль современных социальных сетей в социуме и политических технологиях. // Цифровизация общества. 2019. С. 288-295.
3. *Макеев С.Н.* Социальная сеть как средство удовлетворения потребностей человека в условиях расширенной объективно-виртуальной реальности // Контекст и рефлексия: философия о мире и человеке. 2016. № 2. С. 65-73.
4. *Курбанова З.А.* Роль социальных сетей в современном социуме // [Электронный ресурс]. URL: <http://sci-article.ru/stat.php?i=1416403572>
5. *Кастельс Э.* Информационная эпоха. Экономика, общество и культура // Молодой ученый. 2020. № 52 (216). С. 114-122.

RESEARCH OF THE NEEDS OF THE TARGET AUDIENCE OF THE PROJECT TO DETERMINE THE METHODS OF ITS INVOLVEMENT ON THE EXAMPLE OF THE PROJECT «CULTURAL CAT»

Kopylova Ksenia Andreevna

Abstract: The article is devoted to the study of changes in the needs of the youth of the Altai Territory aged 14 to 25 years in the situation of the current crisis associated with the blocking of social networks of the company «Meta Platforms Inc». This study will contribute to the optimal choice of methods for involving the audience in the project «Cultural Cat». The author identifies the main types of social and spiritual needs that remain unsatisfied due to the blocking of Meta Platforms Inc.

Keywords: social networks, youth involvement, cultural education, youth needs, interaction with the audience in the conditions of blocking social networks.

И.А. Васильева

SMM-текст как средство профессиональной мотивации на примере сообщества промоутеров агентства PROMO REPUBLIC

Аннотация: В данной работе изучаются свойства и возможности SMM-текста как способа формирования корпоративного духа и установления трудовых принципов, то есть средства внутреннего PR организации. Классифицируются и изучаются типы контента, типичного для корпоративных блогов. Представлены практические результаты, полученные после проектирования текстов для сообщества промоутеров агентства Promo Republic.

Ключевые слова: SMM-текст, внутренний PR, профессиональная мотивация.

瓦西里耶娃伊莉娜安德烈耶夫娜

SMM 文本作为职业动机的一种手段，以代理发起人社区Promo Republic为例

摘要：本文研究了SMM文本的属性和能力，作为形成企业精神和确立劳动原则的一种方式，即组织内部公关的一种手段。对企业博客的典型内容类型进行分类和研究。介绍了为 Promo Republic 机构的发起人社区设计文本后获得的实际结果

关键词：SMM 文本、内部公关、专业动机。

Васильева Ирина Андреевна
магистрант кафедры медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей общественности
Алтайский государственный университет

Научный руководитель: Халина
Наталья Васильевна, доктор филологических наук, профессор

В последние годы SMM-текст всё чётче выделяется в медиа-пространстве как популярный жанр с большим количеством функций. Такая популярность и универсальность объясняется следующими характеристиками SMM-текста:

1. Креолизованность. Визуальная составляющая – неотъемлемая часть текста в социальных сетях, она облегчает восприятие и привлекает внимание.

2. Использование языка аудитории, часто использование разговорного стиля.

3. Высокая плотность информации на текст как на единицу гипертекста (сообщества). Высокая плотность информации в поле одного пользователя вынуждает авторов выражаться ёмко, точно и попадать в самую точку.

4. Простота вербальных компонентов и формулировок. Чем больше людей вовлечётся в текст – тем лучше для сообщества. Поэтому текст пишется как можно более доступно и понятно.

5. Лёгкость восприятия. Текст должен быть написан таким образом, чтобы быть доступным и понятным с первого раза.

6. Искренность. Текст, наполненный неискренними словами о важности, исключительности, ценности и т.д. воспринимается резко негативно, подписчики хотят настоящих эмоций.

7. Ориентирован на решение конкретных задач. Тексты и гипертексты в рамках SMM-сообщества всегда преследуют конкретные практические цели.

8. Использование актуальных инфоповодов (нюсджекинг) и трендов. Сиюминутность SMM-текстов и их зависимость от алгоритмов популярности предполагает необходимость следования актуальной тематике для поддержания интереса аудитории и высоких мест в различных рейтингах социальных сетей [1].

В силу относительной молодости и гибкости данного жанра идёт постоянное формирование его новых поджанров по всем направлениям деятельности. Одним из таких ответвлений является SMM-текст для корпоративных сообществ и страниц. На них текст отвечает в основном за формирование корпоративного духа.

Существует несколько вариантов расшифровки понятия «корпоративный дух». Нас он интересует в первую очередь как элемент вну-

тренного брендинга, фундамент внутреннего бренда компании, эмоциональный компонент внутреннего PR, апеллирующий к лучшим побуждениям сотрудников. Корпоративный дух определяет роль сотрудника в компании, расшифровывает и дополняет мотивы его трудовой деятельности, поддерживает сопричастность к корпоративному сообществу. Для поддержания корпоративного духа формируется особое сообщение, которое затем транслируется в корпоративных блогах. Подбирая жанры и темы для корпоративного контента, специалисты компании обычно опираются на общую классификацию типов контента и практические наработки области.

Типы контента, которые обычно выделяют для удобства были представлены в следующей матрице (см. табл. 1):

Таблица 1

Типы контента

Формирующий отношение	Закрывающий потребности	Приносящий выгоду
1. Информационный. Содержание: информация о компании и продукте - уникальность, преимущества, ассортимент. Цель: увеличение лояльности и интереса, демонстрация профессионализма.	3. Обучающий. Содержание: профессиональные рекомендации в конкретной сфере с четким описанием. Цель: увеличить интерес, сформировать потребность в контенте данного сообщества, быть полезным.	5. Продающий Содержание: демонстрация и предложение товара, акции и бонусы и т. п.; отзывы потребителей; посты от лидеров мнений. Цель: повысить продажи.
2. Имиджевый Содержание: новости компании (достижения, нерабочие мероприятия), персонал, поздравления с праздником и т.д.	4. Развлекательный Содержание: красивый и интересный контент, имеющий отношение к теме сообщества: эстетичные фотоподборки; интересные видео; юмор; конкурсы; игры; марафоны; подборки и т. п. Цель: выработать лояльное отношение через позитивные (реже – душераздирающие) эмоции	6. Выявляющий потребности Содержание: опросы, вопросы и конкурсы с условием комментирования. Цель: изучить аудиторию и конкретизировать коммуникации.

Наполнение контентом по типам основывается на методе инфотейнмента – балансе в их сочетании. С этой целью под каждый тип контента формируются рубрики. Рубрика – это регулярные публикации контента, объе-

динённого общей темой и оформлением. Разработка рубрик ведётся на основе матрицы типов контента и учитывает следующее:

- тематику и функции сообщества;
- потребность в информации.

Со временем сформировались общие направления и идеи рубрик для корпоративного блога. Профессиональные ресурсы достаточно исчерпывающе перечисляют их в своих материалах. После обработки их можно представить на следующей схеме:

- Контент с сотрудниками – интервью, UGC, отчёты с корпоративных событий – обучения, праздников, поздравления с праздниками, день из жизни сотрудника.

- Активность компании – кейсы, социальная ответственность, успехи и интересные неудачи – если круто подать, отчёты о событиях.

- Бренд компании – имидж, миссия и ценности, секреты успеха.

- Отрасль – новости, тренды, лучшие примеры, смежные отрасли, экспертный комментарий, профессиональные события, статистика.

- Полезная информация – профессиональные хитрости, перевод топовых материалов иностранных компаний, самые информативные подборки по теме, информация, в которой заинтересован именно ваш сегмент, обучающий контент.

- Профессиональная деформация – термины, юмор, типичные ситуации, мифы, мудрости из полей, рутина и как с ней бороться.

- Развлечения – тесты, фильмы и книги об отрасли [3].

С учётом полученных теоретических данных велась разработка контент-плана для группы «Работа в Promo Republic». В организации было выявлено три проблемы, с которыми она сталкивается чаще всего.

1) Промоутеры охотно регистрируются в базе, но неохотно работают на большом количестве проектов.

2) Промоутеры часто отказываются дорабатывать часть дней проекта.

3) Новички боятся быть активными и идти на контакт.

Описание аудитории:

- Возраст: 16-20 лет.

- Мотивация: нужна подработка с гибким графиком на неполный день.

- Школьники выпускных классов. Зарабатывают на карманные траты или копят на значительные.

- Студенты вузов и ссузов. Частично, реже полностью обеспечивают себя.

- Хотят получать от работы эмоциональную и статусную отдачу, хорошее отношение и некие бонусы.

- Требования компании: активные – готовы работать чаще и больше; энергичные – обладают достаточным запасом сил, чтобы находиться 4-6 часов в день на ногах и общаться с людьми помимо своей основной деятельности; честные и обязательные – отрабатывают все время и по инструктажу, не идут на махинации ради создания иллюзии работы.

Чтобы получить информацию о том, какой контент может быть интересен промоутерам, в качестве основного источника изучались:

- интервью с профессиональным промоутером. В 2018 году журнал The Village опубликовал статью о том, как работают и зарабатывают промоутеры, где осветили много аспектов и подводных камней профессии.

- тексты и позиция организации. С точки зрения агентства идеальный промоутер – активный и ответственный человек, который доводит до конца начатые проекты, берётся за новые с регулярностью и готов активно вести работу с потребителем. Обычно эти же моменты являются и камнем преткновения, поскольку промоутеры по разным причинам испытывают с этим трудности.

- волонёрский опыт. Волонёр на мероприятии и промоутер – близкие по функционалу виды деятельности, так как и те, и другие на время мероприятия становятся лицом компании и транслируют её ценности и при этом готовы и хотят работы внутри проекта и работы с людьми.

- личный опыт в поле, механика «расклейка листовок». Чтобы понять, о чём думает промоутер, проще всего погрузиться в профессию изнутри.

- актуальные тренды [4, 5, 6].

При разработке контента за основу также были взяты основные тренды ВКонтакте 2021-2022: При разработке рубрик необходимо учитывать тенденции в контенте в социальной сети ВК-2021-2022: эмотивность, карточки и пользовательский контент [7,8,9].

В результате исследования были сделаны следующие выводы:

- Промоутеры – люди, которые ищут разнообразия и активной деятельности, ме-

Таблица 2

Адаптация корпоративных рубрик

Информационный	Обучающий	Стимулирующий к работе
<p><i>Справочник промоутера.</i> Представляет собой рекомендации по актуальным профессиональным ситуациям, например, что делать, если во время работы к тебе пристаёт агрессивно настроенный прохожий, или не хочется вставать и идти на работу – а надо.</p>	<p><i>Прокачайся.</i> Рубрика разработана как стимулирование к активности и самосовершенствованию а также демонстрация заботы со стороны компании. Содержит советы, которые могут быть полезны промоутерам не как работникам организации, а школьникам и студентам, находящимся в начале своего жизненного пути.</p>	<p><i>Интервью.</i> Рубрика была создана на основе пользовательского контента с целью показать новичкам видение профи, дать им возможность представить себя на их месте, а также показать работу и выгоды от неё с разных точек зрения.</p> <p><i>Гуру Говорят.</i> Эта рубрика возникла из темы «цитаты экспертов/влиятельных людей». Была создана с целью статусной мотивации.</p> <p><i>Почему промоушн?</i> Данная рубрика призвана передавать профессиональный дух и дать почувствовать внутреннее настроение от работы, чтобы в конечном итоге вовлечь в проект. Представляет точечные</p>
Имиджевый	Развлекательный	Выявляющий потребности
<p><i>Минутка ностальгии.</i> Рубрика выросла из идеи «использование старого контента по-новому». Основная цель рубрики – дать новичкам «примерить» себя на проект, вызвать интерес и вовлечь старичков на новые проекты на фоне волны ностальгии «было так круто».</p>	<p><i>Инсайт Дня.</i> Эта рубрика была создана, чтобы развлечь участников сообщества, но у неё есть и скрытая цель - сформировать лучшее видение и отношение к профессии как привычных сотрудников, видящих в ней рутину, так и снять опасения новичков от непрестижности.</p>	<p><i>Конкурсы.</i> Актуальная рубрика, предоставляющая бонусы. Были подобраны простые конкурсы, которые не требуют чрезмерных временных затрат: промоутеры – занятые люди. Конкурсы были приурочены к датам: дню смеха и дню космонавтики.</p>

ханически несложной, им нравится быть по другую сторону проекта. При этом они готовы развиваться и жить сами.

- Нет профессиональных руководств для промоутеров, а тренинг не описывает все аспекты профессии, многое можно понять только на опыте.

При адаптации корпоративных рубрик к общим тематикам контента продающий контент был заменён на стимулирующий к рабо-

те в связи с тематикой сообщества.

После публикации текстов в рубриках следующее:

- Наибольший интерес вызывают рубрики с фотоконтентом, лучше, если он необычный и эмоциональный (Минутка Ностальгии и Инсайт Дня).

- Хороший отклик на текст, сделанный в форме карточек – из-за простоты контента и точности текстов.

- Полезные тексты читает примерно 1/10 пользователей, лучше, если они короче. Это позволяет сделать вывод, что в буду-

щем нужно сконцентрироваться на кратком, эмоциональном контенте, который будет доносить информацию быстро и просто.

Библиографический список

1. Терских М.В. Инструменты рекламного продвижения в сети Instagram : жанровые и языковые особенности / М. В. Терских // Научный диалог. – 2020. – № 6. – С. 178–189.
2. Куликова Е.С. Контент как один из инструментов цифрового маркетинга / Е.С. Куликова // Московский экономический журнал – 2020. – №7 – С. 311-318.
3. Рожков А. 100+ идей для корпоративного блога: пожизненный контент-план. TexTerra. Режим доступа: <https://texterra.ru/blog/universalnye-idei-dlya-korporativnogo-bloga-pozhiznennyu-kontent-plan.html> – свободный.
4. На что живут промоутеры. The Village. Режим доступа: <https://www.the-village.ru/business/schet/313107-ulichnyu-promouter> – ограничен на территории РФ.
5. Лайфхаки и советы для промоутера. Как выжить в жару. Яндекс.Дзен. Режим доступа: <https://zen.yandex.ru/media/id/5d0fd7494b447200af837c21/laifhaki-i-sovety-dlia-promoutera-kak-vyjit-v-jaru-5d128b8b6f100900afa358c8> – свободный.
6. Как я работала промоутером. Комсомольская правда (Пенза). Режим доступа: <https://www.penza.kp.ru/daily/23799/215655/> - свободный.
7. SMM тенденции в 2021 году: что учитывать при продвижении бренда. Sociate.ru – эффективная реклама. ВКонтакте. Режим доступа: <https://vk.com/@sociate-smm-tendencii-v-2021-goduchto-uchityvat-pri-prodvizhenii-brenda> – свободный.
8. Как создавать крутые карточки. SMMplanner — сервис отложенного постинга. ВКонтакте. Режим доступа: <https://vk.com/@smmplanner-kak-sozdatvat-krutye-kartochki> - свободный.
9. SMM тренды на 2021 год: как вести соцсети, чтобы преуспеть. Интернет-маркетинг от Convert Monster. ВКонтакте. Режим доступа: https://vk.com/@convert_monster-smm-trendy-na-2021-god-kak-vesti-socseti-chtoby-preuspet - свободный.

SMM TEXT AS A MEANS OF PROFESSIONAL MOTIVATION ON THE EXAMPLE OF THE PROMO REPUBLIC AGENCY PROMOTER COMMUNITY

Vasilyeva Irina Andreevna

Abstract: This article describes characteristics and opportunities of SMM-text as a way to form a corporate spirit and to stand work principles. Thus this research considers SMM-text as an instrument of internal PR. It classifies types of content typical for corporate blogs and presents practical results which were gotten after projection texts for social media.

Key words: SMM-text, internal PR, professional motivation.

Т.С. Боржиков

Особенности проектирования сайтов для абитуриентов высших образовательных учреждений

Аннотация: Редизайн веб-сайта способен повысить имидж и конкурентноспособность учреждения высшего образования. Для разработки многостраничного сайта наиболее оптимально использовать инструменты front-end разработки, а для удобства использования сайта пользователями рекомендуется внедрять приёмы UX/UI-дизайна, предполагающие проектирование эффективного взаимодействия человека с сайтом, приложением или программой. На основе анализа сайтов для абитуриентов ведущих российских вузов и результатов анкетирования студентов 1 курса Алтайского государственного университета в количестве 318 человек был разработан проект многостраничного сайта для абитуриентов Алтайского государственного университета на основе технологий HTML5 и CSS.

Ключевые слова: проектирование веб-сайтов, образовательные учреждения, UX/UI-дизайн.

为高等院校申请者设计网站的特点

博尔日科夫 铁米尔兰

科学导师：哈莉娜 娜塔莉亚 瓦西里耶夫娜，语文学博士，教授

在现代现实中，拥有自己的大学网站是其成功存在和运作的先决条件。网站是教育机构的面孔。网站重新设计可以改善教育组织的形象，尤其是如果它是高等教育机构。高等教育领域的大学和机构之间的竞争非常激烈，一个现代化的网站可以帮助您在这场竞争中获胜。开发多页面站点，最好使用前端开发工具，并且为了方便用户使用站点，建议实现UX/UI设计技巧。用户体验设计涉及设计与网站、应用程序或程序的有效人机交互。UI设计是一种可视化，是UX设计理念的图形化体现：菜单、按钮、滑块、表单、插图、动画、照片和视频、字体和颜色。为了确定基于前端开发工具的高等教育机构网站现代设计的主要趋势，对俄罗斯领先大学网站的申请人进行比较分析和进行了对318名阿尔泰国立大学一年级学生的调查。根据对俄罗斯一流大学申请者网站的分析和调查结果，开发了一个基于HTML5和CSS技术的阿尔泰国立大学申请者多页面网站项目，可在以下网站中找到：<https://abiturient.asu.ru/>
关键词：网站设计、教育机构、UX/UI设计。

Боржиков Темирлан Сергеевич
преподаватель кафедры ме-
диакоммуникаций, технологий
рекламы и связей обществен-
ности
Алтайский государственный
университет

Научный руководитель: Халина
Наталья Васильевна, доктор фи-
лологических наук, профессор

В современных реалиях наличие собственного сайта для вуза является обязательным условием для его успешного существования и функционирования.

Веб-сайт – лицо образовательного учреждения. Редизайн веб-сайта способен повысить имидж образовательной организации, особенно если это учреждение высшего образования. В сфере высшего образования существует высокая конкуренция между университетами и институтами, и современный веб-сайт способен помочь выиграть в этой конкурентной борьбе.

Для разработки многостраничного сайта наиболее оптимально использовать инструменты front-end разработки, а для удобства использования сайта пользователями рекомендуется внедрять приёмы UX/UI-дизайна.

UX-дизайн предполагает проектирование эффективного взаимодействия человека с сайтом, приложением или программой.

UI-дизайн – это визуализация, графическое воплощение идей UX-дизайна: меню, кнопки, слайдеры, формы, иллюстрации, анимация, фото и видео, шрифты и цвета.

Для выявления ключевых тенденций современного проектирования сайтов высших учебных заведений на основе инструментов front-end разработки был проведён сравнительный анализ сайтов ведущих российских вузов для абитуриентов и анкетирование студентов 1 курса Алтайского государственного университета в количестве 318 человек.

На основе анализа сайтов для абитуриентов ведущих российских вузов и результатов анкетирования был разработан проект многостраничного сайта для абитуриентов Алтайского государственного университета на основе технологий HTML5 и CSS, с которым можно ознакомиться по адресу <https://abiturient.asu.ru/>.

В современных реалиях наличие собственного сайта для вуза является обязательным условием для его успешного существования и функционирования.

Веб-сайт – лицо образовательного учреждения. Редизайн веб-сайта способен повысить имидж образовательной организации, особенно если это учреждение высшего образования. В сфере высшего образования существует высокая конкуренция между университетами и институтами, и современный веб-сайт способен помочь выиграть в этой конкурентной борьбе.

Веб-сайт позволяет получить информацию о деятельности организации из любой точки мира и в любое время суток. Это повышает эффективность взаимодействия высшего учебного заведения с потенциальными абитуриентами и позволит увеличить приток абитуриентов, в том числе иностранных граждан [2].

Термином «сайт» принято называть одну или несколько веб-страниц, которые хранятся на веб-сервере. В качестве веб-сервера выступает компьютер с постоянным подключением к Интернету, отображающий эти страницы по запросу пользователей [3].

Сайты образовательных учреждений относятся к группе образовательных сайтов. Под образовательным веб-сайтом понимается совокупность веб-страниц (многостраничный сайт), на которых размещается необходимая информация об организации учебного процесса, деятельности университета, профессорско-преподавательском составе и т. д [1].

Для разработки многостраничного сайта наиболее оптимально использовать инструменты front-end разработки [2], а для удобства использования сайта пользователями рекомендуется внедрять приёмы UX/UI-дизайна [5].

UX-дизайн предполагает проектирование эффективного взаимодействия человека с сайтом, приложением или программой.

UX-дизайн рассматривает веб-продукт с точки зрения пользовательского опыта [5].

Главное правило UX: вид объекта должен содержать подсказки о том, как правильно с ним взаимодействовать [4].

Два принципа хорошего UX дизайна:

1. Discoverability – понятность, наглядность;
2. Feedback – обратная реакция, отклик [5].

UI-дизайн – это визуализация, графическое воплощение идей UX-дизайна: меню, кнопки, слайдеры, формы, иллюстрации, анимация, фото и видео, шрифты и цвета [4].

Если UX-дизайн – это аналитика, проектирование, тестирование комфортного для пользователя продукта, то UI-дизайн – это гармоничное и понятное оформление интерфейса.

Для выявления ключевых тенденций современного проектирования сайтов высших учебных заведений на основе инструментов front-end разработки был проведён сравнительный анализ сайтов ведущих российских вузов для абитуриентов (рисунки 1 – 4).

В ходе анализа веб-сайтов, представленных на рисунках 1.9 – 1.12 были выявлены следующие закономерности:

1. На главной странице сайта для абитуриентов высшие учебные заведения обычно размещают «переходник» по направлениям (систему навигации по сайту);
2. На всех проанализированных сайтах присутствовал раздел «Новости», в котором



Рис 1. Интерфейс сайта МГИМО для абитуриентов

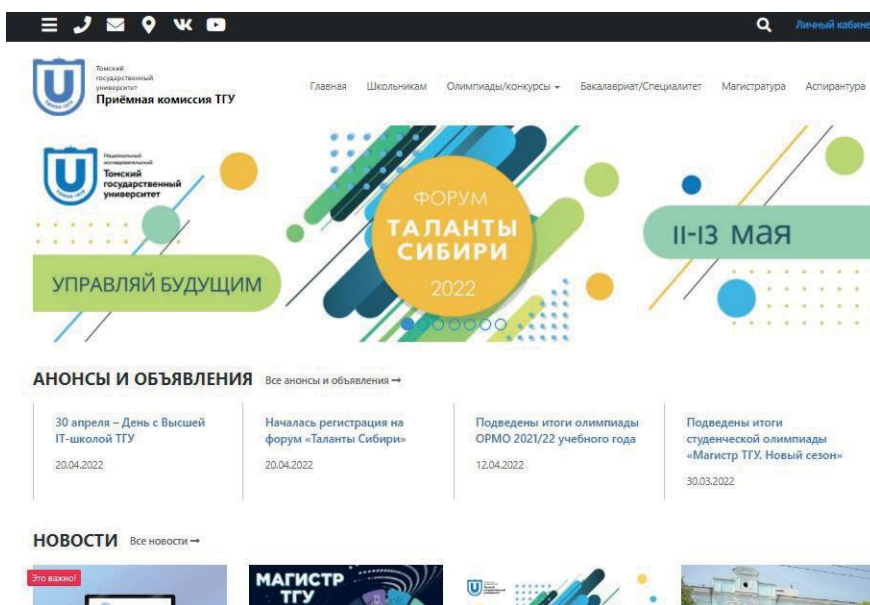


Рис 2. Интерфейс сайта ТГУ для абитуриентов

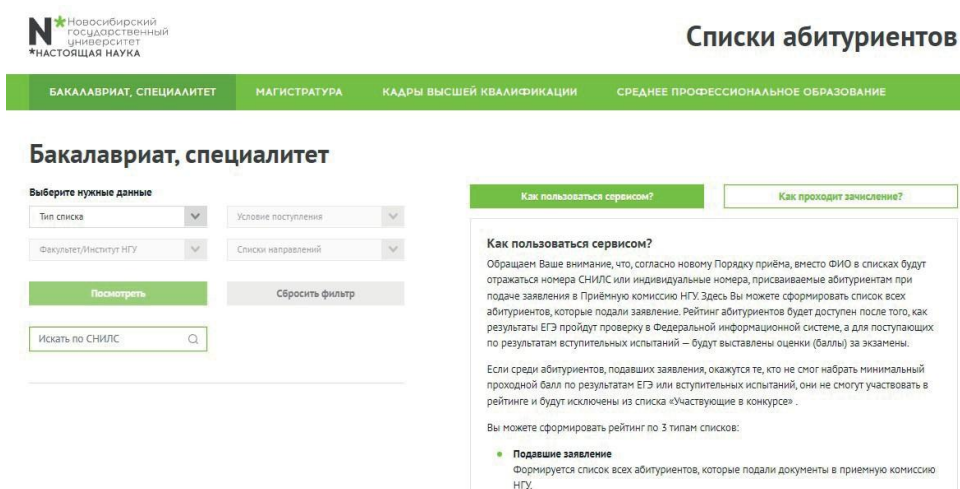


Рис 3. Интерфейс сайта НГУ для абитуриентов

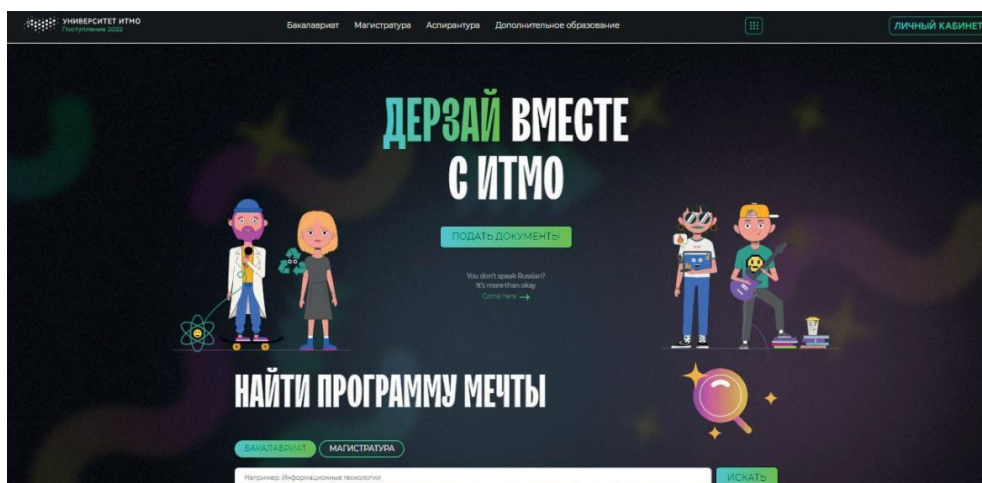


Рис 4. Интерфейс сайта ИТМО для абитуриентов

размещают новости, анонсы, объявления и прочую актуальную для абитуриентов информацию;

3. Сайты имеют многостраничный формат, с разделением по уровням образования («Бакалавриат», «Специалитет», «Магистратура» и др.);

4. Сайты ТГУ (рис. 2) и ИТМО (рисунок 4) были разработаны с использованием приёмов UX/UI-дизайна, что делает сайт удобным для пользователей и повышает его визуальную привлекательность;

5. К основной информации, которая обязательно должна присутствовать на сайте для абитуриентов любого высшего учебного заведения относится информация о направлениях

подготовки, образовательных программах, количестве мест для поступления, новостях (анонсах и объявлениях);

6. Раздел с контактной информацией лучше всего размещать в «шапке» или в «подвале» сайта, чтобы обеспечить его отображение на всех страницах;

7. Наличие чат-бота, умного помощника или формы обратной связи позволит ускорить процесс коммуникации и повысить уровень удовлетворённости посетителей сайта.

Все выявленные закономерности были использованы в процессе проектирования многостраничного сайта для абитуриентов Алтайского государственного университета на основе технологий HTML5 и CSS.

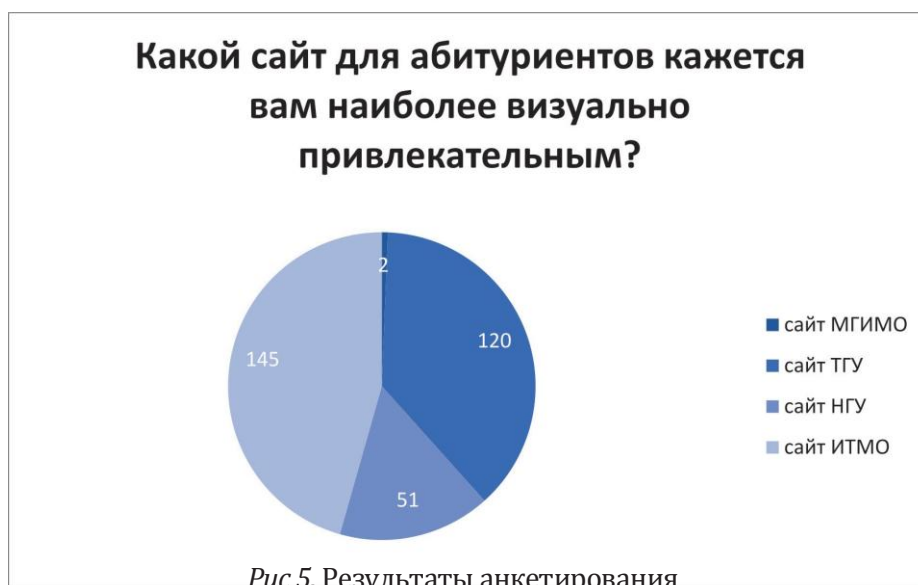


Рис 5. Результаты анкетирования

Для выявления предпочтений пользователей и последующего проектирования многостраничного сайта для абитуриентов Алтайского государственного университета на основе технологий HTML5 и CSS был проведён опрос среди студентов 1 курса Алтайского государственного университета. Целью опроса было выявление предпочтений пользователей и их ожиданий относительно разрабатываемого веб-ресурса. Форма опроса: онлайн-анкета с вопросами закрытого типа (google-формы). Число опрошенных – 318 человек.

Респондентам предлагалось выбрать наиболее визуально привлекательный сайт из представленных на рисунках 1 – 4. Результаты представлены на рисунке 5.

Результаты проведённого анкетирования

выявили потребность в редизайне существующего сайта для абитуриентов Алтайского государственного университета. Кроме того, анкетирование помогло выявить ожидания и предпочтения респондентов относительно проекта будущего многостраничного веб-сайта, определить его основные разделы, палитру и потребность в использовании приёмов UX/UI-дизайна.

На основе анализа сайтов для абитуриентов ведущих российских вузов и результатов анкетирования был разработан проект многостраничного сайта для абитуриентов Алтайского государственного университета на основе технологий HTML5 и CSS, с которым можно ознакомиться по адресу <https://abiturient.asu.ru/>.

Библиографический список

1. *Гольчевский Ю.В.* Подходы к проектированию и разработке современного корпоративного web-ресурса // Экономика. Информатика. 2020. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/podhody-k-proektirovaniyu-i-razrabotke-sovremennogo-korporativnogo-web-resursa> (дата обращения: 23.03.2022).
2. *Кветкин П.В.* Анализ современного направления развития веб-технологий // European science. 2018. №1 (33). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-sovremennogo-napravleniya-razvitiya-veb-tehnologiy> (дата обращения: 23.03.2022).
3. *Маркарян Л.В.* Инструментальные средства Internet-технологий / Л.В. Маркарян. - Москва : Изд. Дом НИТУ «МИСиС», 2018. - 92 с. - ISBN 978-5-907061-76-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1232369> (дата обращения: 23.03.2022).
4. *Плаксина И.В., Борисова Д.В.* Особенности проектирования сайта с использованием методологии IDEFO // Инновационная наука. 2019. №7-8. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-proektirovaniya-sayta-s-ispolzovaniem-metodologii-idefo> (дата обращения: 23.03.2022).
5. *Яхонтова И.М., Сорокина Л.В.* UX-дизайн как инструмент реинжиниринга бизнес процессов // Научный журнал КубГАУ. 2017. №94. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ux-dizayn-kak-instrument-reinzhiniringa-biznes-protsessov> (дата обращения: 23.03.2022).

FEATURES OF WEBSITE DESIGN FOR APPLICANTS OF HIGHER EDUCATIONAL INSTITUTIONS

Borzhikov Temirlan

Abstract: The redesign of the website is able to enhance the image and competitiveness of higher education institutions. To develop a multi-page website, it is most optimal to use front-end development tools, and for the convenience of using the site by users, it is recommended to implement UX/UI design techniques that involve designing effective human interaction with the site, application or program. Based on the analysis of websites for applicants of leading Russian universities and the results of a survey of 1st-year students of Altai State University in the number of 318 people, a project of a multi-page website for applicants of Altai State University based on HTML5 and CSS technologies was developed.

Key words: website design, educational institutions, UX/UI design.

Ответственность за аутентичность и точность цитат, имен, названий и иных сведений,
а также за соблюдение законов об интеллектуальной собственности
несут авторы публикуемых материалов.
Точка зрения редакции может не совпадать с мнением авторов статей.

Terra Scimus

Выпуск V
Сборник статей

Публикуется в авторской редакции
Издательская лицензия ЛР 020261 от 14.01.1997.
Подписано в печать 13.07.2022.
Формат 60x84 1 / 8. Усл.-печ. л. 20,92.
Тираж 200. Заказ 100.
Типография Алтайского государственного университета:
656049, Барнаул, ул. Димитрова, 66